

## PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PADA UKM EKONOMI KREATIF BATIK BAKARAN DI PATI, JAWA TENGAH

Ghalib Agfa Polnaya<sup>1</sup> dan Darwanto<sup>2</sup>

- 1) Alumni FEB Undip
- 2) Staff Pengajar FEB Undip  
(ghalib.agfa@gmail.com)

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menetapkan strategi pengembangan UKM ekonomi kreatif batik bakaran di Pati, Jawa Tengah untuk meningkatkan daya saing. UKM ekonomi kreatif batik bakaran dirasakan mampu mengembangkan perekonomian lokal masyarakat sekitar dengan dibekali ilmu pengetahuan, kreatifitas, inovasi serta dapat mengembangkan lapangan pekerjaan. Tetapi, UKM ekonomi kreatif batik bakaran belum mampu memberikan ciri khas khusus bagi Pati sendiri. Penelitian ini menggunakan metode *Analytical Network Process* (ANP). Analisis strategi pengembangan daya saing pada UKM kreatif batik bakaran meliputi aspek industri, teknologi, sumber daya, institusi, dan intermediasi keuangan. Hasil analisis ANP menunjukkan bahwa dari kelima aspek pengembangan daya saing pada UKM kreatif batik bakaran, menghasilkan aspek sumber daya sebagai prioritas utama dan strategi pengembangan yang tepat untuk dilakukan adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia kreatif dengan harapan dapat membantu pemanfaatan bahan baku yang terbarukan. Rekomendasi strategi meningkatkan kualitas sumber daya manusia kreatif merupakan strategi dengan prioritas paling tinggi dengan skor 0,2329.

**Kata Kunci:** Batik Bakaran, UMKM, Ekonomi Kreatif, Ekonomi Lokal, ANP (*Analytical Network Process*).

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to establish the SME development strategy of creative economy, batik burnt in Pati, Central Java, to improve competitiveness. SMEs of creative economy of burnt batik are felt capable of developing the local economy of the surrounding community through science, creativity, and innovation. SMEs are also considered to be able to develop jobs. However, the SMEs of creative economy of burnt batik are unable to give special characteristics to the Pati itself. This study uses Analytical Network Process (ANP). Analysis of the development strategy of competitiveness in SMEs kreatif burnt batik covering aspects of the industry, technology, resources, institutions, and financial intermediation. ANP analysis results shows that the five aspects of competitiveness developer in the SME creative burnt batik can generate the resources as a top priority and the development of appropriate strategies to improve the quality of human resources in hopes can help the use of renewable raw materials. Recommended strategies for improving the quality of creative human resources is a strategic with the highest priority with a score of 0.2329.*

**Keywords:** Batik Bakaran, SMEs, Creative Economy, The Local Economy, ANP (*Analytical Network Process*)

### PENDAHULUAN

Pembangunan dan pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting dalam penggerak pertumbuhan ekonomi. Tambunan (2001) menjelaskan salah satu karakteristik dari dinamika dan kinerja ekonomi yang baik dengan laju pertumbuhan yang tinggi di negara-negara Asia Timur dan Tenggara yang dikenal dengan *Newly Industrializing Countries* (NICs) seperti Korea Selatan, Singapura, dan Taiwan adalah kinerja Usaha Kecil Menengah (UKM) mereka yang sangat efisien, produktif dan memiliki tingkat daya saing yang tinggi. UKM di negara-negara tersebut sangat responsif terhadap kebijakan-kebijakan pemerintahannya

dalam pembangunan sektor swasta dan peningkatan pertumbuhan ekonomi yang berorientasi ekspor. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 3 disebutkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki tujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Langkah Pemerintah guna meningkatkan perekonomian Indonesia terutama di daerah yaitu dengan memberlakukan otonomi daerah. Keleluasaan yang diberikan kepada daerah adalah untuk menetapkan berbagai kebijakan, seperti UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 25 Tahun

1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah. Lewat otonomi daerah tersebut setiap daerah di Indonesia diharuskan untuk dapat mengembangkan setiap potensi lokal yang dimilikinya agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan regional maupun global. Secara tidak langsung, hal tersebut berarti pembangunan ekonomi suatu wilayah lebih mengarah pada pendekatan yang berorientasi pada pengembangan sumber daya lokal yang merupakan faktor-faktor endogen wilayah tersebut secara optimal dan maksimal.

Pengembangan ekonomi lokal juga perlu diarahkan untuk mendukung perkembangan sektor-sektor ekonomi yang mempunyai potensi menciptakan kesempatan kerja yang luas dan

memiliki prospek yang baik dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu wilayah. Berdasarkan pemikiran tersebut, penelitian ini memilih sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai sektor yang memiliki potensi besar dalam Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL). Pada akhir dasawarsa 1980-an hingga saat ini pertumbuhan ekonomi Indonesia sebagian besar digerakkan oleh pertumbuhan industri manufaktur yang pesat. Ada beberapa kelompok dalam sektor industri manufaktur, pembangunan, dan pertumbuhan sektor Usaha Kecil dan Menengah merupakan salah satu motor penggerak yang penting bagi perkembangan ekonomi wilayah di Indonesia.

**Tabel 1.** Data Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) 2013

No	Indikator	Satuan	Tahun 2013	
			Jumlah	Pangsa(%)
1	Unit Usaha (A+B)	(Unit)	56.539.560	100
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	(Unit)	56.534.592	99,99
	- Usaha Mikro (Umi)	(Unit)	55.856.176	98,79
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	629.418	1,11
	- Usaha Menengah (UM)	(Unit)	48.997	0,09
	B. Usaha Besar (UB)	(Unit)	4.968	0.01
2	Tenaga Kerja (A+B)	(Orang)	110.808.154	100
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	(Orang)	107.657.509	97,16
	- Usaha Mikro (Umi)	(Orang)	99.859.517	90,12
	- Usaha Kecil (UK)	(Orang)	4.535.970	4,09
	- Usaha Menengah (UM)	(Orang)	3.262.023	2,94
	B. Usaha Besar (UB)	(Orang)	3.150.645	2,84
3	PDB atas Dasar Harga Berlaku (A+B)	(Rp. Milyar)	8.241.864,3	100
	A. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	(Rp. Milyar)	4.869.568,1	59,08
	- Usaha Mikro (Umi)	(Rp. Milyar)	2.951.120,6	35,8
	- Usaha Kecil (UK)	(Rp. Milyar)	798.122,2	19,68
	- Usaha Menengah (UM)	(Rp. Milyar)	1.120.325,3	13,59
	B. Usaha Besar (UB)	(Rp. Milyar)	3.372.296,1	40,92

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM, 2013

Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2013 total nilai Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai Rp 8.241,8 seperti yang terlihat pada tabel 1 UMKM memberikan kontribusi sebesar Rp 4.869,5 atau 59,08% dari total PDB Indonesia. Jumlah populasi UMKM Indonesia pada tahun 2012 mencapai 56,53 juta unit usaha atau 99,99% terhadap total unit usaha di Indonesia, sementara jumlah tenaga kerjanya mencapai 107,65 juta orang atau 97,16% terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia. Data tersebut menunjukkan peranan UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat penting dan menguntungkan bagi peningkatan Produk Domestik Bruto Indonesia untuk meningkatkan perekonomian Indonesia.

Tambunan (2001) menjelaskan keterbatasan usaha mikro menengah sebagai sektor dengan keunggulan daya saing perlu dipahami keterbatasannya, yang antara lain dalam hal ukuran unit usaha dan pengembangan kapasitas modal, teknologi produksi dan pemasaran produk. Permasalahan pengembangan unit-unit usaha UKM di Indonesia, isu-isu keterbatasan modal manusia

(SDM), pengetahuan maupun teknologi produksi belum banyak dibahas secara penting. Hal yang paling sering terungkap adalah keterbatasan modal fisik (finansial, struktur, dan infrastruktur) dan kesulitan dalam pemasaran. Tambunan (2001) menjelaskan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh lembaga pemerintah, swasta maupun organisasi non-profit atau LSM didapatkan bahwa keterbatasan SDM (Sumber Daya Manusia) dan teknologi modern ternyata kurang diperhatikan sebagai masalah yang serius bagi banyak pengusaha. Sebaliknya dari hasil penelitiannya, keterbatasan dua faktor tersebut merupakan salah satu penyebab utama rendahnya daya saing produk UKM dari produk-produk Usaha Besar atau produk-produk impor. Wie (1997) menjelaskan kesulitan dalam pemasaran dapat dilihat sebagai salah satu akibat dari rendahnya kualitas pekerja dan pengusaha serta keterbatasan teknologi yang membuat produk-produk UKM belum memiliki kualitas dan harga yang kompetitif.

**Tabel 2.** PDB Indonesia Tahun 2010-2013 Atas Dasar Harga Berlaku (Milyar Rupiah)

Sektor	Uraian	2010	2011*	2012**	2013***
1	Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	985.470,5	1.091.447,3	1.190.412,4	1.303.177,3
2	Pertambangan dan Penggalian	719.710,1	879.505,4	970.599,6	1.001.485,3
3	Industri Pengolahan	1.393.274,4	1.575.291,9	1.720.574,0	1.864.897,1
4	Listrik, Gas, dan Air	49.119,0	56.788,9	65.124,9	72.497,1
5	Konstruksi	660.890,5	754.483,5	860.964,8	965.135,9
6	Perdagangan, Hotel, dan Restoran	682.286,8	804.473,3	905.151,5	1.024.379,2
7	Pengangkutan dan Komunikasi	417.527,8	484.790,3	541.930,4	631.278,6
8	Keuangan, Real Estate, dan Jasa Perusahaan	432.980,6	496.171,7	554.218,7	639.092,2
9	Jasa-jasa	633.593,0	752.829,7	854.127,4	965.371,3
10	<b>Ekonomi Kreatif</b>	<b>472.999,2</b>	<b>526.999,2</b>	<b>578.760,6</b>	<b>641.815,5</b>
<b>PDB Indonesia</b>		<b>6.446.851,9</b>	<b>7.422.781,2</b>	<b>8.241.864,3</b>	<b>9.109.129,4</b>

Ket: \*) Angka Sementara; \*\*) Angka Sangat Sementara; \*\*\*) Angka Sangat-Sangat Sementara

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2013

Peran ekonomi kreatif dalam perekonomian ekonomi memiliki kontribusi yang cukup signifikan terhadap PDB. Tahun 2013, ekonomi kreatif menduduki peringkat ke tujuh. Besaran pendapatan ekonomi kreatif di

Indonesia dalam perkiraan tahun 2013 mencapai 641 milyar rupiah lebih. Angka tersebut meningkat sangat signifikan dibanding tahun 2010 sebanyak 472.999,2 milyar, tahun 2011

sebanyak 526.999,2 milyar, dan tahun 2012 sebanyak 578.760,6 milyar.

Toffler (1980) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. *Pertama*, gelombang ekonomi pertanian. *Kedua*, gelombang ekonomi industri. *Ketiga*, gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan ekonomi kreatif telah memasuki perekonomian Indonesia saat ini. Ekonomi kreatif yang melibatkan para *creator* dan pencetus ide sangatlah dibutuhkan. Manusia harus mampu mewujudkan ide dan kreativitas yang dimilikinya. Sebagai wujud dari reaksi fenomena yang terjadi dalam bidang ekonomi tersebut maka muncul ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Ekonomi kreatif adalah era ekonomi baru yang berfokus pada kreativitas dan informasi. Modal utama dalam ekonomi kreatif yang diperlukan adalah wawasan luas dan ide yang dimiliki Sumber Daya Manusia (SDM). Kedua faktor tersebut menjadi modal utama yang digunakan manusia dalam menghadapi era ekonomi kreatif saat ini.

#### LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Konsep ekonomi kreatif ternyata mampu memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian di beberapa negara. Di Indonesia, ekonomi kreatif dimulai dari permasalahan akan pentingnya meningkatkan daya saing produk nasional untuk menghadapi pasar global. Pemerintah melalui Departemen Perdagangan yang bekerja sama dengan Departemen Perindustrian dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) serta didukung oleh KADIN kemudian membentuk tim *Indonesia Design Power* yang bertujuan untuk menempatkan produk Indonesia menjadi produk yang berstandar internasional namun tetap memiliki karakter nasional yang diterima di pasar dunia. Setelah menyadari akan besarnya kontribusi ekonomi kreatif terhadap negara maka pemerintah selanjutnya melakukan studi yang lebih intensif dan meluncurkan cetak biru pengembangan ekonomi kreatif (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008).

Subsektor industri kreatif yang masuk ke dalam lingkup pembinaan Kementrian Perindustrian adalah fashion, kerajinan, layanan komputer, dan piranti lunak. Fashion dan kerajinan merupakan subsektor yang dominan dalam memberikan kontribusi ekonomi. Kedua industri ini menjadi lokomotif dalam perkembangan industri kreatif Indonesia. Direktur Jenderal Industri Kecil dan Menengah (IHKM) Kementerian Perindustrian (Kemenperin) Euis Saedah mengatakan, kontribusi fashion dan kerajinan jauh mengungguli kontribusi jenis industri kecil lainnya. "Baik dalam nilai tambah, tenaga kerja, jumlah perusahaan, maupun eksponnya," kata Euis saat pidato pembukaan pameran fashion dan kerajinan bertema "*Indonesia Fashion and Craft 2013*" di Jakarta, Kamis [27/6]. Salah bentuk industri kreatif fashion dan kerajinan di Indonesia terdapat di Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Banyak potensi yang menjadi ciri khas desain dan fashion lokal kreatif yang terbentuk melalui macam produk UKM mereka, salah satunya adalah Batik Bakaran. Namun, banyak pula yang belum mengembangkan hasil produksi para pelaku UKM. Hal ini berakibat pada ketertinggalan kearifan budaya lokal dengan kota-kota lain di Jawa Tengah seperti Solo, Pekalongan, dan Jepara. Kota-kota tersebut telah mengembangkan nilai produksi produk lokalnya, sehingga masyarakat umum lebih mengenal produk lokal seperti Batik Solo, Batik Pekalongan, dan Ukiran Jepara.

Kondisi iklim usaha UKM Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah dilihat dari waktu ke waktu, dari tempat ke tempat, dan dari sektor ke sektor belum mengalami perkembangan yang begitu signifikan (*stagnant*). Hal ini mengakibatkan UKM Batik Bakaran belum mampu memberikan sumbangan langsung terhadap ciri khas khusus bagi kota Pati, supaya dikenal baik di dalam maupun luar daerah. Adanya permasalahan tersebut, pengembangan UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah maupun masyarakat itu sendiri agar dapat mengembangkan daya saing bersama para pelaku ekonomi lain. Kebijakan pemerintah ke depan dirasa perlu meningkatkan perannya dalam memberdayakan UKM disamping juga

mengembangkan kemitraan usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha besar dengan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia.

UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah dipilih dalam penelitian karena banyaknya UKM ekonomi lokal yang tersebar dan dianggap mampu mengembangkan sentra bisnisnya dengan modal sumber daya manusia, ilmu pengetahuan, dan kreatifitas. Kreatifitas merupakan peranan penting dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini memunculkan asumsi bahwa dapat dilakukan sebuah penelitian tentang Ekonomi Lokal pada UKM Ekonomi Kreatif yang ada di Pati, Jawa Tengah. UKM Batik Bakaran diharapkan mampu mengangkat perekonomian kota Pati, dan juga dapat meningkatkan PDRB kota Pati itu sendiri.

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dijelaskan dengan gambar 1 yaitu sebagai berikut:

**Gambar 1.** Kerangka Pemikiran

Permasalahan	Identifikasi
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak berkembangnya UKM ekonomi kreatif Batik Bakaran di Pati, Jawa Tengah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permasalahan utama yang mempengaruhi pengembangan UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran</li> <li>• Solusi mengatasi permasalahan utama</li> <li>• Strategi pengembangan untuk meningkatkan daya saing</li> </ul>

Sumber: Penulis

**METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode *Analytic Network Process* (ANP) yang merupakan pengembangan dari metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). ANP mengijinkan adanya interaksi dan umpan balik dari elemen-elemen dalam klaster (*inner dependence*) dan antar klaster (*outer dependence*). ANP diterapkan pada pengambilan keputusan yang rumit, kompleks serta memerlukan berbagai variasi interaksi dan ketergantungan. Sebagai metode pengembangan

dari metode AHP, ANP menggunakan cara *Pairwise Comparison Judgement Matrices* (PCJM) antar elemen yang sejenis. Perbandingan berpasangan ANP dilakukan antar elemen dalam komponen atau klaster untuk setiap interaksi dalam *network* (Rusydia, 2013).

*Analytic Network Process* (ANP) merupakan teori matematis yang mampu menganalisa pengaruh dengan pendekatan asumsi-asumsi untuk menyelesaikan bentuk permasalahan. ANP bergantung pada alternatif-alternatif dan kriteria yang ada. Saaty dalam Rusydia (2013) menjelaskan teknis analisis ANP menggunakan perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) pada alternatif-alternatif dan kriteria proyek. Pada jaringan ANP, level dalam AHP disebut klaster yang dapat memiliki kriteria dan alternatif didalamnya. Adapun tahapan yang dilakukan dalam ANP adalah:

1. Konstruksi Model

Konstruksi model ANP disusun berdasarkan *literature review* secara teori maupun empiris dan memberikan pertanyaan pada pakar ahli dan praktisi UMKM serta melalui *indepth interview* untuk mengkaji informasi secara lebih dalam untuk memperoleh permasalahan yang sebenarnya.

2. Kuantifikasi Model

Tahap kuantifikasi model menggunakan pertanyaan dalam kuesioner ANP berupa *pairwise comparison* (perbandingan pasangan) antar elemen dalam klaster kepada para responden. Penyebaran kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui mana diantara keduanya yang lebih besar pengaruhnya (lebih dominan) serta seberapa besar perbedaannya melalui skala numerik 1-9. Ketika penilaian dilakukan untuk sepasang, nilai timbal balik secara otomatis ditetapkan ke perbandingan terbalik dalam matriks. Data hasil penilaian kemudian dikumpulkan dan diinput melalui software *super decision* untuk diproses sehingga menghasilkan output berbentuk supermatriks. Hasil dari setiap responden akan diinput pada jaringan ANP tersendiri. Dalam proses penilaian, masalah dapat terjadi dalam konsistensi dari perbandingan berpasangan. Rasio konsistensi memberikan penilaian

numerik dari seberapa besar evaluasi ini mungkin tidak konsisten. Jika rasio yang dihitung kurang dari 0,10, maka konsistensi dianggap memuaskan.

3. Sintesis dan Analisis

Sintesis merupakan proses menyatukan semua bagian menjadi satu kesatuan. Proses sintesis merupakan cara yang tepat untuk menghasilkan keputusan, ketika membuat keputusan dengan dibatasi batasan-batasan informasi. Ascarya dalam Rusydiana (2013) adapun tahapan penghitungan sintesis adalah:

a. *Geometric Mean*

Untuk mengetahui hasil penilaian individu dari para responden dan menentukan hasil pendapat pada satu kelompok dilakukan penilaian dengan menghitung *geometric mean* (Rusydia, 2013). Pertanyaan berupa perbandingan (*Pairwise comparison*) dari responden akan dikombinasikan, sehingga membentuk suatu konsensus. *Geometric mean* merupakan jenis penghitungan rata-rata yang menunjukkan tendensi atau nilai tertentu dimana memiliki formula sebagai berikut:

$$GM=(R_1 * R_2 * R_3 * \dots * R_n)^{1/n} \dots\dots\dots (3.1)$$

b. *Rater Agreement*

*Rater agreement* adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kesesuaian (persetujuan) para responden (R1-Rn) terhadap suatu masalah dalam satu klaster. Adapun alat yang digunakan untuk mengukur *rater agreement* adalah *Kendall's Coefficient of Concordance* ( $W; 0 < W \leq 1$ ).  $W=1$  menunjukkan kesesuaian yang sempurna (Rusydia, 2013).

Untuk menghitung Kendall's (W), yang pertama adalah dengan memberikan ranking pada setiap jawaban kemudian menjumlahkannya.

$$R_i = \sum_j^m 1r_{ij} \dots\dots\dots (3.2)$$

Nilai rata-rata dari total ranking adalah:

$$U = (T_1 + T_2 + T_3 + \dots + T_p) / p \dots\dots\dots (3.3)$$

Jumlah kuadrat deviasi (S), dihitung dengan formula:

$$S = (T_1 - U)^2 + (T_2 - U)^2 + \dots + (T_p - U)^2 \dots\dots\dots (3.4)$$

$$MaxS = (n-U)^2 + (2n-U)^2 + \dots + (pn-U)^2 \dots\dots\dots (3.5)$$

Sehingga diperoleh Kendall's W, yaitu:

$$W = \frac{S}{MaxS} \dots\dots\dots (3.6)$$

*MaxS*

Dimana: R = Jawaban Responden, T = Total Ranking tiap Aspek, p = Jumlah Aspek, n = Jumlah Responden

Jika nilai pengujian W sebesar 1 ( $W=1$ ), dapat disimpulkan bahwa penilaian atau pendapat dari para responden memiliki kesesuaian yang sempurna. Sedangkan ketika nilai W sebesar 0 atau semakin mendekati 0, maka menunjukkan adanya ketidaksesuaian antar jawaban responden atau jawaban bervariasi (Ascarya dalam Rusydiana, 2013).

Ascarya dalam Rusydiana (2013), terdapat 3 prinsip-prinsip dasar ANP yaitu dekomposisi, penilaian komparasi (*comparative judgements*), dan komposisi hierarkis atau sintesis dari prioritas :

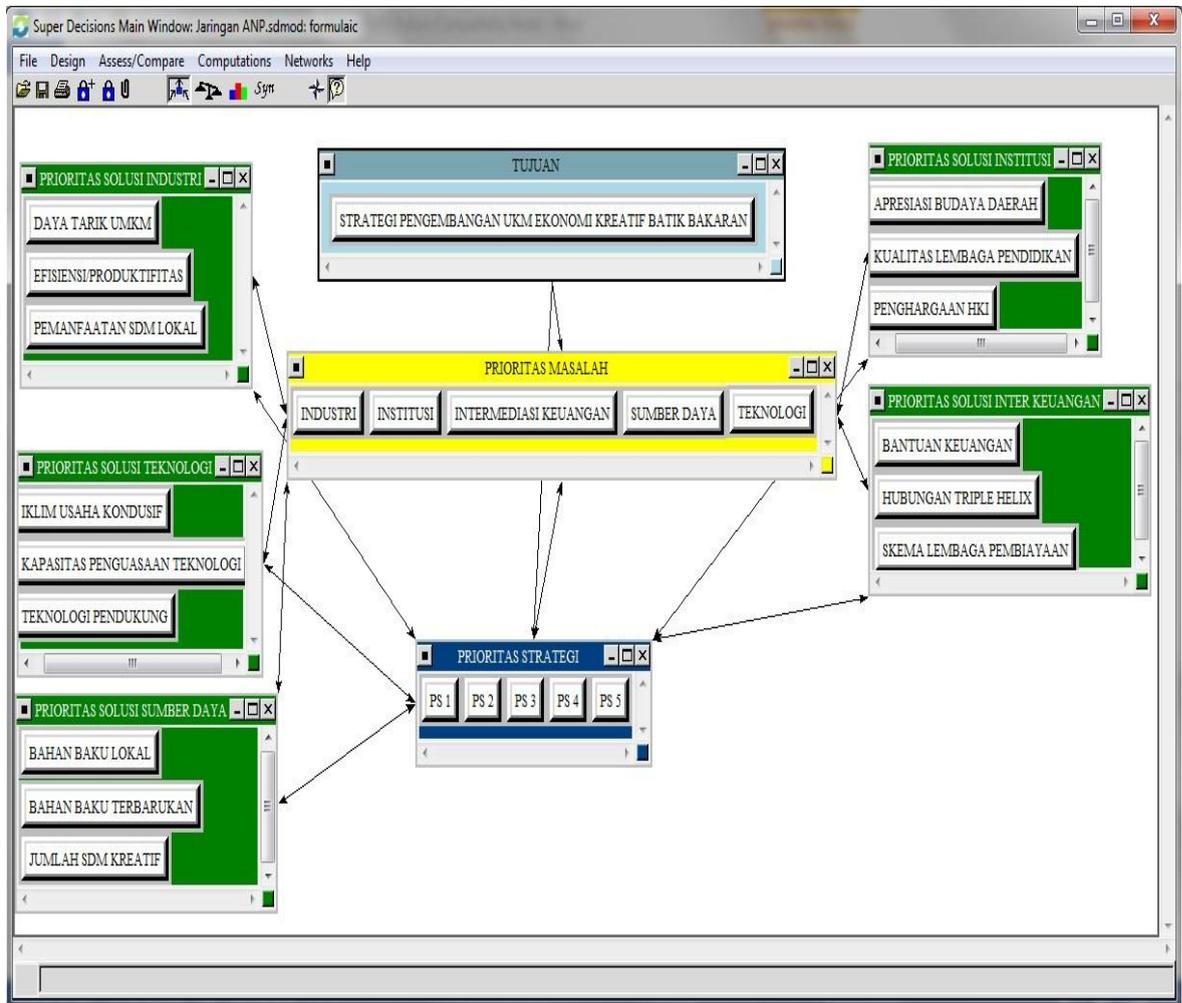
1. Prinsip dekomposisi, yaitu diterapkan untuk menstrukturkan masalah yang kompleks menjadi kerangka hierarki atau kerangka ANP yang terdiri dari jaringan-jaringan klaster.
2. Prinsip penilaian komparasi diterapkan untuk membangun perbandingan pasangan (*pairwise comparison*) dari semua kombinasi elemen-elemen dalam klaster dilihat dari klaster induknya. Perbandingan pasangan ini digunakan untuk mendapatkan prioritas lokal dari elemen-elemen di dalam suatu klaster dilihat dari klaster induknya.
3. Prinsip komposisi hierarkis atau sintesis diterapkan untuk mengalikan prioritas lokal dari elemen-elemen dalam klaster dengan prioritas "global" dari elemen induk yang akan menghasilkan prioritas global seluruh hierarki dan menjumlahkannya untuk menghasilkan prioritas global untuk elemen level terendah (biasanya merupakan alternatif).

**HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan data yang diolah dari pengisian kuesioner menggunakan *software Super Decision 2.2.6* dan *Microsoft Excel 2010*, maka didapat ringkasan hasil perbandingan

berpasangan (*Pairwise Comparison*) dalam gambar 2 dan tabel 3 sebagai berikut:

**Gambar 2.** Jaringan *Analytic Network Process* (ANP)



Sumber: Data diolah, 2015 (Pengolahan dengan *Software Super Decision 2.2.6*)

**Tabel 3.** Hasil Perbandingan Berpasangan (*Pairwise Comparasion*)

KETERANGAN		AHLI	
ASPEK PERMASALAHAN		NR	R
INDUSTRI		0.22671	1
TEKNOLOGI		0.18360	4
SUMBER DAYA		0.15420	5
INSTITUSI		0.22282	2
INSTERMEDIASI KEUANGAN		0.21266	3
ASPEK SOLUSI			
Industri	daya tarik UKM ekonomi kreatif	0.431503	1
	efisiensi/produktivitas	0.426535	2
	pemanfaatan sumber daya lokal	0.14196	3
Institusi	penghargaan HKI	0.417212	2
	apresiasi budaya daerah	0.458811	1
	kualitas lembaga pendidikan	0.123976	3
Intermediasi Keuangan	bantuan keuangan	0.430329	1
	hubungan <i>Triple Helix</i>	0.407754	2
	skema dan lembaga pembiayaan	0.161915	3
Sumber Daya	bahan baku produk lokal	0.123475	3
	jumlah SDM kreatif	0.441143	1
	bahan baku terbarukan	0.435381	2
Teknologi	teknologi pendukung	0.292816	2
	iklim usaha kondusif	0.224966	3
	kapasitas penguasaan teknologi	0.482217	1
ASPEK STRATEGI			
Peningkatan daya tarik ukm melalui inovasi bermuatan lokal dalam upaya untuk meningkatkan keunggulan komparatif		0.204249	4
Pembentukan teknologi pendukung guna meningkatkan kapasitas kemampuan penguasaan teknologi dalam terciptanya iklim usaha yang kondusif untuk merangsang investasi teknologi dan infratraktur		0.215256	2
Meningkatkan kualitas SDM kreatif dengan harapan dapat membantu pemanfaatan bahan baku yang terbarukan		0.232901	1
Meningkatkan kualitas lembaga pendidikan dan menciptakan apresiasi budaya daerah dengan penghargaan-penghargaan produk bermuatan lokal sehingga terciptanya masyarakat kreatif yang menghargai Hak Kekayaan Intelektual demi kuatnya UKM ekonomi kreatif		0.20918	3
Terciptanya hubungan <i>Triple Helix</i> antara bisnis, pemerintah, cendikiawan dan berupa lembaga keuangan dalam bentuk hibah, sponsor, dan kredit usaha rakyat untuk mendukung tumbuh kembangnya UKM ekonomi kreatif		0.138413	5

Ket: \*NR = Nilai rata-rata, R = Rangking rata-rata

Sumber: Data diolah, 2015

Tabel 3 menjelaskan dalam tahap *Analytic Network Process* (ANP) terdapat beberapa pembahasan antara lain yaitu pembahasan aspek permasalahan yang akan diteliti, kemudian pembahasan tentang solusi dari masing-masing aspek, dan yang terakhir

adalah pembahasan tentang prioritas strategi yang ditawarkan berdasarkan hasil dari ANP.

Hasil prioritas aspek permasalahan, dapat dilihat ada 10 *key person* yang dijadikan responden. Masing-masing dari *key person* mempunyai pendapat mengenai mengenai

prioritas aspek permasalahan yang hampir sama dengan nilai *rater agreement* atau kesesuaian pendapat para responden yang cukup besar yaitu ( $W=0,486$ ). Para *key person* dapat dikatakan cukup bervariasi terhadap prioritas aspek yang utama yang mempengaruhi pengembangan UKM ekonomi kreatif batik bakaran yaitu pada aspek industri dengan nilai rata-rata sebesar 0,2267, aspek yang kedua adalah aspek sumber daya dengan nilai rata-rata sebesar 0,2228, yang ketiga adalah aspek teknologi dengan nilai rata-rata yaitu sebesar 0,2126, yang keempat adalah aspek institusi 0,1836, dan yang terakhir yaitu aspek institusi dengan nilai rata-rata sebesar 0,1542.

Selanjutnya yaitu prioritas solusi yang terkait dengan strategi pengembangan UKM ekonomi kreatif batik bakaran. Menggunakan penghitungan *Analytic Network Process* (ANP) menggunakan *software super decision 2.2.6*, diperoleh nilai *rater agreement* sebesar ( $W=0,2529$ ) untuk aspek sumber daya, ( $W=0,1521$ ) untuk aspek industri, ( $W=0,1491$ ) untuk aspek institusi, ( $W=0,031$ ) untuk aspek intermediasi keuangan, dan ( $W=0,0221$ ) untuk aspek teknologi, dapat dikatakan bahwa jawaban para *key person* untuk menentukan solusi cukup bervariasi tiap aspek, namun prioritas solusi yang dapat diperoleh dari jawaban *key person* yaitu peningkatan jumlah SDM kreatif yang berkualitas dengan nilai sebesar 0,4411, yang kedua yaitu peningkatan daya tarik UKM ekonomi kreatif menjadi lapangan usaha yang menarik dengan nilai sebesar 0,4315, yang ketiga yaitu peningkatan apresiasi budaya daerah dalam penghargaan kepada produk bermuatan daerah yang berkualitas dengan nilai sebesar 0,4588, yang keempat yaitu pemberian bantuan keuangan dari lembaga keuangan berupa hibah, sponsor, atau kredit usaha rakyat dengan nilai sebesar 0,4303, dan yang terakhir yaitu penguatan kapasitas kemampuan penguasaan teknologi dengan nilai sebesar 0,4822.

Prioritas Strategi menjadi hal yang terakhir dibahas dalam strategi pengembangan UKM ekonomi kreatif batik bakaran. Berdasarkan para *key person* dengan nilai *rater of agreement* atau tingkat kesesuaian jawaban para responden yang cukup besar ( $W=0,656$ )

adalah meningkatkan kualitas SDM kreatif dengan harapan dapat membantu pemanfaatan bahan baku yang terbarukan, dengan kata lain hampir semua *key person* setuju bahwa meningkatkan kualitas SDM adalah strategi utama yang untuk meningkatkan kualitas daya saing pada UKM ekonomi kreatif yakni dengan nilai 0,2329. *Kedua*, adalah pembentukan teknologi pendukung guna meningkatkan kapasitas kemampuan penguasaan teknologi dalam terciptanya iklim usaha yang kondusif untuk merangsang investasi teknologi dan infrastruktur dengan nilai sebesar 0,2152. *Ketiga*, yaitu meningkatkan kualitas lembaga pendidikan dan menciptakan apresiasi budaya daerah dengan penghargaan-penghargaan produk bermuatan lokal sehingga terciptanya masyarakat kreatif yang menghargai Hak Kekayaan Intelektual demi kuatnya UKM ekonomi kreatif dengan nilai 0,2091. *Keempat*, adalah peningkatan daya tarik ukm melalui inovasi bermuatan lokal dalam upaya untuk meningkatkan keunggulan komparatif dengan nilai 0,2042. *Kelima*, adalah terciptanya hubungan *Triple Helix* antara bisnis, pemerintah, cendekiawan dan berupa lembaga keuangan dalam bentuk hibah, sponsor, dan kredit usaha rakyat untuk mendukung tumbuh kembangnya UKM ekonomi kreatif dengan nilai 0,1384.

## PENUTUP

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah

1. Aspek permasalahan pengembangan daya saing yang dihadapi para pelaku UKM ekonomi kreatif batik bakaran, yaitu aspek industri, aspek teknologi, aspek sumber daya, aspek institusi, dan aspek intermediasi keuangan. Aspek industri merupakan aspek permasalahan utama dengan tingkat kesesuaian jawaban dengan para *key person* cukup besar.
2. Solusi mengatasi aspek permasalahan utama yang ada pada UKM kreatif batik bakaran para *key person* berpendapat bahwa dengan meningkatkan daya tarik UKM kreatif menjadi lapangan usaha yang menarik adalah solusi yang tepat dilakukan untuk mengatasi permasalahan industri

batik bakaran dengan tingkat kesesuaian jawaban para responden cukup bervariasi.

3. Perumusan prioritas strategi pengembangan untuk meningkatkan daya saing para pelaku UKM ekonomi kreatif batik bakaran yang paling tepat dilakukan menurut para *key person* adalah meningkatkan kualitas SDM kreatif dengan harapan dapat membantu pemanfaatan bahan baku yang terbarukan dengan tingkat kesesuaian jawaban *key person* cukup besar. Hal ini dapat dikatakan bahwa hampir semua *key person* setuju bahwa strategi yang menjadi prioritas utama yang dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan strategi yang lainnya adalah strategi untuk meningkatkan kualitas SDM kreatif dengan harapan dapat membantu pemanfaatan bahan baku yang terbarukan.

Hasil analisis kesimpulan di atas, peneliti ingin memberikan saran untuk mengembangkan daya saing ekonomi lokal UKM kreatif batik bakaran yaitu dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya karena strategi ini dapat memecahkan masalah salah satu aspek permasalahan yang paling utama yang terjadi dalam pengembangan ekonomi lokal UKM kreatif batik bakaran yaitu aspek sumber daya. Dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang kreatif melalui lembaga pendidikan yang berkualitas dapat pula meningkatkan pemanfaatan bahan baku produk lokal bahkan dengan harapan dapat menciptakan bahan baku yang terbarukan, dalam arti bahan baku yang lebih baik dan baru dari bahan baku yang sebelumnya untuk UKM kreatif batik bakaran. Dengan prioritas strategi tersebut, harapannya dapat meningkatkan kualitas produk batik bakaran sekaligus meningkatkan daya saing. Mampu bersaing dengan produk-produk batik dari luar daerah di Indonesia dan dengan meningkatnya kualitas produk batik bakaran, diharapkan juga dapat meningkatkan investasi untuk perekonomian lokal di Kabupaten Pati, Jawa Tengah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. 2013. *Statistik Ekonomi Kreatif Tahun 2013*. Jakarta: BPS.
- Departemen Perdagangan RI. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2015*.
- Fashion dan Kerajinan Dominasi Industri Kreatif.  
<http://kemenperin.go.id/artikel/6653/Fashion-dan-Kerajinan-Dominasi-Industri-Kreatif>, diunduh pada 4 Februari 2015.
- Kementerian Koperasi dan UMKM. 2013. *Data Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tahun 2013*.
- Rusydiana, Aam. 2013. *Analytic Network Process: Pengantar Teori dan Aplikasi*. Bogor: Smart Publishing.
- Tambunan, Tulus T.H. 2001. *Perekonomian Indonesia Teori dan Temuan Empiris*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Toffler, Alvin. 1980. *The Third Wave*. USA: Morrow.
- Undang-undang No. 22 Tahun 1999 tentang “Pemerintahan Daerah”.
- Undang-undang No. 25 Tahun 1999 tentang “Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah”.
- Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang “Usaha Mikro, Kecil dan Menengah”.
- Wie, Thee Kian. 1997. *Pengembangan Kemampuan Teknologi Industri di Indonesia*. Jakarta: UI Press.