



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 2763-2777

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis Goluak Loge dalam Menunjang Ekonomi Kreatif di Desa Logas Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi

Winda Safitri^{1✉}, Hj. Rahmita Budiartiningsih², Toti Indrawati³, Hilmah Zuryani⁴

Universitas Riau

Email: windasafitri02@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis kondisi internal dan eksternal dari UMKM batik tulis Goluak Loge di Desa Logas untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih baik. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sensus dengan jumlah sampel sebanyak 16 responden yang terdiri dari 10 pekerja dan 6 konsumen dari UMKM batik tulis Goluak Loge. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian dari analisis SWOT menunjukkan bahwa UMKM batik tulis Goluak Loge berada pada kuadran 1 (Strategi Agresif). Dari hasil gambar diagram SWOT menunjukkan bahwa UMKM batik tulis Goluak Loge di Desa Logas mempunyai strategi dalam mengembangkan usahanya baik dalam lingkungan internal maupun lingkungan eksternal strategi agresif ini lebih focus kepada strategi SO (Strength-Opportunities), yaitu dengan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Kata Kunci: *Pengembangan, UMKM, SWOT*

Abstract

The purpose of this study is to determine and analyze the internal and external conditions of the Goluak Loge hand-written batik MSME in Logas village to develop its business for the better. The data collection technique used in this study was a census with a sample size of 16 respondents consisting of 10 MSME workers and 6 costumers of the Goluak Loge hand-written batik MSME. The data used in this research are primary data and secondary data. The data analysis method used in this research is SWOT analysis. Based on the research results from the SWOT analysis, it show that the Goluak Loge hand-written batik MSME is in quadrant 1 (Agressive Strategy). From the results of the SWOT diagram drawing, it show that Goluak Loge hand-written batik MSME in Logas village has a strategy in developing its business both in the internal and external environment. This aggressive strategy focuses more on the SO (Strength-Opportunities) strategy, namely by optimizing strengths to take advantage of existing opportunities.

Keywords: *Development, MSME, SWOT*

PENDAHULUAN

Salah satu filosofi perencanaan nasional yang krusial adalah perencanaan berbasis masyarakat. Menurut UU No. 25 Tahun 2004 tentang sistem perencanaan pembangunan nasional dalam perencanaan dikenal dengan lima pendekatan, pendekatan politik, teknokratik, partisipatif, *top-down*, dan *buttom-up*. Sejalan dengan hal demikian, menyatakan bahwa masyarakat lokal perlu diperkuat atau ditingkatkan kapasitasnya agar dapat mewujudkan kebutuhan dalam rangka otonomi daerah karena mereka lebih sadar akan tuntutan dan permasalahan yang mereka hadapi (Fazhur,2022). Salah satunya adalah pertumbuhan UMKM akan berdampak kepada pertumbuhan ekonomi suatu daerah.

Secara tidak langsung, pertumbuhan UMKM akan bermanfaat untuk mengatasi masalah pengangguran, dan menambah lapangan pekerjaan. Negara-negara berkembang berkeyakinan bahwa sektor industri mampu mengatasi masalah-masalah perekonomian, dengan asumsi bahwa sektor industri dapat memimpin sektor-sektor perekonomian lainnya. Distribusi PDRB harga berlaku menurut sektor menunjukkan struktur perekonomian atau peranan setiap sektor ekonomi dalam suatu negara. Sektor-sektor ekonomi yang mempunyai peran besar menunjukkan basis perekonomian suatu negara. Peran industri dalam perkembangan struktural pada suatu perekonomian indikatornya dilihat dari sumbangan sektor industri pengolahan terhadap PDB (Perindustian et al.,2014)

Salah satu jenis industri adalah industri kreatif. Industri kreatif merupakan industri yang memiliki ciri khusus tersendiri, unik dan berbeda. Produk yang dihasilkan oleh

industri kreatif biasanya berupa hal-hal yang dikembangkan dari produk yang pernah ada sebelumnya. Ada 17 subsektor industri kreatif merujuk kepada Departemen Perdagangan antara lain: pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fashion, kuliner, Film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, kriya, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, aplikasi. Maka dari itu, batik masuk kedalam subsektor industri kreatif pada bidang fashion. Industri kreatif pada dasarnya berfokus pada pengendalian keahlian, bakat dan kreativitas, serta kekayaan intelektual berkelanjutan untuk menciptakan barang dan jasa. Berdasarkan hal ini, unsur manusia memegang peranan yang sangat penting dan menjadi modal utama dari seluruh aktivitas sebuah industri kreatif yang menciptakan industri baru.

Batik merupakan industri kerajinan yang mana usahanya turun-temurun dari generasi ke generasi, namun belum sepenuhnya ditangani secara profesional sehingga perkembangannya relatif sangat lamban. Banyak tantangan utama yang dihadapi oleh para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam upaya peningkatan pendapatan mereka (Pratiwa Siregar et al., n.d, 2020). Momen penetapan batik sebagai warisan budaya dunia dari Indonesia, dimanfaatkan secara maksimal oleh para perajin batik di seluruh penjuru Nusantara, busana batik semula hanya digunakan pada saat kegiatan formal, namun karena kenyamanan dan keindahannya membuat batik kini digunakan hampir disetiap keseharian, baik untuk bekerja, seragam sekolah, saat resmi maupun pada saat santai (Maulana, 2019). Hal demikian terjadi pula pada daerah yang semula tidak mempunyai motif batik, dengan adanya momen tersebut mulai mencari motif-motif batik yang kiranya mewakili daerah tersebut. Batik adalah karya seni budaya bangsa Indonesia yang dikagumi dunia dan patut dilestarikan keberadaannya serta dibudidayakan secara maksimal.

Desa Logas Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi merupakan Desa yang memiliki UMKM batik tulis yang diberi nama Goluak Loge. Motif dari batik tulis ini diambil dari keunikan-keunikan yang ada di Desa Logas yakni motif mendulang emas. Takahnya mendulang emas, ada beberapa motif batik yang dihasilkan oleh UMKM batik tulis Goluak Loge yaitu bunga kalimunting, kapal korek, dan lain sebagainya. Namun, UMKM ini merupakan usaha yang baru saja dirintis di Desa Logas. Sebagai pemula dalam usaha batik maka batik tulis Goluak Loge masih banyak kekurangan dan kendala dalam pelaksanaannya, penelitian ini akan membantu untuk menguatkan strategi pengembangan batik tulis Goluak Loge untuk dapat bersaing di industri lokal bahkan nasional.

Tabel 1. Industri Batik di Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi Tahun 2022

No	Nama Industri Batik	Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Kapasitas Produksi		Nilai Produksi (Juta Rupiah)
			Jumlah Satuan		
1	Batik Anak Ome	12	202	Lembar	60.600
2	Batik Antau Singingi	10	200	Lembar	60.000
3	Batik tulis Goluak Loge	10	94	Lembar	28.200
4	Batik Lebah	14	355	Lembar	106.500

Sumber: Kantor Kecamatan Singingi, Tahun 2023

Dari tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa nilai produksi yang paling tinggi adalah batik Lebah sebesar Rp 106.500.000, dan yang paling rendah adalah batik Goluak Loge yaitu Rp 28.200.000 dalam setahun. Nilai produksi suatu industri mencerminkan target penjualan setiap tahunnya. Setiap industri memiliki strategi masing-masing dalam menguasai pasar, sehingga terjadinya persaingan yang sehat. Oleh karena itu batik tulis Goluak Loge yang memiliki nilai produksi terkecil perlu memiliki strategi yang tepat agar dapat bersaing dengan industri lainnya dibidang yang sama.

Tabel 2. Data Penjualan UMKM Batik Tulis Goluak Loge di Desa Logas Kabupaten Kuantan Singingi Bulan September-Desember 2022

Bulan	Jenis Produk (Pendapatan)			Total Penjualan (Rp.000)	Harga Per Pcs (Rp.000)		
	Kain Primis (Rp.000)	Kain Prima (Rp.000)	Kain Sutra (Rp.000)		Kain Primis (Rp.000)	Kain Prima (Rp.000)	Kain Sutra (Rp.000)
September	2.100	2.400	1.350	5.850	300	200	450
Oktober	3.300	3.200	800	7.300	300	200	400
November	2.100	3.400	1.200	6.700	300	200	400
Desember	1.500	2.000	400	3.900	300	200	400

Sumber: UMKM Batik Tulis Goluak Loge Desa Logas, Tahun 2023

Berdasarkan table 2 diatas dapat kita lihat bahwa penjualan batik tulis Goluak Loge paling tinggi pada Bulan Oktober 2022 yaitu sebesar Rp 7.300.000. Sedangkan penjualan yang paling rendah dibulan Desember yaitu sebesar Rp 3.900.000.- Serta adanya perbedaan harga pada kain sutra yang mana pada bulan September harga kain sutra sebesar Rp 450.000.- dan terjadi penurunan harga menjadi Rp 400.000,- Hal ini menandakan permintaan dari kain sutra yang menurun. Begitupun dengan perbedaan jumlah penjualan di setiap bulannya yang disebabkan karena ada beberapa tantangan yang harus dibenahi oleh UMKM batik tulis Goluak Loge ini, pada umumnya permasalahannya terletak pada kurangnya modal, penurunan harga jual produk, penurunan daya beli masyarakat, kesulitan dalam upaya pemasaran, persaingan antar industri, kurangnya pemahaman mengenai manajemen keuangan.

Oleh karena itu, peneliti bertujuan ingin mengetahui strategi pengembangan apa yang tepat untuk UMKM batik tulis Goluak Loge ini dengan cara menganalisis *strengths, weaknesses, opportunitis, threats* (SWOT).

METODE PENELITIAN

Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive method*). Dasar pertimbangan pemilihan lokasi penelitian ini yaitu pada UMKM Batik Tulis Goluak Loge di Desa Logas Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi, karena daerah tersebut memiliki UMKM batik tulis Goluak Loge yang baru saja dirintis di Desa Logas, dan belum sepenuhnya ditangani secara profesional. Sehingga memerlukan berbagai strategi yang baik untuk pengembangan UMKM batik tulis Goluak Loge ini demi menunjang ekonomi kreatif di Desa Logas Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan menggunakan analisis SWOT. Menurut Rangkuti ([2015](#)), Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis di dalam suatu industri yang secara sistematis dapat membantu penyusunan suatu rencana yang matang untuk mengembangkan suatu usaha dan mencapai tujuan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Responden yang dipilih dalam penelitian ini yaitu seluruh pekerja UMKM batik tulis Goluak Loge sebanyak 10 orang serta 6 konsumen yang pernah membeli batik tulis Goluak Loge.

Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan yaitu menggunakan kuisisioner (angket) dan wawancara (*interview*). Sedangkan data sekunder yang digunakan yaitu berupa hasil-hasil penelitian yang berhubungan dengan UMKM batik tulis Goluak Loge di Desa Logas Kecamatan Singingi

Kabupaten Kuantan Singingi, PDRB Kabupaten Kuantan Singingi, industri batik yang ada di Kecamatan Singingi, luas wilayah dan jumlah penduduk Kecamatan Singing serta kondisi geografis Desa Logas.

Metode analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang dilakukan adalah dengan menganalisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang menjadi dasar untuk melakukan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pemasaran Batik Tulis Goluak Loge Desa Logas

1. Dari Segi Produsen

Pemasaran yang dilakukan oleh UMKM batik tulis Goluak Loge adalah langsung kepada konsumen. UMKM ini mempromosikannya melalui media sosialnya berupa *whatsapp, Instagram, facebook*. Tak hanya melalui media sosial, UMKM batik tulis Goluak Loge juga mengikuti berbagai event-event yang mengumpulkan banyak masa. Melalui event itu, mereka mengikuti bazar UMKM yang telah disediakan. Hal ini dapat menarik konsumen baru dari berbagai daerah, yang akan berdampak kepada UMKM batik tulis Goluak Loge ini. Namun, strategi pemasaran dari UMKM batik tulis Goluak Loge ini perlu di tingkatkan, dengan cara mempelajari teknik digital marketing yang baik dan efisien. Seperti menambah akun media sosial yang banyak orang gunakan pada saat ini, serta mengikuti *trend* terkini dengan membuat video-video yang menarik mengenai produk batik tulis Goluak Loge dan diposting di seluruh media sosial.

2. Dari Segi Konsumen

Dari segi konsumen melalui hasil kuisisioner, UMKM batik tulis Goluak Loge ini sudah menjalankan strategi pemasarannya dengan baik. Mempromosikannya melalui *Whatsapp* dan media sosial lainnya. Konsumen juga mengetahui batik tulis Goluak Loge ini dari teman krabat, hal ini secara tidak langsung, promosi melalui mulut ke mulut juga dapat meningkatkan penjualan. Tak hanya itu, menurut hasil kuisisioner konsumen UMKM batik tulis Goluak Loge ada 50% konsumen yang membeli langsung ke pengrajin.

Dari segi kualitas produk ada 50% responden konsumen UMKM batik tulis Goluak Loge menyatakan bahwa kualitas produk batik tulis Goluak Loge cukup baik, namun perlu di tingkatkan pada keberagaman motifnya supaya dapat digunakan di berbagai kesempatan dan disemua kalangan umur. Dari segi pelayanan sebanyak 50% responden

konsumen UMKM batik tulis Goluak Loge menyatakan bahwa batik tulis Goluak Loge memiliki pelayanan yang baik. Baik dalam mempromosikan kepada konsumen maupun dalam melayani konsumen yang akan membeli produk UMKM batik tulis Goluak Loge.

Dari segi harga ada 66,6% responden konsumen UMKM batik tulis Goluak Loge menyatakan bahwa harga batik tulis Goluak Loge tidak mahal. Hal ini dikarenakan harga yang di tetapkan sesuai dengan tenaga dan modal yang dikeluarkan oleh UMKM batik tulis Goluak Loge.

Analisis Penjualan Batik Tulis Goluak Loge Desa Logas

1. Dari Segi Produsen dan Konsumen

Penjualan dari UMKM batik tulis Goluak Loge mencerminkan bagaimana kondisi dari UMKM tersebut. UMKM batik tulis Goluak Loge ini menjual produknya lebih dari 10 lembar kain batik perbulannya, dan memiliki pendapatan lebih dari Rp.5.000.000,- perbulannya. Untuk melihat kepuasan dari konsumen dapat dilihat dari keinginan konsumen untuk membeli kembali produk batik tulis Goluak Loge ini, dari hasil yang diperoleh dari kuisisioner konsumen UMKM batik tulis Goluak Loge ada 66,6% konsumen yang membeli kembali batik tulis ini sebanyak 1 kali pembelian. Pembelian kembali batik tulis Goluak Loge oleh konsumen ini tergolong sedikit, maka dari itu dibutuhkan peningkatan kualitas produk agar kualitas produk batik tulis Goluak Loge menjadi lebih bagus. Dan meningkatkan kemampuan dalam bidang pemanfaatan teknologi dalam hal pemasaran, agar penjualan batik tulis Goluak Loge dapat meningkat.

Analisis Lingkungan Internal UMKM Batik Tulis Goluak Loge

Tabel 3. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor Internal (1)	Bobot (2)	Peringkat (3)	Skor (Bobot x Peringkat) (4)
Kekuatan (Strength/S)			
1. Motif batik milik Desa sendiri yang sudah memiliki HKI	0,12	4	0,48
2. Motif batik yang unik dan memiliki arti sendiri	0,11	4	0,44
3. Memiliki kualitas produk yang bagus	0,10	3	0,30
4. Tenaga kerja didapat dari Desa Logas	0,12	4	0,48

5. Hubungan anter pembeli terjalin baik	0,10	3	0,30
Total Skor Kekuatan			2,00
Kelemahan (Weaknesses/W)			
1. Modal yang terbatas	0,10	3	0,30
2. Bahan baku yang sulit diperoleh	0,09	3	0,27
3. Harga yang mahal karena ditulis langsung oleh pengrajin	0,10	3	0,30
4. Kurangnya inovasi dalam menggambar motif batik	0,09	3	0,27
5. Pencatatan keuangan yang tidak jelas	0,07	2	0,14
Total Kelemahan			1,28
Total Kekuatan dan Kelemahan	1,00		3,28
Selisih Skor Kekuatan dan Kelemahan			0,72

Sumber: Data Olahan,2024

Berdasarkan tabel 3 diatas bahwasannya kekuatan yang memiliki nilai terbesar pada UMKM batik tulis Goluak Loge adalah motif batik milik desa sendiri yang sudah di HKI serta tenaga kerja didapat langsung dari Desa Logas sendiri dengan skor sebesar 0,48. Dengan adanya ciri khas motif batik yang dimiliki langsung oleh Desa Logas, dapat menjadikan Desa Logas menjadi desa yang memiliki kearifan lokal. Sehingga dapat menunjang ekonomi kreatif di Desa Logas itu sendiri. Kemudian untuk kelemahan yang memiliki skor terbesar yaitu modal yang terbatas serta harga yang mahal karena ditulis langsung oleh pengrajin dengan skor 0,30.

Dari tabel matrik *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* di atas dapat diketahui bahwa skor faktor kekuatan (*Strength*) adalah bernilai 2,00 diatas faktor kelemahan (*Weaknesses*) yang bernilai 1,28 dengan selisih 0,72.

Analisis Lingkungan Eksternal UMKM Batik Tulis Goluak Loge

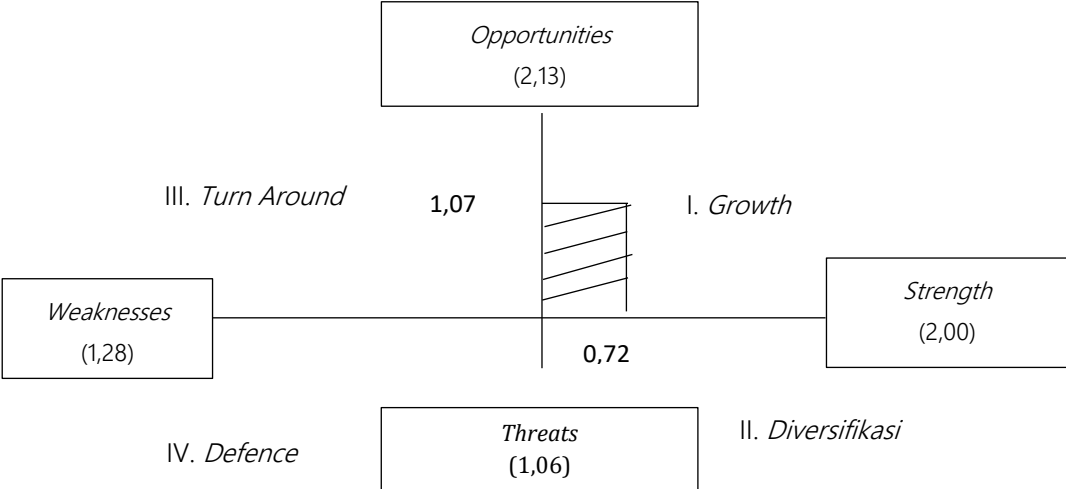
Tabel 4. Matrik Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Faktor Eksternal (1)	Bobot (2)	Peringkat (3)	Skor (Bobot X Peringkat) (4)
Peluang (Opportunities/O)			
1. Festival pacu jalur yang mempengaruhi pendapatan	0,11	3	0,33
2. Perkembangan digital marketing			
3. Pemanfaatan media internet sebagai media Informasi	0,14	4	0,56
4. Dukungan dari Pemerintah Desa Logas	0,13	4	0,52
5. Peraturan pemerintah yang mewajibkan ASN menggunakan baju batik terkhusus batik Kuansing	0,14	4	0,56
	0,08	2	0,16
Total Skor Peluang			2,13
Ancaman (Threats/T)			
1. Persaingan antar pengrajin batik desa sebelah	0,07	2	0,14
2. Minat konsumen terhadap batik cap lebih tinggi karena harga yang relatif murah dibandingkan batik tulis	0,06	2	0,12
3. Kurangnya minat generasi muda untuk meneruskan UMKM batik tulis Goluak Loge			
4. Harga bahan baku yang mahal	0,11	3	0,33
5. Keterbatasan penggunaan teknologi			
	0,11	3	0,33
	0,07	2	0,14
Total Skor Ancaman			1,06
Total Skor Peluang dan Ancaman		1,00	3,19
Selisih Skor Peluang dan Ancaman			1,07

Sumber: Data Olahan, 2024

Dari tabel 4 diatas bahwasannya peluang yang memiliki skor terbesar yaitu perkembangan digital marketing serta dukungan dari Pemerintah Desa dengan skor 0,56. Dengan memiliki peluang tersebut UMKM batik tulis Goluak Loge dapat mengembangkan usahanya menggunakan fasilitas digital marketing yang ada. Serta adanya dukungan dari Pemerintah Desa Logas untuk membantu perkembangannya dari segi promosi produk yang ada.

Kemudian untuk ancaman yang memiliki nilai terbesar adalah kurangnya minat generasi muda untuk meneruskan UMKM batik tulis Goluak Loge serta harga bahan baku yang mahal dengan skor 0,33.



Gambar 1. Hasil Diagram Analisis SWOT
Sumber: Data Olahan, 2024

Dari gambar diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi yang tepat untuk pengembangan UMKM batik tulis Goluak Loge terletak pada kuadran 1, yaitu dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Dalam situasi ini UMKM batik tulis Goluak Loge akan sangat menguntungkan. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini yakni strategi SO (*Strength-Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Tabel 5. Analisis Matrik SWOT UMKM Batik Tulis Goluak Loge

	Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weaknesses)
IFAS	Motif batik milik desa sendiri yang sudah di HKI. Motif batik yang unik dan	Modal yang terbatas. Bahan baku yang sulit diperoleh.

	memiliki arti sendiri. Memiliki kualitas produk yang bagus.	Harga yang mahal karena ditulis langsung oleh pengrajin.
EFAS	Tenaga kerja didapat dari Desa Logas. Hubungan antar pembeli terjalin baik.	Kurangnya inovasi dalam menggambar motif batik. Pencatatan keuangan yang tidak jelas.
Peluang (Opportunities)	Strategi S-O	Strategi W-O
Festival pacu jalur yang mempengaruhi pendapatan. Perkembangan digital marketing. Pemanfaatan media internet sebagai media informasi. Dukungan dari Pemerintah Desa Logas. Peraturan pemerintah yang mewajibkan ASN menggunakan baju batik terkhusus batik Kuansing.	Mempertahankan kualitas produk untuk menjaga permintaan pasar. Menjalin hubungan yang baik dengan pembeli dengan cara berkomunikasi melalui media sosial. Pemanfaatan media sosial dengan mempromosikan motif-motif batik yang khas.	Meningkatkan manajemen keuangan dengan memanfaatkan digitalisasi. Pemerintah Desa dapat memberikan bantuan dana berupa modal usaha.
Ancaman (Threats)	Strategi S-T	Strategi W-T
Persaingan antar pengrajin batik desa sebelah. Minat konsumen terhadap batik cap lebih tinggi karena harga yang relatif murah dibandingkan batik tulis. Minat generasi muda untuk meneruskan UMKM batik tulis Goluak Loge. Harga bahan baku yang mahal Keterbatasan penggunaan teknologi.	Memanfaatkan tenaga kerja lokal demi menunjang generasi memiliki minat untuk membatik. Menentukan harga yang bersaing dengan menjaga kualitas produk.	Meningkatkan inovasi model motif dengan memanfaatkan teknologi. Mencari bahan baku yang baik dan terjangkau.

Sumber: Data Olahan, 2024

Dalam Menyusun rencana harus dilakukan suatu analisis, dalam hal ini analisis yang dilakukan yaitu analisis SWOT. Analisis ini terdiri dari kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*). Kekuatan yang dimaksud dalam hal ini adalah kekuatan yang dimiliki oleh UMKM batik tulis Goluak Loge Desa Logas, kelemahan yang dimaksud adalah kelemahan dari UMKM batik tulis Goluak Loge Desa Logas yang harus diminimalis atau dihindari. Peluang dalam hal ini adalah peluang yang berasal dari faktor eksternal atau dari lingkungan luar UMKM batik tulis Goluak Loge Desa Logas, sedangkan ancaman yang berasal dari luar bisa diantisipasi oleh UMKM batik tulis Goluak Loge Desa Logas.

Pembahasan

1. Faktor Internal UMKM Batik Tulis Goluak Loge Dalam menunjang Ekonomi Kreatif di Desa Logas Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi

Dari hasil analisis diatas dapat dilihat bahwasannya faktor internal pada UMKM batik tulis Goluak Loge di Desa Logas berpotensi kuat dalam peningkatan strategi pengembangannya. Berdasarkan analisis SWOT dengan menggunakan matrik *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) terdapat kondisi internal pada UMKM Batik tulis Goluak Loge di Desa Logas.

Berdasarkan hasil analisis IFAS diketahui bahwa yang menjadi kekuatan (*Strength*) bagi UMKM Batik tulis Goluak Loge, yaitu: (1) Motif batik milik Desa sendiri, (2) Motif batik yang unik dan memiliki arti sendiri, (3) Memiliki kualitas produk yang bagus, (4) Tenaga kerja didapat dari Desa Logas, (5) Hubungan antar pembeli terjalin baik. Motif batik yang sudah di HKI kan merupakan milik Desa Logas sendiri dan tenaga kerja yang digunakan langsung dari Desa Logas, hal ini menjadi kekuatan utama dari UMKM batik tulis Goluak Loge karena memiliki bobot yang paling besar yaitu 0,48 dibanding dengan kekuatan lainnya. Ditunjang dengan responden konsumen yang mendukung untuk UMKM batik tulis Goluak Loge mengHKI kan corak yang dimilikinya.

Sedangkan untuk indikator kelemahan (*Weakness*) skor tertinggi yaitu 0,30 yang mana terletak pada modal yang mahal dan harga produk yang mahal karena ditulis langsung oleh pengrajin. Faktor kelemahan selanjutnya yaitu bahan baku yang sulit diperoleh serta kurangnya inovasi dalam menggambar batik yang memiliki skor 0,27. Kemudian dilanjutkan dengan pencatatan keuangan yang tidak jelas memiliki skor sebesar 0,14.

2. Faktor Eksternal UMKM Batik Tulis Goluak Loge Dalam menunjang Ekonomi Kreatif di Desa Logas Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi

Dari hasil analisis EFAS diketahui bahwa peluang dari UMKM batik tulis Goluak Loge adalah perkembangan digital marketing, serta dukungan dari Pemerintah Desa dimana memiliki skor tinggi sebesar 0,56. Pada peluang lainnya yaitu pemanfaatan media internet sebagai media informasi memiliki skor sebesar 0,52. Serta festival pacu jalur tahunan yang mempengaruhi pendapatan UMKM batik tulis Goluak Loge memiliki skor sebesar 0,33. Dan yang terakhir adalah peraturan pemerintah yang mewajibkan ASN untuk menggunakan baju batik terkhusus batik kuansing memiliki skor sebesar 0,16.

Pada indikator ancaman skor tertinggi adalah 0,33 yaitu kurangnya minat generasi muda untuk meneruskan UMKM batik tulis Goluak Loge dan harga bahan baku yang mahal. Selanjutnya ancaman lainnya yaitu persaingan antar pengrajin batik desa sebelah dan keterbatasan penggunaan teknologi memiliki skor sebesar 0,14. Dan yang terakhir adalah minat konsumen terhadap batik cap lebih tinggi karena harganya yang relatif murah dibandingkan batik tulis memiliki skor sebesar 0,12.

3. Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis Goluak Loge Dalam Menunjang Ekonomi Kreatif di Desa Logas Kecamatan Singingi Kabupaten Kuantan Singingi

Berdasarkan matrik IE strategi pengembangan yang baik dilakukan oleh UMKM batik tulis Goluak Loge yaitu pada kuadran 1 yaitu strategi *Strength-Opportunities* (S-O). Dimana UMKM ini dapat menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berikut beberapa alternatif strategi yang dapat digunakan oleh UMKM batik tulis Goluak Loge adalah: (1) Mempertahankan kualitas produk untuk menjaga permintaan pasar, (2) Menjalin hubungan yang baik dengan pembeli dengan cara berkomunikasi melalui media sosial, (3) Pemanfaatan media sosial dengan mempromosikan motif-motif batik yang khas.

Strategi pendukung dalam pengembangan UMKM batik tulis Goluak Loge adalah sebagai berikut:

a. Strategi WO (*Weaknesses-opportunities*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *turn around* untuk meminimalkan kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang

dapat digunakan dalam kondisi ini adalah: (1) Meningkatkan manajemen keuangan dengan memanfaatkan digitalisasi, (2) Pemerintah Desa dapat memberikan bantuan dana berupa modal usaha.

b. Strategi ST (*Strengths-threats*)

Strategi ini diciptakan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman yang berasal dari luar lingkungan eksternal. Adapun strategi yang digunakan jika dalam kondisi seperti ini adalah: (1) Memanfaatkan tenaga kerja lokal demi menunjang generasi memiliki minat untuk membuat, (2) Menentukan harga yang bersaing dengan menjaga kualitas produk.

c. Strategi WT (*Weaknesses-threats*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *Defence* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi yang dapat digunakan dalam kondisi ini adalah : (1) Meningkatkan inovasi model motif dengan memanfaatkan teknologi, (2) Mencari bahan baku yang baik dan terjangkau.

Menunjukkan bahwa penelitian ini terletak pada kuadran I yaitu dengan menggunakan strategi agresif. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menemukan bahwasannya UMKM batik tulis Goluak Loge berdasarkan gambar diagram analisis SWOT, menunjukkan bagaimana UMKM batik tulis Goluak Loge Desa Logas Kabupaten Kuantan Singingi ini memiliki strategi dalam menghadapi permasalahan di lingkungan internal maupun eksternal. Dimana strategi ini berada di kuadran 1, yaitu strategi *Growth*. Strategi ini lebih berfokus kepada strategi S-O (*Strength-Opportunity*), yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan dan juga memanfaatkan peluang yang ada dengan sebaik-baiknya. Strategi yang diterapkan untuk mengembangkan UMKM batik tulis Goluak Loge adalah: (1) Mempertahankan kualitas produk untuk menjaga permintaan pasar, (2) Menjalin hubungan yang baik dengan pembeli dengan cara berkomunikasi melalui media sosial, (3) pemanfaatan media sosial dengan mempromosikan motif-motif batik yang khas.

DAFTAR PUSTAKA

- Fazhur, R. (2022), "Analisis Perencanaan Pembangunan Daerah dalam Pemanfaatan Dana Kelurahan di Kota Bima", *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik*, Vol. 8 No. 3, pp. 324–333.
- Maulana Hakim, L. (2019), "Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa Dan Nation Brand Indonesia", *Nation State: Journal of International Studies*, Vol. 1.
- Perindustrian, T., Hijau, I., Kemasyarakatan, J., Keuangan, L. dan Persewaan, U. (2014), "Penyerapan Tenaga Kerja Berdasarkan Lapangan Usaha PDB Berdasarkan Lapangan Usaha", No. 3.
- Pratiwa Siregar, A., Bihrajihant Raya, A., Dwi Nugroho, A., Indana, F., Made Yoga Prasada, I., Andiani, R., Gracia Yunindi Simbolon, T., *et al.* (n.d.). (2020), "Upaya Pengembangan Industri Batik di Indonesia Batik *Industry Development Efforts in Indonesia*", Vol. 37 No. 1, pp. 79–92.
- Rangkuti, F. (2015), *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan Kedua Belas. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.