

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Paparan Data

1. Gambaran Umum Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan

a) Profil Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik”

Kowel merupakan salah satu Kelurahan yang berada di wilayah Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan dengan jumlah penduduk berkisar 6.411 jiwa. Sebagian besar masyarakat disana bekerja sebagai pengrajin batik. Batik tulis merupakan karya seni kerajinan tangan yang mempunyai nilai estetis tinggi, batik merupakan kain bergambar yang dibuat khusus dengan cara menuliskan lilin pada kain mori (kain tenun berwarna putih, bahan untuk membuat batik), kemudian kain tersebut diolah melalui proses tertentu sehingga menjadi pakaian yang memiliki nilai guna yang tinggi.

Alshidan Batik terletak di Jl. Kowel Jaya Rt 02 Rw 04 Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan. Usaha batik tulis ini secara turun temurun dari nenek moyangnya. Dan pada saat ini Alshidan Batik merupakan hak sepenuhnya milik Ibu Halimatus Sakdiyah, dan nama Alshidan Batik ini dibuat secara spontan yang merupakan gabungan dari keempat anaknya yaitu “Alfi, SIRRUL, Dani dan Naja”.

Adapun jenis motif batik meliputi motif parang, motif sekar putih, motif kawung, motif kontemporer dan lain sebagainya. Sedangkan jenis kain meliputi kain sutra, kain super A, kain super B, kain primis, kain katun sutra dan kain katun

Jepang, dan untuk macam-macam batik meliputi kain panjang batik (Bahasa Madura: *Samper*), sarung batik, taplak meja, gendogan bayi dan sprei batik (serta sarung bantal dan guling).

Harga produk yang dijual secara langsung kepada konsumen sedikit berbeda dengan harga yang dipasang ketika mempromosikan produk melalui media teknologi, di mana harga yang dipasang di media sedikit lebih murah dari pada harga sebenarnya dikarenakan pembeli harus menanggung sendiri biaya ongkos kirim (sesuai ekspedisi pengiriman dan jarak dari rumah penjual ke rumah pembeli).

Sedangkan untuk kualitas dan spesifikasi barang (warna dan morif) sama antara yang dijual secara *offline* maupun secara *online*, namun warna yang sebenarnya terkadang berbeda dengan warna ketika difoto, dan jika paket yang diterima rusak (tidak sesuai dengan ekspektasi) maka boleh mengajukan komplain dengan cara menghubungi penjual dengan alasan yang jelas. Apabila pengajuan komplain disetujui oleh penjual maka pihak penjual akan mengembalikan uang kepada pihak pembeli.

Pada awal produksi, pemilik usaha batik tulis “Alshidan Batik” yakni ibu Halimatus Sakdiyah hanya memproduksi batik sebanyak 10 helai batik tiap minggunya (40 helai tiap bulan) yang hanya berupa kain sarung dan kain panjang, dan *omzet* tiap bulannya kurang lebih sebanyak Rp3.000.000,- s/d Rp5.000.000,-. Namun seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, ibu Halimatus Sakdiyah beserta keluarganya terus berusaha untuk mengembangkan usaha batik tulis tersebut dengan memanfaatkan teknologi dalam proses pemasarannya, dimana selain memasarkan langsung kepada konsumen, pihak

Alshidan Batik juga memasarkan batik melalui sosial media seperti facebook, instagram dan whatsapp.

Alshidan Batik telah memanfaatkan teknologi dalam proses pemasaran dan transaksi jual beli sejak tahun 2015, dengan penggunaan media teknologi tersebut perkembangan usaha batik tulis “Alshidan Batik” dikatakan cukup meningkat dengan permintaan batik semakin bertambah, sehingga produksi batik bisa mencapai 10 set sprei batik tiap minggunya (40 set sprei batik tiap bulannya) dan untuk kain panjang serta kain sarung memproduksi 10 helai kain batik tiap minggunya (80 helai batik tiap bulannya), serta *omzet* juga meningkat.

Selain itu, pihak Alshidan Batik juga menambah variasi produk yang meliputi taplak meja, sprei batik (tiap set terdiri dari 1 sprei, 2 sarung bantal serta 2 sarung guling), dan hijab segi empat. Pemanfaatan media teknologi juga membuat Alshidan Batik semakin dikenal banyak orang, dan saat ini Alshidan Batik telah memiliki *reseller* sebanyak 5 orang *reseller*.

Kain batik memiliki harga mulai dari Rp90.000,- s/d Rp7.000.000,-, untuk harga sarung mulai dari Rp50.000,- s/d Rp5.000.000,- sedangkan untuk harga sprei mulai dari Rp300.000,- s/d Rp1.000.000,- (harga dapat berubah sesuai dengan permintaan motif, warna dan bahan oleh konsumen). Dan untuk harga hijab segi empat dengan menggunakan bahan katun paris yaitu Rp125.000,- tiap pcs nya.

Untuk menarik minat pembeli Alshidan Batik juga membuat harga promo di hari-hari tertentu seperti tahun baru (Hijriyah dan Masehi), hari kemerdekaan 17 Agustus dan hari-hari besar lainnya, dan jika pembelian banyak (>5) maka akan mendapatkan potongan harga (berlaku kapan saja).

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, pada awal produksi batik tulis, ibu Halimatus Sakdiah hanya bermodalkan Rp850.000,- s/d Rp1.000.000,- dengan hasil produksi sebanyak 5 helai kain dan 5 helai sarung tiap minggunya (atau 40 helai batik tulis tiap bulannya). Seiring dengan berjalannya waktu, ibu Halimatus Sakdiah beserta keluarganya terus berusaha untuk mengembangkan usahanya tersebut, hingga pada saat ini Alshidan Batik mampu memproduksi sekitar 150 helai batik tulis tiap bulannya dengan jumlah *omzet* kurang lebih sebesar Rp20.000.000,- tiap bulan dan Rp250.000.000,- tiap tahunnya. Dan untuk saat ini pekerjanya sebanyak 5 orang pekerja. Dalam hal ini, berdasarkan hasil penjualan pertahun serta jumlah pekerjanya, maka usaha batik tulis Alshidan Batik ini termasuk ke dalam usaha mikro.

b) Proses Pembuatan Batik Tulis

Dalam proses pembuatan batik tulis ada beberapa tahapan, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Pemilihan Kain

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah membeli kain/memilih kain sesuai selera (jika kain yang dipilih mahal maka harga batiknya juga mahal). Macam-macam kain batik yang sering dipakai di media batik yaitu katun atau primis, organdi, sutra, ATBM, dan sifon.

b. Pencucian Kain

Sebelum kain digambar, terlebih dahulu dicuci dengan menggunakan minyak camplong yang sudah dicampur dengan soda (yaitu berupa serbuk yang berfungsi untuk menguatkan warna batik). Tahap ini kerab disebut dengan pengetelan atau diketel yang bertujuan untuk memperkuat warna pada kain agar tidak mudah luntur.

c. Pelorotan

Kain yang sudah dicuci dengan campuran minyak camplong dan soda, dicelup ke dalam air panas, dicuci kemudian dijemur selama beberapa menit (hingga kering). Ini bertujuan agar sisa-sisa minyak penguat pada kain menjadi bersih.

d. Menggambar Motif pada Kain

Penggambaran kain dapat dilakukan setelah ketiga langkah di atas dilakukan. Selanjutnya kain diberi pola gambar menggunakan pensil atau bisa juga menggunakan spidol *boardmaker* (bukan permanen), jika menggunakan pensil meskipun sudah dilorot masih ada sisa, namun jika menggunakan spidol akan hilang tanpa bekas. Adapun macam-macam motif seperti motif pohon, bunga dan motif lain sesuai keinginan.

e. Pembatikan Kain (*Langkah Inti*)

Kain yang sudah digambar kemudian dibatik menggunakan canting yang sudah terisi malam atau lilin yang sudah dipanaskan. Untuk membatik kain cukup mengikuti pola yang sudah digambar pada kain.

f. Pencelupan atau Pewarnaan

Kain yang sudah dibatik/digambar dengan motif kemudian dicelup atau direndam ke dalam pewarna yang diinginkan.

g. Pelorotan

Pelorotan dalam proses ini berbeda dengan pelorotan yang di atas, pada tahap ini ialah proses pelunturan malam ke dalam tank yang berisi air mendidih supaya dapat menghilangkan sisa-sisa warna dan malam.

h. Penjemuran

Proses penjemuran ini merupakan proses terakhir dalam membatik. Kain biasanya dijemur di tempat yang sejuk yang tidak terkontak langsung dengan sinar matahari agar warna yang dihasilkan menjadi lebih bagus.

2. Implementasi *Fintech* dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik” Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan

Dalam suatu usaha, pemilik usaha pastinya memiliki cara tersendiri dalam menjalankan dan mengembangkan usaha tersebut. Seperti yang telah diketahui bahwa dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan telah memanfaatkan teknologi dalam pengembangan usaha tersebut, yakni dalam transaksi jual beli dan pemasaran.

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai hal tersebut maka peneliti menanyakan langsung kepada pihak-pihak yang terlibat dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik”. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Halimatus Sakdiyah selaku pemilik usaha yaitu:

“Transaksi di zaman modern seperti sekarang ini mbak, segala hal dengan mudah dapat diakses melalui jaringan internet dan kami sendiri juga merasakan kemudahan tersebut di mana kami sudah mulai memanfaatkan teknologi dalam mengembangkan usaha batik ini, di mana transaksi tidak perlu tatap muka langsung melainkan dari kejauhan juga bisa, dan untuk pembayarannya biasanya menggunakan *mobile banking*, ATM, dan lain sebagainya, dan untuk nomor rekening kami menyediakan dua nomor rekening mbak yakni Bank Jatim dan Bank BRI, agar jika nomor rekening satunya *trouble* bisa ke nomor rekening lainnya.”¹

Sedangkan pendapat Ibu Nurul Hasanah selaku salah satu pekerja di Alshidan Batik yaitu:

¹ Halimatus Sakdiyah, Pemilik Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

“Kalau soal transaksi itu mbak, dalam pengembangan usaha batik di Alshidan Batik itu sudah mulai mengikuti perkembangan zaman, di mana sekarang kan semua serba *online*, nah Ibu Sakdiyah itu mbak sekarang sudah menyediakan beberapa rekening sebagai alat pembayaran, jadi jika ada yang memesan produk kami baik secara *online* maupun *offline* maka bisa membayarnya ke nomor rekening tersebut, dan biasanya para konsumen membayar melalui *mobile banking*, dan ATM”²

Pendapat lain terkait implementasi fintech dalam pengembangan usaha juga dikemukakan oleh Ibu Rohmah selaku pekerja yaitu:

“Untuk pengimplementasian fintech dalam pengembangan usaha batik Alshidan Batik disini mbak menggunakan transaksi *online* dengan menggunakan *handphone* untuk transaksinya seperti *mbanking* itu mbak, ada juga yang transfer melalui bank mbak.”³

Dan menurut Ibu Sri Wahyuni selaku salah satu pembeli batik di Alshidan Batik yaitu:

“Kalau soal transaksi *online* mbak, saya pribadi itu kalau membeli sesuatu (khususnya batik) secara *online* biasanya menggunakan *mobile banking* tapi kan terkadang *mobile banking* saya sedang ada *trouble* maka saya membayar menggunakan *e-wallet* selain karena biaya adminnya lebih murah, menggunakan *e-wallet* juga cepet prosesnya dan jarang sekali *trouble* kalau soal transfer.”⁴

Berdasarkan keempat pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam pemanfaatan teknologi dari segi transaksi pembayaran Alshidan Batik menyediakan beberapa nomor rekening untuk bertransaksi, biasanya pembeli mentransfer menggunakan ATM dan *mobile banking*, namun ada juga yang menggunakan *e-wallet* untuk mengatasi permasalahan pada saat membayar menggunakan ATM maupun *mobile banking*, selain itu penggunaan alternatif *e-wallet* lebih murah dari segi biaya administrasinya dan lebih mudah untuk mengaktifkannya (tidak perlu membuka rekening bank).

² Nurul Hasanah, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

³ Rohmah, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (27 Maret 2021).

⁴ Sri Wahyuni, Pembeli batik di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (21 Desember 2020).

Selain itu Alshidan Batik juga menggunakan teknologi dalam segi pemasaran. Untuk lebih lanjut mengenai hal tersebut maka peneliti menanyakan langsung kepada pihak yang terlibat dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik”. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Halimatus Sakdiyah selaku pemilik usaha yaitu:

“Dalam proses pemasaran atau promosi itu mbak, saya menerapkan dua cara yakni memasarkan langsung ke konsumen di mana saya memiliki kios di pasar Kolpajung dan yang biasa menjaganya yaitu saya sendiri dan suami saya mbak, dan untuk meningkatkan daya jual mbak disini juga mempromosikan batik lewat media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan lain sebagainya. Dan kami telah memiliki beberapa akun media sosial dengan pengelola yang berbeda yakni suami saya, anak saya bahkan pekerja saya juga ikut mempromosikan batik saya ini mbak.”⁵

Kemudian pendapat lain dari Ibu Nurul Hasanah selaku salah satu pekerja di Alshidan Batik yaitu:

“Kalau dalam proses pemasaran mbak, di Alshidan memasarkan produknya dengan memanfaatkan media sosial, dan Alshidan Batik itu telah memiliki akun sendiri khusus untuk promosi, selain itu para keluarga juga membantu mempromosikan lewat akun media sosial masing-masing dan saya itu juga ikut andil dalam mempromosikan batik ini, tapi saya itu mempromosikan lewat story WhatsApp dan facebook saja mbak, karena kalau instagram dan lain-lain saya masih belum memiliki akun tersebut.”⁶

Selanjutnya pendapat dari Ibu Sri Wahyuni selaku pembeli batik di Alshidan Batik” yaitu:

“Kalau berbicara promosi, sekarang kan sudah jamannya serba *online*, segala sesuatu dapat dilakukan dengan *online*, dan promosi jualanpun juga *online*, nah yang saya ketahui itu Alshidan Batik dalam proses promosi menggunakan akun media sosial, di mana Alshidan memiliki akun resmi untuk jualan diantaranya yaitu akun facebook, dan instagram.”⁷

Disampaikan pula oleh Ibu Salma selaku pembeli batik tulis di Alshidan Batik, yaitu:

“Kalau soal promosi mbak, karena saya pribadi tidak menggunakan sosial media (selain *whatsapp*) jadi yang saya ketahui promosi yang dilakukan oleh

⁵ Halimatus Sakdiyah, Pemilik Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

⁶ Nurul Hasanah, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

⁷ Sri Wahyuni, Pembeli Batik di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung* (21 Desember 2020).

pihak Alshidan Batik itu mbak hanya melalui story *whatsapp*, dan Ibu Sakdiyah selalu *update* tentang batik tulis dengan motif dan model terbarunya”.⁸

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam segi pemasaran di Alshidan Batik selain memasarkan langsung batik-batik yang telah diproduksi kepada para konsumen, seiring berkembangnya zaman disana juga memanfaatkan teknologi dalam pemasaran yakni memasarkan via media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Di mana Alshidan Batik telah memiliki *account* sendiri untuk memasarkan batik-batik yang telah diproduksi. Selain itu para keluarga dan karyawan juga ikut andil dalam proses pemasaran, namun mereka hanya mempromosikan via *WhatsApp* saja.

3. Analisis SWOT pada Pemanfaatan Teknologi dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik”

a. Deskripsi SWOT pada Pemanfaatan Teknologi dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik”

SWOT merupakan analisis kondisi dari suatu organisasi baik dari internal maupun eksternal yang selanjutnya dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja. Dalam analisis SWOT meliputi faktor kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*).

Setiap pengusaha pasti memiliki faktor kekuatan dalam usahanya tersebut. Kekuatan ialah sumber daya alam yang unggul, keterampilan atau kemampuan lainnya yang relatif terhadap pesaing. Untuk mengetahui kekuatan dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik” maka penelitiannya menanyakan langsung pada pihak

⁸ Salma, Pembeli batik di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (27 Maret 2021).

yang terlibat dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Halimatus Sakdiyah selaku pemilik usaha:

“Kekuatan dalam usaha batik tulis ini mbak yaitu transaksi yang mudah dan praktis yang dapat dilakukan tanpa beratap muka langsung dengan pembeli, promosi menggunakan media sosial yang dapat menjangkau konsumen lebih luas, selain itu saya juga tidak perlu repot-repot mencari uang kembalian karena pembayarannya melalui transfer yang nominalnya pas dan keamanan uangpun terjamin, dan saya juga memiliki pekerja yang mulai melekat teknologi (*update*) sehingga pekerja saya juga mempromosikan batik saya di media sosialnya”⁹

Adapun pendapat lain yang disampaikan oleh Ibu Nurul Hasanah selaku karyawan dari Alshidan Batik sebagai berikut:

“Kalau kekuatan dalam usaha batik itu sendiri mbak, disini saya sebagai salah satu pekerja saya bisa memperpadukan warna-warna batik sehingga batik menjadi lebih menarik dan mudah laku di pasaran, selain itu saya juga mulai bisa mengoperasikan *handphone* yang saya miliki sehingga saya bisa mempromosikan batik ini lewat akun-akun media sosial yang saya miliki”¹⁰

Hal yang sama juga disampaikan oleh Ibu Fadilah selaku pekerja di Alshidan Batik, yaitu:

“Kalau berbicara soal kekuatan mbak, dalam pengembangan usaha dengan menggunakan media teknologi ini memang sangat berpengaruh pada penjualan di mana sejak mempromosikan melalui media sosial batik tulis yang laku semakin banyak mbak, sehingga produksi tiap minggunya semakin bertambah”.¹¹

Sedangkan menurut Ibu Sri Wahyuni selaku pembeli batik di Alshidan Batik adalah sebagai berikut:

“Kekuatannya disini mbak menurut saya transaksi lebih mudah, efektif dan efisien di mana transaksi bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja tanpa harus bertatap muka langsung antara penjual dan pembeli, transaksi juga lebih mudah dengan menggunakan *handphone* yang saya miliki, dan keamanannya pun juga terjamin karena uang langsung masuk ke rekening penjual”¹²

⁹ Halimatus Sakdiyah, Pemilik Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

¹⁰ Nurul Hasanah, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

¹¹ Fadilah, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (27 Maret 2021).

¹² Sri Wahyuni, Pembeli batik di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (21 Desember 2020).

Berdasarkan keempat wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa, kekuatan yang terdapat dalam usaha batik tulis “Alshidan batik” diantaranya yaitu:

- 1) Penjualan batik tulis semakin bertambah;
- 2) Transaksi lebih aman dan praktis serta keamanan uang terjamin;
- 3) Pemasaran semakin mudah dan luas; dan
- 4) Kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja;
- 5) Sumber Daya Manusia yang *update*.

Selanjutnya faktor kelemahan (*weakness*) yang merupakan suatu keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan dan kemampuan lainnya yang menghalangi kinerja suatu usaha. Untuk mengetahui kelemahan yang terdapat dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik” maka peneliti menanyakan langsung kepada pihak yang terlibat dalam usaha tersebut. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Halimatus Sakdiyah selaku pemilik usaha”

“Kalau dari sisi kelemahannya itu mbak, transaksi *online* ini harus dengan jaringan yang stabil karena jika tidak terkoneksi dengan normal maka promosi dan transaksi akan semakin lama (*loading*), selain itu meskipun sudah menerapkan *online* saya sendiri masih belum mahir dengan sosial media dan untuk itu saya terkadang meminta bantuan anak saya untuk mempromosikan produk batik saya.”¹³

Kemudian pendapat yang disampaikan oleh Ibu Nurul Hasanah selaku pekerja sebagai berikut:

“Kelemahan dari usaha batik ini yang saya ketahui itu mbak, kemampuan owner akan metode pemasaran melalui media onlie itu masih dibilang kurang karena tiap kali posting baik di facebook maupun instagram masih minta bantuan anaknya yang mana dia lebih menguasai sosial media dan kemampuan promosi juga belum optimal di mana postingan di berbagai akun sosial media masih biasa saja dan sedikit kurang menarik.”¹⁴

¹³ Halimatus Sakdiyah, Pemilik Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

¹⁴ Nurul Hasanah, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

Selanjutnya pendapat yang disampaikan oleh Ibu Sri Wahyuni selaku pembeli di Alshidan Batik yaitu:

“Kalau menurut saya mbak, kelemahannya itu produk-produk batik di Alshidan belum terdaftar di *e-commerce* dan belum memiliki *website* sehingga produk yang dipromosikan di postingan facebook dan feed instagram serta di story di akun media sosial masih biasa, berbeda dengan jika promosi di *website* di mana disana bisa membuat katalog, cara pemesanan bahkan format pemesanan dan di jika *e-commerce* produk bisa diposting berdasarkan kategori jadi semua produk bisa lebih teratur serta lebih menarik.”¹⁵

Pendapat lain juga disampaikan oleh ibu Mahmudeh selaku pembeli batik di Ashidan Batik, yaitu:

“Kalau kekurangan yang terdapat pada Alshidan Batik itu mbak dari segi promosinya, di mana promosi yang menggunakan media sosial, postingan-postingannya masih kurang kreatif (kurang sempurna dalam mempromosikan batiknya)”.¹⁶

Dari keempat wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa, kelemahan yang terdapat usaha batik tulis diantaranya yaitu:

- 1) Masih bergantung pada jaringan internet;
- 2) Kurangnya pemahaman tentang metode pemasaran berbasis *online*;
- 3) Belum memiliki *website*;
- 4) Produk belum terdaftar di *e-commerce*, dan
- 5) Kemampuan promosi masih belum optimal.

Faktor peluang (*opportunity*) merupakan suatu situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu usaha. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi peluang dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik” maka peneliti menanyakan langsung kepada pihak yang terlibat dalam usaha batik tersebut. Seperti yang dipaparkan oleh Ibu Halimatus Sakdiyah yaitu:

¹⁵ Sri Wahyuni, Pembeli Batik di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (21 Desember 2020).

¹⁶ Mahmudeh, Pembeli batik di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (27 Maret 2021).

“Kalau berbicara peluang dengan menggunakan teknologi ini, peluangnya cukup banyak mbak diantaranya yaitu dengan pemasaran yang semakin luas maka dapat mempertinggi permintaan batik karena selain permintaan dari masyarakat sekitar juga terdapat permintaan dari pihak luar, dan juga transaksi dengan pihak luar semakin mudah, selain itu internet juga dapat memperlus pasar di mana yang awalnya hanya memasarkan langsung di kios saya yang terletak di pasar Kolpajung saya juga dapat memasarkan kepada pihak yang lebih jauh dan luas”.¹⁷

Sedangkan pendapat dari saudari Bahriyah selaku pekerja di Alshidan batik yaitu:

“Kalau peluang dengan menggunakan internet menurut saya mbak, produk batik disini dapat dikenal lebih banyak orang dan yang biasanya hanya orang-orang terdekat (masyarakat sekitar) sekarang sudah lebih luas bahkan orang-orang luarpun dapat membelinya tanpa harus datang ke rumahnya mbak”.¹⁸

Adapun pendapat lain dari Ibu Nurul Hasanah selaku pekerja di Alshidan

Batik yaitu:

“Peluang dengan pemanfaatan internet disini menurut saya mbak akan menambah relasi (menambah *reseller*) karena dengan penggunaan internet maka banyak orang yang akan mengetahui batik dari Alshidan Batik bahkan bisa tertarik untuk menjadi reseller, selain itu pemasaran melalui media internet akan membuat konsumen lebih cepat tahu/mengenal produk, jika ada produk baru maka langsung di posting dan konsumen akan cepat mengetahui tanpa menunggu dipasarkan di kiosnya”.¹⁹

Hal yang sama juga dikemukakan oleh ibu Sri Wahuni selaku pembeli di

Alshidan Batik, yaitu:

“Peluang dalam pengembangan usaha dengan menggunakan media teknologi menurut saya mbak dapat memudahkan transaksi dengan pihak pembeli atau konsumen yang dekat bahkan jauh (luar) mbak, maka dari itu mbak saya kalau memesan batik tetap menggunakan via *chatting* meskipun rumah saya dekat dengan ibu Sakdiyah karena mudah tanpa datang langsung kerumah pemilik”.²⁰

¹⁷ Halimatus Sakdiyah, Pemilik Alshidan batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

¹⁸ Bahriyah, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (27 Maret 2021).

¹⁹ Nurul Hasanah, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020.)

²⁰ Sri Wahyuni, Pembeli Batik di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (21 Desember 2020).

Berdasarkan keempat pendapat di atas, maka dapat disimpulkan bahwa peluang yang terdapat dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik” adalah:

- 1) Permintaan batik yang meningkat;
- 2) Memudahkan transaksi dengan pihak luar;
- 3) Meningkatkan daya jual;
- 4) Menambah relasi (*reseller*); dan
- 5) Konsumen lebih cepat mengetahui produk.

Ancaman (*threat*) merupakan suatu situasi lingkungan yang tidak menguntungkan bagi suatu usaha. Untuk mengetahui ancaman dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik” maka peneliti menanyakan langsung kepada pihak yang terlibat dalam usaha tersebut. Seperti yang dipaparkan oleh ibu Halimatus Sakdiyah selaku pemilik usaha yaitu”

“Setiap ada peluang pasti ada ancaman, dan ancaman dalam usaha batik ini mbak yaitu gangguan jaringan yang menghambat kelancaran proses transaksi, selain itu pesaing juga terlebih dulu menggunakan teknologi dan juga adanya masyarakat desa yang masih enggan untuk berbelanja *online* karena takut barang tidak sesuai dengan yang dipromosikan di media sosial”²¹

Kemudian pendapat lain dari Ibu Nurul Hasanah selaku pekerja di Alshidan Batik yaitu:

“Ancaman dalam usaha ini mbak menurut saya itu adanya penipuan pemesanan di mana dengan mempromosikan melalui media sosial yang calon konsumen semakin luas dan motif serta warna yang akan dipesan bisa direquest sesuai dengan keinginan, dan ini pernah terjadi waktu itu pemesanan dari via *facebook* dengan memesan sesuai keinginannya, dan setelah batik sudah jadi, si pemesan malah tidak bisa dihubungi sampai beberapa hari dan kemudian menghilang tanpa kabar.”²²

Sedangkan pendapat dari Ibu Sri Wahyuni selaku salah satu pembeli batik di Alshidan batik yaitu:

²¹ Halimatus Sakdiyah, Pemilik Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

²² Nurul Hasanah, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (19 Desember 2020).

“Kalau ancaman menurut saya mbak yaitu adanya *trouble* sehingga transaksi tidak berjalan dengan lancar dan solusi saya selaku pembeli saya membayar melalui *e-wallet* di mana jika *mobile banking* saya sedang *trouble* maka saya tetap bisa membayar dengan uang saya yang terdapat di *e-wallet* tersebut.”²³

Berdasarkan ketiga pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa peluang yang terdapat dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik” yaitu:

- 1) Adanya gangguan jaringan (*trouble*);
- 2) Adanya penipuan pemesanan;
- 3) Adanya masyarakat yang masih enggan berbelanja *online*;
- 4) Pesaing lebih dulu menggunakan teknologi; dan
- 5) Perkembangan teknologi yang semakin pesat.

Untuk mengatasi berbagai ancaman, maka suatu perusahaan harus mengatasinya dengan berbagai cara agar perusahaan tersebut mampu bersaing di pasar. Adapun upaya yang dilakukan oleh Alshidan Batik dalam mengatasi berbagai faktor ancaman. Sebagaimana yang dikemukakan oleh ibu Halimatus Sakdiyah selaku pemilik:

“Dalam mengatasi berbagai ancaman yang salah satunya gangguan jaringan (*trouble*), saya sendiri mbak menemukan solusi dengan cara menyediakan lebih dari 1 nomor rekening untuk meminimalisir adanya gangguan tersebut jadi jika pembayaran melalui rekening satunya *trouble* maka bisa membayar ke rekening yang lainnya”.²⁴

Pendapat lain dikemukakan oleh ibu Maulideh selaku pekerja di Alshidan Batik, yaitu:

“Dengan mempromosikan melalui sosial media ada dampak baik dan buruknya mbak, di mana tidak jarang adanya akun-akun bodong yang dimiliki oleh orang yang tidak bertanggung jawab, seperti yang pernah kejadian bahwasanya ada akun yang memesan dengan motif, warna dan bahan secara *request*. Namun ketika batik sudah jadi, akun yang memesan itu mbak tidak merespon konfirmasi dari pihak Ibu Sakdiyah, bahkan tidak ada

²³ Sri Wahyuni, Pembeli Batik di Alshidan Batik, *Wawancara Lamgsung*, (21 Desember 2020).

²⁴ Halimatus Sakdiyah, Pemilik Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (26 Maret 2021).

kabar lagi. Jadi semenjak kejadian itu untuk pemesanan dengan *request* diberlakukan DP sebesar 15% untuk menghindari kejadian seperti itu lagi.²⁵

Hal yang sama juga dikemukakan oleh ibu Atik selaku pembeli di Alshidan Batik, bahwa:

“Untuk mengatasi ancaman dari gangguan jaringan (*trouble*) pada saat pembayaran, saya sendiri selaku pembeli jika *mbanking* saya sedang bermasalah mbak, saya tetap membayar menggunakan akun Ovo supaya pembayaran tetap berlangsung”.²⁶

Dari ketiga wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa untuk mengatasi berbagai ancaman dalam penggunaan teknologi maka yang dilakukan yaitu menyediakan lebih dari 1 nomor rekening untuk meminimalisir adanya gangguan, menetapkan DP (*Down Payment*) untuk pemesanan dengan *request* supaya penipuan pemesanan tidak terulang kembali, dan dari pihak pembeli untuk mengatasi *trouble* saat menggunakan *mbanking* maka penggunaan dompet digital menjadi alternatif pembayarannya.

b. Faktor-Faktor Internal dan Eksternal pada Usaha Batik Tulis

“Alshidan Batik”

Dalam mengidentifikasi lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yang meliputi peluang dan ancaman pada usaha batik tulis “Alshidan Batik” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekaan Kabupaten Pamekasan, maka disajikan data-data yang diperoleh mengenai pengimplementasian finansial teknologi dalam pengembangan usaha batik tulis “Alshidan Batik”. Penulis telah melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini.

²⁵ Maulideh, Pekerja di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (26 Maret 2021).

²⁶ Atik, Pembeli batik di Alshidan Batik, *Wawancara Langsung*, (27 Maret 2021).

1) Rekapitulasi Faktor Internal

Berikut ini adalah hasil rekapitulasi terhadap faktor internal dalam usaha batik tulis “Alshidan Batik” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan yang meliputi kekuatan (*strenght*) dan kelemahan (*weakness*).

Tabel 4.1
Faktor Lingkungan Internal (Kekuatan)

	Kekuatan (<i>Strenght</i>)
S1	Penjualan batik tulis semakin bertambah
S2	Transaksi lebih aman dan praktis serta keamanan uang terjamin
S3	Pemasaran semakin mudah dan luas
S4	Kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja
S5	Sumber Daya Manusia yang <i>update</i> (melek teknologi)

Sumber: Pengrajin Batik, Kelurahan Kowel, 2020.

Tabel 4.2
Faktor Lingkungan Internal (Kelemahan)

	Kelemahan (<i>weakness</i>)
W1	Masih bergantung pada jaringan
W2	Kurangnya pemahaman tentang metode pemasaran berbasis online
W3	Belum memiliki <i>website</i>
W4	Produk belum terdaftar di <i>e-commerse</i>
W5	Kemampuan promosi belum optimal

Sumber: Pengrajin Batik, Kelurahan Kowel, 2020.

2) Rekapitulasi Faktor Eksternal

Berikut ini adalah rekapitulasi dari faktor eksternal usaha batik tulis “Alshidan Batk” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan yang meliputi faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*).

Tabel 4.3
Faktor lingkungan eksternal (Peluang)

	Peluang (<i>Opportunity</i>)
O1	Permintaan batik yang meningkat
O2	Memudahkan transaksi dengan pihak luar
O3	Meningkatkan daya jual
O4	Menambah relasi (<i>reseller</i>)
O5	Konsumen lebih cepat mengetahui produk

Sumber: Pengrajin Batik, Kelurahan Kowel, 2020.

Tabel 4.4
Faktor lingkungan eksternal (Ancaman)

	Ancaman (<i>Threat</i>)
T1	Gangguan jaringan (<i>trouble</i>)
T2	Pesaing lebih dulu menggunakan teknologi
T3	Penipuan pemesanan
T4	Adanya masyarakat masih enggan berbelanja <i>online</i>
T5	Perkembangan teknologi yang semakin pesat

Sumber: Pengrajin Batik, Kelurahan Kowel, 2020.

c. Analisis SWOT pada Pemanfaatan Teknologi dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik”

Analisis SWOT dapat digunakan untuk menentukan posisi usaha batik tulis Alshidan Batik dengan mengetahui posisi diri yang mempertimbangkan *strenght*, *weakness*, *opportunity* dan *threat*. Dalam analisis SWOT terdapat beberapa langkah, diantaranya adalah sebagai berikut:²⁷

²⁷ Elly Nu'ma Zahroti, “Langkah Pengukuran dan Analisis SWOT”, diakses dari <https://www.scribd.com/document/401100442/Langkah-Pengukuran-dan-Analisis-SWOT> pada tanggal 26 Desember 2020, pukul 09:18 WIB.

- 1) Menentukan bobot dan rating tiap variabel yang telah ditentukan. Dimulai dengan menjumlahkan hasil survei atau penilaian dari kuesioner yang telah disebarkan kepada responden.

Tabel 4.5
Bobot dan Rating Faktor Internal

No	Faktor Internal	Bobot	Rating
Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1	Penjualan batik tulis semakin bertambah	0,105	3
2	Transaksi lebih mudah dan praktis serta Kemanan uang terjamin	0,105	3
3	Pemasaran semakin mudah dan luas	0,102	3
4	Kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja	0,105	3
5	Sumber Daya Manusia yang <i>update</i> (melek teknologi)	0,104	3
Total		0,521	15
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1	Masih bergantung pada jaringan internet	0,105	5
2	Kurangnya pemahaman tentang pemasaran berbasis <i>online</i>	0,087	2
3	Belum memiliki <i>website</i>	0,091	3
4	Produk belum terdaftar di <i>e-commerce</i>	0,095	3
5	Kemampuan promosi belum optimal	0,098	4
Total		0,476	17

Sumber: Data diolah, 2020.

Tabel 4.6
Bobot dan Rating Faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating
Peluang (<i>Opportunity</i>)			
1	Permintaan batik yang meningkat	0,101	3
2	Memudahkan transaksi dengan pihak luar	0,099	3

3	Peluasan pasar	0,101	3
4	Menambah relasi (<i>reseller</i>)	0,099	3
5	Konsumen lebih cepat mengetahui produk	0,107	3
Total		0,507	15
Ancaman (<i>Threats</i>)			
1	Adanya gangguan jaringan (<i>trouble</i>)	0,101	3
2	Adanya penipuan pemesanan	0,097	2
3	Adanya masyarakat yang masih enggan berbelanja <i>online</i>	0,089	2
4	Pesaing lebih dulu menggunakan internet	0,101	3
5	Perkembangan teknologi yang semakin pesat	0,101	3
Total		0,489	13

Sumber: Data diolah, 2020.

- 2) Menentukan skor dengan mengalikan nilai bobot dengan nilai rating pada masing-masing faktor

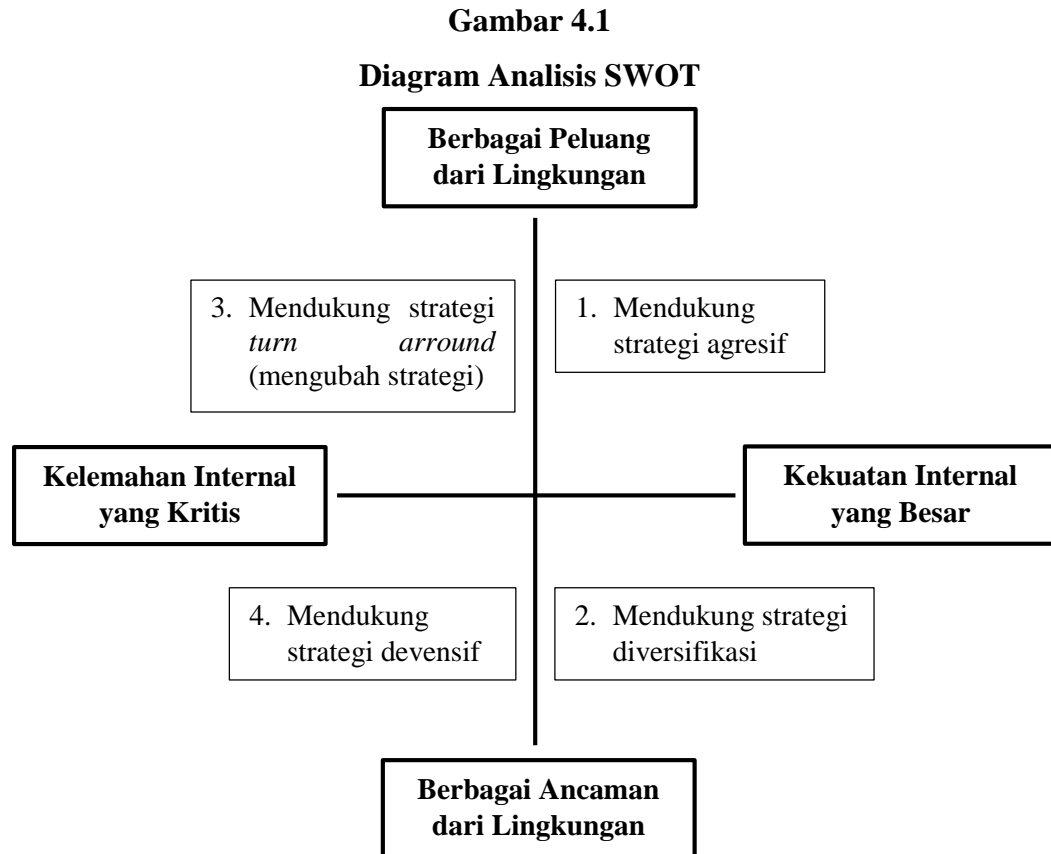
Tabel 4.7
Penentuan Skor

No	Faktor-Faktor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strenght</i>)				
1	Penjualan batik tulis bertambah	0,105	3	0,32
2	Transaksi lebih aman dan praktis serta Keamanan uang terjamin	0,105	3	0,32
3	Pemasaran semakin mudah dan luas	0,102	3	0,31
4	Kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja	0,105	3	0,32
5	Sumber Daya Manusia yang <i>update</i> (melek teknologi)	0,104	3	0,31
Total		0,521	15	1,58
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1	Masih bergantung pada jaringan internet	0,105	5	0,53

2	Kurangnya pemahaman tentang pemasaran berbasis <i>online</i>	0,087	2	0,17
3	Belum memiliki <i>website</i>	0,091	3	0,27
4	Belum terdaftar di <i>e-commerce</i>	0,095	3	0,29
5	Kemampuan promosi belum optimal	0,098	4	0,39
Total		0,746	17	1,65
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1	Permintaan batik yang meningkat	0,101	3	0,30
2	Memudahkan transaksi dengan pihak luar	0,099	3	0,29
3	Meningkatkan daya jual	0,101	3	0,30
4	Menambah relasi (<i>reseller</i>)	0,099	3	0,29
5	Konsumen lebih cepat mengetahui produk	0,107	3	0,32
Total		0,507	15	1,50
Ancaman (<i>Threat</i>)				
1	Adanya gangguan jaringan (<i>trouble</i>)	0,101	3	0,30
2	Adanya penipuan pemesanan	0,097	2	0,19
3	Adanya masyarakat yang masih enggan berbelanja <i>online</i>	0,089	2	0,18
4	Pesaing lebih dulu menggunakan teknologi	0,101	3	0,30
5	Perkembangan teknologi yang semakin pesat	0,101	3	0,30
Total		0,489	13	0,27

Sumber: Data diolah, 2020.

- 3) Menggambar ordinat pada kuadran SWOT untuk mengetahui posisi suatu organisasi/perusahaan.



Sumber: Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard*, 2011.

Kuadran 1: merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran 2: meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan yaitu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).

Kuadran 3: perusahaan memiliki peluang yang sangat besar, tetapi disisi lain perusahaan menghadapi beberapa kendala atau kelemahan. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah

internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan.

Berdasarkan hasil penelitian pada usaha batik tulis “Alshidan Batik” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan, berikut adalah hasil analisis SWOT pada usaha batik tulis tersebut:

Tabel 4.8
Hasil Analisis SWOT

No	Pernyataan	Bobot	Rating	Skor
Faktor Kekuatan (<i>Strenght</i>)				
1	Penjualan batik tulis semakin bertambah	0,105	3	0,32
2	Transaksi lebih aman dan praktis dan keamanan uang terjamin	0,105	3	0,32
3	Pemasaran semakin mudah dan luas	0,102	3	0,31
4	Kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja	0,105	3	0,32
5	Sumber Daya Manusia yang <i>update</i> (melek teknologi)	0,104	3	0,31
Subtotal				1,58
Faktor Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1	Masih bergantung pada jaringan internet	0,105	5	0,53
2	Kurangnya pemahaman tentang pemasaran berbasis <i>online</i>	0,089	2	0,17
3	Belum memiliki <i>website</i>	0,091	3	0,27
4	Produk belum terdaftar di <i>e-commerce</i>	0,095	3	0,29
5	Kemampuan promosi belum optimal	0,098	4	0,39
Subtotal				1,65
Faktor Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1	Permintaan batik yang meningkat	0,101	3	0,30

2	Memudahkan transaksi dengan pihak luar	0,099	3	0,29
3	Meningkatkan daya jual	0,101	3	0,30
4	Menambah relasi (<i>reseller</i>)	0,099	3	0,29
5	Konsumen lebih cepat mengetahui produk	0,107	3	0,32
Subtotal				1,50
Faktor Ancaman (<i>Threat</i>)				
1	Adanya gangguan jaringan (<i>trouble</i>)	0,101	3	0,30
2	Adanya penipuan pemesanan	0,097	2	0,19
3	Adanya masyarakat yang masih enggan berbelanja <i>online</i>	0,089	2	0,18
4	Pesaing lebih dulu menggunakan teknologi	0,101	3	0,30
5	Perkembangan teknologi yang semakin pesat	0,101	3	0,30
Subtotal				1,27

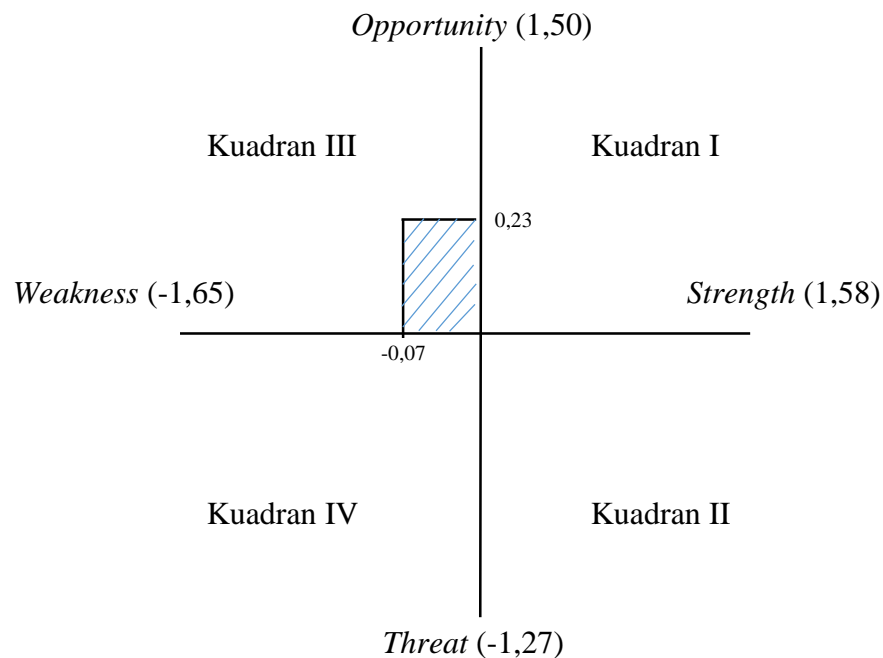
Sumber: Data diolah, 2020.

Berdasarkan nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci bahwa nilai kekuatan (*strenght*) sebesar 1,58, nilai kelemahan (*weakness*) sebesar 1,65, nilai peluang (*opportunity*) sebesar 1,50 dan nilai ancaman (*treath*) sebesar 1,27. Maka untuk menentukan posisi kordinat kuadran pada usaha batik tulis Alshidan Batik dapat dicari dengan cara menghitung selisih dari total skor faktor kekuatan (S) dengan total skor faktor kelemahan (W), kemudian dihitung juga selisih dari total skor faktor peluang (O) dengan total skor ancaman (T). Berikut adalah perhitungan selisih antar faktor-faktor tersebut:

$$\begin{aligned}
 \text{IFAS} &= \text{Total skor kekuatan} - \text{Total skor kelemahan} \\
 &= 1,58 - 1,65 \\
 &= -0,07
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{EFAS} &= \text{Total skor peluang} - \text{Total skor ancaman} \\
 &= 1,50 - 1,27 \\
 &= \mathbf{0,23}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan mengenai total akhir IFAS dan EFAS tersebut, maka diketahui total akhir dari IFAS sebesar (- 0,07) sedangkan total akhir EFAS sebesar (0,23). Koordinat (X dan Y) ditentukan dengan sumbu X = nilai total S – W, dan sumbu Y = nilai total O – T. Hasil dari semua faktor tersebut kemudian dapat digambarkan dalam kuadran SWOT sebagai berikut:



Gambar 4.2: Diagram *Cartesius* Analisis SWOT usaha batik tulis “Alshidan Batik”.

Dari gambar diagram *cartesius* di atas, jelas menunjukkan bahwa usaha batik tulis “Alshidan Batik” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan berada pada kuadran III (tiga) di mana kuadran tersebut merupakan situasi perusahaan yang memiliki peluang sangat besar, namun disisi lain

perusahaan juga harus meminimalisir beberapa kelemahan internal untuk merebut peluang besar tersebut.

B. Temuan Penelitian

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan kemudian mendeskripsikan sesuai dengan yang diperoleh di lapangan, sehingga peneliti menemukan beberapa temuan hal sebagai bentuk temuan penelitian. Beberapa hasil temuan yang bisa dilaporkan dalam bentuk tulisan sebagaimana yang dipaparkan di atas adalah sebagai berikut:

1. Temuan penelitian terkait fokus penelitian yang pertama, yakni: Implementasi *Fintech* dalam pengembangan usaha Batik Tulis “Alshidan Batik”

Berdasarkan paparan data lapangan terkait dengan fokus penelitian di atas, ditemukan bahwa implementasi *Fintech* dalam pengembangan usaha batik tulis “Alshidan Batik” Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan adalah sebagai berikut:

Kowel merupakan salah satu Kelurahan di Pamekasan yang sebagian penduduknya bekerja sebagai pengrajin batik. Seiring dengan berkembangnya zaman, di mana sekarang semuanya serba *online*, hal tersebut menjadikan setiap transaksi lebih mudah, efektif dan efisien. Dalam pengembangan usaha batik tulis Alshidan Batik telah memanfaatkan teknologi di mana dalam mempromosikan batik tulis menggunakan media sosial seperti facebook, instagram, WhatsApp dan lain sebagainya, dan dengan menggunakan media sosial tersebut banyak mendapat keuntungan yang salah satunya yaitu pemilik/pemasar tidak perlu mengeluarkan

uang untuk biaya promosi produknya, dengan begitu pemasar bisa melakukan promosi sepuasnya agar produk yang mereka jual dapat menguasai pasar.

Dan untuk pembayarannya pemilik Alshidan Batik menyediakan beberapa nomor rekening untuk menampung pembayaran dari para pembeli, di mana pembayaran tersebut biasanya menggunakan *mobile banking*, dan ATM, ada juga yang menggunakan *e-wallet* jika pembayaran melalui *mobile banking* atau yang lainnya mengalami masalah (*trouble*). Terdapat perbedaan dari harga produk yang dijual secara langsung kepada konsumen dengan harga yang dipasang ketika dipromosikan melalui media, di mana harga yang dipasang di media sedikit lebih murah dibandingkan harga sebenarnya dikarenakan pembeli memiliki tanggungan biaya ongkos kirim. Sedangkan untuk kualitas dan spesifikasi barang (warna dan morif) sama antara yang dijual secara *offline* maupun secara *online*.

Usaha batik tulis “Alshidan Batik” telah memanfaatkan teknologi dalam proses pemasaran dan transaksi jual beli sejak tahun 2015. Dengan penggunaan media teknologi tersebut perkembangan usaha batik tulis “Alshidan Batik” disini dikatakan cukup meningkat dengan *omzet* semakin naik dari tahun ke tahun di mana jangkauan pemasaran lebih luas sehingga pembeli lebih banyak dibandingkan dengan sebelumnya yang mana masih menggunakan sistem manual atau tidak menggunakan media teknologi. Variasi produk juga bertambah meliputi taplak meja, sprei batik (serta 2 sarung bantul dan guling), dan hijab segi empat.

Terkait jaringan relasi juga semakin luas dan memiliki beberapa *reseller* yang bekerjasama dengan Alshidan Batik, di mana *reseller* tersebut semakin bertambah dari tahun ke tahun, hingga saat ini Alshidan Batik memiliki 5 orang

reseller, bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa *reseller* tersebut akan semakin bertambah.

2. Temuan penelitian terkait dengan fokus penelitian kedua, yakni: Analisis SWOT pada pemanfaatan teknologi dalam pengembangan usaha Batik Tulis “Alshidan Batik”

Berdasarkan paparan data lapangan terkait fokus kedua di atas dapat ditemukan bahwa analisis SWOT pada usaha batik tulis “Alshidan Batik” yaitu:

a. Kekuatan (*strenghts*)

Adapun faktor-faktor kekuatan dalam pemanfaatan teknologi dalam pengembangan usaha batik tulis antara lain sebagai berikut:

1. Penjualan batik tulis bertambah
2. Transaksi lebih aman dan praktis serta keamanan uang terjamin
3. Pemasaran semakin mudah dan luas;
4. Kemudahan transaksi kapan saja dan di mana saja; dan
5. Sumber Daya Manusia yang *update* (melek teknologi).

b. Kelemahan (*weakness*)

Adapun faktor-faktor kelemahan dalam pemanfaatan teknologi dalam pengembangan usaha batik tulis adalah sebagai berikut:

1. Masih bergantung pada jaringan internet;
2. Kurangnya pemahaman tentang pemasaran berbasis *online*;
3. Belum memiliki *website*;
4. Produk belum terdaftar di *e-commerce*; dan
5. Kemampuan promosi belum optimal.

c. Peluang (*opportunity*)

Adapun faktor-faktor peluang dalam pemanfaatan teknologi dalam pengembangan usaha batik tulis adalah sebagai berikut:

1. Permintaan batik yang meningkat;
2. Memudahkan transaksi dengan pihak luar;
3. Meningkatkan daya jual;
4. Menambah relasi (*reseller*); dan
5. Konsumen lebih cepat mengetahui produk.

d. Ancaman (*threath*)

Adapun faktor-faktor ancaman dalam pemanfaatan teknologi dalam pengembangan usaha batik tulis adalah sebagai berikut:

1. Adanya gangguan jaringan (*trouble*);
2. Adanya penipuan pemesanan;
3. Adanya masyarakat yang masih enggan berbelanja *online*;
4. Pesaing lebih dulu menggunakan teknologi; dan
5. Perkembangan teknologi yang semakin pesat.

e. Skor Akhir dari Masing-Masing Faktor

Adapun skor pada faktor kekuatan memiliki skor akhir sebesar 1,58 dan faktor kelemahan memiliki skor sebesar 1,65 sedangkan pada faktor peluang memiliki skor akhir sebesar 1,50 dan faktor ancaman memiliki skor sebesar 1,27.

f. Hasil Titik Koordinat

Pada diagram cartesius menunjukkan bahwa selisih nilai dari faktor kekuatan dan kelemahan berada di posisi negatif (-0,07) sedangkan selisih nilai dari faktor peluang dan ancaman berada di posisi positif (0,23). Hal ini menunjukkan bahwa usaha batik tulis “Alshidan Batik” berada pada kuadran III (tiga) di mana

perusahaan memiliki peluang yang sangat besar, namun disisi lain terdapat kelemahan-kelemahan yang harus diatasi untuk merebut peluang besar tersebut.

C. Pembahasan

Setelah ditemukan beberapa yang diinginkan, baik hasil dari penelitian observasi, wawancara, maupun dokumentasi, maka peneliti akan menganalisa temuan yang ada dan memodifikasi tentang implikasi-implikasi dari hasil penelitian. Adapun data yang akan dipaparkan dan analisis oleh peneliti sesuai dengan fokus penelitian dalam skripsi ini, yaitu sebagai berikut:

1. Implementasi *Fintech* dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan

Teknologi keuangan atau *fintech* melahirkan berbagai model baru yang lebih praktis bagi konsumen dalam mengakses produk dan layanan keuangan. Keberadaan *Fintech* pun mengubah status quo dan revolusi cara kerja institusi keuangan tradisional. Menurut *Word Bank*, *Fintech* didefinisikan sebagai industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang menggunakan teknologi agar sistem keuangan dan penyampaian layanan keuangan lebih efisien. Sedangkan menurut *Financial Stability Board*, *Fintech* juga didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan yang dapat mengalihkan produk-produk dengan efek material yang terkait dengan penyediaan layanan keuangan.²⁸

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Fintech* adalah pengembangan baru industri jasa keuangan berupa konsep yang mengadaptasi

²⁸ Ratnawaty Marginingsih, “Analisis SWOT *Technology Financial* (Fintech) terhadap Industri Perbankan,” *Jurnal Humaniora* 19, No. 1 (Maret, 2019), 57.

perkembangan teknologi yang dipadukan dengan bidang finansial yang di dalamnya terdapat inovasi dengan harapan bisa menghadirkan proses transaksi keuangan lebih efektif, efisien, aman serta modern.

Secara umum, layanan keuangan berbasis digital yang saat ini telah berkembang di Indonesia dapat dibedakan ke dalam beberapa kelompok yaitu:²⁹

a. *Payment Channel System*

Merupakan layanan elektronik yang berfungsi menggantikan uang kartal dan uang giral sebagai alat pembayaran, antara lain alat pembayaran menggunakan kartu dan *e-money*. Disamping itu, terdapat jenis alat pembayaran elektronik lain yang telah diggunakan oleh sebagian masyarakat dunia, yaitu sistem pembayaran berbasis kriptografi (*blockchain*) seperti Bitcoin.

b. *Digital Banking*

Merupakan layanan perbankan yang memanfaatkan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan para nasabah. Masyarakat di Indonesia sudah cukup lama mengenal perbankan elektronik seperti ATM, EDC, *internet banking*, *mobile banking*, *SMS banking*, *phone banking* dan *video banking*. Selain itu beberapa bank juga meluncurkan layanan keuangan (*branchless banking*) sesuai dengan kebijakan OJK.

c. *Online/Digital Insurance*

Adalah layanan asuransi bagi nasabah dengan memanfaatkan teknologi digital. Beberapa perusahaan asuransi telah memanfaatkan web portal untuk menawarkan produk asuransi, menerbitkan polis, dan menerima laporan klaim. Di samping itu, banyak pula perusahaan yang menawarkan jasa perbandingan premi

²⁹ Ibid., 58.

(*digital consultant*) dan juga keagenan (*digital marketer*) asuransi melalui website atau *mobile application*.

d. *Peer to Peer Lending*

Peer to Peer (P2P) Lending adalah layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi digital untuk mempertemukan antara pihak yang membutuhkan pinjaman dan pihak yang bersedia memberikan pinjaman. Layanan ini biasanya menggunakan *website*.

e. *Crowdfunding*

Crowdfunding adalah kegiatan pengumpulan dana melalui *website* atau teknologi digital lainnya untuk tujuan investasi maupun sosial.³⁰

f. *E-Wallet*

E-Wallet atau uang elektronik adalah uang yang dikemas ke dalam dunia digital, sehingga dapat dikatakan dompet elektronik. uang ini umumnya bisa digunakan untuk berbelanja, membayar tagihan, dan lain-lain melalui sebuah aplikasi. *E-Wallet* sebenarnya juga termasuk dalam kategori *E-Money*. Bedanya *E-Money* menggunakan teknologi berbasis chip dan ditanam pada kartu. Dan bentuknya sebagai kartu, sementara *E-Wallet* menggunakan teknologi berbasis server.³¹

Setiap pengusaha pasti memiliki cara tersendiri dalam mengembangkan usahanya, baik dari cara pembuatan produknya maupun cara mengenalkan produk kepada para konsumen. Dan setiap pengrajin batik juga memiliki cara tersendiri untuk membuat produknya lebih unggul daripada produk pesaing, diantaranya yaitu

³⁰ Ibid.

³¹ Sri Devi Febrianti, "Financial Technology dalam Sistem Ekonomi Islam" (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palangkaraya, 2018), 23.

cara memproduksi batik, di Alshidan Batik dalam proses produksi *owner* membuat motifnya sendiri dengan menggambar kain menggunakan pensil terlebih dahulu, dan juga dari cara pewarnaan di mana seperti yang saya ketahui bahwa warna-warna batik di Alshidan Batik itu menggunakan pewarna dengan campuran warna sendiri di mana pewarna menggunakan *naptol* untuk membuat warna batik lebih kuat, menarik, bagus dan tahan lama (tidak mudah luntur).

Berdasarkan hasil penelitian, seiring dengan perkembangan zaman, di mana sekarang zamannya serba *online*, strategi yang digunakan oleh Alshidan Batik dalam mengembangkan usaha yaitu disana telah memanfaatkan teknologi dalam proses transaksi dan promosi, seperti yang telah diketahui bahwa dalam mempromosikan produk batiknya pihak Alshidan Batik memiliki dua cara yakni memasarkan langsung kepada konsumen di mana Alshidan Batik telah memiliki kios di pasar Kolpajung, selain itu pihak Alshidan juga mempromosikan melalui media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp dan lain sebagainya.

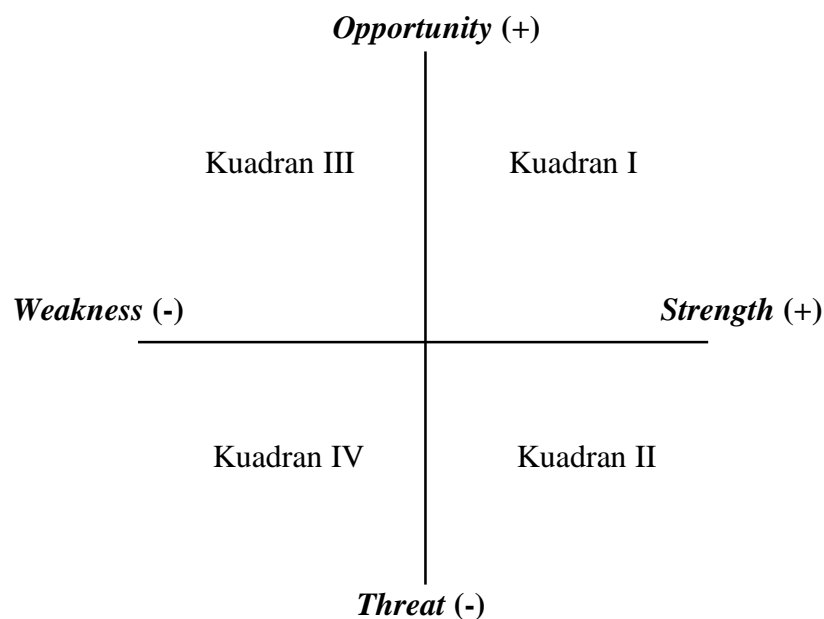
Untuk proses pembayaran, transaksi di Alshidan Batik menggunakan *digital banking* seperti *mobile banking* jika ada pembeli baik melalui *offline* maupun *online*, pembeli bisa membayar dengan mentransfer ke rekening bank yang sudah disediakan oleh pihak Alshidan Batik, dan biasanya pembeli membayar melalui *mobile banking*, bagi yang tidak terdaftar di *mobile banking* bisa menggunakan ATM, selain itu ada juga yang menggunakan *e-wallet* untuk mempermudah proses transaksi jika bank dalam keadaan *trouble*.

Sedangkan untuk proses pengiriman menggunakan ekspedisi JNE, J&T, dan Pos (sesuai permintaan pembeli), sedangkan untuk ongkos kiriman ditanggung sendiri oleh pembeli.

2. Hasil Analisis SWOT pada Pemanfaatan Teknologi dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik”

a. Hasil Perhitungan SWOT pada Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik” Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan

Dari hasil analisis SWOT akan menghasilkan empat kuadran yang dapat digambarkan sebagai berikut:³²



Sumber: Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard*, 2011.

Kuadran I: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung pertumbuhan agresif (*Growth oriented strategy*)

Kuadran II: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari strategi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah

³² Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard: Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 200.

memgunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk atau pasar).

Kuadran III: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question mark* pada BCG matriks. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran IV: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan.³³

Berdasarkan gambar 4.2 diagram *cartesius* di atas, jelas menunjukkan bahwa usaha batik “Alshidan Batik” Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan berada pada kuadran III (tiga) dengan skor akhir IFAS sebesar -0,07 dan skor akhir EFAS sebesar 0,23. Pada kuadran III tersebut merupakan situasi di mana usaha batik tulis tersebut memiliki performa di bawah rata-rata namun juga memiliki peluang pasar yang sangat besar dan di sisi lain juga terdapat kelemahan-kelemahan yang harus diminimalisir atau segera diatasi.

Fokus usaha batik “Alshidan Batik” disini yaitu meminimalisir kelemahan-kelemahan internal yang dimiliki agar bisa merebut peluang pasar yang lebih baik sehingga usaha akan semakin berkembang. Juga dibutuhkan keberanian untuk mengubah strategi yang selama ini dijalankan dikarenakan metode lama yang kemungkinan besar sudah usang dan dikhawatirkan sulit untuk menangkap peluang yang ada sekaligus memperbaiki kinerja karyawan.

³³ Ibid.

b. Model Matriks SWOT dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik”

Model Matriks Analisis SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategis. Alternatif strategi adalah hasil dari matriks analisis SWOT yang menghasilkan berupa Strategi SO, ST, WO, WT. Alternatif strategi yang dihasilkan minimal 4 buah strategi sebagai hasil dari analisis matriks SWOT.

Tabel 4.9
Matriks SWOT

EFAS IFAS	<i>Strengths (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
	Faktor-Faktor Kekuatan	Faktor-Faktor Kelemahan
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
Faktor-Faktor Peluang	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST	Strategi WT
Faktor-Faktor Ancaman	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard*, 2011.

Keterangan:

- a. Strategi SO (*Strength-Opportunity*). Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Opportunity*), strategi ini dibuat berdasarkan pemikiran para eksekutif perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST (*Strength-Threat*). Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Strength*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi segala ancaman dari luar.
- c. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunity*). Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.
- d. Strategi WT (*Weakness- Threat*). Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal (*Threat*), strategi ini didasarkan pada aktivitas yang sifatnya defenisive dan berusaha menghindari kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan perusahaan.³⁴

Berdasarkan hasil penelitian, usaha batik tulis “Alshidan Batik” berada dikuadran III (tiga) di mana Alshidan Batik memiliki peluang besar namun terdapat beberapa kelemahan internal yang harus diminimalisir, oleh karena itu strategi yang harus digunakan adalah strategi WO (*Weakness-Opportunity*). Strategi tersebut merupakan gabungan dari faktor internal (*Weakness*) dan faktor eksternal

³⁴ Freddy Rangkuti, *SWOT Balanced Scorecard: Teknik Menyusun Strategi Korporat yang Efektif Plus Cara Mengelola Kinerja dan Risiko* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), 200.

(*Opportunity*), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.

Faktor-faktor peluang yang ada pada usaha batik tulis yaitu permintaan batik yang meningkat, memudahkan transaksi dengan pihak luar, meningkatkan daya jual dan menambah relasi (*reseller*). Sedangkan faktor kelemahan yang dimiliki ialah masih bergantung pada jaringan internet, kurangnya pemahaman tentang pemasaran berbasis *online*, belum memiliki *website*, produk belum terdaftar di *e-commerce*, kemampuan promosi belum optimal.

Adapun strategi WO (*Weakness-Opportunity*) yang harus digunakan yaitu:

1. Meningkatkan pemahaman di bidang IT khususnya di bidang bisnis *online*;
2. Meningkatkan promosi penjualan dengan cara mendaftarkan produk pada platform *e-commerce* seperti shopee, tokopedia, lazada dan lain sebagainya;
3. Peningkatan kualitas sumber daya manusia dari segi tingkat pengetahuan dan keterampilan;
4. Penggunaan media internet untuk proses pemasaran yang telah dilakukan harus lebih dioptimalkan lagi dengan memperkuat jaringan-jaringan pemasaran yang sudah ada sebelumnya;
5. Menambah tenaga kerja berpengalaman dan berpengetahuan lebih khususnya di bidang pemasaran; dan
6. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk merebut pangsa pasar.