

# **OPTIMALISASI EKSPOR BATIK CIREBON, PASCA PELAKSANAAN MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA) PADA TAHUN 2015**

Oleh:

Agi Syarif Hidayat

E-mail: agi.syarif@yahoo.co.id

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Swadaya Gunung Djati

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to describe the optimization of Cirebon batik exports, after the implementation of the AEC in 2015. The method used is qualitative research methods. The location of research carried out in the district of Cirebon. Data was collected using interviews and documents. Activity data analysis in this research is conducted through a phase of data collection, data reduction, data display and conclusions. To optimize export batik Cirebon to ASEAN countries after the implementation of the AEC in 2015, can be implemented through 1) the development of market access that is by involving the SME Batik Cirebon in exhibitions, trade cooperation and facilitate export regulations, 2) improving the quality and quantity of the product to deliver production of technical guidance, provision of means of production, and ensuring the availability of raw materials, 3) the development of human resources batik SMEs through the provision of training in production techniques as well as export marketing batik, 4) improving access to capital through cooperation with financial institutions*

*Keywords: Export, Batik, AEC.*

## **PENDAHULUAN**

### **Latarbelakang**

Batik merupakan warisan budaya asli Indonesia yang memiliki nilai seni dan ekonomi tinggi. Pada tanggal 2 Oktober 2009, batik Indonesia, sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait, oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi, ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)). Adanya pengakuan dunia terhadap batik Indonesia meningkatkan popularitas batik dimata masyarakat lokal dan mancanegara.

Saat ini batik tidak hanya disukai oleh orang Indonesia, akan tetapi juga disukai oleh orang-orang dari luar negeri. Hal ini tentunya memberikan dampak positif bagi perkembangan industri batik nasional. Industri batik nasional mengalami pertumbuhan yang pesat dari tahun ke tahunnya. Salah satu indikator pertumbuhan industri batik nasional adalah meningkatnya nilai ekspor batik nasional setiap tahunnya. Berikut ini adalah data perkembangan nilai ekspor batik nasional tahun 2010-2014, sebagai berikut:

**Tabel 1. Perkembangan Ekspor Industri Batik Nasional Tahun 2010-2014**

<b>Tahun</b>	<b>Nilai Ekspor</b>	<b>Pertumbuhan (%)</b>
2010	22 Juta USD	
2011	58, 8 Juta USD	62,58 %
2012	278 Juta USD	78,84%
2013	320 juta USD	13,12%
2014	340 Juta USD	5,88%

*Sumber : diolah dari berbagai sumber*

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa nilai ekspor batik nasional dari tahun 2010-2014 mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan, nilai ekspor batik pada tahun 2010 adalah 22 juta USD meningkat menjadi 340 juta USD pada tahun 2014, itu artinya selama lima tahun terakhir nilai ekspor batik nasional tumbuh sebesar 1445%.

Peningkatan jumlah ekspor batik nasional tentunya akan membantu dalam menghasilkan devisa negara. Semakin tinggi ekspor, maka semakin baik neraca perdagangan nasional. Saat ini terdapat beberapa negara yang menjadi tujuan utama ekspor batik nasional seperti yang terdapat pada tabel berikut :

**Tabel 2. Negara**

<b>No</b>	<b>Negara</b>	<b>Nilai Ekspor</b>
1	Amerika Serikat	USD 81,38 Juta
2	Korea Selatan	USD 12,24 Juta
3	Jerman	USD 10,05 Juta
4	Jepang	USD 9,22 Juta
5	Perancis	USD 9,16 Juta

**Tujuan Utama Ekspor Batik Nasional Tahun 2015**

*Sumber : female.kompas.com*

Berdasarkan data diatas, dapat kita ketahui bahwa pada tahun 2015 terdapat 5 negara tujuan utama ekspor batik nasional yaitu Amerika Serikat, Korea Selatan, Jerman, Jepang dan Perancis. Amerika Serikat merupakan negara dengan nilai ekspor batik tertinggi yaitu sebesar USD 81,38 Juta. Umumnya negara-negara tujuan ekspor batik adalah negara-negara maju yang mengutamakan kualitas produk, sehingga industri batik nasional harus terus menjaga mutu produknya.

Saat ini terdapat beberapa daerah yang menjadi sentra industri batik nasional yaitu Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Cirebon dan lain-lain. Setiap daerah memiliki kekhasan masing-masing. Salah satu sentra industri batik yang mengalami perkembangan yang sangat pesat adalah industri batik Cirebon. Batik Cirebon terkenal dengan motif mega mendung yang banyak disukai oleh masyarakat.

Industri kecil dan menengah (IKM) batik Cirebon berkembang pesat selama kurang lebih 10 tahun terakhir, hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah unit usaha batik di kabupaten Cirebon. Berdasarkan data Disperindag kabupaten Cirebon, pada tahun 2014 terdapat 530 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja

mencapai orang 4.410 orang. Saat ini batik Cirebon tidak hanya dipasarkan untuk pasar domestik, tetapi juga sudah dipasarkan di pasar internasional. Berikut adalah data mengenai perkembangan ekspor batik Cirebon pada tahun 2008-2010 :

**Tabel 3. Perkembangan Ekspor Batik Cirebon tahun 2008-2010**

Tahun	Jumlah (kodi)	Nilai ekspor (rupiah)
2008	7.200 kodi	1.008.000,00
2009	7.500 kodi	1.410.973,50
2010	8.500 kodi	2.830.333,00

*Sumber : Disperindag Kabupaten Cirebon, 2015*

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa nilai ekspor batik Cirebon pada tahun 2010 mengalami perkembangan yang signifikan dibanding tahun sebelumnya yaitu sebesar 13,3% menjadi 2,8 Milliar pada tahun 2010, akan tetapi apabila dibandingkan dengan nilai ekspor batik secara nasional angkanya masih dikatakan rendah. Pada tahun 2010 nilai ekspor batik nasional adalah sebesar 22 Juta USD ([www.sinarharapan.co](http://www.sinarharapan.co)), apabila asumsi nilai dollar pada tahun 2010 adalah 10 ribu rupiah, maka total nilai ekspor batik nasional pada tahun 2010 adalah sebesar 220 Milliar rupiah, itu artinya nilai ekspor batik Cirebon hanya 1,27% dari total nilai ekspor batik nasional. Berdasarkan hal tersebut, tentunya diperlukan langkah-langkah untuk mengoptimalkan nilai ekspor batik Cirebon.

Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN pada tahun 2015, dapat menjadi peluang bagi industri batik nasional khususnya industri batik Cirebon untuk meningkatkan nilai ekspor, karena setelah diberlakukan MEA, akan terjadi kemudahan dalam melaksanakan kegiatan ekspor dan impor barang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul optimalisasi ekspor batik Cirebon pasca pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015.

### **Identifikasi Masalah**

Nilai ekspor batik Cirebon pada tahun 2010 mencapai angka 2,8 Milliar rupiah, namun kontribusi nilai ekspor batik Cirebon terhadap nilai ekspor batik nasional masih sangat rendah yaitu sebesar 1,27% pada tahun 2010. Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN dapat menjadi peluang bagi industri batik Cirebon untuk melaksanakan kegiatan ekspor batik ke negara ASEAN. Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana gambaran optimalisasi ekspor batik Cirebon pasca pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran optimalisasi ekspor batik Cirebon pasca pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015

### **Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat akademis yaitu untuk menambah wawasan dalam kajian ekspor produk batik serta menjadi rujukan bagi

peneliti selanjutnya dalam rangka pengembangan keilmuan. Adapun manfaat praktis yaitu sebagai bahan masukan bagi IKM Batik Cirebon, Pemerintah Kabupaten Cirebon serta Departemen Perdagangan RI dalam rangka optimalisasi ekspor batik Cirebon pasca pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015.

## **Tinjauan Literatur**

### **1. Ekspor**

Ekspor merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam rangka meningkatkan pendapatan negara. Menurut Amir (2000:19) ekspor adalah menjual barang kepada konsumen di luar negeri atau luar batas negara, sedangkan menurut Madura (2001:183) ekspor adalah penjualan barang dan jasa kepada pembeli yang berdomisili di negara lain. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa ekspor adalah kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen diluar negeri.

Dalam melaksanakan kegiatan ekspor terdapat beberapa pihak yang terlibat yaitu : 1) Kelompok eksportir yang terdiri dari : a) Produsen eksportir, b) Confirming house, c) Pedagang ekspor, d) Agen ekspor, e) Wisma dagang. 2) Kelompok promosi yang terdiri dari : a) Kantor perwakilan dari eksportir di negara importir, b) Kantor perwakilan KADIN didalam dan diluar negeri, c) Misi perdagangan dan pameran dagang internasional, d) Badan pengembangan ekspor nasional, e) kanotr bank devisa didalam dan diluar negeri, f) *Trade commisioner*, g) *Trade directories*, h) Brosur dan leaflet. 3) Kelompok pendukung yang terdiri dari : a) Bank devisa, 2) Badan usaha transportasi, 3) Maskapai Pelayaran, 4) Maskapai Asuransi, (Amir, 2000, 67-69).

Terdapat empat strategi yang harus dipertimbangkan para pengambil keputusan dalam melaksanakan kegiatan pemasaran ekspor yaitu 1) Keputusan manajemen untuk melaksanakan ekspor, 2) Menentukan komoditi yang akan diekspor, 3) Menganalisis kondisi negara tujuan ekspor, 4) Menetapkan pasar potensial dan segmen pasar, 5) Menentukan strategi operasional bersama mitra usaha, 6) Menentukan sistem promosi dan pemilihan media promosi, 7) mempelajari peta pemasaran komoditi tertentu, 8) Mempelajari nama dan alamat lengkap badan-badang promosi, 9) Menyiapkan brosur dan *price list*, 10) Menyiapkan surat perkenalan dan usaha dan komoditi. (Amir, 2000: 15)

Dalam melaksanakan kegiatan ekspor, terdapat beberapa hambatan yang dapat menghambat kegiatan ekspor yaitu hambatan tarif dan hambatan non tarif. Hambatan tarif merupakan pajak yang dikenakan atas barang yang dikirm secara internasional, sedangkan hambatan non tarif adalah hal yang dapat menghambat kegiatan ekspor selain pajak atau tarif. Terdapat beberapa hambatan tarif yaitu : 1) Partisipasi pemerintah dalam perdagangan, 2) Cukai dan prosedur masuk, 3) Persyaratan produk, 4) Kuota, 5) Pengendalian finansial, (Budiarto dan Tjiptono, 1997:30).

### **2. Batik**

Batik merupakan warisan budaya asli bangsa Indonesia yang memiliki nilai seni dan ekonomi yang tinggi. Batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki

kekhasan ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)). Sedangkan menurut Endik S, (1986:10) Batik merupakan suatu seni dan cara menghias kain dengan penutup lilin untuk membentuk corak hiasanya, membentuk bidang pewarnaan sedang warna itu sendiri dicelup dengan memakai zat warna biasa. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa batik adalah seni menghias kain dengan penutup lilin untuk membentuk sebuah corak sehingga memiliki kekhasan.

Berdasarkan teknik pembuatannya batik dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu : 1) Batik tulis adalah kain yang dihias dengan tekture dan corak batik menggunakan tangan. Pembuatan batik jenis ini memakan waktu kurang lebih 2-3 bulan. 2) Batik cap adalah kain yang dihias dengan tekture dan corak batik yang dibentuk dengan cap ( biasanya terbuat dari tembaga). Proses pembuatan batik jenis ini membutuhkan waktu kurang lebih 2-3 hari. 3) Batik lukis adalah proses pembuatan batik dengan cara langsung melukis pada kain putih. ([www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)).

### 3. Masyarakat Ekonomi ASEAN

Pada tahun 2003 negara-negara dikawasan Asia Tenggara telah menyepakati berdirinya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau *ASEAN Economic Community*. Masyarakat Ekonomi ASEAN dibentuk untuk mewujudkan visi ASEAN pada tahun 2020 yaitu mentransformasikan ASEAN menjadi kawasan yang stabil, makmur, dan sangat kompetitif dengan adil ekonomi pengembangan, dan mengurangi kemiskinan dan kesenjangan sosial-ekonomi.

Terdapat empat pilar yang mendasari terbentuknya masyarakat ekonomi ASEAN yaitu : 1) Pasar tunggal dan basis produksi, 2) Kawasan ekonomi berdaya saing tinggi, 3) Kawasan dengan pembangunan ekonomi yang setara, dan, 4) Kawasan yang terintegrasi penuh dengan ekonomi global (Blueprint AEC). Salah satu dampak dari pelaksanaan MEA adalah bebasnya arus keluar masuk barang dan jasa, sehingga kegiatan ekspor dan impor akan lebih mudah dilaksanakan.

### Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Bodgan dan Taylor (dalam Moloeng, 2013:4) menyebutkan bahwa “metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati”. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan data deskriptif mengenai gambaran optimalisasi ekspor batik Cirebon pasca pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Sanggar Batik Katura yang beralamat di Jl. Buyut Trusmi No. 439 Trusmi Kulon-Plered-Cirebon serta Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Cirebon yang beralamat di JL. Sunan Kalijaga, No.10 Sumber Cirebon. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan cara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2013:301). Informan yang dipilih adalah pengusaha Batik Trusmi Cirebon serta pegawai dari Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Cirebon.

Menurut Lofland dan Lofland (dalam Moleong, 2013:157), sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan berupa dokumen dan lain-lain”. Dalam penelitian ini sumber data berasal dari hasil wawancara serta dokumen resmi, buku dan internet. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dengan pengusaha batik trusmi dan karyawan di Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Cirebon, sedangkan data sekunder berupa laporan, buku dan internet.

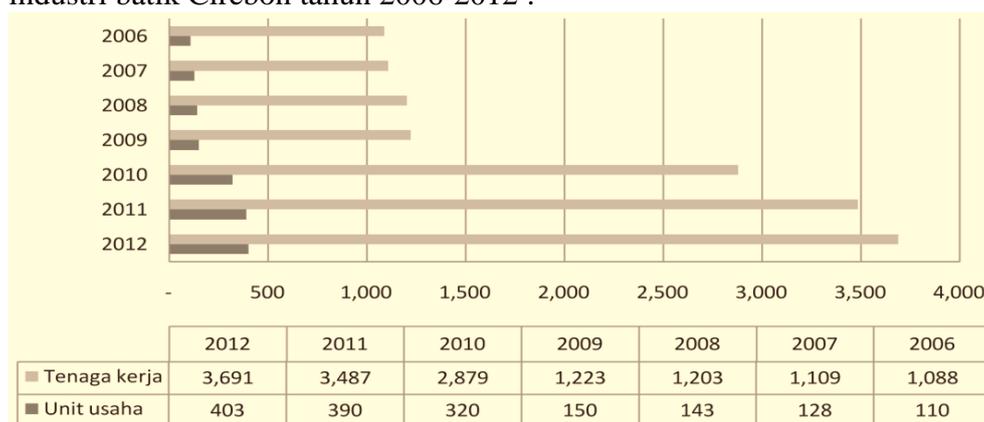
Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan wawancara dan dokumen. Cristensen (dalam Sugiyono, 2013:188) menyebutkan bahwa “Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dimana pewawancara (peneliti atau yang diberi tugas melakukan pengumpulan data) dalam mengumpulkan data mengajukan suatu pertanyaan kepada yang diwawancarai”. Sugiyono (2013:326) menyebutkan bahwa “Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang”.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan model interaktif. Miles and Huberman (dalam sugiyono, 2013:334) menyebutkan bahwa ”aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh”. Aktivitas analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahap pengumpulan data, reduksi data, *display* data dan pengambilan kesimpulan.

## PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Industri Batik Cirebon

Indonesia memiliki banyak daerah sentra industri batik, salah satunya adalah sentra industri batik Cirebon. Batik Cirebon mengalami pertumbuhan yang pesat sejak tahun 2009, pasca penetapan batik sabagai warisan budaya dunia milik Indonesia oleh UNESCO. Berikut ini adalah data mengenai perkembangan industri batik Cirebon tahun 2006-2012 :



Sumber : Rosnidah dkk, (2013:201)

**Grafik 1. Perkembangan Industri Batik Cirebon Tahun 2006-2012**

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa dari tahun 2006-2012, industri batik terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2006 jumlah unit usaha batik adalah 110 unit dan pada tahun 2012 menjadi 403 unit usaha, itu artinya selama

periode 2006-2012 Industri batik Cirebon telah berkembang sebesar 266%. Jumlah tenaga kerja di sektor industri batik Cirebon pada tahun 2012 berjumlah 3.691 orang, berkembang 239% dari tahun 2006.

Pada tahun 2014, terdapat 530 unit usaha batik yang tersebar diberbagai kecamatan dikabupaten Cirebon. Berikut ini adalah sebaran unit usaha batik Cirebon:

**Tabel 4. Sebaran Unit Usaha Batik Cirebon Tahun 2014**

No	Sebaran Unit Usaha Batik Berdasarkan Desa	Sebaran Unit Usaha Batik Berdasarkan Desa Kecamatan	Jumlah Berdasarkan Desa	Jumlah Berdasarkan Kecamatan
1	Desa Ciwaringin	Ciwaringin	122	122
2	Desa Gamel	Plered	17	
3	Desa Panembahan	Plered	26	
4	Desa Sarabau	Plered	16	
5	Desa Trusmi Kulon	Plered	88	275
6	Desa Trusmi Wetan	Plered	76	
7	Desa Wotgali / Kaliwulu	Plered	52	
8	Desa Marikangen	Plumbon	1	1
9	Desa Dawuan	Tengah Tani	1	
10	Desa Kalibaru	Tengah Tani	43	130
11	Desa Kalitengah	Tengah Tani	86	
12	Desa Weru	Weru	2	2
<b>Total</b>			<b>530</b>	<b>530</b>

Sumber : Disperindag Kabupaten Cirebon, 2015

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa pada tahun 2014, terdapat 11 desa yang menjadi sentra industri batik Cirebon. Desa ciwaringin adalah desa dengan jumlah unit usaha batik paling banyak yaitu sebanyak 122 unit usaha batik, sedangkan kecamatan Plered adalah kecamatan dengan jumlah unit usaha paling banyak yaitu 275 unit usaha atau 50,9% dari total unit usaha batik yang ada di kabupaten Cirebon. Kecamatan Plered terkenal dengan sentra batik trusmi Cirebon yang menjadi ikon batik Cirebon. Selanjutnya terdapat data mengenai statistik industri batik Cirebon pada tahun 2014 sebagai berikut :

**Tabel 5. Statistik Industri Batik Cirebon Tahun 2014**

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah Unit Usaha	530 Unit Usaha
2	Jumlah Tenaga Kerja	4.410 Orang
3	Nilai Investasi	Rp. 12,520,832,000
4	Kapasitas Produksi	423,410 Potong
5	Nilai Produksi	Rp. 128,319,140,000

Sumber : Disperindag Kabupaten Cirebon, 2015

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa pada tahun 2014, kapasitas produksi industri batik Cirebon mencapai 423.410 potong dan nilai produksi mencapai Rp. 128.319.140.000 atau 128 Milliar. Jumlah tenaga kerja batik adalah 4.410 orang.

## **Optimalisasi Ekspor Batik Cirebon Pasca Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN Pada Tahun 2015**

Industri Batik Cirebon, mengalami pertumbuhan yang pesat dalam kurun waktu 10 tahun terakhir, hal ini terlihat dari perkembangan jumlah unit usaha serta nilai produksi batik Cirebon, akan tetapi apabila kita melihat data ekspor batik Cirebon pada tahun 2010, nilai ekspor batik Cirebon menunjukkan angka yang tidak signifikan. Pada tahun 2010, ekspor batik Cirebon sebesar 2,8 miliar, apabila dibandingkan dengan nilai ekspor batik nasional yang mencapai kurang lebih 220 Milliar, maka kontribusi ekspor batik Cirebon hanya sebesar 1,27%.

Berdasarkan data yang terdapat di kantor Disperindag Kabupaten Cirebon, data ekspor batik Cirebon hanya tersedia sampai tahun 2010, hal ini dikarenakan setelah tahun 2010, disperindag kabupaten Cirebon kesulitan untuk melakukan pendataan ekspor batik. Alasan utama kenapa sulitnya melakukan pendataan ekspor batik yaitu karena para pengusaha batik Cirebon melakukan kegiatan penjualan batik keluar negeri secara langsung yaitu via ekspedisi atau penjualan langsung kepada orang yang membeli diluar negeri. Sebagai contoh disalah satu unit usaha batik ada permintaan batik dari jepang, dengan pesanan hanya 10 kain batik, maka pengiriman barang hanya dikirm lewat paket, sehingga tidak melalui prosedur ekspor yang rumit. Umumnya batik Cirebon yang dijual ke luar negeri adalah batik halus, bukan batik print, sehingga meskipun secara kuantitas tidak terlalu banyak tetapi harga jualnya sangat tinggi.

Batik memiliki karakteristik yang berbeda dengan rotan. Penjualan rotan dari kabupaten Cirebon ke negara-negara eropa atau jepang dilakukan melalui prosedur ekspor yang baku dan menggunakan kontainer karena furniture rotan ukurannya besar, sedangkan batik merupakan produk yang memiliki ukuran kecil dan berat yang sangat ringan tetapi memiliki nilai jual tinggi, sehingga tanpa melalui kontainer pun, penjualan batik dapat dilakukan menggunakan paket kiriman barang ke negara tujuan, atau penjualan langsung dengan koper.

Secara umum industri batik Cirebon menghasilkan batik tulis dan batik cap. Proses pengerjaan batik tulis menghabiskan waktu yang cukup lama. Berdasarkan hasil wawancara menyebutkan bahwa untuk menghasilkan 1 lembar kain batik halus diperlukan waktu kurang lebih 1 bulan, sedangkan batik cap bisa lebih cepat lagi. Apabila membandingkan dengan idustri batik yang ada di daerah Pekalongan, Yogyakarta dan Solo, industri batik tesebut sudah memproduksi kain bermotif batik dengan metode print sehingga kapasitas produksinya lebih besar dan harganya lebih murah, sehingga penjualan ekspor ke negara-negara seperti Amerika, Eropa dan Asia Timur dapat dilakukan dengan kontainer karena jumlah barang yang sangat banyak.

Salah satu faktor yang menyebabkan kenapa industri batik Cirebon masih melakukan penjualan batik secara langsung dan dalam jumlah kecil karena para pengrajin batik menghasilkan batik halus dan cap sehingga kapasitas produksinya terbatas meskipun nilai jualnya tinggi, sedangkan untuk melakukan ekpor dengan menggunakan kontainer harus ada jumlah barang yang banyak, sehingga penjualan batik secara langsung atau via paket dianggap sebagai metode yang paling efisien.

Saat ini negara-negara ASEAN belum menjadi tujuan utama ekspor batik nasional maupun batik Cirebon. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak katura, menyebutkan bahwa “penjualan batik keluar negeri masih didominasi ke

negara Jepang, sedangkan negara ASEAN belum ada, penjualan batik ke negara Jepang biasanya adalah batik halus, karena orang Jepang lebih mengutamakan kualitas produknya". Batik halus merupakan batik dengan kualitas paling tinggi dan proses pengerjaan paling lama sehingga harga jual produknya paling tinggi bisa mencapai harga 5-15 juta rupiah per lembar kain batiknya.

Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015 dapat menjadi peluang bagi industri batik Cirebon untuk memperluas pangsa pasar penjualan batik, tidak hanya ke negara-negara Asia Timur atau Eropa, tetapi juga negara ASEAN, karena setelah pelaksanaan MEA terdapat berbagai kemudahan dalam melaksanakan kegiatan ekspor ke negara-negara ASEAN. Salah satu kemudahan dalam melaksanakan kegiatan ekspor adalah tidak adanya hambatan tarif dalam kegiatan ekspor. Hal ini tentunya menjadi keuntungan bagi pelaku usaha karena harga jual akan menjadi lebih kompetitif serta pangsa pasar akan semakin luas.

Pelaksanaan MEA pada tahun 2015 selain memberikan peluang tetapi dapat menjadi ancaman bagi industri batik Cirebon. Adanya kemudahan dalam kegiatan ekspor barang dan jasa memungkinkan produk-produk dari luar negeri dengan mudah masuk ke Indonesia. Apabila hal tersebut tidak diantisipasi dengan baik maka akan menjadi ancaman dalam penjualan produk batik. Berikut ini merupakan pemetaan atau analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman Industri Batik Cirebon pasca pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN pada tahun 2015 :

**Tabel 6. Matriks Analisis SWOT Ekspor Batik Cirebon Pasca MEA 2015**

		FAKTOR EKSTERNAL	
		PELUANG (OPPORTUNITY)	ANCAMAN (THREAT)
FAKTOR INTERNAL		1. Peningkatan minat pasar luar negeri terhadap batik Cirebon 2. Adanya kemudahan (kebebasan tarif dalam ekspor pasca MEA)	1. Adanya produk pesaing dari China (batik tekstil) dengan harga yang lebih murah 2. Adanya proteksi dari beberapa negara
<b>KEKUATAN (STRENGTH)</b>	<b>Strategi SO /Comparative Advantage.</b> Memungkinkan industri bisa berkembang lebih cepat	<b>Strategi ST/ Mobilization</b> Menggunakan kekuatan yang dimiliki dengan cara menghindari ancaman	
1. Kualitas produk yang baik 2. Terdapat banyak corak/ragam motif	1. Meningkatkan kapasitas produksi 2. Membuka pangsa pasar baru di negara ASEAN	1. Menjaga kualitas produk 2. Melakukan koordinasi dengan pihak terkait untuk menghindari hambatan non tarif dalam kegiatan ekspor	
<b>KELEMAHAN (WEAKNESS)</b>	<b>Strategi WO/ Divestmen/ Investment</b> Pemanfaatan peluang dengan cara mengatasi kelemahan yang ada.	<b>Strategi WT/ Damage Control</b> (mengendalikan kerugian) Meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman	
1. Skala produksi masih rendah 2. Akses terhadap pasar belum terlalu besar 3. Penguasaan teknologi masih	1. Memaksimalkan segmen pasar batik halus 2. Bekerjasama dengan pihak terkait untuk melakukan promosi	1. Meminta bantuan permodalan untuk meningkatkan kapasitas usaha 2. Adanya pembinaan teknis	

rendah	3. Mengembangkan metode batik print.	metode produksi batik menggunakan metode print
--------	--------------------------------------	--

*Sumber : hasil penelitian, 2015*

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa kekuatan utama industri batik Cirebon adalah kualitas produk yang bagus dan banyaknya ragam/corak motif batik. Salah satu motif batik Cirebon yang paling populer adalah motif batik mega mendung. Motif batik mega mendung banyak disukai oleh masyarakat lokal dan mancanegara dan telah menjadi ikon batik Cirebon. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengrajin batik Cirebon, menyebutkan bahwa batik Cirebon memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan batik didaerah lain karena memiliki tingkat kehalusan yang lebih baik dan motif yang lebih rumit.

Faktor-faktor yang menjadi kelemahan batik Cirebon adalah skala produksi yang masih rendah. Industri batik Cirebon umumnya menghasilkan batik cap atau batik halus dan masih jarang yang menghasikan batik print, sehingga output produksinya masih relatif rendah. Tidak sedikit *showroom* batik trusmi yang mengambil barang dari daerah pekalongan dan solo karena hasil produksi internal kurang. Selain itu faktor yang menjadi kelemahan adalah lemahnya akses pasar ke negara-negara ASEAN. Saat ini ekspor batik dari Cirebon masih dilakukan secara langsung dan belum terkoordinasi pemasarannya secara baik.

Terdapat peluang dan ancaman pasca pelaksanaan MEA tahun 2015. Faktor-faktor yang dapat menjadi peluang bagi industri batik Cirebon adalah meningkatkan permintaan pasar luar negeri terhadap batik Cirebon serta adanya kemudahan dalam melaksanakan kegiatan ekspor karena tidak ada hambatan tarif dalam kegiatan ekspor terdapat beberapa faktor yang menjadi ancaman bagi industri batik Cirebon yaitu adanya produk tekstil batik dari negara china dengan harga yang sangat murah serta adanya proteksi dari beberapa negara. Berdasarkan hasil wawancara dengan pegawai di disperindag kabupaten Cirebon menyebutkan bahwa “negara malaysia cukup protektif terhadap produk batik indonesia karena malaysia memiliki batik sendiri yang terkenal yaitu batik kelantan. Sebagai contoh kain batik dalam bentuk sarung sangat susah masuk ke negara malaysia.”

Untuk memaksimalkan nilai ekspor batik Cirebon, khususnya ke negara-negara ASEAN pasca pelaksanaan MEA diperlukan berbagai upaya untuk mengembangkan industri batik. Menurut Menteri Perindustrian Saleh Husein sebagaimana dikutip dari [www.wartakota.com](http://www.wartakota.com) menyebutkan bahwa “Kementerian Perindustrian sebagai fasilitator negara dalam mengembangkan sektor industri memberikan fasilitasi terhadap IKM Batik, di antaranya : 1) Pelatihan terhadap IKM Batik yang dapat berupa pelatihan teknis produksi, desain, dan manajemen produksi dan pemasaran, 2) Bimbingan teknis terhadap IKM Batik secara intensif dengan tujuan memberikan masukan dan solusi terhadap produk yang dihasilkan IKM sehingga produk yang dihasilkan lebih baik dari segi kualitas maupun kuantitas, 3) Bantuan alat terhadap IKM Batik untuk menunjang produksi batik, 4) Fasilitasi promosi dan pemasaran dengan mengikutsertakan IKM Batik pada pameran berskala nasional maupun internasional.

Rini dkk (2015), menyebutkan bahwa pengembangan iklim usaha batik dapat dilaksanakan melalui strategi : 1) memberikan akses permodalan, 2) pengembangan pemasaran, 3) pengembangan sarana dan prasarana dan 4) penembangan sumber daya manusia. Untuk dapat menembus pasar ekspor.

Sedangkan berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Katura, menyebutkan bahwa, “untuk melaksanakan kegiatan ekspor yang dibutuhkan adalah adanya pendampingan dalam membuka akses pemasaran serta adanya pelatihan mengenai kegiatan ekspor barang”.

Dalam melaksanakan kegiatan ekspor, umumnya industri batik masih kebingungan untuk melaksanakan kegiatan pemasaran ekspor. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan agar produk dapat menembus pasar ekspor yaitu : 1) memperhatikan standar mutu produk, 2) menjaga konsistensi pasokan produk, 3) memahami aturan ekspor-impor, 4) mengetahui prosedur teknis ekspor ([www.bisnisukm.com](http://www.bisnisukm.com)).

Berdasarkan hasil wawancara serta hasil penelitian terdahulu mengenai pengembangan industri batik, dapat dirumuskan bahwa, untuk mengoptimalkan ekspor batik Cirebon ke negara ASEAN pasca pelaksanaan MEA pada tahun 2015, dapat dilaksanakan melalui 1) pengembangan akses pasar, 2) peningkatan kualitas dan kuantitas produk, 3) pengembangan sumber daya manusia, 4) peningkatan akses modal.

Pengembangan akses pasar adalah hal penting dalam melaksanakan kegiatan ekspor, karena umumnya industri batik Cirebon belum mendapatkan akses pemasaran ke negara-negara ASEAN. Strategi pengembangan akses pasar dilaksanakan dengan mengikutsertakan IKM batik Cirebon dalam kegiatan pameran, kerjasama perdagangan serta mempermudah regulasi ekspor.

Untuk dapat menembus pasar ekspor, maka IKM batik Cirebon harus memperhatikan standar mutu yang ditetapkan negara tujuan ekspor. Pengembangan kualitas dan kuantitas produk dapat dilaksanakan dengan memberikan pembinaan teknis produksi, pemberian bantuan alat-alat produksi serta menjamin ketersediaan bahan baku oleh pemerintah.

SDM industri batik Cirebon umumnya telah berusia lanjut, hal ini dikarenakan regenerasi yang lambat dalam pengembangan SDM industri batik. Pengembangan sumber daya manusia dilaksanakan melalui pemberian pelatihan mengenai teknis produksi serta pemasaran ekspor batik. Kegiatan ekspor tentunya akan membutuhkan biaya yang besar, sehingga diperlukan kemudahan akses permodalan bagi IKM batik Cirebon melalui kerjasama dengan lembaga keuangan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diketahui bahwa pada tahun 2014, terdapat 503 unit usaha batik di kabupaten Cirebon dengan jumlah tenaga kerja mencapai 4.410 orang, serta nilai produksi mencapai Rp. 128.319.140.000. Kontribusi nilai ekspor batik Cirebon terhadap nilai ekspor batik nasional masih sangat rendah yaitu hanya 1,27% atau sebesar 2,8 Miliar pada tahun 2010. Kegiatan ekspor batik Cirebon masih dilakukan dalam skala kecil dan dengan metode yang sederhana yaitu penjualan langsung kepada pembeli diluar negeri. Jepang adalah negara tujuan ekspor batik Cirebon yang paling besar, sedangkan negara ASEAN belum menjadi prioritas ekspor batik Cirebon. Untuk mengoptimalkan ekspor batik Cirebon ke negara ASEAN pasca pelaksanaan MEA pada tahun 2015, dapat dilaksanakan melalui 1) pengembangan akses pasar yaitu

dengan mengikutsertakan IKM batik Cirebon dalam kegiatan pameran, kerjasama perdagangan serta mempermudah regulasi ekspor, 2) peningkatan kualitas dan kuantitas produk yaitu dengan memberikan pembinaan teknis produksi, pemberian bantuan alat-alat produksi serta menjamin ketersediaan bahan baku, 3) pengembangan sumber daya manusia melalui pemberian pelatihan mengenai teknis produksi serta pemasaran ekspor batik, 4) peningkatan akses modal melalui kerjasama dengan lembaga keuangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amir MS. (2000). *Seluk Beluk Perdagangan Luar Negeri*. Jakarta : PPM
- ASEAN. (2008). *ASEAN Economic Community Blueprint*. Jakarta : Sekretariat ASEAN
- Budiaarto, Teguh dan Tjiptono, Fandi. (1997). *Pemasaran Internasional*. Yogyakarta : BPFE
- Disperindag Kabupaten Cirebon. (2015). *Perkembangan IKM Batik Cirebon*. Cirebon : Disperindag Kabupaten Cirebon
- Endik S. (1986). *Seni Membatik*. Jakarta: PT Safir Alam.
- Madura, Jeff. (2001). *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat.
- Moleong. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda.
- Purnomo, Kristianto. (2015). *Amerika Serikat Jadi Tujuan Ekspor Terbesar Batik*. Tersedia di : <http://female.kompas.com/read/2015/10/04/140600020/amerika.serikat.jadi.tujuan.ekspor.terbesar.batik>. [8 Nopember 2015]
- Rini, EP., Pratiwi RN., Adiono R. (2015). *Strategi Menciptakan Iklim Ukm Pada Industri Kreatif Batik Tulis (Studi pada Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri)*. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol. 3, No. 12, Hal. 2021-2027
- Rosnidah, I., Mahadianto, Y dan Setiawan, A. (2013). Pengembangan dan Daya Saing Industri Rotan dan Batik dalam Menghadapi Tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015, (Studi Kasus Pada Industri Rotan dan Batik di Kabupaten Cirebon-Jabar). Dalam Seminar Nasional dan Sidang Pleno ISEI XVI. Jambi, 18-20 September 2013. Hal 197-211.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- \_\_\_\_\_.(2014). *Strategi Pemasaran Agar Produk Menembus Pasar Ekspor*. Tersedia di : <http://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-agar-produk-menembus-pasar-ekspor.html>. [3 Nopember 2015]
- \_\_\_\_\_.(2015). *Batik*. Tersedia di : <https://id.wikipedia.org/wiki/Batik>. [8 Nopember 2015]
- \_\_\_\_\_. (2015). *Ekspor Batik Ditargetkan Capai US\$ 1,5 miliar hingga 2019*. Tersedia di : <http://www.sinarharapan.co/news/read/150625002/ekspor-batik-ditargetkan-capai-us-1-5-miliar-hingga-2019>. [4 Nopember 2015]
- \_\_\_\_\_. (2015). *Menperin : Industri Batik Alami Perkembangan Pesat*. Tersedia di : <http://wartaekonomi.co.id/read/2015/06/24/62136/menperin-industri-batik-alami-perkembangan-pesat.html>. [5 Nopember 2014]