

Pendampingan Batik Tulis Dewi Sri Kabupaten Tuban Melalui Analisis Swot Dan Matriks IFE Dan EFE Untuk Meningkatkan Daya Saing.

Dyah Pelitawati¹, Ony Kurniawati^{2*}, Titok Waskito Adi³

^{1, 2*} Program Studi Akuntansi, Universitas WR. Supratman, Surabaya, Jawa Timur

³ Program Studi Manajemen, Universitas WR. Supratman, Surabaya, Jawa Timur

Email: ¹dyah.pelita@gmail.com, ²blue.on.iris@gmail.com, ³titok.pascauniprasby@gmail.com

(Naskah masuk: 18 April 2024, direvisi: 07 Mei 2024, diterima: 14 Mei 2024)

Abstrak

Industri batik tulis mempunyai peranan yang penting dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu sektor industri batik yang terkenal di Kec. Kerek Kab. Tuban adalah Batik Tulis Dewi Sri. Masalah dalam penelitian ini adalah Produksi motif batik tulis halus dan motif batik tulis kasar di Batik Tulis Dewi Sri tidak menentu dari tahun ke tahun. Fokus penelitian ini ditujukan pada perkembangan industri batik untuk meningkatkan daya saing yang diterapkan pada usaha batik tulis Dewi Sri Kab. Tuban. Penentuan lokasi dilakukan dengan sengaja (purposive), yaitu di perusahaan batik tulis Dewi Sri Kab. Tuban. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT, dan matriks IFE & EFE. Berdasarkan identifikasi kondisi internal dan eksternal pada usaha Batik Tulis Dewi Sri, dapat disimpulkan bahwa kekuatan utama terletak pada Kualitas yang ditawarkan baik serta harga yang bersaing, kelemahan utama terletak pada Kegiatan Promosi yang dilakukan kurang maksimal dan peluang utama yaitu jalinan kerjasama perusahaan dengan konsumen yang baik serta ancaman utama berupa Batik Printing yang lebih murah Perumusan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT yaitu dengan (a) Meningkatkan promosi batik tulis di media sosial (b) Mengikuti pameran ataupun bazar untuk meningkatkan jaringan pemasaran (c) Melakukan pemilihan motif batik yang paling laris untuk mengurangi resiko penurunan pendapatan (d) Membuka cabang baru dimana belum ada/masih sedikit pesaing (e) Promosi dimaksimalkan untuk menghadapi kompetitor. Perumusan alternatif strategi berdasarkan matriks IFE & EFE didapatkan bahwa posisi Batik Tulis Dewi Sri terletak pada Kuadran I (Progresif). Strategi yang bisa dilakukan pada kuadran ini adalah memaksimalkan untuk promosi di media sosial, Mempertahankan Variasi motif dan warna yang menarik, Mempertahakan lokasi usaha yang mudah dicapai oleh angkutan umum dan Membuat promo pembelian batik tulis untuk pelanggan, serta Meningkatkan pengawasan produksi untuk menjaga kualitas batik tulis.

Kata Kunci: Perkembangan Industri, Batik Tulis, SWOT, Matriks IFE & EFE

Assistance for Dewi Sri Written Batik in Tuban Regency through Swot Analysis and IFE and EFE Matrices to Increase Competitiveness

Abstract

The batik tulis industry has an important role in absorbing labor, equalizing income, and improving people's welfare. One of the well-known batik industry sectors in Kec. Kerek Kab. Tuban is Batik tulis Dewi Sri. The problem in this study is that the production of fine and coarse batik tulis motifs in batik Dewi Sri is not erratic from year to year. The focus of this research is aimed at the development of the batik industry to increase competitiveness which is applied to the batik business of Dewi Sri Kab. Tuban. Determining the location was done purposively, namely in the batik company Dewi Sri Kab. Tuban. Data analysis was performed using SWOT analysis, and the IFE & EFE matrix. Based on the identification of internal and external conditions in the Batik Tulis Dewi Sri business, it can be concluded that the main strength lies in the good quality offered and competitive prices, the main weakness lies in the promotional activities that are carried out less than optimally and the main opportunity is good

corporate cooperation with consumers. as well as the main threat in the form of cheaper Batik Printing Formulation of alternative strategies using the SWOT matrix, namely by (a) Increasing the promotion of batik tulis on social media (b) Participating in exhibitions or bazaars to increase marketing networks (c) Selecting the best-selling batik motifs for reducing the risk of decreasing revenue (d) Opening new branches where there are not yet/there are still few competitors (e) Promotion is maximized to face competitors. The formulation of alternative strategies based on the IFE & EFE matrix found that the position of Dewi Sri's Batik is in Quadrant I (Progressive). Strategies that can be carried out in this quadrant are maximizing promotions on social media, maintaining interesting variations of motifs and colors, maintaining business locations that are easily accessible by public transportation and making batik buying promos for customers, as well as increasing production supervision to maintain the quality of batik tulis.

Keywords: LMS, Google Classroom, High School, Workshop

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara multi kultur dengan banyaknya ragam budaya dan beserta dengan penciri khasnya. Indonesia memiliki keunikan budaya yaitu adanya salah satu budaya yang telah diakui di dunia internasional yaitu budaya batik. Sebagai salah satu dari budaya asli Indoensia dan memiliki banyak penggemar hingga ke manca neagara, karena batik memiliki kelebihan dari sisi ragam motif, nilai filosofis, warna maupun desain pengerjaannya yang dilakukan secara teliti sehingga menghasilkan karya batik yang lebih halus dibandingkan dengan karya serupa dari negara lain.

Penggolongan terhadap jenis batik sendiri yang dikenal secara umum dibagi menjadi dua yaitu batik pesisiran dan batik pedalaman. Batik Pesisiran merupakan batik yang dihasilkan jauh daerah pesisir dimana daerah ini merupakan daerah diluar keraton atau dihasilkan oleh rakyat biasa seperti pada daerah Indramayu, Gresik, Tubam, Lasem, Cirebon, Pekalongan, Madura, dan Sidoarjo. Batik ini juga merupakan campuran dari dua budaya atau lebih budaya dari para pendatang pada daerah tersebut. Sedangkan Batik pedalaman merupakan batik dengan nilai filosofis, batik ini lebih familiar didaerah jawa tengah seperti Kudus, Yogyakarta dan Surakarta. Batik pedalaman dalam perancangannya juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti budaya dan adat jawa sehingga model batik ini mengarah kepada wujud yang lebih formal, teratur dan jelas.

Inovasi merupakan salah satu hal yang dipengaruhi pilihan strategi pemasaran pada industri batik, selain kualitas [1]. Strategi pemasaran yang dipilih oleh organisasi harus merupakan strategi yang terus menerus dapat dikembangkan mengikuti dari perkembangan jenis usaha mereka [2]. Batik Tulis Dewi Sri merupakan perusahaan yang memproduksi batik tulis motif halus dan motif kasar. Produksi di Batik Tulis Dewi Sri dibagi menjadi dua meliputi motif tulis halus dan tulis kasar. Produksi motif batik tulis halus dan motif batik tulis kasar di Batik Tulis Dewi Sri meskipun demikian tidak dapat ditentukan setiap tahunnya.

Tabel 1. Jumlah produksi motif batik tulis halus dan kasar di Batik Tulis Dewi Sri

Tahun	Motif Batik Tulis Halus (Dalam M ₂)	Motif Batik Tulis Kasar (Dalam M ₂)
-------	---	---

2018	2.292	2.280
2019	2.184	2.172
2020	2.172	2.088
2021	2.280	2.340
2022	2.400	2.364
Jumlah	11.328	11.244

Berdasarkan dari Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa Pada perkembangannya proses produksi batik dapat dilihat dari sisi kuantitas dan kualitas produksinya. Oleh karena itu berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penelitian dengan judul "Pendampingan Batik Tulis Dewi Sri Kabupaten Tuban Melalui Analisis SWOT dan Matriks IFE dan EFE Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Batik Tulis Dewi Sri Kabupaten Tuban)".

II. METODOLOGI KEGIATAN

Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk menghasilkan data deskriptif. Kualitatif deskriptif bertujuan untuk mengemukakan gambaran secara terperinci mengenai Strategi pemasaran Batik Tulis Dewi Sri Kabupaten Tuban dalam Meningkatkan daya Saing. Penelitian kualitatif menggunakan sumber data yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dari lapangan. Data yang didapatkan dapat dalam bentuk data lisan dan atau dokumenter tulis. Pada penelitian ini sumber data primer merupakan data yang diperoleh melalui penelitian yang didapatkan dari wawancara, dokumentasi dan observasi langsung.

Pada pelaksanaan penelitian kualitatif ini peneliti melakukan analisis secara internal dan eksternal faktor-faktor pada Batik Tulis Dewi Sri dengan memanfaatkan analisis SWOT [3]. Analisis ini di titik beratkan pada bidang pemasaran melalui analisis internal meliputi kekuatan dan kelemahan Batik Tulis Dewi Sri dan analisis eksternal terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi Batik Tulis Dewi Sri. Hasil yang diperoleh adalah adanya strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan secara spesifik khususnya pada usaha rumahan baik pada era sekarang maupun mendatang sesuai dengan hasil yang ingin dicapai

oleh Batik Tulis Dewi Sri Kabupaten Tuban. Data yang digunakan penelitian ini adalah data Batik Tulis Dewi Sri dari Tahun 2018-2022.

Informan merupakan entitas yang digunakan untuk mengungkapkan identitas obyek agar mendapatkan hasil yang jelas [4]. Adapun informan yang digunakan dan menjadi narasumber dari penelitian pada Batik Tulis Dewi Sri Tuban, adalah sebagai berikut:

1. Informan yang terlibat langsung

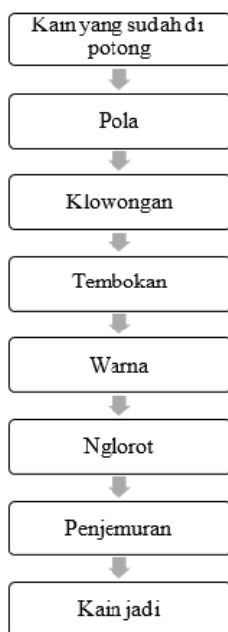
Informan yang dikategorikan sebagai informan langsung pada penelitian ini yaitu pemilik dan karyawan Batik Tulis Dewi Sri. Informan ini dipilih karena mengetahui tentang seluk beluk dan informasi secara menyeluruh mengenai Batik Tulis Dewi Sri sehingga dianggap layak dijadikan informan langsung pada penelitian ini.

2. Informan tambahan

Informan tambahan dianggap pula sebagai informan yang sebenarnya tidak terlibat langsung dalam penelitian ini namun masih berkaitan dengan aktivitas yang ada pada obyek, informan tambahan adalah pelanggan dan masyarakat yang mengetahui sekaligus paham tentang Batik Tulis. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi dan pandangan dari masyarakat mengenai Batik Tulis Dewi Sri Kabupaten Tuban.

III. PELAKSANAAN KEGIATAN

Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, tahapan dari proses produksi Batik Tulis adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Skema Proses Batik Tulis Dewi Sri Tuban

Setiap kegiatan pada proses produksi selalu berhubungan dengan faktor waktu, kegiatan produksi harus dijadwalkan dan dijalankan secara tepat waktu, kesesuaian jadwal memiliki

tujuan agar tidak terjadi keterlambatan produksi yang akhirnya membuat konsumen menunggu, kecewa dan akhirnya berpindah ke produk pesaing [5][6].

Pada Batik Tulis Dewi Sri terkait lingkup produksi juga menerapkan manajemen waktu pada karyawannya. Berikut pada tabel 1 adalah penetapan waktu yang diterapkan oleh Batik Tulis Dewi Sri sebagai bagian dari operasional produksi mereka untuk menyelesaikan pekerjaannya:

Tabel 2. Data Waktu Penyelesaian Batik Tulis Dewi Sri

Jenis Kegiatan	Waktu yang diinginkan Perusahaan	Waktu yang dibutuhkan Karyawan
Pola	1 hari (15 potong kain)	1 hari (15 potong kain)
Klowongan	1 hari (2 hingga 3 potong kain batik tulis kasar). 7 hari (1 potong kain batik tulis halus).	1 hari (3 potong kain batik tulis kasar). 7 hari (1 potong kain batik tulis halus).
Tembokan	1 hari 3 potong kain (batik tulis kasar). 7 hari (1 potong kain batik tulis halus).	1 hari 3 potong kain (batik tulis kasar). 7 hari (1 potong kain batik tulis halus).
Warna	30 - 45 menit	30 - 45 menit
Nglorot	1 jam	1- 1,5 jam
Penjemuran	3 - 4 jam	3 - 5 jam
Kain jadi	0	0

Matriks SWOT

Matrik SWOT merupakan alat ukur yang membantu memberikan gambaran jelas mengenai kemampuan perusahaan berdasarkan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan [7]. Penggunaan analisis SWOT dengan didasarkan pada logika akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam menilai kemampuan mereka seperti [8]:

- Mengetahui bagaimana kesesuaian antara strategi unit bisnis dan kemampuan sumber daya yang dimiliki beserta dengan faktor peluang dan ancaman yang ada pada pasar
- Menjadi pertimbangan bagi organisasi dalam upaya perbaikan bagi mereka dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki dan upaya menjaga terhadap ancaman tertentu

Berikut pada tabel 3 berikut adalah hasil analisis yang digambarkan dalam bentuk matriks SWOT dari Batik Tulis Dewi Sri Tuban:

Tabel 3. Matriks SWOT Batik Tulis Dewi Sri

IFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)	<p>sejenis. Menurut informasi dari pemilik usaha Batik Tulis Dewi Sri Tuban terkait dengan implementasi strategi SO adalah sebagai berikut:</p> <p>“Untuk menghadapi persaingan dengan industri batik sejenis lainnya adalah dengan memberikan diskon untuk pelanggan setia kami dan masyarakat sekitar”.</p> <p>Strategi dalam menghadapi persaingan batik sejenis dengan promosi memberikan diskon adalah keputusan yang tepat. Karena melihat masyarakat yang sangat kritis dengan harga, selain itu banyak munculnya batik printing yang lebih murah di dibandingkan dengan batik tulis.</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Letak yang strategis dan mudah dicapai dengan angkutan umum 2. Memiliki pelanggan tetap 3. Kualitas produk yang ditawarkan baik 4. Memiliki varian yang menarik bagi konsumen seperti motif dan warna 5. Harga bersaing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan promosi yang dilakukan kurang maksimal 2. Jaringan pemasaran terbatas 3. Adanya risiko turunnya pendapatan 	
EFAS	Strategi SO	Strategi WO	<p>Strategi Strength-Threats (ST)</p> <p>Strategi ini menggunakan faktor kekuatan dari Batik tulis Dewi Sri sebagai bentuk usaha untuk mengatasi ancaman. Menurut informan yang juga adalah pemilik usaha Batik Tulis Dewi Sri, ancaman yang ada adalah sebagai berikut:</p> <p>“Banyak sekali pesaing usaha batik dan masyarakat sangat kritis dengan harga, namun kelebihan usaha kami juga banyak. Dengan lokasi yang strategis ini banyak masyarakat yang lebih mengenal daripada usaha batik yang di dalam gang kecil serta kami memberikan harga yang sangat terjangkau”</p> <p>Pelanggan juga mengungkapkan hal serupa terkait dengan hal ini seperti disampaikan melalui kutipan dari wawancara berikut ini:</p> <p>“lokasi sangat strategis karena depan jalan raya. Harga sangat terjangkau, bisa memilih motif halus dan kasar.”</p> <p>Batik tulis Dewi Sri harus membuat promo untuk pembeli serta mempertahankan harga terjangkau tetapi juga harus meningkatkan kualitas, baik kualitas produksi maupun kualitas layanan. Karena menjaga kepercayaan pembeli agar merasa puas terhadap kualitas adalah hal terpenting.</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan Variasi motif dan warna yang menarik 2. Mempertahankan lokasi usaha yang mudah dicapai oleh angkutan umum 3. Membuat promo pembelian batik tulis untuk pelanggan 4. Menjaga kualitas dengan peningkatan proses pengawasan terhadap produksi Batik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi batik tulis di media sosial 2. Mengikuti pameran ataupun bazar untuk meningkatkan jaringan pemasaran 3. Melakukan pemilihan motif batik yang paling laris untuk mengurangi resiko penurunan pendapatan 	
Opportunities (O)	Strategi ST	Strategi WT	<p>Strategi Weaknesses-Opportunities (WO)</p> <p>Strategi ini merupakan upaya untuk mengurangi kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada, berdasarkan hasil wawancara dari informan terkait hal ini didapatkan pernyataan sebagai berikut:</p> <p>“Kami mampu menangkap pangsa pasar dengan baik, dan nantinya jumlah pelanggan semakin banyak. Kami juga bekerja sama dengan sekolah-sekolah ataupun perusahaan untuk pembuatan seragam batik. Semakin pemesanan batik meningkat, semakin banyak peluang pekerjaan untuk masyarakat sekitar saya.”</p> <p>Usaha batik tulis sebenarnya merupakan usaha yang sangat didukung oleh pemerintah baik pemerintah kabupaten maupun pemerintah kota. Usaha batik tulis dinilai memiliki potensi besar dalam membantu meningkatkan pendapatan nasional dan membantu penyaluran tenaga kerja. Oleh karena itu usaha Batik Tulis Dewi Sri harus melakukan upaya untuk mendapatkan kesempatan dari unsur pemerintahan agar dapat terus bertahan dan berkembang.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatnya Pendapatan Masyarakat 2. Jumlah pelanggan bertambah 3. Kesempatan besar untuk menggapai pangsa pasar yang tepat dan baik 4. Adanya keterikatan yang baik antara perusahaan dengan konsumen 5. Peningkatan daya beli masyarakat yang meningkat setiap tahun 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat promo untuk pembeli yang sudah berlangganan 2. Pertahankan harga tetapi meningkatkan kualitas hasil 3. Menjaga kepercayaan pembeli agar merasa puas terhadap kualitas batik tulis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka cabang baru dimana belum ada / masih sedikit pesaing 2. Promosi dimaksimalkan untuk menghadapi kompetitor 	
Threats (T)			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat kritis terhadap harga 2. Batik Printing yang lebih murah 			

Matriks SWOT seperti yang terlihat pada tabel 3 melalui identifikasi faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan eksternal yaitu peluang dan ancaman, sehingga menghasilkan empat alternatif strategi [9][10]. Hasil SWOT yang telah dirumuskan menjadi strategi merupakan upaya bagi Batik tulis Dewi Sri Tuban dalam menghadapi persaingan dari kompetitornya.

Strategi Strength-Opportunities (SO)

Strategi ini merupakan hasil dari pemetaan terhadap elemen kekuatan yang dimiliki dalam memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada. Strategi SO memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk menunjukkan keunggulan bersaing yang dimilikinya dibandingkan dengan industri batik

Strategi Weaknesses-Threats (WT)

Strategi ini mengupayakan hasil minimal pada kelemahan agar dapat menghindari ancaman. Pada beberapa kondisi yang menjadi hambatan harus segera diantisipasi agar tidak menghambat tujuan yang ingin dicapai. Berdasarkan hasil wawancara dan pengakuan informan dari pihak Batik Tulis Dewi Sri terkait strategi WT adalah:

“Kami lemah di promosi yang kurang maksimal, jaringan pemasaran juga masih terbatas. Dan banyak sekali pesaing usaha batik, dimana masyarakat sangat kritis dengan harga. Batik kami cukup terjangkau, mulai dari motif batik kasar kisaran Rp120.000-Rp140.000 dan motif batik halus kisaran Rp180.000-Rp350.000.”

Adapun demikian hal serupa juga disampaikan oleh informan selaku pelanggan dan masyarakat pada Batik tulis Dewi Sri dengan keterangan sebagai berikut:

“untuk promosinya masih kurang. Seperti promosi di media sosial.”

Strategi WT yang tepat bagi pengembangan batik tulis Dewi Sri adalah lebih memaksimalkan promosi di media sosial untuk menghadapi kompetitor lainnya. Serta membuka cabang baru dimana belum ada / masih sedikit pesaingnya karena tidak semua masyarakat di desa selalu memantau media sosial, jadi promosi di media sosial dengan promosi offline harus seimbang.

Matriks IFE

Matriks IFE merupakan formulasi strategi yang merangkum dan menilai kekuatan dan kelemahan utama pada area fungsional dari proses bisnis suatu perusahaan. Hal ini juga memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan untuk mengembangkan matriks IFE dengan menggunakan pendekatan ilmiah. [11], Tahapan dari matriks IFE adalah sebagai berikut [12]:

- a. Rumuskan faktor internal utama seperti identifikasi dan sebutkan sepuluh hingga dua puluh faktor internal pada perusahaan tersebut mencakup kondisi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh organisasi bisnis tersebut.
- b. Tuliskan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dengan lengkap dan detail disertai pula dengan ratio dan angka yang komparatif.
- c. Berikan skala dalam bentuk bobot antara 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (sangat penting) pada setiap faktor. Bobot yang diberikan kepada setiap faktor bertujuan untuk mengidentifikasikan tingkat kepentingan secara internal baik kekuatan dan kelemahan. Faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap kinerja sudah seharusnya diberikan bobot tinggi, adapun jumlah keseluruhan dari total bobot adalah atau sama dengan 1,0.
- d. Memberikan peringkat 1 hingga 4 pada setiap faktor untuk mengindikasikan tingkat kepentingan pada setiap elemen misalnya tidak penting (peringkat 1) atau kurang penting (peringkat 2), penting (peringkat 3) dan sangat penting (peringkat 4). Faktor kekuatan sebaiknya mendapatkan

nilai 3 atau 4 dan sebaliknya untuk kelemahan mendapatkan nilai 1 atau 2.

- e. Melakukan operasi perkalian terhadap setiap bobot faktor dengan peringkat rata-rata yang telah diukur pada setiap variabel.
- f. Angka dalam bentuk rata-rata tertimbang dilakukan penjumlahan agar menentukan total rerata tertimbang dalam perusahaan yang diukur.

Pada Matriks IFE dari beberapa faktor yang diukur didapatkan total rata-rata dari faktor terukur tersebut antara nilai terendah yaitu 1,0 dan tertinggi 4,0, dari kedua nilai ini didapatkan rata-rata 2,5, dengan total rata-rata dibawah 2,5 memberikan kesimpulan bahwa internal dalam organisasi memiliki kelemahan, sedangkan apabila nilai rata-rata diatas 2,5 memberikan gambaran adanya kekuatan dalam internal organisasi. Berikut adalah hasil perhitungan matriks internal factor evaluation (IFE Matriks) pada batik tulis Dewi Sri:

Tabel 4. Matrik IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Letak yang strategis dan mudah dicapai dengan angkutan umum	0,15	3	0,45
Memiliki pelanggan tetap	0,10	3	0,3
Kualitas produk yang ditawarkan baik	0,20	4	0,8
Ketertarikan konsumen akan Varian motif dan warna batik	0,10	3	0,3
Persaingan harga	0,20	4	0,8
Total Skor Kekuatan	0,75		2,65
Kelurahan			
Kegiatan promosi yang dilakukan kurang maksimal	0,10	3	0,3
Jaringan pemasaran terbatas	0,10	3	0,3
Resiko penurunan pendapatan yang tinggi	0,05	2	0,1
Total Skor Kelurahan	0,25		0,7
Total Kekuatan + Kelurahan	1		3,35

Matriks EFE

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE Matriks) merupakan matrik yang membantu para perumus strategi dalam organisasi melakukan perangkuman dan evaluasi terhadap faktor-faktor dari luar organisasi seperti faktor ekonomi, sosial budaya, demografi, politik, hukum, teknologi, kompetisi dan kebijakan pemerintah [10]. Tahapan pada perumusan matriks EFE yang dilakukan oleh manajemen organisasi antara lain [13]:

- a. Menentukan faktor eksternal antara lima hingga sepuluh faktor yang didalamnya meliputi faktor peluang dan ancaman. Penulisan peluang dan ancaman dapat diawali

dengan peluang disusul oleh ancaman. Penentuan peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan harus dilakukan sedetil mungkin dalam bentuk persen, rasio atau nilai komparatif.

- b. Memberikan bobot pada setiap faktor eksternal tersebut dengan rentang antara tidak penting (0,0) hingga paling penting (1,0). Penentuan bobot berguna dalam melakukan identifikasi terhadap nilai relatif terhadap penentu keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan industri. Bobot peluang pada umumnya sering dituliskan lebih banyak daripada bobot ancaman. Menentukan ketepatan bobot dilakukan dengan membandingkan faktor keberhasilan maupun kegagalan melalui penjumlahan bobot dari seluruh faktor.
- c. Memberikan peringkat antara kondisi jelek (skala 1) hingga sangat baik (skala 4) pada setiap faktor eksternal. Peringkat ini berguna untuk menentukan efektifitas dari strategi perusahaan saat ini dengan memperhatikan pada faktor peluang dan ancaman yang dimilikinya.
- d. Pada setiap bobot faktor dilakukan operasi perkalian terhadap peringkat agar diperoleh nilai tertimbang. Hasil tersebut kemudian dijumlahkan untuk seluruh nilai dari setiap variabel tertimbang agar mendapatkan hasil yaitu total nilai tertimbang.
- e. Pada setiap total nilai tertimbang yang didapatkan dari jumlah peluang dan ancaman didapatkan hasil yaitu total rerata nilai tertimbang adalah 2,5. Ukuran yang menjadi nilai antara dari nilai tertimbang tertinggi adalah dimana nilai 4,0 menunjukkan hasil dimana perusahaan memiliki kondisi yang sangat baik dalam menghadapi peluang dan ancaman, akan tetapi apabila didapatkan nilai 1,0 maka hal ini berarti ketidakmampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan ketidakmampuan dalam menghindari ancaman dari luar. Pada tabel berikut merupakan matrik EFE pada Batik Tulis Dewi Sri:

Tabel 5. Matrik EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Masyarakat mengalami peningkatan Pendapatan	0,10	2	0,2
Jumlah pelanggan bertambah	0,15	3	0,45
Adanya kemampuan yang baik dalam upaya menangkap pangsa pasar	0,20	4	0,8
Terdapat hubungan yang baik antara perusahaan dengan konsumen	0,15	3	0,45
Peluang akan peningkatan daya beli masyarakat setiap tahunnya	0,15	3	0,45
Total Skor Peluang	0,75		2,35
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Ancaman			
Batik Printing Lebih murah	0,15	3	0,45

Masyarakat kritis terhadap harga	0,10	3	0,3
Total Skor Ancaman	0,25		0,75
Total Peluang + Ancaman	1		3,1

Kuadaran SWOT

Strategi berdasarkan faktor eksternal seperti peluang dan ancaman yang dibandingkan dengan faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan terlihat melalui diagram SWOT. Pada diagram SWOT posisi usaha dibagi menjadi empat bagian [14][15]. Hasil dari analisis terhadap perbandingan faktor internal dengan faktor eksternal pada Batik Tulis Dewi Sri adalah seperti berikut:

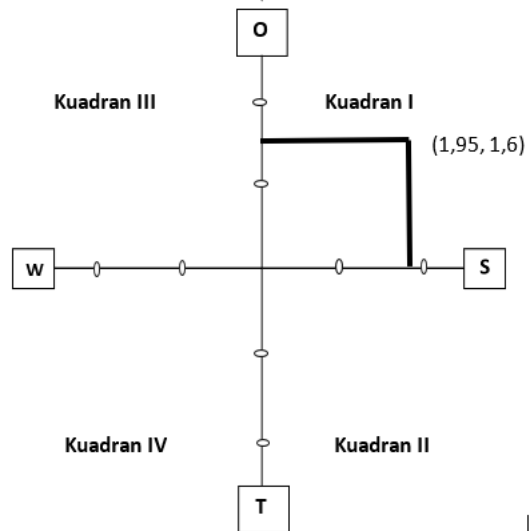
$$x = \text{Skor Total Kekuatan (S)} - \text{Skor Total Kelemahan Nilai (W)}$$

$$y = \text{Jumlah Skor Peluang (O)} - \text{Jumlah Skor Ancaman (T)}$$

Dimana:

$$x = 2,65 - 0,7 \quad y = 2,35 - 0,75$$

$$x = 1,95 \quad y = 1,6$$



Gambar 2. Posisi SWOT Batik Tulis Dewi Sri Kab Tuban

- Penjelasan dari kuadran I Progresif (Strategi SO) merupakan strategi perusahaan bisnis memanfaatkan kekuatan yang telah dimiliki sebagai bentuk keunggulan untuk mengambil setiap peluang yang ada.
- Kuadran II dari analisis SWOT merupakan Strategi Diversifikasi (Strategi WO), dimana strategi ini merupakan langkah perusahaan dalam menciptakan keunggulan agar meminimalisir dan mengurangi kelemahan yang dimiliki.
- Pada kuadran III yaitu perubahan strategi (Strategi WT) merupakan langkah untuk mengurangi kelemahan agar mampu dalam menghadapi potensi ancaman yang akan datang.

- Kuadran IV merupakan Strategi perusahaan untuk bertahan (Strategi ST), dimana strategi ini memaksimalkan setiap kekuatan yang dimiliki untuk mengurangi ancaman yang ada, misalnya dengan menciptakan lini produk baru yang berbeda.

Berdasarkan dari pengolahan dan analisis SWOT yang dilakukan peneliti maka terlihat posisi Batik Tulis Dewi Sri terletak pada Kuadran I (Progresif). Posisi ini memberikan penjelasan bahwa Batik Tulis Dewi Sri merupakan unit usaha yang memiliki peluang besar dan berada dalam kondisi yang kuat. Keadaan ini dapat dimanfaatkan dengan melakukan langkah-langkah ekspansi untuk menjangkau pasar yang lebih besar dan memperkuat citra Batik Tulis Dewi Sri sehingga tujuan yang ingin dicapai dalam berkembang secara maksimal. Berada pada kuadran I juga memberikan kesempatan bagi Batik Tulis Dewi Sri untuk mendorong kemajuan unit usaha mereka hal ini karena Batik Tulis Dewi Sri memiliki kekuatan yang baik dalam menjangkau peluang yang ada.

Pemilik usaha harus lebih maksimal untuk promosi di media sosial, karena sekarang lebih cepat menyebar dan dikenal dengan iklan di media sosial [16]. Adapun rekomendasi yang dapat diberikan adalah dimana pihak manajemen Batik Tulis Dewi Sri harus mampu mempertahankan kekuatan yang dimilikinya dan berupaya secara berkesinambungan untuk mengurangi kelemahan yang ada. Langkah-langkah yang dapat dilakukan oleh Batik Tulis Dewi Sri adalah dengan melakukan peningkatan kualitas produksi, memberikan promosi dan penawaran yang kreatif, mempertahankan lokasi usaha yang telah dianggap strategis, memperkuat jalinan komunikasi dengan konsumen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Batik Tulis Dewi Sri juga perlu melakukan langkah-langkah ini secara konsisten sebagai upaya dalam meningkatkan kepuasan dan membentuk loyalitas konsumen Batik Tulis Dewi Sri.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT dalam penelitian ini yang mengambil obyek penelitian pada Batik Tulis Dewi Sri dengan melibatkan faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman. Pada aplikasinya terhadap usaha Batik Tulis Dewi Sri dapat ditarik kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

Faktor Internal:

Kekuatan (*strengths*) pada Batik Tulis Dewi Sri

- Letak yang strategis dan mudah dicapai dengan angkutan umum
- Memiliki Pelanggan tetap
- Kualitas yang ditawarkan baik
- Varian motif dan warna yang menarik konsumen
- Harga yang bersaing

Kelemahan (*weakness*) pada Batik Tulis Dewi Sri

- Kegiatan Promosi yang dilakukan kurang maksimal
- Resiko Penurunan Pendapatan yang Tinggi

Faktor Eksternal

Peluang (*opportunities*) pada Batik Tulis Dewi Sri

- Meningkatkan pendapatan masyarakat
- Jumlah pelanggan bertambah
- Kemampuan menangkap pangsa pasar yang baik
- Jalinan kerjasama perusahaan dengan konsumen yang baik
- Tingkat daya beli masyarakat yang semakin tahun semakin meningkat

Ancaman (*threats*) pada Batik Tulis Dewi Sri

- Batik *printing* yang lebih murah
- Masyarakat kritis terhadap harga

Berdasarkan titik koordinat seperti pada gambar 2. maka Batik Tulis Dewi Sri berada pada kuadran I (Progresif) yang mendukung strategi agresif. Hal ini tentunya merupakan kondisi yang sangat menguntungkan bagi Batik Tulis Dewi Sri. Batik Tulis Dewi Sri memiliki kekuatan dan peluang sehingga dapat menjawab peluang yang terbuka lebar. Strategi yang dapat dilakukan adalah:

- Mempertahankan Variasi motif dan warna yang menarik
- Mempertahakan lokasi usaha yang mudah dicapai oleh angkutan umum
- Membuat promo pembelian batik tulis untuk pelanggan
- Meningkatkan pengawasan produksi untuk menjaga kualitas batik tulis

REFERENSI

- [1] A. Hendrawan, H. Sucahyowati, K. Cahyandi, Indriyani, and A. Rayendra, "Pengaruh Marketing Digital Terhadap Kinerja Penjualan Produk UMKM Asti Gauri di Kecamatan Bantasari Cilacap," *J. Adm. dan Kesekretarisan*, vol. 4, no. 1, pp. 53–60, 2019, [Online]. Available: <http://www.jurnal.stiks-tarakanita.ac.id/index.php/JAK/article/view/189/136>.
- [2] A. Fianabila, A. Kharisna Farisyaputra, D. Shinta Laurienza, and K. Miroso Raharjo, "Peran Influencer Marketing dalam Meningkatkan Produk UKM (Webinar UPT Pelatihan Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur)," *Soc. J. Pengabd. dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 132–138, 2023, doi: 10.37802/society.v3i2.279.
- [3] F. S. Lubis, A. U. Afifah, and S. Suherman, "Strategi Pengembangan Usaha Tunas Jaya Paving dengan Metode BCG dan Evaluasi Price Strategy," *J. Teknol. dan Manaj. Ind. Terap.*, vol. 1, no. 4, pp. 254–266, 2022, doi: 10.55826/tmit.v1iiv.53.
- [4] A. Thahira, "Peningkatan Berkelanjutan: Pendekatan Analisis Tulang Ikan," *ASSET J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 6, no. 1, 2023, doi: 10.24269/asset.v6i1.7090.
- [5] M. T. Febriyantoro and D. Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean," *JMD J. Ris. Manaj. Bisnis Dewantara*, vol. 1, no. 2, pp. 61–76, 2018, doi: 10.26533/jmd.v1i2.175.
- [6] S. Hasan, S. Awalia, N. S. Sihombing, I. Hakim, and Juliana, *Pemasaran Jasa*, 1st ed. Purwokerto: CV.

- Pena Persada, 2022.
- [7] M. A. Putri, A. Rahayu, and P. D. Dirgantari, "Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE (Studi kasus pada bisnis Banjagim.id)," *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 7, no. 1, pp. 224–234, 2023, doi: 10.24912/jmbk.v7i1.20703.
- [8] R. P. Rahayu, R. I. Tripalupi, and A. Muslih, "Pengaruh Umur Listing dan Ukuran Perusahaan terhadap Ketepatan Waktu Corporate Internet Reporting (CSR) pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk Tahun 2019-2022," *EKALAYA J. Ekon. Akunt.*, vol. 1, no. 3, pp. 34–42, 2023, doi: 10.59966/ekalaya.v1i3.202.
- [9] S. Novita, "Analisis SWOT, IFE, EFE dan Matriks QSPM Dalam Strategi Pengembangan Bisnis RS XYZ," *J. EK&BI*, vol. 6, no. 2, pp. 62–73, 2023, doi: 10.37600/ekbi.v6i2.997.
- [10] R. Ben Abdallah, M. D. Shamout, and M. Alshurideh, "Business Development Strategy Model Using EFE, IFE AND IE Analysis in a High-tech Company: An Empirical Study," *Acad. Strateg. Manag.*, vol. 21, no. 2, pp. 1–9, 2022, [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/356554800>.
- [11] A. N. Safitri and S. Arbainah, "Perumusan Strategi Usaha Menggunakan IFE, EFE, IE, Swot, Dan Qspm," *J. Ekobis Ekon. Bisnis Manaj.*, vol. 13, no. 1, pp. 25–38, 2023, doi: 10.37932/j.e.v13i1.673.
- [12] R. Suhendah, A. Angelina, R. Ricardo, and N. Stevansyah, "MSME Business Management and Development with IFE-EFE Matrix," *J. Innov. Community Engagem.*, vol. 3, no. 3, pp. 175–188, 2022, doi: 10.28932/ice.v3i3.4786.
- [13] K. Ningsih and Hamamah, "Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) Buah Naga Organik (*Hylocereus Undatus*)," *J. Ilm. Fak. Pertan.*, vol. 26, no. 4, pp. 1–37, 2014.
- [14] A. F. Az Zahra, W. Wahyudin, and B. Nugraha, "The Implementation of the Strategy of Marketing Management through a SWOT Analysis with the Matrix of IFE, EFE and IE," *J. Serambi Eng.*, vol. 6, no. 2, pp. 1721–1729, 2021, doi: 10.32672/jse.v6i2.2867.
- [15] D. Siregar *et al.*, *Technopreneurship: Strategi dan Inovasi*, no. April. 2020.
- [16] A. Wirapraja, N. T. Hariyanti, and H. Aribowo, "Kajian Literatur Dampak dan Pengaruh Digital Influencer Marketing terhadap Perkembangan Strategi Bisnis," *KONSTELASI Konvergensi Teknol. dan Sist. Inf.*, vol. 3, no. 1, pp. 37–47, 2023, doi: 10.24002/konstelasi.v3i1.7098.