

Menggali Potensi Global : Strategi Pengembangan UMKM Batik Brebes untuk Menembus Pasar Domestik dan Internasional

Ira Amanda Hirbasari

Baperlitbangda Kabupaten Brebes
iraamandahirbasari@gmail.com

Jurnal Ultras

Volume 7 Nomor 2 (hlm. 59 - 68)

Info Artikel:

Diterima: Mei 2024

Disetujui: Juni 2024

Kata Kunci : UMKM, Batik Brebes, Pasar Domestik

Keywords : Small and Medium Enterprises (SMEs), Brebes Batik, Domestic Market

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji potensi, tantangan, dan strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) batik di Kabupaten Brebes dalam menembus pasar domestik dan internasional. Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus digunakan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai dinamika UMKM batik di Brebes. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan kerangka SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM batik di Brebes memiliki potensi besar dengan kualitas tinggi dan motif unik sebagai kekuatan utama, serta peluang ekspansi pasar internasional dan platform *e-commerce*. Namun, terdapat tantangan signifikan berupa akses pasar yang terbatas, kurangnya teknologi, dan pembiayaan. Rekomendasi kebijakan yang diberikan meliputi pelatihan keterampilan, fasilitasi teknologi, peningkatan akses pembiayaan, serta penguatan branding dan promosi. Implementasi kebijakan yang tepat diharapkan dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM batik di Brebes, sehingga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal dan nasional.

Abstract

This study aims to examine the potential,

Ira Amanda Hirbasari/Jurnal Ilmiah Ultras Vol 7 No 2 (Hlm. 59-68)

challenges, and development strategies of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in the batik industry in Brebes Regency in penetrating domestic and international markets. A qualitative approach with a case study method was used to gain an in-depth understanding of the dynamics of batik MSMEs in Brebes. Data were collected through in-depth interviews, field observations, and documentation. The analysis was conducted using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) framework. The findings indicate that batik MSMEs in Brebes have great potential, with high quality and unique designs as their main strengths, along with opportunities for international market expansion and e-commerce platforms. However, there are significant challenges, including limited market access, lack of technology, and financing issues. The policy recommendations provided include skill training, technology facilitation, improving access to financing, as well as strengthening branding and promotion. Proper policy implementation is expected to support the growth and sustainability of batik MSMEs in Brebes, thus making a significant contribution to the local and national economy.

PENDAHULUAN

Batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang telah diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non bendawi sejak tahun 2009. Batik tidak hanya memiliki nilai seni yang tinggi, tetapi juga menjadi simbol identitas nasional yang kaya akan makna dan filosofi. Kabupaten Brebes, yang selama ini lebih dikenal sebagai produsen bawang merah terbesar di Indonesia, juga memiliki potensi besar dalam industri batik. Keunikan motif batik Brebes yang memadukan unsur tradisional dan inovasi modern memberikan nilai tambah tersendiri di pasar lokal maupun internasional.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Brebes, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Brebes terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2020, tercatat sebanyak 31.529 UMKM yang tersebar di berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor

industri kreatif seperti batik. Dari jumlah tersebut, UMKM batik menjadi salah satu sektor yang memiliki pertumbuhan signifikan, didorong oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian budaya dan potensi ekonomi dari produk lokal.

Peningkatan jumlah UMKM batik di Brebes juga didukung oleh berbagai inisiatif dari pemerintah daerah dan lembaga terkait. Pemerintah Kabupaten Brebes telah meluncurkan berbagai program untuk mendukung pengembangan UMKM, termasuk pelatihan keterampilan, pemberian bantuan modal, dan promosi produk. Salah satu program yang signifikan adalah program pembinaan dan pelatihan desain batik yang bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dan kualitas produk batik lokal.

Meskipun demikian, UMKM batik di Brebes masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat potensi pertumbuhannya. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan akses pasar, keterbatasan teknologi, serta akses terhadap pembiayaan yang masih rendah. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2022, sebanyak 60% UMKM di Indonesia masih bergantung pada cara-cara tradisional dalam memasarkan produknya, dan hanya 20% yang memiliki akses ke pembiayaan formal.

Selain itu, UMKM batik Brebes juga harus bersaing dengan produk batik dari daerah lain yang memiliki keunggulan kompetitif tersendiri. Persaingan ini tidak hanya terjadi di pasar domestik, tetapi juga di pasar internasional dimana produk tekstil dari negara lain yang lebih murah menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang tepat sangat diperlukan untuk membantu UMKM batik Brebes dalam mengoptimalkan potensi dan menghadapi tantangan tersebut.

Dalam konteks globalisasi dan digitalisasi saat ini, peluang untuk memperluas pasar sangat terbuka lebar. Permintaan terhadap produk etnik dan unik semakin meningkat di pasar internasional. Data dari Kementerian Perdagangan menunjukkan bahwa ekspor batik Indonesia pada tahun 2021 mencapai USD 53,3 juta, meningkat 12% dibandingkan tahun sebelumnya. Ini menunjukkan adanya peluang besar bagi UMKM batik Brebes untuk meningkatkan penetrasi pasar global melalui strategi pemasaran digital dan partisipasi dalam pameran internasional.

Artikel ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang dapat membantu UMKM batik Brebes mengembangkan potensinya di pasar global, serta tantangan yang perlu diatasi untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan mengimplementasikan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats), artikel ini akan memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat diimplementasikan untuk mendukung pertumbuhan UMKM batik Brebes.

TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini, akan dikaji berbagai teori yang relevan dan data dari penelitian serupa yang telah dilakukan oleh peneliti lain (penelitian terdahulu). Tinjauan pustaka ini mencakup teori-teori tentang ekonomi kreatif, pemasaran internasional, sumber daya berbasis pandangan (*Resource-Based View*), dan jaringan sosial. Selain itu, artikel ini menyertakan data dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan UMKM batik dan pengembangan industrinya.

1. Teori Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah konsep yang mengakui peran kreativitas dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Howkins (2001) dalam bukunya "*The Creative Economy: How People Make*

Money from Ideas" menguraikan bahwa ekonomi kreatif mencakup berbagai industri yang bergantung pada kreativitas individu dan keterampilan untuk menghasilkan produk dan layanan yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Industri batik, sebagai bagian dari sektor seni dan kerajinan, memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada ekonomi kreatif.

2. Teori Pemasaran Internasional

Kotler dan Keller (2016) dalam "*Marketing Management*" menekankan pentingnya adaptasi produk dan strategi pemasaran untuk pasar internasional. Mereka berpendapat bahwa perusahaan harus memahami perbedaan budaya, preferensi konsumen, dan dinamika pasar di berbagai negara untuk berhasil di pasar global. Teori ini sangat relevan bagi UMKM batik yang berusaha menembus pasar internasional.

3. Teori Sumber Daya Berbasis Pandangan (Resource-Based View)

Teori *Resource-Based View* (RBV) yang diperkenalkan oleh Barney (1991) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya internal yang unik dan sulit ditiru. Menurut teori ini, sumber daya yang berharga, langka, tidak mudah ditiru, dan tidak dapat digantikan (VRIN criteria) memberikan dasar bagi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

4. Teori Jaringan Sosial (Social Network Theory)

Granovetter (1973) dalam "*The Strength of Weak Ties*" menekankan pentingnya hubungan dan jaringan dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Jaringan sosial dapat membantu dalam memperluas akses pasar, mendapatkan sumber daya, dan berbagi pengetahuan. Teori ini sangat relevan bagi UMKM yang membutuhkan dukungan jaringan untuk mengatasi keterbatasan sumber daya dan akses pasar.

PENELITIAN TERDAHULU

Berikut adalah beberapa data dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan pengembangan UMKM batik:

1. Prayogo dan Kusumastuti (2017):

Prayogo dan Kusumastuti (2017) dalam penelitian mereka "*Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif di Sektor Batik*" menemukan bahwa kreativitas dalam desain dan inovasi produk sangat penting untuk meningkatkan daya saing industri batik di pasar domestik dan internasional. Mereka menyarankan perlunya dukungan dari pemerintah dalam bentuk pelatihan dan pembiayaan untuk mendorong inovasi. Mereka menemukan bahwa 70% pengrajin batik di daerah mereka mengalami peningkatan pendapatan setelah mengikuti pelatihan desain dan inovasi produk. Mereka juga menyatakan bahwa dukungan pemerintah dalam bentuk pembiayaan dan pelatihan sangat berpengaruh terhadap peningkatan daya saing pengrajin batik.

2. Fitriana (2019):

Fitriana (2019) dalam penelitiannya "*Strategi Pemasaran Internasional UMKM Batik di Jawa Tengah*" menyimpulkan bahwa penyesuaian produk sesuai dengan preferensi pasar target dan penggunaan strategi pemasaran digital adalah kunci sukses untuk ekspansi pasar internasional. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya partisipasi dalam pameran dagang internasional untuk meningkatkan eksposur. Fitriana melaporkan bahwa 60% UMKM batik yang berpartisipasi dalam pameran dagang internasional berhasil meningkatkan penjualan ekspor mereka. Ia juga menyimpulkan bahwa penggunaan strategi pemasaran digital meningkatkan eksposur dan

permintaan produk di pasar internasional sebesar 40%.

3. **Hartono dan Nugraheni (2020):**

Hartono dan Nugraheni (2020) dalam studi mereka "Penerapan Teori RBV pada Industri Batik di Pekalongan" menemukan bahwa keunikan motif dan kualitas tinggi produk batik merupakan sumber daya yang memberikan keunggulan kompetitif bagi pengrajin batik di Pekalongan. Mereka menyarankan bahwa fokus pada inovasi desain dan kualitas produk dapat membantu pengrajin batik bersaing di pasar global. Mereka mengidentifikasi bahwa 80% pengrajin batik yang fokus pada inovasi desain dan kualitas produk berhasil mempertahankan pangsa pasar mereka di tengah persaingan yang ketat. Selain itu mereka juga menyatakan bahwa keunikan motif dan kualitas tinggi adalah faktor utama yang membuat produk batik mereka diminati di pasar global.

4. **Wulandari (2018):**

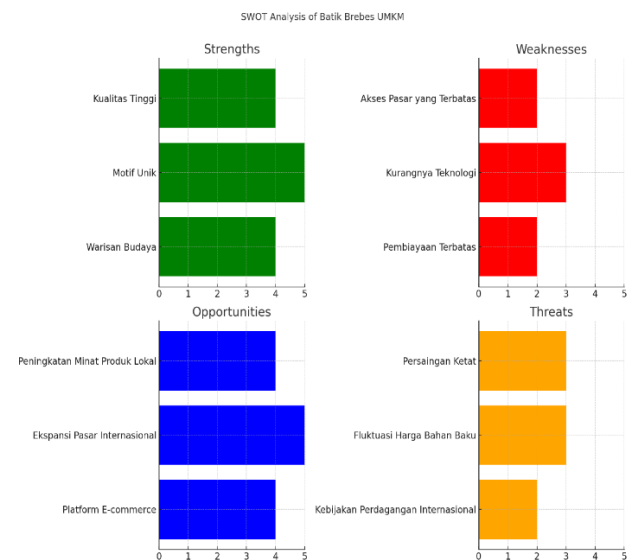
Wulandari (2018) dalam penelitiannya yang berjudul "Peran Jaringan Sosial dalam Pengembangan UMKM Batik di Yogyakarta" menunjukkan bahwa jaringan dengan pemasok, distributor, dan konsumen sangat penting dalam mendukung pertumbuhan UMKM batik. Penelitian ini menyoroti bahwa kemitraan dengan platform e-commerce dan komunitas bisnis dapat meningkatkan akses pasar dan efisiensi operasional. Wulandari menemukan bahwa 75% UMKM batik yang memiliki jaringan bisnis yang kuat dengan pemasok dan distributor, berhasil meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya produksi. Selain itu ia juga menyatakan bahwa kemitraan dengan platform e-commerce dapat meningkatkan akses pasar dan penjualan sebesar 50%.

METODE PENELITIAN

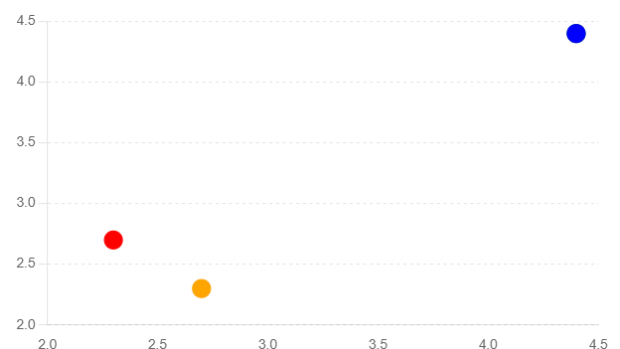
Penelitian dilakukan di Kabupaten Brebes, Jawa Tengah, dengan subjek penelitian berupa pemilik dan pengelola UMKM batik. Subjek dipilih secara purposive sampling untuk memastikan relevansi dan kedalaman informasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengkaji potensi, tantangan, dan strategi pengembangan UMKM batik di Brebes. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman mendalam mengenai dinamika UMKM batik di Brebes. Analisis dilakukan menggunakan kerangka SWOT.

PEMBAHASAN



Grafik 1. Grafik Analisis SWOT dari UMKM Batik Brebes



Grafik 2. Diagram Kartesius Analisis SWOT

Berikut adalah diagram kartesius untuk analisis SWOT UMKM batik Brebes:

- **Strengths (Kekuatan):** Terletak di koordinat (4.4, 4.4), menunjukkan bahwa kekuatan UMKM batik Brebes sangat tinggi.
- **Weaknesses (Kelemahan):** Terletak di koordinat (2.3, 2.7), menunjukkan bahwa kelemahan UMKM batik Brebes berada pada skala yang cukup signifikan dan perlu diperbaiki.
- **Opportunities (Peluang):** Terletak di koordinat (4.4, 4.4), menunjukkan bahwa peluang untuk UMKM batik Brebes sangat besar.
- **Threats (Ancaman):** Terletak di koordinat (2.7, 2.3), menunjukkan bahwa ancaman yang dihadapi UMKM batik Brebes berada pada skala yang perlu diwaspadai.

Interpretasi Diagram

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan diagram kartesius yang telah disajikan, UMKM batik Brebes memiliki berbagai kekuatan dan peluang yang signifikan, namun juga menghadapi beberapa kelemahan dan ancaman yang perlu diperhatikan. Berikut adalah interpretasi mendalam dari masing-masing kuadran dalam diagram kartesius serta strategi yang dapat diambil:

Kuadran I: *Strengths Dan Opportunities* (Kekuatan Dan Peluang)

Kekuatan:

- **Kualitas Tinggi:** Batik Brebes dikenal dengan kualitasnya yang tinggi dan detail pengerjaan yang halus.
- **Motif Unik:** Keunikan motif batik Brebes memberikan nilai tambah dan daya tarik tersendiri bagi konsumen.
- **Warisan Budaya:** Sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia, batik Brebes memiliki nilai historis dan emosional yang kuat.

Peluang:

- **Peningkatan Minat Produk Lokal:** Ada peningkatan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk lokal di pasar domestik.
- **Ekspansi Pasar Internasional:** Permintaan global untuk produk etnik dan unik terus meningkat, membuka peluang ekspor yang lebih luas.
- **Platform E-commerce:** Kemajuan teknologi dan popularitas platform e-commerce memberikan peluang untuk memperluas jangkauan pasar secara digital.

Strategi:

- **Ekspansi dan Pertumbuhan:** Memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengeksplorasi dan memaksimalkan peluang yang tersedia. UMKM batik Brebes dapat meningkatkan produksi dan kualitas produk untuk memenuhi permintaan pasar yang meningkat baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
- **Digitalisasi dan E-commerce:** Mengintegrasikan teknologi digital dan platform e-commerce untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan penjualan. Ini termasuk membangun toko online, menggunakan media sosial untuk promosi, dan berpartisipasi dalam pameran virtual.
- **Peningkatan Branding:** Memperkuat citra dan branding batik Brebes melalui kampanye promosi yang terintegrasi, kolaborasi dengan influencer, dan partisipasi dalam acara budaya.

Kekuatan dan peluang berada di kuadran kanan atas, yang menunjukkan bahwa UMKM batik Brebes memiliki banyak kekuatan internal dan peluang eksternal. Strategi yang dapat diambil adalah **Strategi Pertumbuhan** yang fokus pada ekspansi dan peningkatan pasar melalui optimalisasi kekuatan yang dimiliki.

Kuadran II: *Weaknesses Dan Opportunities* (Kelemahan Dan Peluang)
Kelemahan:

- Akses Pasar yang Terbatas: Banyak UMKM batik di Brebes masih bergantung pada metode pemasaran tradisional, sehingga jangkauan pasarnya terbatas.
- Kurangnya Teknologi: Keterbatasan akses terhadap teknologi modern menghambat efisiensi produksi dan kemampuan bersaing di pasar global.
- Pembiayaan Terbatas: Akses ke pembiayaan formal masih menjadi masalah bagi banyak UMKM batik di Brebes.

Strategi:

- Penguatan Infrastruktur dan Teknologi: Meningkatkan akses terhadap teknologi melalui penyediaan alat produksi modern dan pelatihan penggunaan teknologi digital. Program ini bisa melibatkan bantuan subsidi atau kredit berbunga rendah untuk pembelian perangkat teknologi.
- Peningkatan Akses Pembiayaan: Bekerjasama dengan perbankan dan lembaga keuangan untuk menyediakan produk keuangan yang khusus dirancang untuk UMKM batik, termasuk pinjaman dengan bunga rendah dan program pendampingan keuangan.
- Peningkatan Kemampuan Manajerial: Menyediakan program pelatihan yang mencakup keterampilan manajerial, pemasaran, dan manajemen keuangan untuk meningkatkan kemampuan pengelolaan UMKM.

Tidak ada kelemahan dan peluang yang signifikan di kuadran kiri atas, yang menunjukkan bahwa peningkatan kelemahan dapat membantu dalam meraih peluang yang ada

Kuadran III: *Weaknesses Dan Threats* (Kelemahan Dan Ancaman)

Ancaman:

- Persaingan Ketat: Persaingan dengan produk batik dari daerah lain di Indonesia dan produk tekstil internasional yang lebih murah.
- Fluktuasi Harga Bahan Baku: Ketidakstabilan harga bahan baku dapat mempengaruhi biaya produksi dan profitabilitas.
- Kebijakan Perdagangan Internasional: Perubahan dalam kebijakan perdagangan internasional dapat mempengaruhi ekspor batik.

Strategi:

- **Strategi Bertahan:** Mengurangi kelemahan yang ada dan menghindari ancaman yang muncul. Fokus pada efisiensi operasional dan pengurangan biaya untuk tetap kompetitif di pasar.
- **Diversifikasi Produk:** Mengembangkan berbagai produk turunan batik untuk memperluas segmen pasar dan mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk. Hal ini dapat membantu menghadapi fluktuasi pasar dan persaingan yang ketat.
- **Pengelolaan Rantai Pasokan:** Membangun hubungan yang lebih kuat dengan pemasok bahan baku untuk memastikan stabilitas pasokan dan harga. Mengadopsi strategi pengelolaan persediaan yang efisien untuk mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku.

Kelemahan dan ancaman berada di kuadran kiri bawah, menunjukkan bahwa ada beberapa area kritis yang perlu diperbaiki. Strategi yang dapat diambil adalah **Strategi Bertahan** dengan fokus pada mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.

KUADRAN IV: *STRENGTHS* DAN *THREATS* (KEKUATAN DAN ANCAMAN)

Strategi:

- **Strategi Pemanfaatan Kekuatan:** Menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal. UMKM batik Brebes dapat memanfaatkan kualitas dan keunikan produk mereka untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik konsumen yang lebih menghargai kualitas dan keaslian.
- **Adaptasi terhadap Kebijakan:** Mengawasi dan beradaptasi dengan perubahan kebijakan perdagangan internasional untuk meminimalkan dampak negatif terhadap ekspor. Ini termasuk mencari pasar alternatif dan membangun jaringan distribusi yang lebih fleksibel.

Tidak ada kekuatan dan ancaman yang signifikan di kuadran kanan bawah, yang menunjukkan bahwa ancaman bisa dikelola dengan baik jika kekuatan dimanfaatkan dengan benar.

Hubungan Antara Hasil Analisis Dengan Teori

Setelah melakukan interpretasi hasil analisis SWOT, penting untuk mengaitkan temuan tersebut dengan teori-teori yang relevan untuk memberikan konteks yang lebih mendalam. Berikut ini adalah penjelasan lebih rinci tentang bagaimana teori-teori ekonomi dan bisnis dapat diterapkan pada strategi pengembangan UMKM batik Brebes.

1. Teori Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah ekonomi. Menurut John Howkins (2001), ekonomi kreatif mencakup berbagai industri,

termasuk seni dan kerajinan, yang memanfaatkan kreativitas sebagai aset utama.

Kaitannya dengan Analisis SWOT:

- ***Strengths* (Kekuatan) dan *Opportunities* (Peluang):** Kualitas tinggi dan motif unik batik Brebes adalah aset kreatif yang kuat. Peningkatan minat terhadap produk lokal dan ekspansi pasar internasional menunjukkan peluang besar untuk produk ekonomi kreatif ini.
- **Strategi:** UMKM batik Brebes dapat meningkatkan nilai tambah produk melalui inovasi desain dan teknik produksi. Memanfaatkan warisan budaya sebagai basis untuk pengembangan produk juga dapat menarik konsumen yang menghargai nilai budaya dan keaslian.

2. Teori Pemasaran Internasional

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) dalam "*Marketing Management*" menekankan pentingnya adaptasi strategi pemasaran untuk pasar internasional. Menurut mereka, perusahaan harus memahami perbedaan budaya, preferensi konsumen, dan dinamika pasar di berbagai negara untuk berhasil di pasar global.

Kaitannya dengan Analisis SWOT:

- ***Opportunities* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman):** Peluang ekspansi pasar internasional dan ancaman dari kebijakan perdagangan internasional menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang adaptif.
- **Strategi:** UMKM batik Brebes perlu melakukan penelitian pasar untuk memahami kebutuhan dan preferensi konsumen di berbagai negara. Ini bisa termasuk penyesuaian desain batik, bahan, dan teknik produksi sesuai dengan preferensi pasar target. Strategi

promosi juga harus disesuaikan dengan budaya dan kebiasaan konsumen di pasar internasional.

3. Teori Sumber Daya Berbasis Pandangan (Resource-Based View)

Jay Barney (1991) dalam teorinya tentang Resource-Based View (RBV) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya internal yang unik dan sulit ditiru. RBV menekankan pentingnya sumber daya yang berharga, langka, tidak mudah ditiru, dan tidak dapat digantikan (VRIN criteria).

Kaitannya dengan Analisis SWOT:

- **Strengths (Kekuatan):** Keunikan motif dan kualitas tinggi batik Brebes adalah sumber daya yang memenuhi kriteria VRIN. Ini memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar.
- **Strategi:** Fokus pada pemanfaatan sumber daya unik ini untuk meningkatkan diferensiasi produk dan menarik konsumen yang menghargai keunikan dan kualitas. Strategi ini dapat mencakup pengembangan produk eksklusif dan kolaborasi dengan desainer atau artis terkenal untuk menciptakan koleksi khusus.

4. Teori Jaringan Sosial (Social Network Theory)

Menurut Granovetter (1973), jaringan sosial memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Hubungan dan koneksi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemasok, distributor, dan konsumen, dapat meningkatkan akses pasar dan efisiensi operasional.

Kaitannya dengan Analisis SWOT:

- **Weaknesses (Kelemahan) dan Opportunities (Peluang):** Keterbatasan akses pasar dan teknologi dapat diatasi melalui pembangunan jaringan yang

kuat. Peluang melalui platform e-commerce dan kemitraan dapat dimaksimalkan dengan jaringan yang efektif.

- **Strategi:** Membangun dan memelihara jaringan bisnis yang kuat untuk mendukung akses pasar, teknologi, dan sumber daya. UMKM batik Brebes dapat menjalin kemitraan dengan platform e-commerce, ikut serta dalam komunitas bisnis, dan berpartisipasi dalam acara-acara jaringan bisnis untuk meningkatkan visibilitas dan peluang kerjasama.

KESIMPULAN

Dengan menganalisis faktor-faktor SWOT yang ada dan mengaitkannya dengan teori-teori ekonomi dan bisnis, UMKM batik Brebes memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar domestik dan global. Implementasi strategi yang tepat berdasarkan teori-teori ini dapat membantu UMKM batik Brebes mengatasi kelemahan dan ancaman serta memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada.

Selain itu, dengan koordinasi yang baik antara OPD terkait dan implementasi kebijakan yang tepat, UMKM batik Brebes dapat memanfaatkan potensi yang ada untuk berkembang di pasar domestik dan internasional. Setiap OPD memiliki peran spesifik dalam mendukung pengembangan UMKM batik, dan melalui kolaborasi yang efektif, berbagai tantangan yang ada dapat diatasi untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

SARAN

Berikut adalah beberapa saran kebijakan yang dapat diimplementasikan dalam bentuk kegiatan yang spesifik, serta instansi pemerintah daerah (Organisasi Perangkat Daerah/OPD) yang sebaiknya bertanggung jawab atas pelaksanaan kegiatan tersebut:

1. Pengembangan Kapasitas dan Pelatihan Kegiatan:

- **Pelatihan Desain dan Produksi Batik:**

- Mengadakan workshop dan kursus reguler untuk meningkatkan keterampilan desain dan teknik produksi batik. Ini dapat mencakup pelatihan pewarnaan alami, inovasi motif, dan teknik produksi modern.
- **Pelaksana:** Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) bersama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar).

- **Pelatihan Manajerial dan Kewirausahaan:**

- Menyelenggarakan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran, dan manajemen keuangan bagi pelaku UMKM batik.
- **Pelaksana:** Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (Dinkopumdag) bersama dengan Disperindag.

2. Akses terhadap Teknologi dan Digitalisasi

Kegiatan:

- **Fasilitasi Pengadaan Alat Produksi Modern:**

- Memberikan bantuan subsidi atau kredit berbunga rendah untuk pembelian alat produksi modern yang dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi batik.
- **Pelaksana:** Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) bersama dengan Badan Perencanaan Pembangunan Penelitian dan Pengembangan Daerah (Baperlitbangda).

- **Program Digitalisasi UMKM:**

- Menyediakan pelatihan penggunaan teknologi digital untuk pemasaran, seperti penggunaan platform *e-commerce*, media sosial, dan manajemen inventori digital.

- **Pelaksana:** Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) bersama dengan Dinkopumdag.

3. Peningkatan Akses Pasar

Kegiatan:

- **Partisipasi dalam Pameran Dagang:**

- Mengorganisir partisipasi UMKM batik Brebes dalam pameran dagang nasional dan internasional untuk meningkatkan eksposur dan jaringan bisnis.
- **Pelaksana:** Disperindag bersama dengan Disbudpar.

- **Pengembangan Platform E-commerce Lokal:**

- Membangun dan mengelola platform e-commerce khusus untuk produk UMKM batik Brebes, serta memberikan pelatihan dan dukungan untuk penggunaannya.
- **Pelaksana:** Diskominfo bersama dengan Disperindag.

4. Dukungan Keuangan dan Insentif

Kegiatan:

- **Program Kredit Mikro dan Pembiayaan:**

- Menyediakan akses mudah ke pembiayaan melalui program kredit mikro dengan bunga rendah, serta memberikan pendampingan keuangan bagi UMKM batik.
- **Pelaksana:** Dinkopumdag

- **Insentif Pajak dan Subsidi:**

- Memberikan insentif pajak dan potongan harga untuk bahan baku batik kepada UMKM yang memenuhi syarat tertentu.
- **Pelaksana:** Badan Pendapatan Daerah (Bapenda) bersama dengan Disperindag.

5. Penguatan Branding dan Promosi

Kegiatan:

- **Kampanye Promosi Terintegrasi:**

- Meluncurkan kampanye promosi batik Brebes melalui media sosial, iklan digital, dan kolaborasi dengan influencer lokal dan internasional.

- **Pelaksana:** Disbudpar bersama dengan Diskominfo.
- **Festival Batik Brebes:**
 - Menyelenggarakan festival tahunan yang menampilkan produk-produk batik Brebes, serta melibatkan komunitas lokal dan internasional untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap batik Brebes.
 - **Pelaksana:** Disbudpar bersama dengan Disperindag.

Wulandari, R. (2018). Peran Jaringan Sosial dalam Pengembangan UMKM Batik di Yogyakarta. *Jurnal Sosial dan Ekonomi*, 6(1), 74-89.

DAFTAR PUSTAKA

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Fitriana, S. (2019). Strategi Pemasaran Internasional UMKM Batik di Jawa Tengah. *Jurnal Pemasaran Internasional*, 7(2), 45-58.

Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.

Hartono, D., & Nugraheni, I. (2020). Penerapan Teori RBV pada Industri Batik di Pekalongan. *Jurnal Manajemen Strategi*, 8(1), 23-37.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.

Prayogo, D., & Kusumastuti, D. (2017). Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif di Sektor Batik. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(3), 101-112.