

ANALISIS FAKTOR KENDALA DAN KELAYAKAN USAHA BATIK BANYUMAS

Oleh:

*Siti Zulaikha Wulandari**

*Weni Novandari***

Abstract

Batik is generally thought of as the most unique Indonesian fashion. They produced from several regions, especially Central Java (including Banyumas) and Jogjakarta as the center of the art. Since 1970's, the golden era of Batik Banyumas has gone. The number of people in Banyumas who rely on Batik for their living decreasing significantly from day to day. There is a worried that Batik Banyumas as the most distinctive heritage will disappear. This reseach is designed to find out some inhibitant factors perceived by business people in developing Batik Banyumas using Analytical Hierarch Process (AHP). Moreover, case study is conducted to calculate the feasibility of investing in printing batik from marketing and financial aspects.

Keyword: *Batik Banyumas, Inhibant Factors, Analytical Hierarchy Process, Feasibility*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kerajinan batik merupakan salah satu jenis kerajinan yang banyak terdapat di Indonesia. Masing-masing daerah memiliki ciri yang berbeda satu sama lain terutama dalam corak dan motif batiknya. Demikian pula Kabupaten Banyumas juga memiliki motif batik yang khas dan berbeda dari daerah lain. Salah satu industri kecil yang cukup potensial untuk dikembangkan di Kabupaten Banyumas adalah industri Batik. Pemasaran produk ini potensial baik di dalam negeri maupun di luar negeri (ekspor). Hal yang lebih penting adalah industri ini melibatkan tenaga kerja dengan jumlah yang cukup banyak, tenaga kerja yang sudah berjalan sampai saat ini sebesar kurang lebih 200 pekerja khusus untuk membatik. Pekerjaan membatik ini dilakukan oleh pengusaha batik sendiri di daerah Sokaraja ditambah dengan pekerja yang berasal dari daerah Banyumas dan Purbalingga. Dengan demikian pemberdayaan pengusaha kecil industri Batik akan dinikmati oleh rakyat kecil dengan jumlah yang cukup signifikan.

Dalam beberapa tahun belakangan ini perkembangan industri batik Banyumas sangat memprihatinkan. Data yang di dapat dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop Kabupaten Banyumas) tercatat, semula ada 990 unit usaha, sekarang tinggal 600 unit. Industri kerajinan rakyat, Batik Banyumas mencapai masa jaya sekitar tahun 1965 – 1970. Usaha ini pernah

*) Dosen Fak. Ekonomi Unsoed

***) Dosen Fak. Ekonomi Unsoed

menyerap 5.000 sampai 6.000 pengobeng atau buruh batik. Saat itu bahkan Batik Banyumas mampu bersaing di pusat batik Yogyakarta atau Solo. Setiap minggu, puluhan kodi batik berbagai corak dan kualitas terserap ke berbagai kota besar. Pemasaran Batik Banyumas pada waktu itu tak pernah kesulitan, bahkan pesanan datang jauh sebelum batik selesai diproses (www.ukdw.ac.id). Industri batik di Kabupaten Banyumas tersebut tersebar di beberapa wilayah kecamatan. Antara lain, Kecamatan Banyumas, Sokaraja, Purwokerto Timur, Somagede, dan Kebasen.

Dengan berkurangnya industri batik di Banyumas tentunya merupakan hal yang sangat memperhatikan. Hal ini dikarenakan industri batik merupakan industri dengan padat karya yang mampu menampung banyak tenaga kerja. Di samping itu usaha batik ini sudah berjalan cukup lama dengan variasi produk yang sudah mulai berkembang. Mereka tidak hanya membuat kain saja, tetapi produknya sudah mulai dikembangkan dengan membuat taplak, baju, kain sutera dan sudah mulai memperbaiki kualitas produknya. Pemasaran produk batik tersebut sudah mulai meluas tidak hanya di daerah Kabupaten Banyumas saja, melainkan sudah mencapai Tegal, Bumiayu, Pekalongan bahkan ada yang sudah mulai diekspor ke Singapura.

Kondisi semacam itu menunjukkan bahwa industri Batik Banyumas sekarang ini sedang mengalami permasalahan yang cukup serius. Apabila permasalahan-permasalahan yang ada di industri batik banyumas tidak segera di deteksi dan dicarikan jalan keluarnya dikhawatirkan indutri Batik Banyumas akan mati. Oleh karena itu pengkajian untuk mengidentifikasi kendala dan kelayakan bisnis industri batik banyumas sudah merupakan keharusan.

B. Perumusan Masalah

1. Faktor apa yang dianggap pengusaha batik sebagai kendala dalam memajukan usahanya ?
2. Masih layakkah usaha batik Banyumas untuk terus dikembangkan ?

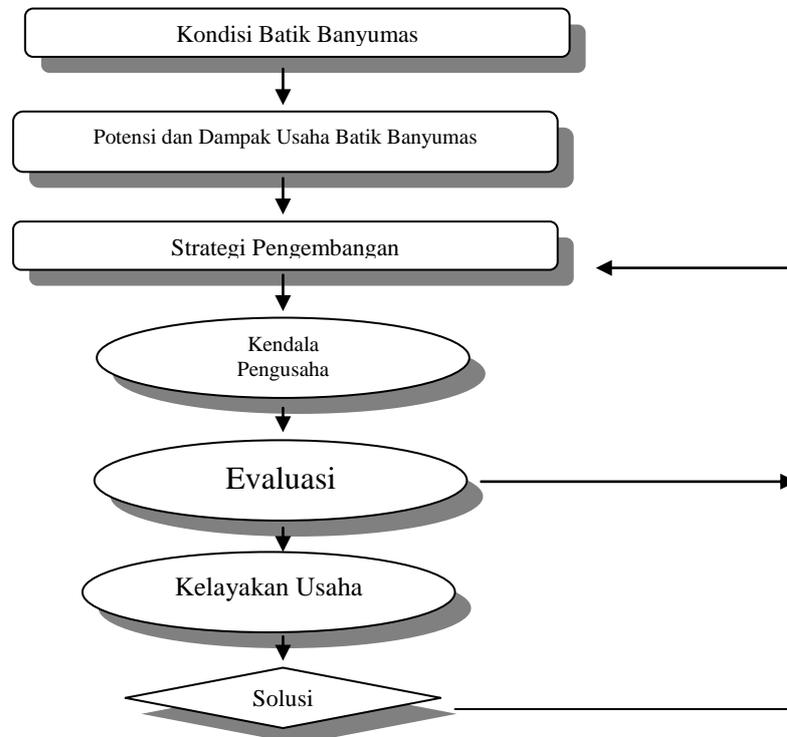
C. Pembatasan Masalah

Pengusaha batik di Kabupaten Banyumas tersebar pada berbagai wilayah, seperti di Purwokerto, Mruyung, kota Banyumas dan Sokaraja. Namun, banyak pengusaha batik tersebut yang tidak lagi memproduksi secara aktif, sehingga penelitian ini dibatasi pada pengusaha batik yang berlokasi wilayah Sokaraja. Kelayakan usaha batik akan dibatasi pada investasi batik cap.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap pengusaha Batik Banyumas sebagai kendala dalam mengembangkan usahanya.
2. Untuk mengetahui layak tidaknya usaha Batik Banyumas untuk dikembangkan.

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 1: Kerangka Pemikiran

I. Hipotesis

1. Faktor persaingan, pemasaran, modal, bahan baku, peralatan dan regenerasi merupakan kendala yang dihadapi pengusaha Batik Banyumas.
2. Usaha Batik Banyumas masih layak untuk terus dikembangkan.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Obyek Penelitian

Obyek penelitian ini adalah pengusaha Batik Banyumas yang ada di Kecamatan Sokaraja Kabupaten Banyumas berjumlah lima pengusaha.

2. Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data Primer, dikumpulkan dari responden pengusaha Batik Banyumas berdasarkan wawancara

Data sekunder, diperoleh dari kepustakaan

3. Populasi dan Penentuan sampel

Pengambilan sampel dilakukan secara purposive, yaitu pengusaha batik yang bukan musiman. Namun pemilihan responden tergantung pada kesediaan mereka berpartisipasi dalam penelitian ini.

B. Metode Analisis

Untuk menjawab pertanyaan penelitian pertama, tim peneliti menggunakan faktor dan variabel yang digali melalui literatur dan wawancara pelaku usaha. Alat analisis yang digunakan adalah AHP (*Analytical Hierarchy Process*) yang memecah suatu permasalahan secara hirarki.

Untuk mengetahui sampai seberapa jauh kelayakan usaha batik dalam skala usaha kecil bila ditinjau dari aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Aspek pemasaran yang mencakup kondisi permintaan terhadap produk usaha kerajinan batik, analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
- b. Aspek keuangan yang mencakup kebutuhan biaya investasi dan kelayakan keuangannya ditinjau dari kriteria kelayakan yang lazim, yaitu *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)* dan *Profitability Index*

III. HASIL PENELITIAN

A. Karakteristik Responden

Responden diperoleh setelah melalui konsultasi dengan Koperasi Batik Perbain Sokaraja. Konsultasi tersebut menghasilkan ukuran sampel yang ditarik sebesar 5 pengusaha yang berdomisili di Sokaraja dan Banyumas. Pemilihan pengusaha yang menjadi responden didasarkan pada pertimbangan ukuran perusahaan tersebut. Rata-rata responden sudah menggeluti usaha batik sudah lebih dari 10 tahun, dengan jumlah pekerja mulai dari 3, 10, orang hingga 16 orang. Posisi semua responden dalam perusahaan adalah sebagai pemilik.

B. Pembobotan dengan *Analytical Hierarchy Process (AHP)*

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini digali dari wawancara pendahuluan dengan pengurus dan seorang pengusaha batik. Melalui wawancara mendalam ini, peneliti menyaring dan meringkasnya ke dalam beberapa tipe hambatan yang umum dihadapi. Secara spesifik, hambatan-hambatan tersebut dapat dikategorikan ke dalam 10 faktor yang masing-masing memiliki dimensi, yaitu:

Tabel 1. Variabel dan Indikator Penelitian

No.	Faktor	Indikator
1	Kesulitan pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> ○ Permintaan menurun ○ Tidak mampu menjual pada harga pasar ○ Tidak mampu bersaing dalam kualitas ○ Tidak ada jaringan bisnis
2	Faktor internal pengusaha	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kurang keahlian manajerial ○ Regenerasi tidak tersistem ○ Daya inovasi kurang ○ Kekurangan modal
3	Kesulitan pengadaan bahan baku	<ul style="list-style-type: none"> ○ Harga naik terlalu tinggi ○ Persediaan menurun
4	Kesulitan membayar pekerja	<ul style="list-style-type: none"> ○ Pendapatan menurun ○ UMR naik
5	Kekurangan energi	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tarif listrik naik ○ Harga BBM dan gas naik
6	Ketenagakerjaan	<ul style="list-style-type: none"> ○ Produktifitas tenaga kerja ○ Ketersediaan tenaga kerja
7	Tingkat persaingan usaha	<ul style="list-style-type: none"> ○ Banyak produk substitusi ○ Persaingan dengan batik produksi luar Banyumas
8	Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> ○ Bangunan fisik kurang menarik ○ Peralatan
9	Peran <i>stakeholder</i>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kurang dukungan Pemerintah daerah ○ Koperasi belum berperan maksimal ○ Dukungan perbankan kurang
10	Lingkungan makro	<ul style="list-style-type: none"> ○ Sosial budaya ○ Perubahan selera masyarakat

C. Bobot Faktor-Faktor Penghambat Usaha Batik Banyumas

Faktor pemasaran merupakan faktor yang paling dominan dipersepsi responden sebagai penghambat utama dalam mengembangkan usaha batik Banyumas. Permintaan yang fluktuatif menjadi permasalahan yang sulit karena berkaitan dengan ketidakpastian. Ketidakpastian adalah sesuatu yang selalu diminimalkan oleh pengusaha, semakin tidak pasti kondisi suatu usaha, semakin sulit pengusaha memproyeksikan permintaan produknya. Kekeliruan dalam memprediksi juga merupakan biaya yang sangat besar, karena modal tidak berputar melainkan hanya menumpuk di gudang.

Ketenagakerjaan merupakan faktor dominan kedua yang dipersepsi sebagai penghambat utama pengembangan usaha batik Banyumas. Ketersediaan tenaga kerja yang menurun dalam sektor usaha tersebut menjadi variabel yang paling dikeluhkan oleh para pengusaha.

Dalam beberapa hal, industri batik memiliki kekhususan yang membedakannya dengan industri pakaian/garmen secara umum. Batik

mensyaratkan tenaga kerjanya memiliki keahlian khusus, apalagi jika pengusaha yang bersangkutan juga memproduksi batik tulis. Kompetensi tersebut disamping merupakan bakat yang tidak dimiliki semua orang, juga perlu dipelajari melalui proses yang cukup panjang. Jumlah tenaga kerja dalam industri batik saat ini diakui oleh beberapa pengusaha stagnan, atau bisa dikatakan menurun karena tidak adanya regenerasi. Ketertarikan angkatan kerja baru untuk masuk dalam industri batik juga sangat kecil. Di samping memerlukan proses untuk sampai pada kompetensi tertentu, upah yang diterima oleh pekerja dalam sektor batik memang tidak kompetitif dibandingkan dengan sektor usaha lain. Seorang pengusaha (responden) mengakui bahwa tenaga kerjanya hanya mendapat Rp 3.500,- untuk setiap lembar batik yang dihasilkannya, suatu jumlah yang tidak berimbang dengan tingkat kesulitan pengerjaannya. Kondisi permintaan yang fluktuatif (faktor pemasaran) juga membuat angkatan kerja baru semakin tidak tertarik menekuni sebagai pengrajin batik.

Persaingan usaha dipersepsi sebagai faktor dominan ketiga yang menghambat pengembangan usaha batik Banyumas. Banyaknya produk substitusi di pasar membuat pengusaha batik memasarkan produknya. Produk substitusi diartikan secara luas, yaitu produk-produk baik berupa kain maupun pakaian jadi dengan segala desain selain menggunakan bahan dasar batik. Secara umum, kain /pakaian memang tidak begitu populer dikalangan konsumen khususnya konsumen usia muda. Hal ini karena batik dipersepsi hanya digunakan untuk acara-acara resmi yang pemakaiannya insidental, sehingga dalam membeli bahan pakaian/pakaian jadi, tingkat preferensi konsumen lebih tinggi untuk jenis bahan/pakaian non batik yang bisa digunakan lebih fleksibel.

Banyaknya produk (khususnya pakaian jadi) yang bukan buatan pengrajin dari wilayah Banyumas (Pekalongan, Solo, Yogyakarta) juga semakin membuat tingkat persaingan semakin ketat. Apalagi dengan *image* yang terbentuk di benak konsumen saat ini batik diasosiasikan lebih kuat dengan kota-kota tersebut dibanding dengan Banyumas, meskipun sebenarnya di masa lalu Batik pernah mengalami masa keemasan di Banyumas. Peran persepsi ini sangat penting bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

Lingkungan makro dipersepsi sebagai faktor dominan keempat dalam menghambat pengembangan usaha batik Banyumas. Perubahan selera masyarakat berkaitan dengan kecenderungan preferensi konsumen saat ini yang lebih tinggi untuk produk-produk kain/pakaian jadi non batik. Pergeseran selera masyarakat ini bisa jadi karena kurangnya inovasi baik dalam produksi maupun upaya-upaya *marketing* pelaku usaha batik. Aktifitas untuk menciptakan pasar baru dirasa sangat kurang, khususnya yang menasar konsumen muda yang sudah maupun belum berpenghasilan, padahal konsumen lama memiliki kecenderungan mengurangi pola konsumsinya atau tidak lagi membeli karena daya belinya melemah.

Kenaikan harga energi, seperti bahan bakar minyak, listrik, jika tidak diimbangi dengan perluasan pangsa pasar maupun penyesuaian harga tentu dirasa berat. Penyesuaian harga untuk produk yang bukan kebutuhan primer, apalagi jika

kurang memiliki keunggulan kompetitif cukup sulit dilakukan karena akan berhadapan dengan resiko kehilangan pasar. Hal ini dikeluhkan oleh beberapa pengusaha batik, bahwa kekuatan tawar menawar mereka seringkali berada pada posisi yang kurang menguntungkan, sehingga penyesuaian harga harus dilakukan dengan hati-hati setelah melalui banyak pertimbangan.

Tabel 2. Bobot Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Batik Banyumas

Level Kedua		Level Pertama		Bobot Final (%)
Variabel	Bobot (%)	Faktor	Bobot (%)	
Permintaan fluktuatif	0,48	PEMASARAN	0,232	0,111
Tidak mampu jual pada harga pasar	0,257			0,06
Tidak mampu bersaing kualitas	0,263			0,061
Kurang keahlian manajerial	0,591	INTERNAL PENGUSAHA	0,031	0,018
Regenerasi tidak tersistem	0,298			0,009
Daya inovasi kurang	0,111			0,003
Harga naik terlalu tinggi	0,815	BAHAN BAKU	0,08	0,065
Persediaan menurun	0,185			0,015
Pendapatan menurun	0,5	BIAYA TENAGA KERJA	0,089	0,045
UMR naik	0,5			0,045
Ketersediaan TK menurun	0,779	KETENAGAKERJAAN	0,129	0,1
Produktifitas	0,221			0,029
Banyak produk substitusi	0,654	PERSAINGAN USAHA	0,17	0,111
Banyak batik non Banyumas	0,346			0,059
Kurang dukungan pemda	0,183	STAKEHOLDER	0,092	0,017
Koperasi belum maksimal	0,41			0,038
Kurang dukungan perbankan	0,407			0,037
Perubahan selera masyarakat	0,68	LINGKUNGAN MAKRO	0,178	0,121
Kenaikan harga energi	0,176			0,031
Banyak muncul industri padat karya	0,144			0,026

Sumber: Diolah dari data primer

Munculnya usaha/industri padat karya juga merupakan kendala khususnya ditinjau dari ketersediaan tenaga kerja. Usaha/industri padat karya ini diakui cukup memberikan daya tarik khususnya bagi angkatan kerja baru. Upah tenaga kerja di industri batik yang tidak kompetitif menjadikan peluang bekerja di sektor usaha lain lebih menarik.

Koperasi batik Banyumas (Perbain) yang berlokasi di Sokaraja dipandang belum dapat memaksimalkan perannya, khususnya dari segi pembinaan-pembinaan terhadap para anggotanya. Beberapa pengusaha juga merasa dukungan yang kurang dari perbankan, berkaitan dengan prosedur yang harus dilalui jika membutuhkan

kredit. Selain itu, Pemda Banyumas juga dianggap belum cukup banyak perhatian yang diberikan untuk melestarikan batik Banyumas sebagai warisan budaya. Kebijakan pemda yang mewajibkan PNS di lingkungan pemerintah daerah berseragam batik pada hari tertentu diakui cukup meningkatkan penjualan, namun pengusaha mengharapkan adanya pembinaan yang lebih tersistem agar batik Banyumas memiliki posisi sejajar dengan batik dari kota-kota lain.

Permasalahan pembiayaan tenaga kerja menjadi faktor dominan kelima dalam mengembangkan usaha batik Banyumas. Pendapatan yang cenderung menurun karena kenaikan biaya operasional dan pangsa pasar yang terbatas dan kenaikan Upah Minimum Regional dipersepsi memiliki bobot yang sama sebagai variabel-variabel yang menghambat.

Permasalahan bahan baku menjadi faktor dominan keenam dalam menghambat pengembangan usaha batik. Kenaikan harga bahan baku dipersepsi memberi kontribusi terbesar dalam menghambat pengembangan usaha. Kenaikan ini dipengaruhi khususnya karena bahan baku banyak yang harus diperoleh dari daerah lain seperti Pekalongan.

Pengusaha batik di Banyumas (khususnya yang menjadi responden penelitian) sebagian besar termasuk dalam kategori usaha kecil menengah jika melihat dari permodalannya. Karakteristik yang umum ditemui pada sektor UMKM adalah lemahnya keahlian manajerial pengusaha. Dalam lingkungan yang berubah sangat cepat seperti saat ini, dibutuhkan keahlian pengusaha untuk tidak hanya memproduksi melainkan bagaimana mengelola organisasinya agar fit dengan perubahan lingkungan. Regenerasi dalam organisasi termasuk belum menjadi sesuatu yang penting untuk dipikirkan polanya. Adanya sistem regenerasi yang efektif akan memunculkan inovasi-inovasi baru yang belum dilakukan oleh pendahulunya.

Inovasi menjadi suatu keharusan untuk tetap eksis dalam dunia bisnis. Inovasi ini bisa diartikan luas tidak hanya sekedar bagaimana membuat varian suatu produk, namun juga terobosan-terobosan dalam upaya pemasaran. Dari segi inovasi produk, batik Banyumas sesungguhnya bisa bersaing dengan batik dari luar Banyumas, karena tidak sedikit pengusaha yang memiliki motif yang beraneka ragam. Namun tanpa diimbangi dengan upaya pemasaran, nampaknya segala inovasi yang dilakukan semata hanya pada produknya menjadi tidak begitu berarti.

D. Kelayakan Usaha Batik Banyumas

1. Aspek Pasar

Kajian aspek pasar berkaitan dengan ada tidaknya potensi pasar dan peluang pasar atas produk batik Banyumas. Selain itu kajian aspek pemasaran berkaitan dengan bagaimana penerapan strategi pemasaran dalam rangka untuk meraih sebagian besar pasar potensial atau peluang pasar yang ada tersebut.

Aspek pasar mencakup kondisi permintaan terhadap produk usaha kerajinan batik, baik permintaan yang datang dari pasar lokal maupun yang datang dari pasar ekspor. Namun yang dikaji dalam studi ini terbatas hanya permintaan pasar

lokal karena kemampuan pengusaha yang dikaji peneliti memang terbatas pada pasar tersebut.

Permintaan terhadap produk batik dapat dikategorikan ke dalam dua jenis produk, yaitu permintaan terhadap produk batik (tulisan dan corak) yang akan digunakan sebagai bahan baku usaha konveksi dan diolah lebih lanjut menjadi pakaian jadi. Kedua, permintaan terhadap produk batik yang siap dipakai.

a. Potensi Pasar

Potensi pasar adalah seluruh permintaan/kebutuhan konsumen yang didasarkan atas faktor jumlah konsumen potensial dan daya beli. Konsumen potensial adalah konsumen yang memiliki hasrat untuk membeli. Daya beli adalah kemampuan konsumen dalam rangka untuk membeli barang. Untuk menentukan besarnya potensi pasar atas suatu produk diperlukan data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif mencakup perilaku, kebiasaan, preferensi konsumen dan lainnya dalam rangka untuk mengkonsumsi produk batik Banyumas. Sedangkan data kuantitatif mencakup kecenderungan permintaan masa lalu, perkembangan/pertumbuhan jumlah penduduk, pendapatan perkapita penduduk dan sebagainya.

b. Faktor Persaingan

Faktor persaingan disini ada lima kekuatan yang mempengaruhi persaingan dalam industri batik Banyumas, yaitu ancaman pendatang baru, ancaman dari produk pengganti, kekuatan tawar menawar pemasok, kekuatan tawar menawar pembeli, dan persaingan kompetitif di antara anggota kelompok industri.

1) Ancaman Pendatang Baru

Pendatang baru bagi industri membawa kapasitas baru, karena ia berhasrat untuk ikut meraih dan menikmati pansa pasar. Keputusan untuk menjadi pendatang baru, dalam suatu industri acapkali menaruh komitmen baru terhadap sumber daya yang akan digunakan, sehingga harga ditekan serendah mungkin dan keuntungan dibuat kecil akibat profitabilitas industri menurun. Untuk menentukan besarnya tingkat ancaman pendatang baru dapat dilihat pada beberapa faktor:

- Kebutuhan akan modal, dalam industri batik ancaman pendatang baru relatif besar karena modal yang dibutuhkan baik modal investasi maupun modal kerja termasuk kecil, sehingga banyak industri rumah tangga yang mampu menjalankan bisnis ini.
- Skala ekonomi, jika dilihat dari skala ekonomi usaha batik Banyumas memiliki skala ekonomi yang kecil sehingga usaha ini dapat dijalankan dengan tingkat produksi yang kecil namun tetap efisien. Dengan skala ekonomi yang kecil berarti bahwa ancaman pendatang baru untuk industri batik termasuk tinggi.
- Diferensiasi produk, produk batik Banyumas memiliki tingkat diferensiasi yang cukup besar, khususnya dilihat dari sisi diferensiasi motif yang diciptakan. Tingkat diferensiasi yang tinggi akan menyulitkan masuknya pendatang baru.

- Saluran distribusi, saluran distribusi batik Banyumas dapat secara langsung maupun dengan perantara misalnya toko. Cara tersebut juga dapat dilakukan pesaing sehingga dengan kondisi saluran distribusi yang semacam ini tidak akan menghambat masuknya pesaing baru.

Dengan melihat ancaman pendatang baru industri batik Banyumas tergolong besar. Hal ini berarti bahwa untuk masuk ke industri batik Banyumas relatif mudah sehingga tingkat persaingan akan semakin besar.

2) Ancaman Produk Pengganti

Ketersediaan produk pengganti menjadi penghalang mengenai harga yang dapat ditentukan oleh pemimpin pasar dalam industri. Harga yang tinggi dapat memicu pembeli beralih ke produk pengganti.

Dalam industri batik, ancaman dari produk pengganti tergolong besar. Hal tersebut karena pembeli dapat mengganti produk kain dengan membeli produk kain non batik, jika dianggap nilai yang didapat dengan membeli produk batik lebih kecil, atau *cost* lebih besar dari manfaatnya.

3) Kekuatan Tawar Menawar Pemasok

Bila pemasok mempunyai daya/kekuatan yang cukup banyak atas industri batik, mereka dapat menaikkan harga cukup signifikan untuk mempengaruhi industri batik, hal ini pada gilirannya akan berpengaruh terhadap kemampuan mendapatkan laba.

Kekuatan tawar menawar pemasok pada industri batik dipengaruhi oleh faktor utama, yaitu pemasok. Jumlah pemasok, jumlah pemasok bahan baku batik tergolong sangat sedikit, sehingga industri batik sering tidak memiliki pilihan yang paling menguntungkan. Bahkan industri batik di Banyumas banyak yang menggantungkan pemasok dari luar wilayah, seperti yang paling banyak dari Pekalongan.

4) Rivalitas di Antara Pesaing

Rivalitas di antara pengusaha mengacu kepada semua tindakan yang ditempuh oleh perusahaan dalam kelompok industri untuk memperbaiki posisi mereka masing-masing dan memperoleh keunggulan atas para pesaingnya.

Dalam industri batik, persaingan sangat ketat, karena meskipun jumlah pengrajin/pengusaha batik Banyumas semakin menyusut dari tahun ke tahun, namun rivalitas yang paling berat justru datang dari pengusaha yang bergerak dalam batik non Banyumas. Industri yang ada di Banyumas masih menggunakan peralatan yang sederhana dengan metode pengolahan yang tradisional sehingga efisiensinya masih kurang.

c. Penerapan Strategi Pemasaran yang Efektif

Untuk dapat memenangkan dalam persaingan, maka industri batik “A” harus dapat menganalisis situasi yang ada. Analisis yang digunakan di sini adalah analisis SWOT. Analisis ini didasarkan pada pemikiran yang dapat menghasilkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) namun secara bersama-sama dapat meminimumkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman

(*threats*). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan.

Kekuatan

Beberapa kekuatan yang dimiliki oleh industri batik “A” adalah:

- Pengelola industri batik ‘A’ telah mengenal secara baik kondisi di lingkungan sekitar karena berasal dari daerah tersebut sehingga telah mengenal dengan baik lokasi, budaya maupun kebiasaan masyarakat sekitar.
- Pengelola telah memiliki pengalaman dalam mengelola usaha batik, sehingga memahami betul tentang kualitas, bahan baku, cara pembuatan/produksi dan pemasaran batik banyumas.
- Telah memiliki pasar potensial yang siap untuk digarap.
- Sikap masyarakat disekitar positif khususnya untuk menggairahkan perekonomian lingkungan sekitar.

Kelemahan

- Beberapa kelemahan yang dimiliki oleh usaha batik “A” adalah:
- Masih terbatasnya modal sehingga memiliki kendala dalam mengembangkan usaha untuk mencapai skala ekonomi yang paling efisien.
- Pengusaha terlalu mengandalkan pemasok dari Pekalongan karena belum adanya pemasok yang dekat dengan wilayah usaha. Hal ini tentu akan menaikkan biaya produksi, yang pada akhirnya mempengaruhi kemampuan bersaing produk batiknya dalam hal harga.
- Pengelolaan masih bersifat tradisional, sehingga merk produk tersebut belum banyak dikenal masyarakat.

Peluang

- Adanya MoU antara Bank Indonesia Purwokerto dan Pemerintah Kabupaten Banyumas untuk bersama-sama menggali potensi daerah dan menggerakkan sektor riil.
- Adanya kemudahan dalam pengajuan kredit bagi usaha kecil dan menengah sebagai salah satu cara untuk menambah modal kerja dan investasi untuk meningkatkan hasil produksi.
- Sikap masyarakat sekitar yang sangat mendukung usaha batik Banyumas.
- Perkembangan sektor pariwisata di Banyumas yang semakin kondusif, sehingga proses pembuatan batik dapat dijadikan sebagai salah satu tujuan wisata yang layak dikunjungi.
- Adanya perhatian internasional terhadap batik seperti pameran batik internasional yang diselenggarakan pada bulan Agustus 2007 di Pekalongan.
- Adanya kewajiban aparat pemerintah daerah kab. Banyumas untuk mengenakan batik pada satu hari kerja tertentu.

Ancaman

- Persaingan dalam industri batik sangat ketat karena banyaknya produk yang berasal dari sentra-sentra batik di Pekalongan, Solo, Yogyakarta.
- Banyaknya produk batik dengan kualitas yang lebih rendah namun dengan harga yang murah.
- Ketersediaan bahan baku terbatas dan pemasok hanya ada di kota-kota tertentu.
- Harga bahan baku mudah didikte oleh pemasok.
- Adanya penilaian dari perbankan bahwa kredit yang diberikan kepada usaha kecil dan menengah memiliki resiko yang tinggi.
- Minimnya animo angkatan kerja yang berminat menekuni batik sebagai penghidupannya, hal ini berakibat semakin sedikit generasi yang muncul menggantikan pengrajin yang sudah semakin tua dan menurun produktifitasnya.

2. Aspek Keuangan

a. Asumsi Aspek Finansial

Dalam aspek keuangan dibahas tentang kebutuhan investasi, kebutuhan modal kerja, kebutuhan operasional, perkiraan *cash flow*, perkiraan neraca dan analisis kelayakan investasi dengan menggunakan *Payback Period* (PP), *Net Present Value* (NPV), *Profitabilitas Indeks* (PI), *Internal Rate of Return* (IRR).

Dalam melakukan analisis pada aspek keuangan digunakan beberapa asumsi sebagai berikut:

- Tingkat inflasi
Asumsi tingkat inflasi yang digunakan adalah 6% pertahun, hal ini didasarkan pada tingkat inflasi nasional sebesar 6% pertahun. Sedangkan apabila dilihat dari tingkat inflasi di Purwokerto sebesar hanya 2,88% pertahun. Dalam kajian ini, laju pertumbuhan biaya operasional ditetapkan sebesar 5% pertahun lebih tinggi dari tingkat inflasi, sehingga kajian ini mengambil asumsi yang aman.
- Tingkat bunga deposito
Asumsi tingkat bunga deposito yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 14% pertahun. Angka ini didasarkan pada tingkat bunga deposito paling tinggi yang berlaku pada bank atau BPR yang sedang beroperasi di Banyumas.
- Laju pertumbuhan pendapatan
Laju pertumbuhan pendapatan dengan harga berlaku sebesar 7,72% pertahun. Dalam kajian ini laju pertumbuhan pendapatan ditetapkan sebesar 8%.

b. Permodalan dan Investasi

Industri batik 'A' memerlukan modal untuk investasi khususnya untuk pengembangan batik cap sebesar Rp 65.426.000,- (aktiva tetap). Biaya investasi ini terdiri dari biaya-biaya untuk menambah peralatan/kapasitas produksi batik jenis cap/printing. Adapun untuk bangunan, tidak diperlukan tambahan ruang

baru karena tempat yang ada masih memungkinkan untuk menampung penambahan kapasitas produksi. Peralatan-peralatan tersebut adalah meja cap, bak cuci, bak bilasan, lerekan kelir, meja gambar, cap logam untuk motif, tungku, kompor, wajan, bambu. Menggunakan penyusutan garis lurus, maka nilai akhir investasi pada akhir tahun pertama Rp 55.522.000,-, nilai sisa akhir tahun kedua Rp 49.314.000,-, nilai sisa akhir tahun ketiga sebesar Rp 43.106.000,-, nilai sisa akhir tahun keempat sebesar Rp 36.898.000,-, hingga nilai sisa akhir tahun kesepuluh sebesar Rp 3.696.000,-.

c. Perkiraan Biaya Operasional

Biaya operasional akan menentukan besarnya laba yang diperoleh dari investasi tersebut. Agar dapat memproyeksikan besarnya lab yang diperoleh maka harus diproyeksikan terlebih dahulu besarnya biaya operasional. Biaya operasional yang diperlukan pada tahun pertama adalah sebesar Rp 160.680.000,- yang terdiri dari biaya personal dan bahan-bahan produksi.

Biaya operasional ini dari tahun ke tahun meningkat sebesar 6% sebagai akibat inflasi. Dengan demikian maka besarnya biaya operasional tahun kedua diproyeksikan akan sebesar Rp 170.320.800,-.

Perkiraan Rugi/Laba

Berdasarkan asumsi yang telah dikemukakan di atas besarnya perkiraan rugi/laba selama tujuh tahun adalah sebagai berikut. Tahun pertama Rp 2.890.800, Rp 7.992.780,-, Rp 13.812.985, Rp 20.433.583,-, Rp 27.942.510, Rp 36.437.264, Rp 46.025.170,-.

d. Kelayakan Finansial

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat kelayakan proyek adalah Net Present Value (NPV), Profitability Index (PI), dan Internal Rate of Return (IRR). Berdasar perhitungan dengan asumsi 100 persen hasil produksi terjual maka secara finansial investasi untuk mengembangkan batik cap dinyatakan layak.

Berdasar pada nilai NPV diperoleh nilai Rp 400.372.756,-, dengan demikian maka investasi pada batik cap Banyumas dinyatakan layak, karena NPV menunjukkan angka yang positif. Namun analisis ini belum dapat menunjukkan perbandingan antara nilai sekarang investasi dengan nilai sekarang pengembalian. Oleh karena itu dilakukan analisis Profitabilitas Indeks. Analisis menunjukkan nilai PI sebesar 15,05, karena lebih besar dari 1 maka dinyatakan layak. Namun analisis ini belum menunjukkan berapa tingkat pengembalian investasi. Oleh karena itu dilakukan analisis dengan menggunakan internal rate of return (IRR). Berdasar perhitungan, diperoleh nilai sebesar 107%, karena lebih besar dari suku bunga deposito yang berlaku maka usaha tersebut dinyatakan layak.

III. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis deskriptif dan pembobotan, dapat disimpulkan bahwa Faktor persaingan, pemasaran, modal, bahan baku, peralatan dan regenerasi merupakan kendala yang dihadapi pengusaha Batik Banyumas. Faktor Pemasaran merupakan Faktor Kendala yang memiliki bobot yang paling besar.
2. Berdasarkan analisis finansial dengan menggunakan metode NPV, PI dan IRR diperoleh hasil bahwa usaha Batik Banyumas masih layak untuk terus dikembangkan.

B. Rekomendasi

Usaha Batik merupakan salah satu usaha yang masih potensial untuk terus dikembangkan, meskipun terdapat berbagai faktor kendala yang dihadapi oleh para pengrajin atau pengusaha batik. Untuk mendorong agar Usaha Batik banyumas dapat terus berkembang, maka diperlukan peranan pemerintah untuk memberikan dukungan, baik dari segi permodalan maupun pendampingan yang memberikan tambahan pengetahuan mengenai manajemen usaha.

Untuk mendorong usaha pemasaran, maka pemerintah dapat memfasilitasi pengusaha batik untuk diikutsertakan dalam berbagai macam kegiatan pameran usaha kecil ataupun pameran-pameran yang lain, yang memiliki keterkaitan dengan usaha batik. Pemerintah juga dapat mewajibkan karyawan pemerintah kabupaten Banyumas untuk menggunakan seragam batik yang benar-benar produksi dari pengusaha batik banyumas, karena yang terjadi selama ini karyawan masih banyak yang menggunakan seragam batik namun hasil produksi dari pekalongan, solo dan Yogya.

DAFTAR PUSTAKA

- Biro Pusat Statistik, 2003. Banyumas dalam Angka, cabang Perwakilan BPS Kantor Statistik Kabupaten Banyumas
- Husain Umar, 2001. Studi Kelayakan Bisnis, Teknik Menganalisa Kelayakan Rencana Bisnis Secara Komprehensif, Edisi 2, PT. Gramedia Pustaka Utama ,Jakarta
- Kasmir, 2004. Studi Kelayakan Bisnis, Prenada Media, Jakarta
- Muhammad Alim, 1993. Pengentasan Kemiskinan Melalui Pengembangan Industri Kecil Kerajinan: engalaman LP3ES di Kabupaten Kudus, Jateng. Seri Kajian Fiskal dan Moneter no. 11, PT Bina Rena Pariwisata, Jakarta

Simamora, Bilson. 2004. Riset Pemasaran, Falsafah, Teori dan Aplikasi, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Suad Husnan dan Suwarsono, 1999. Studi Kelayakan Proyek. UPP AMP YKPN, Yogyakarta