

**UPAYA PENGEMBANGAN USAHA PENGRAJIN BATIK
MALANGAN
(Studi Kasus di Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing
Wetan Kabupaten Malang)**

JURNAL ILMIAH

Disusun oleh :

**Arif Murtdlo
0710210033**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Derajat Sarjana Ekonomi**



**JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2013**

**UPAYA PENGEMBANGAN USAHA PENGRAJIN BATIK MALANGAN
(Studi Kasus di Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang)**

Arif Murtadlo

Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Indonesia
aar0389@yahoo.com

ABSTRAK

Batik telah menjadi salah satu ikon budaya yang secara turun temurun telah diwariskan oleh nenek moyang dan telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai budaya asli Indonesia. Batik merupakan asset bangsa yang harus dilestarikan agar tidak punah oleh zaman. Keberadaan batik menjadi sangat penting bagi perkembangan perekonomian di Indonesia. Kabupaten Malang terdapat usaha penghasil batik malangan yang terletak di Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing Wetan. Batik yang memiliki ciri khas tersendiri yang terus berupaya untuk dikembangkan dengan maksimal dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Batik malangan muncul pada tahun 1996 di Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang. Ada berbagai upaya untuk mengembangkan batik tersebut. Upaya pengembangan tersebut yaitu melalui pemanfaatan modal dengan maksimal yaitu modal fisik, modal keuangan, modal manusia dan modal sosial. Upaya selanjutnya strategi pengembangan pasar agar kelangsungan batik malangan tetap terjaga dan agar batik malangan lebih dikenal luas dari berbagai daerah di Indonesia dan bahkan dunia. Upaya pengembangan berikutnya dengan cara strategi pengembangan produk baru. Upaya ini diharapkan supaya batik malangan dapat bersaing dengan daerah penghasil batik yang ada di Indonesia, seperti Jogja, Solo, Madura, Pekalongan, Pacitan, Banyuwangi dan lain sebagainya. Perkembangan budaya dan fashion juga akan berdampak positif terhadap batik malangan. Batik digunakan secara meluas di segala kalangan mulai dari anak muda sampai orang dewasa. Demikian populernya batik, di masa kini batik tidak hanya dipakai sebagai baju atau pakaian saja. Banyak bentuk modifikasi berbagai keperluan rumah tangga yang berasal dari batik, seperti tas, sandal, sepatu, sprei, taplak meja, kerudung, aksesoris, souvenir, dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Batik, Batik Malangan

A. LATAR BELAKANG

Pembangunan ekonomi diarahkan kepada terwujudnya perekonomian nasional yang mandiri dan handal berdasarkan demokrasi untuk meningkatkan kemakmuran ekonomi secara selaras, adil dan merata. Pembangunan ekonomi merupakan salah satu pembangunan guna meningkatkan taraf hidup kesejahteraan rakyat. Sasarannya adalah untuk mencapai keseimbangan antara bidang pertanian dan bidang industri serta terpenuhinya kebutuhan pokok rakyat.

Sektor UKM sering digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, karena sebagian jumlah penduduknya hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. UKM tersebut juga mampu menghadapi krisis moneter yang terjadi di Indonesia sejak tahun 1997. Krisis yang secara nyata telah menyebabkan jatuhnya ekonomi nasional dan membuat banyak sekali perusahaan-perusahaan besar gulung tikar.

UKM memiliki kontribusi signifikan pada pembangunan ekonomi, baik di negara-negara industri maupun negara berkembang. Peran UKM dalam pembangunan ekonomi, antara lain dalam penyerapan tenaga kerja, peningkatan ekonomi lokal dan peningkatan nilai ekspor. UKM mampu menyerap tenaga kerja khususnya tenaga kerja informal karena karakteristik pekerjaan sektor UKM yang tidak membutuhkan syarat formal seperti halnya perusahaan besar, sedangkan UKM mampu meningkatkan ekonomi lokal melalui transaksi antar daerah dengan komoditas lokal. Pada akhirnya, produk-produk UKM yang memiliki keunggulan kompetitif akan mampu menembus pasar global dan berkontribusi pada nilai ekspor. Dengan penyebaran industri kecil ini, diharapkan akan mampu memberikan lapangan pekerjaan baru dan mampu meningkatkan pendapatan, sehingga dapat menanggulangi kemiskinan.

Persaingan yang semakin ketat, karena semakin terbukanya pasar di dalam negeri merupakan ancaman bagi UKM. Dengan semakin banyaknya barang dan jasa yang masuk dari luar akibat dampak globalisasi. Maka kemandirian UKM diharapkan dapat menjadi jalan untuk menghadapi persaingan tersebut.

Pentingnya peranan usaha kecil dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil dan selanjutnya diikuti dengan peraturan pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Inti dari peraturan ini adalah adanya pengakuan dan upaya untuk memperdayakan mereka. Hal ini sebagaimana yang terungkap dalam PP tersebut: "bahwa usaha kecil merupakan bagian integral dari perekonomian nasional yang mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional yang kokoh, usaha kecil perlu diberdayakan agar dapat menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang dan menjadi usaha menengah."

Kabupaten Malang memiliki banyak potensi Usaha Kecil Menengah yang bisa dikembangkan dengan maksimal. UKM yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Karya dan karsa hanya terdapat pada orang-orang yang berpikir kreatif. Tidak sedikit orang dan perusahaan yang berhasil meraih kesuksesan karena memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan memunculkan ide-ide dan pemikiran-pemikiran baru untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sedangkan dalam suatu organisasi perusahaan, proses kreatif dan inovatif dilakukan melalui kegiatan penelitian dan pengembangan untuk meraih pasar. Baik ide pemikiran maupun tindakan kreatif tidak lain untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.

Kabupaten Malang mempunyai banyak sekali UKM kreatif dan inovatif yang perlu terus dikembangkan agar mempunyai daya saing terhadap daerah lain. Salah satu dari kerajinan yang perlu dikembangkan adalah batik yang merupakan warisan budaya dari nenek moyang sejak zaman dahulu. Batik terlahir sebagai seni karya yang mempunyai filosofi terhadap makna kehidupan.

Tanggal 2 Oktober 2009 merupakan hari yang bersejarah bagi bangsa Indonesia, karena pada hari itu organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa atau UNESCO menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia. Kesempatan itu pula diresmikan bahwa tanggal 2 Oktober 2009 sebagai Hari Batik Nasional. Batik dinilai sebagai ikon budaya yang memiliki keunikan dan filosofi mendalam, serta mencakup siklus kehidupan manusia, sehingga ditetapkan sebagai warisan budaya tak benda dari kemanusiaan.

Penetapan kain tradisional batik sebagai warisan budaya dunia dari Indonesia antara lain dengan menimbang batik sebagai kerajinan tradisional turun-temurun dari Indonesia yang kaya akan nilai budaya. Seni batik merupakan salah satu kesenian khas Indonesia yang telah ada sejak berabad-abad lamanya hidup dan berkembang, sehingga menjadi salah satu bukti peninggalan sejarah budaya bangsa Indonesia. Dalam penilaiannya, UNESCO juga meneliti perlindungan yang diberikan Pemerintah Indonesia terhadap batik.

Meski bukan daerah penghasil batik yang terkenal, Kabupaten Malang adalah salah satu daerah yang memiliki batik dengan ciri khasnya sendiri. Salah satu batik yang telah lama ada di Kabupaten Malang adalah batik Druju yang berasal dari Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang. Batik Druju dihasilkan di dusun terpencil bernama Wonorejo, di bawah perbukitan gunung kapur Malang Selatan yang membujur hingga pantai selatan Jawa yang memiliki suasana alam yang eksotis.

Batik yang muncul pada awal tahun 1996 dari tangan kreatif Eddi Subagyo ini memiliki kekhasan sendiri yang membedakan dengan batik-batik yang ada di daerah lain, baik dilihat dari cara pengerjaan, motif maupun warnanya. Keunikan batik Druju tersebut sebenarnya adalah salah satu kekayaan budaya yang harus dilestarikan dan dikenal oleh masyarakat luas. Dari teknik pembuatannya, batik Druju berbeda dari batik manapun di dunia. Ciri khas batik Druju terlihat dari corak-corak batik yang menyambung dari bagian depan ke bagian belakang. Motif batik Druju menyambung karena ditorehkan setelah kain dijahit menjadi pakaian. Ciri khas lainnya, batik Druju identik dengan warna hitam pekat, lebih pekat dari batik manapun.

Selama batik Druju ini berdiri, sudah lebih dari 500 motif batik lahir dari tangan pengrajin batik yang kreatif. Motif-motif terinspirasi dari alam yang indah di kawasan Kecamatan Sumbermanjing Wetan, seperti corak kupu-kupu gajah, corak rerumputan maupun corak pantai dan lautan, dan ada motif yang sebagai andalan, yakni motif seribu mimpi. Dari keunikan-keunikan tersebut, dewasa ini produk batik Druju sudah beredar di luar negeri seperti Italia, Jerman, Singapura dan Malaysia. Bahkan batik Druju juga sempat tembus ke Amerika.

B. KAJIAN PUSTAKA

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Inti dari kewirausahaan menurut Drucker (1959) adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang.

Menumbuhkan kewirausahaan dan entitas bisnis, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai salah satu kategori skala usaha secara struktural menempati posisi yang amat penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia karena UKM mampu menyerap tenaga kerja, peningkatan ekonomi lokal dan peningkatan nilai ekspor.

C. METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang digunakan untuk mencari dan mengumpulkan data adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif lebih ditinjau dari perspektif subyek penelitian. Pendekatan ini digunakan karena pendekatan kualitatif lebih berdasarkan pada filsafat fenomenologis yang mengutamakan penghayatan (Moleong, 2004: 14). Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan upaya pengembangan usaha batik malangan di Desa Druju, Kecamatan Sumbermanjing Wetan, Kabupaten Malang.

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan informan penelitian yaitu pelaku usaha batik/pengrajin batik sebagai produsen. Adapun data-data sekunder yaitu dokumen-dokumen yang berkaitan dengan usaha batik Malangan di Kabupaten Malang.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara yaitu:

1. Wawancara mendalam (*depth interview*)

Wawancara dilakukan dengan cara bertanya atau berdialog dengan responden guna mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai data yang diperlukan dan menggali informasi mendalam tentang usaha batik Malangan.

2. Pengamatan atau Observasi

Observasi dilakukan dengan cara melihat dan mengamati sendiri baik secara langsung yakni mengamati usaha batik malangan di Desa Druju dan serta mengamati secara tidak langsung melalui informan lainnya. Kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan sebenarnya.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan data yang meliputi buku-buku yang relevan dengan penelitian, peraturan-peraturan laporan kegiatan, foto-foto dan berbagai data lain yang berhubungan dalam hal ini objeknya adalah batik malangan.

Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif bersifat deduktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis model interaktif yang terdiri dari tiga komponen analisis, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Pengecekan keabsahan data atau validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur. Dalam hal ini teknik pengecekan keabsahan data yang dilakukan adalah perbandingan pengamatan dan triangulasi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengambil obyek penelitian usaha pengrajin batik Malangan yang berada di Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang. Gambaran-gambaran dari studi penelitian akan dijelaskan sebagai berikut ini.

Gambaran Umum Usaha Batik Malangan

Batik sudah dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Batik sangat melekat pada budaya Indonesia. Batik pula yang menjadi tradisi bangsa Indonesia sejak jaman nenek moyang dan menjadi kebanggaan masyarakat hingga saat ini. Kain batik yang sempat diklaim milik pihak lain sekarang ini sudah ditetapkan UNESCO sebagai budaya dari Indonesia. Indonesia memiliki banyak sekali daerah penghasil batik, dan salah satu penghasil batik yaitu Kabupaten Malang.

Usaha batik malangan bermula ketika Bapak Eddy Subagyo dan istrinya Ibu Antik bekerja sama dengan teman mereka dari Italy yang bernama Milo. Sebelum mendirikan usaha yaitu pada tahun 1995 Bapak Eddy Subagyo pergi ke Madura untuk membeli kain-kain batik. Seperti diketahui pada saat itu Madura sudah terkenal dengan hasil batiknya. Kemudian motif-motif batik Madura dipelajari dengan sebaik-baiknya. Pada tahun 1996 usaha batik malangan mulai berdiri dengan motif ciptaan pengrajin sendiri yaitu diambil dari alam sekitar desa druju yang menjadi ciri khasnya.

Batik malangan terkenal dengan keunikannya. Beberapa keunikan dari batik malangan yaitu, ciri khas yang pertama; Dilihat dari teknik pembuatannya, batik malangan berbeda dari batik manapun di dunia. Pada umumnya pembuatan batik dimulai dari kain yang dibatik terlebih dahulu baru djahit menjadi pakaian. Berbeda dengan batik malangan, teknik pembuatannya yaitu menjahit kain menjadi pakaian terlebih dahulu baru kemudian dibatik. sehingga corak-corak atau motif batik menyambung dari bagian depan ke bagian belakang. Yang kedua, dari segi pewarnaan. Batik malangan identik dengan warna hitam pekat, lebih pekat dari batik yang lain.

Upaya Pengembangan Usaha Pengrajin Batik Malangan

Pengembangan suatu usaha tidak terlepas dari pemanfaatan modal secara maksimal. Modal tersebut diantaranya yaitu, modal fisik, modal keuangan, modal manusia dan modal sosial. Modal fisik yang berupa bahan baku dan peralatan dipergunakan dengan sebaik-baiknya. Setelah dipergunakan produksi batik semua peralatan dan bahan baku seperti kain perlu dirawat dengan baik agar tidak cepat

rusak. Selanjutnya modal keuangan, modal yang digunakan pengusaha batik malangan dalam memproduksi batik yaitu dengan modal sendiri, yaitu dari keuntungan yang dipergunakan dalam tambahan modal produksi, selain itu pengusaha juga mempergunakan hasil asset pribadi seperti hasil sawah yang dimiliki. Sebetulnya banyak sekali pihak bank yang menawarkan pinjaman buat tambahan modal usaha, tapi dengan alasan bahwa modal sendiri masih bisa mencukupi buat produksi dan mempertimbangkan hasil batik tidak seperti komoditi lain yang *repeat order*nya setiap hari seperti makanan, maka penawaran pinjaman dari bank ditolak oleh pengusaha batik.

Ketiga yaitu modal manusia. Keahlian karyawan di usaha pengrajin batik malangan sebagian besar dari Pekalongan karena dianggap sudah memiliki keahlian membatik. Keahlian membatik diperoleh dari turun temurun. Keterampilan membatik yang secara turun temurun dimiliki oleh para karyawan ini merupakan suatu potensi yang sangat jarang dan tidak semua orang memilikinya. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai suatu aset berharga dan dapat dikembangkan lebih jauh lagi agar keahlian tersebut tidak pudar. Selain keterampilan dari turun temurun, keahlian yang dimiliki karyawan batik malangan juga diperoleh dari kursus atau belajar dari luar kota, tepatnya di Kota Solo. Karyawan belajar mengenai pewarnaan dan menggambar pola. Dari keahlian tersebut hasil produksi batik malangan sangat bagus dan digemari konsumen.

Terakhir yaitu modal sosial yang terdiri dari kepercayaan dan jaringan. Kepercayaan memegang peranan penting dalam kelangsungan usaha batik malangan. Pengusaha menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan agar usaha yang dikerjakan senantiasa berjalan lancar. Pesanan pelanggan dikerjakan dengan tepat waktu sesuai permintaan. Batik yang diproduksi sesuai dengan selera dan keinginan pelanggan. Selanjutnya mengenai jaringan pemasaran. Untuk melancarkan jalannya pemasaran pengusaha batik malangan memerlukan bantuan dari teman atau kolega. Pengusaha batik memanfaatkan jaringan pemasaran dengan menggunakan promosi dari mulut ke mulut. Langkah ini efektif karena pangsa pasar yang dibidik oleh pengusaha adalah menengah ke atas yaitu dari kalangan pengusaha dan pejabat serta dari masyarakat biasa. Pemerintah berperan penting dalam membantu melancarkan jaringan pemasaran. Setiap ada kunjungan Pemerintah Daerah Malang selalu mempromosikan hasil karya batik malangan yang ada di Desa Druju tersebut, sehingga apa yang dikenakan pejabat tersebut banyak diminati oleh pejabat dari daerah lain. Selain itu, untuk menjaga daerah pemasaran yang lebih luas maka usaha ini membentuk agen sesuai dengan penyalur, sehingga hasil produksi perusahaan bisa sampai ke tangan konsumen yang terletak jauh dari tempat usaha. Langkah yang dilakukan pengusaha batik malangan adalah membuat butik di luar kota. Sementara ini masih ada di Jakarta. Selain butik, pemasaran yang dilakukan juga menggunakan stand di Mall Lifting World di daerah Tangerang

Jangkauan pemasaran usaha batik malangan di Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang sudah tersebar ke seluruh Indonesia. Hal itu membuktikan bahwa batik malangan sudah diterima dengan baik oleh masyarakat. Daerah pemasaran batik malangan antara lain, daerah Jawa Timur meliputi Malang, Lamongan, Gresik, Surabaya, Jember, Kediri, Madiun. Daerah Jawa Tengah meliputi Semarang, Kudus, Rembang, Tegal, Magelang. Daerah Jawa Barat meliputi, Bandung, Bogor, Purwakarta, Cirebon, Subang. Kemudian Daerah Yogyakarta, Propinsi Banten, DKI Jakarta, Daerah Bali, Kalimantan, Sumatera, Sulawesi, Maluku, luar negeri meliputi Singapura, Malaysia, Hongkong, Australia dan Amerika.

Langkah selanjutnya dalam mengembangkan batik malangan dengan melakukan promosi yang tepat untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan diadakannya promosi penjualan diharapkan dapat menarik calon konsumen dengan cara memberikan informasi-informasi tentang barang yang ditawarkan sehingga calon pembeli merasa tertarik dengan barang tersebut. Adapun cara yang digunakan oleh usaha batik malangan di Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang yaitu, yang pertama dengan mengikuti pameran-pameran. Setiap ada pameran, baik lokal maupun di luar daerah Malang koordinator pemasaran selalu mengikutinya. Dengan adanya pameran tersebut calon pelanggan yang bertempat di pameran bisa melihat langsung contoh model dan motifnya. Jenis dan model batik yang diproduksi oleh pengusaha cenderung bergantung pada permintaan dan selera pelanggan, atau terkadang pengusaha batik itu sendiri yang membuat motif tapi tetap disesuaikan dengan selera kebanyakan pelanggan. Promosi yang kedua dengan partisipasi lomba. Perlombaan tersebut akan lebih mengenalkan batik malangan itu sendiri. Dari lomba-lomba tersebut pengrajin batik mendapatkan beberapa penghargaan yang membanggakan. Seperti terlihat pada gambar 1

Gambar 1 Piala Penghargaan yang Diperoleh Batik Malangan

(a) Penghargaan Paramakarya dari Presiden Susilo Bambang Yudhoyono



(b) Juara III Piala Gubernur Jawa Timur



(c) Juara II dari Yayasan Batik Indonesia



Sumber: Diolah dari Lapangan

Tahap selanjutnya dalam upaya pengembangan usaha batik malangan adalah dengan cara pelaksanaan strategi pengembangan pasar. Tujuan dari adanya pengembangan pasar tersebut agar batik malangan dapat dikenal luas di berbagai daerah di Indonesia. Pengembangan pasar ini dilaksanakan karena dengan adanya mengembangkan pasar serta memperluas jangkauan pasar baru maka diharapkan akan dapat menjaga kelangsungan hidup usaha sekaligus untuk mengembangkan usahanya agar memperoleh peningkatan laba yang nantinya dapat menjamin usaha pengrajin batik malangan Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang. Adapun faktor pendukung pelaksanaan strategi pengembangan pasar antara lain:

- 1) Banyaknya peminat terhadap hasil batik malangan
- 2) Mempunyai stock bahan baku yang cukup sehingga mempunyai kemudahan untuk memproduksi barang yang harus dibatik.
- 3) Memiliki SDM yang handal, sehingga melahirkan tangan-tangan yang kreatif.

Tahap terakhir dalam upaya pengembangan batik malangan yaitu dengan pelaksanaan strategi pengembangan produk baru. Seperti diketahui Negara Indonesia memiliki banyak sekali daerah penghasil batik seperti, Madura, Jogja, Solo, Pekalongan, Banyuwangi, Pacitan, dan masih banyak yang lain. Strategi pengembangan produk baru ini diharapkan agar batik malangan dapat bersaing di pasar batik Indonesia.

Tujuan strategi pengembangan produk baru yang diterapkan oleh pengrajin Usaha batik malangan yaitu:

1) Untuk menyesuaikan dengan selera konsumen yang cenderung berubah-ubah, jadi untuk memuaskan dan menarik konsumen pihak pengrajin merasa perlu untuk menyesuaikan dengan yang lagi model pasaran.

2) Pengrajin batik malangan ingin di area pemasaran produknya tampil beda batikannya dengan mempunyai ciri khas tersendiri dibanding dengan batikan dari daerah lain.

Dalam mengembangkan ide produk baru dan strateginya yang sangat efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu usaha. Dalam pengembangan produk baru memerlukan usaha, waktu, kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya keagalannya.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Batik Malangan

Pengembangan usaha sangat memerlukan suatu kreativitas dan inovasi. Kreatifitas dan inovasi tersebut senantiasa terus dikembangkan oleh pengrajin batik malangan. Kreatifitas tersebut diantaranya mengenai produk baru, motif, dan pemasaran. Batik yang terkenal dengan motif menyambung ini berupaya untuk meningkatkan pelayanan demi menarik minat pembeli karena batik malangan dapat berkembang karena adanya minat konsumen

Konsumen berminat membeli batik malangan karena mereka menganggap batik malangan sebagai batik eksklusif yang mempunyai keunikan tersendiri dan berbeda dengan batik yang lain yang ada di Indonesia, seperti dari segi teknik pembuatan dan ciri khas motif yang diambil dari alam. Selain itu rasa cinta terhadap hasil karya asli daerah juga membuat minat pembeli.

Harga memang faktor yang menentukan dalam menarik konsumen. Tapi hasil karya yang berbeda juga berdampak positif terhadap penjualan batik malangan tersebut. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Hermawan Kertajaya selaku pakar marketing dalam tulisannya yang berjudul "UKM harus Kreatif dan Inovatif". Menurut pandangannya bahwa UKM sebagai perusahaan yang tengah berkembang, mereka harus berfikir secara *marketing*. UKM sepantasnya memikirkan *marketing* lebih dari perusahaan besar yang sudah mapan. Inti dari *marketing* tersebut adalah *positioning-diferensiasi-brand* (PDB). Maksud dari *positioning* adalah janji yang ditawarkan ke pelanggan. *Positioning* akan kredibel di mata pelanggan jika ditopang oleh diferensiasi yang kokoh, unik, dan sulit ditiru oleh pesaing. Setelah *positioning* dan diferensiasi sesuai maka akan terbentuk sebuah *brand* yang kuat. Mencari dan menonjolkan keunikan adalah tantangan yang harus dicermati oleh para pelaku UKM. Hal ini menuntut mereka untuk terus berkreasi dan melakukan inovasi untuk memasarkan usahanya kepada konsumen. Hermawan Kertajaya juga menambahkan sebagai berikut

"Sedikit lebih beda lebih baik dari pada sedikit lebih baik"

Permintaan konsumen berdampak positif terhadap pemasukan yang cenderung meningkat yang diperoleh pengrajin batik malangan tersebut. Peningkatan omset tersebut dikarenakan semakin banyaknya minat konsumen terhadap batik malangan. Seperti terlihat pada tabel 1 berikut

Tabel 1 Daftar Omset Penjualan Batik Malangan Tahun 1996-2013

Tahun	Total Omset
1996	Rp 420.000.000
1997	Rp 380.000.000
1998	Rp 460.000.000
1999	Rp 392.000.000

Lanjutan Tabel 1 **Daftar Omset Penjualan Batik Malangan Tahun 1996-2013**

2000	Rp 684.000.000
2001	Rp 890.000.000
2002	Rp 1.008.000.000
2003	Rp 971.000.000
2004	Rp 1.372.000.000
2005	Rp 1.628.000.000
2006	Rp 1.436.000.000
2007	Rp 1.739.000.000
2008	Rp 1.572.000.000
2009	Rp 2.160.000.000
2010	Rp 2.246.000.000
2011	Rp 2.018.000.000
2012	Rp 2.453.000.000

Sumber: Buku Rekap Omset Tahunan Usaha Batik Malangan

Berdasarkan tabel tersebut menggambarkan bahwa ada peningkatan omset yang diperoleh oleh pengrajin batik malangan. Tahun 1996 awal berdiri pemasukan Rp 420.000.000. Jumlah tersebut tidak terlalu besar karena pada tahun tersebut belum dipasarkan ke masyarakat lokal, tetapi dipasarkan ke teman-teman Milo yang dari luar negeri. Kemudian masuk tahun 1998 pengusaha mulai memasarkan ke berbagai kalangan. Saat itu Bupati Malang juga tertarik dan menjadikan batik malangan sebagai seragam di instansi pemerintahan, dan jumlah pemasukan mulai ada peningkatan. Memasuki tahun 2000 sampai tahun 2012 pendapatan pengusaha cenderung meningkat. Tapi juga terjadi penurunan omset yaitu pada tahun 2003, 2008 dan 2010. Secara keseluruhan terjadi perkembangan dilihat dari omset yang didapat.

Budaya dan Perkembangan Fashion akan Melancarkan Pengembangan Batik Malangan

Indonesia sangat kaya akan kebudayaan. Batik adalah salah satu dari sekian banyak kebudayaan yang ada di Indonesia. Batik diturunkan dari generasi ke generasi dan tidak hanya digunakan untuk melatih lukis, tetapi juga penuh dengan pendidikan yang terkandung di dalamnya.

Budaya dalam hal ini memegang peranan yang sangat penting dalam perkembangan usaha pengrajin batik malangan. Budaya membatik tidak akan hilang karena dalam keluarga karyawan pengrajin batik terus menerus mewariskan keahlian dan keterampilan membatik kepada anak cucunya. Selain itu masyarakat juga ikut serta menjaga dan melestarikan batik tersebut.

Kebudayaan Indonesia selalu mengalami perubahan dan perkembangan dari masa ke masa. Pada umumnya, kebudayaan mengandung dua kemampuan sekaligus, yaitu kemampuan untuk melestarikan

dan kemampuan untuk mengembangkan. Kemampuan tersebut sangat bergantung pada tingkat ketahanan budaya masyarakatnya.

Kecintaan masyarakat terhadap batik juga meningkat sejak UNESCO menetapkan batik sebagai budaya asli Indonesia pada tahun 2009. Batik yang pada awalnya merupakan busana bagi kalangan kerajaan, kini sudah bisa dikenakan oleh masyarakat secara umum. Rancangan baju batik beserta model dan motifnya saat ini sudah mulai mengalami perubahan yang sangat besar dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Baju batik yang dulunya dipandang oleh anak remaja sebagai baju kuno dan hanya dipakai untuk orang dewasa, tapi di akhir-akhir ini baju batik sudah mulai dipakai oleh kaum remaja. Selain kaum remaja yang mulai gemar memakai batik, faktor pelestarian budaya batik berikutnya yaitu pemakaian batik juga menjadi kebijakan pemerintah. Sebagai contoh pemerintah menetapkan pada setiap hari Jumat, semua institusi negeri atau swasta, baik sekolah atau kantor wajib menggunakan pakaian batik. Perkembangan Fashion yang semakin pesat ini membuat batik lebih dikenal dunia. Sebagai langkah kongkrit adalah setiap kali pemerintah berkunjung ke luar negeri atau pertemuan negara Bapak Presiden Susilo Bambang Yudhoyono tidak jarang mengenakan pakaian batik sebagai identitas bangsa Indonesia. Pemerintah menetapkan tanggal 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional merupakan salah satu upaya menjaga warisan budaya dunia yang lahir dari Indonesia.

Batik di Indonesia telah mampu menjadi asset bangsa dari warisan budaya yang disenangi masyarakat, menjadi tren, berkembang pesat, dimodifikasi, dikembangkan, disebarluaskan, hingga menjadi semacam budaya baru yang *up-to-date*. Batik tidak tenggelam dimakan usia karena adanya usaha terus-menerus dari generasi ke generasi untuk melestarikannya, sesuai dengan perkembangan pemikiran dan teknologi di masanya masing-masing.

Pengembangan terhadap batik tidak hanya berkaitan dengan busana. Batik sebagai fashion juga telah merambah *home furnishing*, misalnya piring dengan desain batik untuk souvenir, *corporate gift*, taplak meja, bantal hias, serbet, *quilted bedcover*, dan lain-lain. Semuanya itu akan berdampak besar bagi perekonomian Indonesia. Semakin banyak orang yang terlibat dalam fashion batik, semakin banyak pula tenaga kerja yang terserap. Perkembangan ini sangat baik untuk terus ditingkatkan di masa-masa yang akan datang.

Didasari oleh kewajiban untuk melestarikan warisan-warisan budaya nasional dan kesadaran untuk ikut membangun kehidupan para perajin dilakukan serangkaian upaya pembinaan yang terpadu dan berkelanjutan guna pengembangan potensi usaha pengrajin batik malangan Desa Druju Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang dengan menitik beratkan pada tiga sasaran pembinaan dan pengembangan pokok. Tiga sasaran pokok pembinaan dan pengembangan pokok tersebut yaitu:

- 1) Mempertahankan dan mengembangkan produk batik malangan sebagai komoditi pariwisata budaya. Batik dapat dijadikan sebagai salah satu ciri khas dari Kabupaten Malang yang berbeda dengan daerah lain.
- 2) Pengembangan produk batik malangan yang mengarah pada peningkatan nilai tambah yang tinggi atau pengembangan ke sektor yang lebih modern.
- 3) Pengembangan penggunaan zat pewarna dari tumbuh-tumbuhan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, maka kesimpulan yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan suatu usaha tidak akan lepas dari peran modal. Modal akan memberikan keuntungan bagi perusahaan ketika dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Modal tersebut meliputi modal fisik, modal keuangan, modal manusia dan modal sosial
2. Batik malangan memerlukan upaya agar bisa berkembang di tengah persaingan pasar batik yang ada di Indonesia. Upaya-upaya yang dijalankan yaitu melaksanakan strategi pengembangan pasar yang bertujuan agar batik malangan dapat dikenal lebih luas di berbagai daerah di Inodonesia. Upaya berikutnya yaitu melaksanakan strategi produk baru yang bertujuan memenuhi selera konsumen yang selalu berganti.

3. Minat konsumen dalam membeli batik tidak hanya berdasarkan faktor harga, melainkan dari segi keunikan yang menjadi ciri khas batik malangan.
4. Perkembangan budaya dan fashion dapat berdampak positif bagi pengembangan batik malangan. Batik telah mampu menjadi warisan budaya yang digemari, menjadi tren, berkembang pesat, dimodifikasi, dikembangkan, dan disebarluaskan sehingga menjadi budaya yang tidak pernah punah oleh perkembangan zaman.

Saran

Berikut ini saran yang dapat diberikan untuk dapat mengembangkan penelitian ini, antara lain:

1. Modal fisik yang berupa bahan baku dan peralatan agar dapat lebih mudah diperoleh di pasar lokal.
2. Perkembangan usaha diharapkan dapat menyerapa lebih banyak tenaga kerja yang berasal dari masyarakat di Desa Druju.
3. Pemasaran yang selama ini masih menggunakan media pameran dan partisipasi lomba, diharapkan pengusaha menggunakan media elektronik yaitu melalui blog atau media sosial.
4. Agar batik tidak punah, diharapkan masyarakat terus menjaga kelestarian batik dengan mengenakan sebagai busana warisan budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchori. 2006. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Boediono. 2000. *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: BPFE

Daryanto. 1989. *Teknik Pembuatan Batik dan Sablon*. Semarang: Aneka Ilmu

Djajanto, Ludfi. 1998. *Analisis Strategi Pemasaran untuk Industri Kecil di Jawa Timur*. Jurnal penelitian. (online), <http://epserv.unila.ac.id>. pdf. Diakses pada tanggal 02 Oktober 2012

Fanny K,R. 2009. *Perlindungan Hak Cipta Atas Motif Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa (Studi terhadap Karya Seni Batik Tradisional Keraton Surakarta)*. Tesis tidak diterbitkan. Semarang:PPS Universitas Diponegoro. Dari Netliberty, (Online), (<http://eprints.undip.ac.id>) diakses tanggal 8 September 2012

Hayati, Amelia. 2007. *Pengaruh Faktor sosial, Ekonomi dan Budaya terhadap Kewirausahaan Bathik Garutan*. Makalah ini disajikan pada Regional Asia Pasific Workshop on Women entrepreneurship Development 29-30 November 2007 Bali Inonesia.

Irawan, Andi. Airlangga Putra. 2007. *Kewirausahaan UKM: Pemikiran dan Pengalaman*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Kasmir. 2011. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers

Kholmi, Maisiyah. 2003. *Analisis Potensi Industri Kecil: Studi Kasus di Kabupaten Malang*. (online). <http://makalahjurnal.com/download/ANALISIS-POTENSIINDUSTRI-KECIL:-STUDI-KASUS-di-KABUPATEN-MALANG-Dra-Masiyah-Kholmi,MM-Ak> Diakses pada tanggal 20 November 2012

Kotler, Philips.2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Intan Sejati Klaten.

- Moelong, J.Lexi. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurseto, Tejo. 2011. *Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh*. (online). <http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/penelitian/Tejo%20Nurseto,%20M.P.d./Strategi%20Menumbuhkan%20Wirausaha%20Kecil%20Menengah%20yang%20Tangguh.pdf> Diakses pada tanggal 06 November 2012
- Ramelan, Rahardi. 2008. *Industri Batik dan Permasalahannya*. (online), <http://www.leapidea.com>. diakses pada tanggal 23 September 2012
- Sartika Partomo, Tiktik dan Soejoedono, Abd. Rachman. 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah & Koperasi*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Siswanti. 2007. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Industri Batik di Kawasan Sentra Batik Laweyan solo*. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Sudarman, Ari. 1992. *Ekonomi Mikro-makro (Teori, Soal dan Jawaban)*. Yogyakarta: BPFE
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukirno, Sadono. 2003. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sulistiyastuti, Dyah. 2011. *Dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Analisis Konsentrasi Regional UKM di Indonesia 1999-2001*. (online). <http://journal.uin.ac.id/index.php/JEP/article/view/617/543>. Diakses pada tanggal 06 November 2012
- Sunarya, Abas. Sudaryono. Asep Saefullah. 2011. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: ANDI
- Suparyanto, R.W. 2012. *Kewirausahaan Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta
- Suryana. 2003. *Kemirausahaan*. Jakarta: PT Salemba Empat. .
- Susilo, Setyo. Musa Hubeis. Budi Purwanto. 2012. *Pengaruh Karakteristik dan Perilaku UKM, serta Sistem Pembiayaan terhadap Penyaluran Pembiayaan BNI Syariah*. (online). <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jurnalmpi/article/view/4846/1234>. Diakses pada tanggal 20 November 2012
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Ulum, Ihyaul, 2009. *Batik dan Kontribusinya terhadap Perekonoian Nasional*. (online), <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/bestari/article/view/91/103>. Diakses pada tanggal 06 November 2012
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha mikro, Kecil dan Menengah.
- Wulandari, Ari. 2011. *Batik Nusantara: Filosofis, Cara Pembuatan & Industri Batik*. Yogyakarta: ANDI
- Yustika, Ahmad Erani. 2008. *Ekonomi Kelembagaan: Definisi, Teori dan Strategi*. Malang: Bayumedia Publishing.

