

**ANALISIS STRATEGI PEMERINTAH DAERAH UNTUK
PEMASARAN PRODUK KAIN BATIK BANYUWANGI**

**SKRIPSI
TEKNIK INDUSTRI**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Teknik



**PUGUH WIRATRAMA PRATIKTO
NIM. 145060707111027**

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS TEKNIK
MALANG
2018**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS STRATEGI PEMERINTAH DAERAH UNTUK
PEMASARAN PRODUK KAIN BATIK BANYUWANGI**

SKRIPSI

TEKNIK INDUSTRI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Teknik



PUGUH WIRATRAMA PRATIKTO

NIM. 145060707111027

Skripsi ini telah direvisi dan disetujui oleh dosen pembimbing pada
tanggal 2 Juli 2018

Dosen Pembimbing

Arif Rahman, ST., MT.
NIP. 19740528 200801 1 010

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Teknik Industri**



Ovong Novareza, ST., MT., Ph.D.
NIP. 19741115 200604 1 002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya dan berdasarkan hasil penelusuran berbagai karya ilmiah, gagasan dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas di dalam Naskah Skripsi ini adalah asli dari pemikiran saya. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 13 Juli 2018

Mahasiswa



Puguh Wiratrama Pratikto
NIM. 145060707111027

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tidak lupa shalawat dan salam juga tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Skripsi yang berjudul **“Analisis Strategi Pemerintah Daerah Untuk Pemasaran Produk Kain Batik Banyuwangi”** ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak hambatan yang dihadapi oleh penulis dalam penulisan skripsi ini, namun berkat dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, hambatan-hambatan tersebut dapat teratasi. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, kakak, adik, dan kakek tersayang, Bapak Dal Siswanto, Ibu Ninik Kurniasih, mas Rajudya Pratama, mbak Richa Pratama, Aqra Syahm Pradipta, dan kakung Saifullah atas kasih sayang, doa dan kesabaran yang tak terbatas, untuk pelajaran dan didikan yang diberikan selama ini, motivasi, nasihat, dukungan mental dan materil, serta perjuangan yang tidak pernah lelah demi memberikan pendidikan yang terbaik kepada penulis.
3. Bapak Oyong Novareza, ST., MT., Ph.D. dan Ibu Rahmi Yuniarti, ST., MT selaku Ketua Jurusan Teknik Industri dan Sekertaris Jurusan Teknik Industri Universitas Brawijaya.
4. Bapak Arif Rahman, ST., MT., sebagai dosen pembimbing skripsi, penulis berterimakasih atas kesabaran yang diberikan dalam membimbing penulis, memberikan masukan, waktu, arahan, motivasi, semangat, ilmu dan nasihat yang sangat berharga dan bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak Wisnu Wijayanto Putro, ST., M.Eng. selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang selalu memberikan bimbingan dan arahan terhadap kegiatan akademik maupun non akademik kepada penulis.
6. Bapak Remba Yanuar Efranto, ST., MT., bapak Rio Prasetyo Lukodono, ST., MT., dan bapak Raditya Ardianwiliandri, ST., MMT. yang telah dengan ikhlas memberikan ilmu kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

7. Bapak dan Ibu Dosen dan staff Jurusan Teknik Industri yang telah dengan ikhlas memberikan ilmu, tenaga dan juga waktunya yang sangat berharga dan bermanfaat bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Mbak Tri Vina Oktivita Sari selaku pendamping klinik UMKM dan pembimbing lapangan dalam penelitian, dan juga seluruh karyawan Dinas Koperasi dan UMKM yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Dewi Novitasari yang membantu dalam melakukan pengambilan data dan membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan SMANSA MTH21 elite atas yang selalu ada dari awal masuk perkuliahan hingga saat ini, Huri, Danu, Abu, Ambar dkk. Terimakasih sudah selalu menemani, memberi semangat dan juga doa pada penulis.
11. Teman tour de BWI atau PGPHP, Suryo, Faiz, Icha, Bella yang selalu memberikan dukungan semangat penulis dalam menyelesaikan penulisan.
12. Teman-teman minion TI, Fika, Inna, dan Livia yang selalu memberikan semangat, dan doa pada penulis.
13. Teman-teman Bads Squad, yang selalu memberikan semangat, hiburan, olahraga dan doa pada penulis.
14. Keluargaku, seluruh Mahasiswa Teknik Industri angkatan 2014. Terimakasih sudah berproses bersama, terimakasih untuk segala dukungan, motivasi, dan juga doa yang telah diberikan semoga kita semua selalu diberi kemudahan dan kelancaran untuk meraih kesuksesan serta seluruh pihak untuk bantuannya yang tidak dapat disebut satu-persatu dan yang sangat berperan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis juga mengucapkan permohonan maaf atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga kritik dan saran dapat diberikan agar penulisan skripsi ini menjadi lebih baik. Dan yang terakhir penulis berharap skripsi ini dapat dikembangkan dan bermanfaat bagi ilmu pengetahuan ke depannya.

Malang, Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
RINGKASAN	xi
SUMMARY	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Batasan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Pemasaran	11
2.3 Strategi Pemasaran	12
2.4 Manajemen Strategi	12
2.5 Analisis Lingkungan Perusahaan	14
2.6 Bauran Pemasaran	18
2.7 Tahapan Manajemen Strategi	20
2.7.1 <i>Input Stage</i>	21
2.7.2 <i>Matching Stage</i>	23
2.7.3 <i>Decision Stage</i>	23
2.8 <i>Pairwise Comparison</i>	28
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.3 Metode Pengambilan Data	31
3.4 Langkah-Langkah Penelitian	32
3.5 Diagram Alir Penelitian	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Sejarah Batik Banyuwangi	37
4.2 Struktur Organisasi	38
4.3 Visi dan Misi Kabupaten Banyuwangi	42
4.4 Proses Produksi Batik.....	44
4.5 Analisis Internal-Eksternal Batik Kabupaten Banyuwangi	45
4.6 Penentuan Responden	59
4.7 Rekapitulasi Hasil Kuesioner	60
4.7.1 Responden Kuesioner Pegawai.....	60
4.7.2 Responden Kuesioner Konsumen.....	62
4.8 <i>Input Stage</i>	65
4.8.1 Matrik Faktor Internal.....	66
4.8.2 Matrik Faktor Eksternal.....	68
4.9 <i>Matching Stage</i>	71
4.9.1 Matrik Internal Eksternal.....	71
4.9.2 Matrik TOWS	73
4.10 <i>Decision Stage</i>	79
4.11 Analisis Hasil.....	80
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

No.	Judul	.Halaman
Tabel 1.1	Rekap Penjualan UKM Tresno dan UKM Yoko	5
Tabel 1.2	Rekap Penjualan dan Wisatawan	6
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu dan Penelitian Saat Ini	10
Tabel 2.2	Matrik Faktor Strategi Internal	22
Tabel 2.3	Matrik Faktor Strategi Eksternal.....	23
Tabel 2.4	Matrik QSPM.....	26
Tabel 2.5	Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan	28
Tabel 2.6	Daftar Indeks Random Konsistensi	29
Tabel 4.1	Identitas Pegawai Yang Menjawab Bagian A	61
Tabel 4.2	Responden Pegawai Yang Menjawab Bagian B.....	61
Tabel 4.3	Identitas Konsumen Yang Menjawab Bagian A.....	63
Tabel 4.4	Responden Konsumen Yang Menjawab Bagian B	64
Tabel 4.5	Matrik IFE.....	66
Tabel 4.6	Matrik EFE.....	69
Tabel 4.7	Matrik QSPM.....	82

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Jarak UKM Batik Banyuwangi.....	3
Gambar 2.1	Elemen-elemen dasar proses manajemen strategi	13
Gambar 2.2	Elemen bauran pemasaran	20
Gambar 2.3	Kerangka analitis perumusan strategi.....	21
Gambar 2.4	Matrik Internal dan Eksternal	24
Gambar 2.5	Diagram analisis TOWS	26
Gambar 3.1	Diagram alir penelitian	36
Gambar 4.1	Struktur organisasi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi	38
Gambar 4.2	Matrik IE	71
Gambar 4.3	Peta kampung wisata batik	82

Halaman ini sengaja dikosongkan

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Pemilik Bisnis UKM Batik Dan Dinas Koperasi Dan UMKM	93
Lampiran 2	Kuesioner Konsumen	95
Lampiran 3	Pembobotan Faktor Internal Dan Eksternal Menggunakan <i>Pairwise Comparison</i>	97
Lampiran 4	Matrik QSPM	104

Halaman ini sengaja dikosongkan

RINGKASAN

Puguh Wiratrama Pratikto, Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya, Mei 2018, Analisis Usulan Strategi Pemerintah Daerah untuk Pemasaran Produk Kain Batik Banyuwangi, Dosen Pembimbing: Arif Rahman, ST., MT.

Potensi yang dimiliki oleh Indonesia tentang ekspor batik pada setiap tahunnya semakin meningkat. Seperti halnya pada tahun 2017 nilai ekspor batik dan produk batik sebesar US\$ 58, 46 juta atau Rp 818,44 miliar (dengan kurs Rp 14.000). Tercatat ekspor batik tersebut dilakukan oleh UKM batik, UKM batik tersebut berjumlah lebih dari 47.755 unit yang tersebar di seluruh Indonesia. Kabupaten Banyuwangi juga mempunyai potensi dimana setiap tahunnya jumlah wisatawan mengalami kenaikan, seperti halnya pada tahun 2017 kenaikan wisatawan sebesar 0,69%. Akan tetapi, di Kabupaten Banyuwangi penjualan batik mengalami penurunan pada tahun 2017. Penurunan tersebut juga dijelaskan oleh Sekretaris Asosiasi Perajin Batik yang mengalami penurunan 10%-20% pada tahun 2017. Sebagaimana masalah yang dijelaskan sebelumnya, Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi perlu meningkatkan penjualan kain batik daerahnya dengan melibatkan pemerintah, pemilik bisnis, dan masyarakat.

Konsep kerangka analitis perumusan strategi yang digunakan dalam merancang strategi pemasaran batik Banyuwangi menjelaskan bahwa formulasi strategi dapat dibentuk dalam 3 tahap. Tahap pertama adalah *input stage* yang terdiri dari matrik IFE dan EFE. Tahap kedua adalah *matching stage* yang terdiri dari matrik TOWS dan matrik IE. Tahap ketiga adalah *decision stage* yang terdiri dari matrik QSPM.

Hasil penelitian menunjukkan total skor matrik IFE adalah 2,412 dan total skor matrik EFE adalah 3,170. Skor ini menentukan posisi di matrik IE yaitu pada kuadran 2 (tumbuh dan dibangun). Pada matrik IE memunculkan tiga alternatif strategi. Selain itu, pada matrik TOWS memunculkan sebelas alternatif strategi. Selanjutnya dari empat belas alternatif strategi yang dimunculkan oleh matrik IE dan matrik TOWS, diolah lebih lanjut untuk dapat digabungkan setiap alternatif yang ada, dan dari hasil penggabungan tersebut memunculkan delapan alternatif strategi yang dapat dimasukkan pada *decision stage*. Pada tahap QSPM delapan alternatif strategi yang digunakan dilakukan penilaian oleh pihak Dinas Koperasi dan UMKM, selanjutnya dari delapan alternatif strategi yang terdapat pada matrik QSPM menghasilkan empat strategi yang diprioritaskan untuk diterapkan terlebih dahulu. Adapun alternatif strategi tersebut adalah membuat kampung wisata batik, membuat inovasi produk batik Banyuwangi, memperoleh kendali pemasok, dan meningkatkan kualitas batik Banyuwangi. Pemilihan empat strategi tersebut bertujuan untuk lebih menarik masyarakat dalam mengenal batik Banyuwangi yang selanjutnya masyarakat akan diberikan batik dari produksi UKM batik Banyuwangi dengan kualitas yang baik.

Kata Kunci: Matrik IFE, Matrik EFE, Matrik TOWS, QSPM, Manajemen Strategi

Halaman ini sengaja dikosongkan

SUMMARY

Puguh Wiratrama Pratikto. Department of Industrial Engineering, Faculty of Engineering, Universitas Brawijaya, May 2018, Local Government Analysis Strategy for Batik Banyuwangi Product Marketing. Academic Supervisors: Arif Rahman, ST., MT.

The potential owned by Indonesia about exporting batik increased each year. As in the year 2017 batik exports value and batik products of US\$ 58, 46 millions or Rp 818.44 billion (with exchange rate of Rp 14,000). Noted that batik exports were done by Batik SME, Batik SME numbered more than 47.755 units scattered all over Indonesia. Banyuwangi District also has potential which is every year the number of tourists increase, as in the year 2017 the increase of tourists by 0,69%. However, in Banyuwangi District, batik sales decreased in 2017. The decrease is also explained by Association of Batik Crafters Secretary who decreased 10%-20% in 2017. As the problems described earlier, Banyuwangi District Government in increasing sales of its territory batik cloth with government involvement, business owners, and society is needed.

Analytical framework of strategy formulation concept explains that strategy formulation can be formed in 3 stages. The first stage is input stage consisting IFE and EFE matrices. The second stage is matching stage consisting TOWS matrix and IE matrix. The third stage is decision stage consisting QSPM matrix. Result of the research shows the total score of IFE matrix is 2,412 and the total score of EFE is 3,170. These scores determined the position in IE matrix which is in quadrant 2 (growth and built). IE matrix brought up three alternative strategies. Furthermore, in TOWS matrix shows eleven alternative strategies. At the QSPM stage, there are eight alternative strategies used, the eight strategies obtained from the incorporation of the alternative strategies raised from IE matrix and TOWS matrix. Furthermore, the eight alternative strategies contained from QSPM matrix produce four strategies that are prioritized to be applied first, which is to make batik tourist village, innovating Batik Banyuwangi products, gain control of suppliers, and increasing Batik Banyuwangi quality. Selection of the four strategies is aimed to attracting the society about knowing Batik Banyuwangi which furthermore the society will be given batik from Batik Banyuwangi SME production with good quality.

Keywords: EFE Matrix, IFE Matrix, Management Strategic, QSPM, TOWS Matrix.

Halaman ini sengaja dikosongkan