

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan penelitian, pengolahan data, dan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengolahan dalam rentang skala UKM Batik Kota Madiun, maka dapat disimpulkan bahwa UKM Batik Kota Madiun sudah siap dalam upaya mengembangkan batik ini bisa dilihat dari 4 variabel yaitu seperti modal, produksi, sumber daya manusia, dan pemasaran.
2. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa total skor harapan Pemerintah Kota Madiun yaitu sebesar 10,7 sedangkan kepuasan yaitu sebesar 7,1. Dengan demikian, dalam upaya mengembangkan batik Kota Madiun harapan pemerintah cukup tinggi tetapi kenyataan di lapangan belum sesuai dengan apa yang diharapkannya.
3. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa UKM Batik Kota Madiun bisa menerapkan strategi:
 - a. Strategi SO muncul disebabkan adanya kekuatan dan peluang yang dimiliki UKM batik. Dengan adanya perluasan pemasaran batik khas Kota Madiun serta memanfaatkan tenaga kerja yang profesional diharapkan masyarakat bisa mengetahui secara khusus masyarakat Kota Madiun sendiri dan masyarakat luas. Meningkatkan peran UKM Batik Khas Kota Madiun dalam berbagai *event* pameran. Manfaatkan peluang pasar dengan memperkaya motif batik khas Kota Madiun dengan menggunakan jaringan internet.
 - b. Strategi ST terbentuk disebabkan adanya kekuatan yang dimiliki oleh UKM Batik Kota Madiun, yaitu Menjadi UKM Batik Khas Kota Madiun yang mampu bersaing dengan batik yang ada saat ini seperti batik Jogjakarta, batik Pekalongan, dan batik Solo.

- c. Strategi WO muncul disebabkan adanya kelemahan dan peluang oleh UKM batik. Dengan mengikut sertakan tenaga pelatihan pemerintah yang terdiri dari 27 kelurahan yang sudah terampil guna meningkatkan kualitas batik khas Kota Madiun serta dengan adanya dukungan permodalan dari industri/pemerintah yang bisa digunakan untuk mengembangkan UKM batik itu sendiri.
- d. Strategi WT muncul disebabkan ancaman dan kelemahan oleh UKM Batik Kota Madiun. Untuk mempercepat proses produksi sebaiknya pembatik lebih menggunakan batik cap, batik printing dan mengurangi proses produksi batik tulis. Sebaiknya proses produksi disesuaikan dengan permintaan pasar sehingga tidak terjadi penumpukan. Untuk meningkatkan pemasaran batik khas Kota Madiun sebaiknya gunakan banner bagi masing-masing UKM batik seperti pemasangan banner di depan jalan masuk UKM batik serta gunakan desain yang menarik untuk dilihat dan dibaca oleh pengguna jalan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti akan memberikan saran bagi peneliti selanjutnya. Berikut ini saran-saran bagi peneliti selanjutnya:

1. Dalam penelitian ini hanya mengacu pada kesiapan UKM Batik Khas Kota Madiun.
2. Penelitian ini hanya mengacu pada harapan pemerintah Kota Madiun dalam upaya mengembangkan UKM batik yang ada saat ini.
3. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan strategi SWOT yang mengacu pada eksternal dan internal UKM Batik Kota Madiun.
4. Peneliti selanjutnya lebih detail dalam membahas Batik Khas Kota Madiun.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariani. 1999. *Manajemen Kualitas*. Edisi pertama. Penerbit: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Bonita, Farah. 2013. “*Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik Di Kota Semarang*”. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia.
- Basilika, P.P. 2014. *Analisis peminatan konsumen terhadap batik primadewi Madiun melalui desain alternatif media promosi*. Penelitian Tugas Akhir. Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.
- David, Fred. 2009. *Manajemen strategis konsep*. Edisi 12. Penerbit: Salemba Empat.
- Dirgantoro, Crown. 2001. *Manajemen Stratejik*. Terbitan pertama. Penerbit: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Djarwanto. 1984. *Pokok-pokok metode riset dan bimbingan teknis penulisan skripsi*. Cetakan pertama. Penerbit: Liberty, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2002. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Penerbit: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kartajaya dan Kotler. 2002. *Repositioning Asia*. Edisi pertama. Penerbit: Salemba empat.
- Meredith, Geoffrey G et al. 2000. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Cetakan keenam. Penerbit: PT Pustaka Binaman Pressindo.
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan kedelapan. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, Stephen P. 1996. *Perilaku Organisasi*. Edisi bahasa Indonesia. Penerbit: PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Sugiyono. 2013. *Statistik Untuk Penelitian*. Cetakan ke dua puluh tiga. Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Sudantoko dan Anoraga. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, Dan Usaha Kecil*. Cetakan pertama. Penerbit: PT Rineka Cipta.

Umar, Husein. 2001. *Strategic Management in Action*. Cetakan pertama. Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama.

_____. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Terbit Pertama. Penerbit: Gramedia Pustaka Utama.

_____. 2010. *Desain penelitian manajemen strategik*. Cetakan pertama. Penerbit: PT RajaGrafindo Persada.

Windyaningrum, T.L. 2014. *Analisis pengembangan industri batik di kota Madiun (studi kasus pada batik primadewi Madiun)*. Laporan penelitian. Universitas Katolik Widya Mandala Madiun.

<http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>.
Akses Tanggal 03 Febuari 2015.

<http://www.bps.go.id/webbeta/frontend/Subjek/view/id/9#subjekViewTab1>
Akses Tanggal 04 Maret 2015.

<http://www.pengertianpakar.com/2014/11/pengertian-sensus-dan-sampling-dalam.html> Akses Tanggal 23 Maret 2015.

<http://www.jurnal.triatmamulya.ac.id/index.php/JMPII/article/download/12/13>
Akses Tanggal 26 Maret 2015

<http://www.bps.go.id/Subjek/view/id/5#subjekViewTab3|accordion-daftar-subjek1> Akses Tanggal 22 juli 2015.