

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO BATIK KECAMATAN TANJUNG
BUMI KABUPATEN BANGKALAN**

,Ahmad Kamil¹ Cahya Dewi²

¹Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

²Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura
Email:ahmad.kamil@trunojoyo.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the strategy of developing a micro batik business in Tanjung Bumi sub-district. The research method used is a qualitative method. The data collection method used was literature study, observation and interviews. The data analysis used in this study was the data analysis technique using inductive and deductive methods. The results of this study indicate several obstacles faced by batik craftsmen in developing batik micro-businesses in other Tanjung Bumi sub-districts 1) batik marketing, 2) price, 3) batik motif development, 4) technology 5) lack of cooperation with stakeholders. For this reason, strategies that must be carried out to develop batik micro businesses include increasing sales through e-commerce both nationally and internationally, creating their own website for product branding, increasing the competence of batik craftsmen, providing capital assistance, product differentiation, and developing batik products.

Keywords: Development Strategy, SMEs, Batik.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha mikro batik di kecamatan tanjung bumi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan studi kepustakaan, observasi dan wawancara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan metode induktif dan deduktif. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa kendala yang dihadapi oleh pengrajin batik dalam mengembangkan usaha mikro batik di kecamatan tanjung bumi antara lain 1) pemasaran batik, 2) penentuan harga, 3) Pengembangan motif batik, 4) teknologi 5) kurang kerjasama dengan stakeholder. Untuk itu strategi yang harus dilakukan untuk mengembangkan usaha mikro batik antara lain dengan meningkatkan penjualan melalui e-commerce baik nasional maupun internasional, membuat website sendiri untuk branding product, meningkatkan kompetensi pengrajin batik, memberikan bantuan modal, diferensiasi produk, pengembangan produk batik.

Keywords: Strategi Pengembangan, UMKM, Batik.

PENDAHULUAN

Pandemic covid 19 di Indonesia telah membuat perekonomian mengalami keterpurukan. Banyak usaha-usaha berskala besar pada berbagai sektor termasuk industri, perdagangan, dan jasa yang mengalami stagnasi bahkan sampai terhenti aktifitasnya akibat pandemic covid 19. UMKM menjadi salah satu sektor yang terdampak akibat pandemic covid-19. Namun UMKM dapat bertahan dan menjadi sector pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat pandemic covid 19 pada berbagai sektor ekonomi.

UMKM ialah salah satu bidang usaha yang bisa berkembang dan konsisten di dalam perekonomian. Hal itu dibuktikan dengan semakin bertambah jumlah UMKM disetiap tahunnya. UMKM di Negara berkembang hampir selalu mampu menyerap jumlah menyerap tenaga kerja dengan kegiatan ekonominya. Begitu pula kondisi yang ada di Indonesia.

Table 1.1
 Perkembangan UMKM Jawa Timur

Indicator	Satuan	2017	2018	2019
Jumlah Umkm	Unit	814.848	816.804	862.450
Jumlah Tenaga Kerja	Orang	3.173.634	3.186.645	2.380.673
Jumlah PDRB	Persen	5.46	5.5	5.52

Sumber: Badan Pusat Statistik 2021

Total nilai PDRB tahun 2019 sebesar 5.52% seperti yang terlihat pada table 1.1 dengan jumlah umkm sebanyak 862.450 unit dan jumlah tenaga kerja sebanyak 2.380.673 orang. Nilai PDRB tahun 2018 sebesar 5.5%, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 3.186.645 orang. Nilai PDRB tahun 2017 sebesar 5.46% dengan jumlah umkm sebanyak 816.804 dan jumlah tenaga kerja sebanyak 3.173.634 orang.

Dari data diatas menunjukkan adanya kontribusi positif UMKM terhadap PDRB, output PDRB yang disumbangkan oleh UMKM terus mengalami peningkatan dari tahun 2017 hingga 2019. Dengan terus meningkatnya jumlah UMKM tentunya akan meningkatkan jumlah pesaing yang secara langsung mengakibatkan semakin ketatnya persaingan dalam berbagai sector UMKM. Selain itu UMKM juga memiliki peran penting dalam dalam perekonomian dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan *output* yang berguna bagi masyarakat.

Saat ini UMKM diwarnai dengan gelombang ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif ialah kegiatan ekonomi yang digerakan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Industri kreatif itu sendiri digerakkan oleh wirausaha, yakni orang yang mempunyai kemampuan yang kreatif dan inovatif. Sector industry kreatif mampu bertahan saat sector lain dilanda krisis.

Salah satu jenis Industri kreatif berpotensi untuk berkembang di kabupaten bangkalan ialah kerajinan batik tulis. Potensi produk unggulan kabupaten bangkalan didominasi oleh industri kecil dan industri Kerajinan batik tulis. Tanjung Bumi merupakan sebuah kampung di Bangkalan yang sebagian besar penduduknya bekerja sebagai pengrajin batik tulis. Dari banyaknya industri kreatif batik tulis, Tanjung Bumi yang dikenal dengan kampung pengrajin batik.

Batik Tanjungbumi memiliki motif khas Rongterong, Perkaper, Ramo dan masih banyak yang lainnya. Di kabupaten bangkalan terdapat satu jenis batik yang menjadi andalan jenis batik Gentongan. Batik ini mempunyai warna yang sangat cerah seperti ungu dan merah. Pembuatannyapun lumayan lama, karena bahan pewarna yang di gunakan bukan dari tekstil pewarna buatan pabrik. Melainkan menggunakan tumbuh-tumbuhan alami demi mendapatkan warna yang terang dan tajam.

Berikut data usaha batik tulis di kecamatan tanjung bumi yang terdata pada dinas perindustrian kabupaten bangkalan:

Table 1.2
 Data Sentra Industri Batik di Kecamatan Tanjung Bumi 2021

No	Desa	Jumlah Indutry
1	Tanjung Bumi	49
2	Telaga Biru	21
3	Paseseh	16
4	Macajah	4
Jumlah		90

Sumber: Dinas Perindustrian Kabupaten Bangkalan 2021

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa jumlah Industry batik yang ada di Kecamatan Tanjung Bumi sebanyak 90, yang tersebar di Desa Tanjung Bumi sebanyak 49 Home Industry, Desa Telaga Biru sebanyak 21 Home Industry, Desa Paseseh sebanyak 16 Home Industry, Desa Macajah sebanyak 4

Home Industry. Peneliti mengambil lokasi Desa Tanjung Bumi karena memiliki jumlah Home Industry terbanyak dibandingkan desa lainnya, dan lebih banyak menyerap tenaga kerja yang bekerja di Home Industry tersebut. Namun dari hasil observasi yang sudah dilakukan masih terdapat kendala yang dihadapi oleh usaha mikro batik kecamatan tanjung bumi selama pandemic ini diantaranya tingkat daya beli masyarakat menurun. Kedua pengunjung berkurang diakibatkan covid. Ketiga adanya kendala pemenuhan modal. Hal ini membuat perkembangan industri batik di Tanjung Bumi tidak bisa berkembang secara optimal. Selain itu belum terlihat adanya keterlibatan secara penuh dari pemerintah daerah.

Peran Pemerintah Daerah Kabupaten Bangkalan sangat dibutuhkan untuk mendukung permodalan usaha dari pelaku ekonomi kreatif tersebut. Sebagai bagian dari penggerak pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya saing industri menempati posisi yang strategis. Potensi besar Kabupaten Bangkalan menjadi modal dasar pengembangan ekonomi kreatif dengan melakukan perencanaan, pengembangan serta pembinaan para pelaku usaha/insan kreatif serta memfasilitasi manajemen pemasaran produk kreatif agar memiliki kualitas, nilai tambah serta harga yang kompetitif di pasaran. Berdasarkan kondisi inilah peneliti mengambil objek penelitian di Kabupaten bangkalan untuk mengetahui “**Strategi Pengembangan Usaha Mikro Batik di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan**”.

LANDASAN TEORI

a. Teori Produksi

Menurut Sugiarto dkk (2007), produksi adalah suatu kegiatan yang mengubah input menjadi output. Dalam ekonomi kegiatan tersebut biasa dinyatakan dalam fungsi produksi. Fungsi produksi menunjukkan jumlah maksimum output yang dapat dihasilkan dari pemakaian sejumlah input dengan menggunakan teknologi tertentu. Secara

matematika fungsi produksi dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Q = f (K, L, R, T)$$

Di mana:

Q: Jumlah produksi

K: Jumlah stok modal

L: Jumlah tenaga kerja

R: Kekayaan alam

T : Tingkat teknologi.

b. Ekonomi Kreatif

Era ekonomi kreatif ialah pergeseran dari era ekonomi pertanian, era industrialisasi, dan era informasi. ekonomi kreatif diartikan sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan ialah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan mempunyai cadangan sumber daya yang terbarukan.

Ekonomi kreatif ialah gelombang ekonomi baru yang lahir pada awal ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berperan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Tercatat saat ini ada 58 juta unit UMKM di Indonesia sampai akhir 2016 ini dengan kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 58%. Bank Indonesia (BI) mencatat potensi ekonomi kreatif dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap Produk Domestik Bruto mencapai Rp850 triliun pertahunnya dan mampu menciptakan 15 juta tenaga kerja.

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai suatu sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif. Oleh karena itu, Industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan

melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri tersebut.

c. Pengertian Industri Kreatif

Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kemendag, 2007: 10). Sejalan dengan berkembangnya ekonomi kreatif, kenyataan sejarah membuktikan bahwa ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif telah memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan perekonomian di sejumlah negara.

d. Pengetian UMKM

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah :

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang- undang ini. Kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3) Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria Usaha Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

E. Batik

Batik memiliki pengertian yang cukup banyak, para ahli mengemukakan batik dengan pengertiannya masing-masing, namun memiliki arti yang sama. Menurut Oriyati dan Winarni (1982: 89) "Batik merupakan istilah di Indonesia yang menggambarkan suatu proses pencapan rintang dengan desain yang khas. Perintang tersebut dengan jalan menempelkan malam pada kedua permukaan

kain. Selanjutnya dilakukan pencelupan dalam larutan warna pada suhu dingin “. Batik berasal dari bahasa Jawa “amba” yang artinya menulis dan “titik”. Kata batik merujuk pada kain dengan corak yang dihasilkan oleh bahan ”malam”(wax) yang dilapiskan ke atas kain, sehingga menahan masuknya bahan pewarna (dye), atau dalam bahasa Inggris ”wax-resist dyeing”. Batik adalah kerajinan yang memiliki seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (khususnya Jawa) sejak lama. Perempuan-perempuan Jawa di masa lampau menjadikan keterampilan mereka dalam membatik sebagai mata pencaharian, sehingga di masa lalu pekerjaan membatik adalah pekerjaan eksklusif perempuan, tetapi ketika ditemukannya batik cap, maka laki-laki pun ikut andil dalam bidang ini. Teknik membatik sudah dikenal sejak ribuan tahun yang silam. Tidak ada keterangan sejarah yang cukup jelas tentang asal usul batik. Ada yang menduga teknik ini berasal dari bangsa Sumeria, kemudian dikembangkan di Jawa setelah dibawa oleh para pedagang India. Saat ini batik bisa ditemukan di banyak negara seperti Indonesia, Malaysia, Thailand, Srilangka, dan Iran. Selain di Asia batik juga sangat populer di beberapa negara di benua Afrika. Walaupun demikian, batik yang sangat terkenal di dunia adalah batik yang berasal dari Indonesia, terutama dari pulau Jawa (Prambudy, 2012, pp. 6–7)

F. Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan dalam umkm terdiri dari kata strategi dan pengembangan. Strategi merupakan suatu pendekatan yang mempunyai kaitan dengan sebuah pelaksanaan ide, gagasan, dan perencanaan dalam pelaksanaan kegiatan di waktu tertentu. Strategi juga merupakan sebuah implementasi dalam mengambil keputusan untuk mencapai suatu tujuan. Dalam melakukan strategi yang baik perlu adanya koordinasi yang baik dengan tim kerja, mempunyai tema, adanya faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, adanya pendanaan yang efisien dan mempunyai taktik untuk

mencapai tujuan yang efektif (Alyas dan Rakib, 2017:115)

Sedangkan pengembangan merupakan suatu usaha yang dilakukan secara konseptual, teoritis, dan teknis untuk meningkatkan kebutuhan pekerjaan melalui pelatihan dan pendidikan. Pengembangan dalam umkm ini pada dasarnya yakni sebagai pelaku usaha yang memiliki daya saing dengan meningkatkan produktifitas usahanya dengan cara peningkatan adaptasi yang dibutuhkan oleh keadaan pasar, inovasi, dan adanya penerapan dalam penggunaan teknologi (Afifudin, 2010:180).

Oleh karena itu, dalam menciptakan sebuah strategi pengembangan umkm perlu adanya stakeholder atau elemen-elemen yang terlibat didalamnya. dan tidak dapat berdiri sendiri. Apalagi dalam pengembangan umkm sudah menjadi tanggung jawab pemerintah dan masyarakat sebagai pelaku utama. Dalam hal ini upaya untuk melakukan pengembangan umkm diantaranya yaitu penciptaan iklim yang kondusif, bantuan permodalan, pengembangan dalam suatu usaha, pelatihan, pengembangan dalam penjualan dan pengembangan dalam kerjasama.

METODE PENELITIAN

Metode Kualitatif

Dalam penelitian strategi pengembangan usaha mikro batik kecamatan tanjung bumi menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ialah penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak bisa dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. (Murdiyanto, 2020) mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai merupakan proses penelitian dan pemahaman berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Dalam pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran yang kompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden, dan melakukan studi pada situasi yang alami.

Objek Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi pengembangan usaha mikro batik di Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan Madura.

Sumber Data

Dalam penelitian pengembangan usaha mikro batik kecamatan tanjung bumi di kabupaten bangkalan menggunakan jenis data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli (Murdiyanto, 2020). Data primer diperoleh melalui hasil wawancara mendalam dengan pelaku Usaha mikro batik di Kecamatan Tanjung Bumi, Dinas terkait, dan berbagai pihak yang telah dipilih menjadi responden.

Pengertian data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain (Murdiyanto, 2020). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari literatur, publikasi ilmiah yang berkaitan dengan UMKM serta dari instansi terkait seperti dinas Koperasi dan UMKM, dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bangkalan, serta Badan Pusat Statistik (BPS).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu Studi Kepustakaan, observasi, dan wawancara. Studi kepustakaan adalah langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi kepustakaan (research library) merupakan suatu studi yang digunakan dalam mengumpulkan informasi dan data dengan bantuan berbagai macam material yang ada di perpustakaan seperti dokumen, buku, majalah, kisah-kisah sejarah, dsb (Mirzaqon & Purwoko, 2017, p. 3). Observasi merupakan cara untuk mengumpulkan data dengan melakukan penelitian secara langsung. Informasi yang didapatkan dari lokasi usaha mikro batik di kecamatan tanjung bumi. Dan wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dengan member responden atau narasumber berupa beberapa pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh suatu data yang akan diteliti.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan analisis induktif dan deduktif. Analisis induktif digunakan pada peneliti kualitatif, yaitu diawali dengan usaha memperoleh data secara detail (riwayat hidup responden, life story, life style, berkenaan dengan topik atau masalah penelitian), tanpa evaluasi dan interpretasi lalu dikategori, diabstraksi dan dicari tema, konsep atau teori sebagai temuan. Analisis deduktif digunakan untuk penelitian kuantitatif, karena hipotesis yang disusun berdasarkan teori yang sudah ada. Teori tersebut menggambarkan keadaan umum suatu konsep atau konstruk. Karena penelitian kuantitatif ingin membuktikan hipotesis yang sudah disusun atau ingin menggambarkan sesuatu secara umum, maka analisis data harus juga dilakukan secara deduktif, dari umum ke khusus. (Shidiq & Choiri, 2019, p. 57).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambar Peta Kecamatan Tanjung Bumi



Sumber Data: Badan Pusat Statistik 2019

A. Wilayah Administratif

Secara administratif wilayah Kecamatan Tanjung Bumi terbagi menjadi 14 Desa/kelurahan, dengan luas 67,41 Km² atau 6.741 Ha, pada ketinggian 2 m dari permukaan laut. Adapun batas-batas wilayahnya sebagai berikut :
Sebelah Utara berbatasan dengan Laut Jawa
Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Kokop
Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Sepulu

Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Sampang

B. Penduduk

Tabel 1.3

Luas Wilayah, Jumlah Rumah Tangga dan Jumlah Penduduk Tahun 2019

Kode desa	Desa/ kelurahan	Jumlah		
		Luas (Km ²)	Rumah tangga	Penduduk
001	Planggiran	7.90	1,378	4,609
002	Tagungguh	10.48	1,527	5,097
003	Bandang Daja	6.18	1,014	3,905
004	Bungkeng	4.12	526	1,977
005	Larangan Timur	9.01	1,212	4,426
006	Tambak Pocok	5.14	761	2,559
007	Bumi Anyar	5.16	935	3,320
008	Paseseh	2.19	1,277	4,523
009	Telaga Biru	0.21	909	2,974
010	Tanjung Bumi	3.00	2,016	6,817
011	Macajah	4.67	1,358	4,670
012	Tlangoh	4.32	593	2,093
013	Banyu Sangka	0.99	1,151	3,981
014	Aengtabar	4.04	549	1,869
	JUMLAH	67.41	15,206	53,218

Sumber Data: Badan Pusat Statistik 2019

Jumlah penduduk Kecamatan Tanjung Bumi Tahun 2015 sebanyak 59.801 jiwa terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 29.887 jiwa dan perempuan sebanyak 29.914 jiwa. Nilai sex Ratio sebesar 99,84 persen, yang berarti penduduk perempuan lebih banyak dibanding penduduk laki-laki. Kepadatan penduduk tertinggi atau terpadat berada di Desa Telaga Biru dengan rata-rata 17.371,43 jiwa/km², sedangkan kepadatan terendah di Desa Bungkeng dengan rata-rata 340,78 jiwa/km².

Kecamatan Tanjung Sebagai Sentra Industri Batik

Industri batik merupakan salah satu sektor industri kreatif termasuk ke dalam sektor kerajinan yang berpotensi memberikan kontribusi baik di bidang sosial, ekonomi,

maupun lingkungan. Kontribusi batik dalam bidang ekonomi dijadikan sebagai produk sandang. Penggunaan batik sebagai produk sandang memicu perkembangan industri batik di setiap daerah terutama Madura. Sehingga setiap daerah mempunyai ciri dan motif batik yang spesifik sesuai dengan wilayahnya.

Di kecamatan tanjung bumi terdapat 4 desa yang merupakan wilayah sentra batik, antara lain desa tanjung bumi, telaga biru, paseseh dan macajah. Jumlah industry batik di empat desa tersebut sebanyak 90 sentra. Dikategorikan sebagai sentra industri batik karena proses produksi, edukasi, rekreasi, dan eksplorasi hal-hal mengenai batik berada di kecamatan tanjung bumi. Batik merupakan potensi daerah kabupaten bangkalan yang dapat menjadi penggerak pertumbuhan wilayah tersebut.

Hasil penelitian di kampung tanjung bumi dan faktor internal tersebut terdiri dari kelebihan dan kekurangan 1) Sebagai sumber daya manusia yang mandiri, Loyalitas pengrajin batik sangat tinggi kepada pemilik UMKM karena selalu menghasilkan batik yang bagus lebih dari 10 tahun bekerja di satu UMKM 2) Faktor eksternal yang dihadapi oleh UMKM batik kampung tanjung ialah adanya kurangnya perhatian pemerintah, tidak ada bahan baku pengganti yang lebih murah dan aman, 3) Strategi yang dilakukan UMKM batik kampung tanjung yakni meningkatkan SDM yang mandiri, meningkatkan loyalitas para pengrajin batik sangat tinggi kepada pemilik UMKM dan melakukan kerjasama dengan pemerintah terkait pemodal dan fasilitas(Hasan, 2021).

Kendala yang dihadapi oleh pengrajin batik dalam mengembangkan usaha mikro batik yaitu (1) pemasaran batik tradisional, (2) penentuan harga pokok produksi, dan (3) pengembangan motif batik. Pembentukan organisasi pelaku batik tradisional merupakan salah satu solusi agar memperkuat dan menjaga keberlanjutan pengembangan wirausaha batik tradisional(Oentoro et al., 2019) beberapa kendala yang dihadapi oleh pemerintah seperti kurangnya kerjasama

dengan stakeholder, masih kurangnya persediaan bahan baku dan kurangnya motivasi wirausaha dalam menjalankan bisnis(D. A. Siregar & Nizma, 2019).

Permasalahan yang dihadapi industri batik terdiri dari printing, bahan baku, keterampilan tenaga kerja, pengembangan usaha kain lokal, pengelolaan limbah, pembinaan dan pendampingan oleh Organisasi Perangkat Daerah (OPD), persaingan dengan printing bermotif batik. Upaya yang bisa dilakukan untuk mengembangkan batik yakni memperbaharui printing industri batik, koordinasi sistem database batik, pemanfaatan sumber daya alam lokal dengan meningkatkan penggunaan pewarna alam, optimalisasi pembinaan industri dan peran Balai Latihan Kerja (BLK) dalam peningkatan keterampilan tenaga kerja, sosialisasi potensi batik, pembangunan pengolahan limbah dan peningkatan kesadaran industri batik mengenai pengelolaan limbah, penguatan brand batik tulis dan batik cap, dan advokasi dan pemasaran sosial kepada konsumen mengenai batik tulis dan batik cap(A. P. Siregar et al., 2020).

Ada delapan strategi alternatif yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha mikro batik diantaranya ialah meningkatkan penjualan *e-commerce* nasional maupun internasional, membuat website sendiri untuk menjual produk dan branding produk batik Laweyan, penerapan system online dalam hal pencatatan keuangan agar mudah di pantau, peningkatan kompetensi karyawan agar bisa menciptakan produk unggul, meningkatkan kualitas batik agar dapat bersaing di pasaran, pemanfaatan limbah untuk kembali digunakan kembali sebagai bahan baku, meningkatkan R&D untuk mengantisipasi inovasi yang terduga, dan meningkatkan kerjasama dengan pengrajin lain untuk menentukan harga yang kompetitif(Nurdiyanto, 2020).

Strategi yang cocok diterapkan pada sentra batik jetis sidoarjo adalah: “memunculkan model baju dan desain batik yang baru setiap

tahunnya sebagai icon dan dipamerkan dalam karnaval hari nasional yang diadakan pemerintah dengan harga dan kualitas yang kompetitif(Fuadi, 2017).

Strategi bersaing yang diambil dengan melakukan differensiasi produk setiap minggunya, sedangkan dalam strategi promosi “Batik Pesisir Pekalongan” menggunakan beberapa bauran promosi seperti periklanan (advertising), promosi penjualan (sales promotion), hubungan masyarakat (public relation) dan publikasi, pemasaran langsung (direct marketing), personal selling dan juga internet marketing seperti pemanfaatan social media dan shorby/link bisnis(Rosyada & Wigiawati, 2020).

Upaya yang dilakukan oleh pemerintah ataupun masyarakat antara lain pemerintah memberikan bantuan modal usaha, peningkatan kualitas membatik, perbaikan infrastruktur pasar batik baik tradisional ataupun modern, pemasaran dan promosi. Sedangkan dari masyarakat berupa pematenan hak cipta motif batik(Suharwati, 2019).

Pemerintah juga bisa memasukan pelatihan membatik baik secara formal maupun nonformal di sekolah-sekolah, agar menarik minat siswa dalam pelestarian kebudayaan daerah sekaligus mencari penerus generasi pembuat batik Semarang (Bonita, 2013). penyuluhan dan dukungan dari pemda sangat diperlukan untuk mengembangkan motif batik berbasis budaya ini sehingga dapat memberdayakan UMKM batik untuk melestarikan budaya dan meningkatkan perekonomian dan kesejahteraannya sehingga berdaya saing dalam menghadapi lingkungan usaha yang dinamis(Wendra G Rohmah, Susinggih Wijaya, M.Andhy Nurmansyah, Ika Atsari Dewi, 2017).

SIMPULAN

Kendala dalam pengembangan usaha mikro batik di kecamatan tanjung bumi antara lain 1) pemasaran batik, 2) penentuan harga, 3) Pengembangan motif batik, 4) teknologi 5)

kurang kerjasama dengan stakeholder. Strategi yang dilakukan untuk mengembangkan usaha mikro batik antara lain dengan meningkatkan penjualan melalui e-commerce baik nasional maupun internasional, membuat website sendiri untuk branding product, meningkatkan kompetensi pengrajin batik, memberikan bantuan modal, diferensiasi produk, pengembangan produk batik. Saran Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa industri kecil kerajinan batik di kecamatan tanjung bumi sangat potensial untuk terus dikembangkan, oleh karena itu bantuan dari Pemerintah kabupaten bangkalan seperti Dinas Koperasi dan UMKM melalui pinjaman modal akan sangat membantu para pengusaha industri kecil kerajinan batik tersebut untuk lebih mengembangkan usaha mereka. Tidak hanya bantuan permodalan saja namun bantuan Pemerintah dalam pemasaran produk batik juga akan sangat membantu para pengusaha kerajinan batik untuk memasarkan hasil produk mereka ke masyarakat luas baik itu di dalam kota maupun di luar kota bahkan mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

- Bonita, F. (2013). Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik Di Kota Semarang. 2(3), 234–245.
- Fuadi, A. (2017). Strategi Pengembangan Sentra Batik Jetis Sidoarjo Menggunakan Swot , Space Dan Qspm. 2662, 107–112.
- Hasan, T. (2021). Strategi Pengembangan Umkm Batik Kampung Tajung Desa Tanjung Bumi Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangkalan Madura B.
- Mirzaqon, A. T., & Purwoko, B. (2017). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing Library. *Jurnal Bk Unesa*, 4(1), 1–8.
- Murdiyanto, D. E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Bandung: Rosda Karya*.
- [Http://Www.Academia.Edu/Download/35360663/Metode_Penelitian_Kualitaif.Doc](http://Www.Academia.Edu/Download/35360663/Metode_Penelitian_Kualitaif.Doc)
x
- Nurdiyanto, F. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kampong Batik Laweyan Kota Surakarta.
- Oentoro, K., Amijaya, S. Y., & Seliari, T. (2019). Analisis Pengembangan Wirausaha Batik Tradisional Di Sekitar Embung Langensari, Yogyakarta. 3(1), 1–7.
- Prambudy, D. E. N. (2012). Kajian Batik Tulis Surakarta Di Rumah Industri “ Retno Mulyo ” Bayat Klaten.
- Rosyada, M., & Wigiawati, A. (2020). Strategi Survival Umkm Batik Tulis Pekalongan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada “Batik Pesisir” Pekalongan). 4, 189–214.
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan. In *Journal Of Chemical Information And Modeling* (Vol. 53, Issue9).
- [Http://Repository.Iainponorogo.Ac.Id/484/1](http://Repository.Iainponorogo.Ac.Id/484/1)
Metode Penelitian Kualitatif Di Bidang Pendidikan.Pdf
- Siregar, A. P., Raya, A. B., Nugroho, A. D., Indana, F., & Yoga, I. M. (2020). *Upaya Pengembangan Industri Batik Di Indonesia*. 37(1), 79–92. <https://Doi.Org/10.22322/Dkb.V36i1.4149>

Siregar, D. A., & Nizma, C. (2019). Strategi Pengembangan Industri Batik Di Kampung Batik Medan. 901–917.

Suharwati, S. I. (2019). Pengembangan Industri Batik Tulis Sebagai Potensi Daerah (Studi Kasus Di Desa Klampar Kabupaten Pamekasan). 13–21. <https://doi.org/10.18860/Jpips.V6i1.7822>

Wendra G Rohmah, Susinggih Wijaya, M.Andhy Nurmansyah, Ika Atsari Dewi, R. S. (2017). Pemberdayaan Pengrajin Batik Melalui Upaya Motif Batik Berbasis Cerita Rakyat Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM Di Kabupaten Sampang. 149–158.