

PENGEMBANGAN BISNIS BATIK TULIS TRADISIONAL WINDASARI DI DESA KLIWONAN SRAGEN

Arvan Sanusi; Joko Suwandi

Pendidikan Akuntansi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis batik tulis tradisional windasari di desa Kliwonan Sragen. (2) Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses pengembangan bisnis batik tulis tradisional windasari di desa Kliwonan Sragen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data analisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Aspek produksi dengan penilaian dari faktor lokasi, bahan baku, teknologi dan proses produksi dinyatakan layak untuk dikembangkan. Aspek pemasaran menunjukkan usaha yang dilakukan cukup layak untuk dikembangkan dengan melihat perkembangan penjualan dari yang kecil menjadi lebih besar. (2) Faktor kekuatan didasarkan pada 4P, yaitu: (i) Produk (variasi, kualitas, kemasan, dan harga); (ii) Harga (kesesuaian dengan kualitas dan potongan harga); (iii) Promosi (iklan, brosur, online, media sosial, dan dari mulut ke mulut); dan (iv) Tempat penjualan (mudah dijangkau, penjualan secara langsung, dan saluran distribusi). Faktor kelemahan, meliputi: (i) Harga lebih mahal dari pesaing, (ii) Tidak ada potongan harga dalam pembelian tertentu; (iii) Kurangnya informasi penjualan dan produk; (iv) Minimnya tenaga kerja; (v) Tempat penjualan/stand kurang menarik; dan (vi) Tanpa perantara penjualan.

Kata kunci : pengembangan, bisnis. Batik

Abstract

The aims of this study were (1) to find out the business development strategy for traditional windasari batik in Kliwonan village, Sragen. (2) to find out the supporting and inhibiting factors in the process of developing a traditional windasari written batik business in Kliwonan village, Sragen. The research method used used in this study is a qualitative description. The techniques used in this study were observation, interviews and documentation. Data analysis through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The technique of checking the validity of the data uses technique triangulation and source triangulation. The results of this study indicate that (1) The production aspect with an assessment of location factors, raw materials, technology and production processes is declared feasible to be developed. The marketing aspect shows that the business being carried out is feasible enough to be developed by looking at the development of sales from small to larger. (2) . The strength factor is based on the 4Ps, namely: (i) Product (variety, quality, packaging and price); (ii) Price (conformance with quality and discounted price); (iii) Promotion (advertising, flyers, online, social media, and word of mouth); and (iv) Point of sale (easy to reach, direct sales, and distribution channels). Weakness factors, including: (i) Prices are more expensive than competitors, (ii) There are no price discounts on certain purchases; (iii) Lack of sales and product information; (iv) Lack of manpower; (v) Places of sale/stands are less attractive; and (vi) Without sales intermediaries.

Keywords: development, business, batik

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan pelaku seni yang patut diperhatikan. Salah satu seni yang telah diakui oleh dunia adalah batik. Batik merupakan karya seni yang bisa di padupadankan dengan berbagai lapisan masyarakat, salah satunya untuk sentra pakaian sehari-hari maupun baju formal. Kemajuan dari sentra batik ini tidak terlepas dari peran dari produsen dalam mendorong kegiatan usaha tersebut.

Pengembangan bisnis dalam setiap usaha memiliki berbagai perbedaan serta penanganannya dalam pengembangannya, industri batik di Kabupaten Sragen kini telah tergabung dalam klaster batik. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha Windasari, Klaster Batik Sragen pun juga dikenal dengan nama Klaster Batik Kliwonan. Nama Kliwonan ini secara tidak langsung telah menjadi branding bagi batik produksi Kabupaten Sragen. Hal ini dikarenakan Desa Kliwonan merupakan pelopor berdirinya industri batik di Kabupaten Sragen. Selain itu, Klaster Batik Sragen merupakan klaster terbesar di luar Klaster Batik Solo maupun Yogyakarta. Kuantitas produksi Klaster Batik Sragen juga merupakan kedua terbanyak di Jawa Tengah, setelah Pekalongan (Maryono, Sunardi, Veronika, 2015).

Pengembangan bisnis adalah suatu usaha yang berfokus pada pasar dan produk baru melalui akuisisi, perizinan usaha, investasi kerjasama modal minoritas dan pengembangan internal (Anggreani & Haryadi, 2017). Pengembangan bisnis memiliki beberapa aspek yang meliputi aspek strategi, strategi dalam pengembangan usaha bertujuan untuk memberikan arahan kepada perusahaan yang memasarkan dari waktu ke waktu, pada masing masing tingkatan dan acuan serta alokasinya. Terutama untuk tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang selalu berubah. Menurut Amalia (2012) untuk mendapatkan alternatif strategi yang dapat diterapkan pada usaha mikro, kecil, dan menengah adalah dengan menggunakan faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup pemasaran, produksi, sumber daya manusia, keuangan. Faktor eksternal mencakup kondisi kondisi sosial ekonomi, teknologi, pembeli, pesaing.

Pengembangan bisnis yang berada di usaha batik tulis tradisional windasari pada sentra batik di Kawasan Sragen memiliki kendala dalam masalah pemasaran serta produksi. Batik produksi windasari yang paling banyak diminati adalah produk batik cap yang memiliki beberapa ragam jenis motif. Hal yang mendasari para pelanggan menyukai motif batik windasari adalah karena batik windasari masih menggunakan pewarna alami serta masih menggunakan tenaga manusia untuk batik motif capnya. Tenaga manusia dalam pembuatan batik cap ini masih dipertahankan walaupun sekarang untuk mencari tenaga pegawai dalam batik cap muda-mudi. Hal ini mengakibatkan kurangnya sumber daya manusia dalam produksi

batik serta kurangnya jumlah produksi dalam batik windasari apabila tidak ada pemesanan terlebih dahulu. Dalam pemasaran usaha batik masih dalam bentuk perseorangan dan memiliki pada sumber daya manusia dalam membantu produksi serta dalam memajukan pemasarannya belum memadai. Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis batik tulis tradisional windasari di desa Kliwonan Sragen. Serta untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses pengembangan bisnis batik tulis tradisional windasari di desa Kliwonan Sragen.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan desain penelitian studi kasus. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan november sampai dengan desember. Subjek penelitian ini adalah pemilik, wakil pemilik dan karyawan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini observasi pada jalannya kegiatan pemasaran, wawancara mengenai kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran dan dokumentasi mengenai kegiatan pemasaran serta produk batik itu sendiri. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Teknik data analisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada penelitian ini peneliti sebagai pengamat dan pencari solusi pada permasalahan kegiatan produksi dan pemasaran pada batik windasari.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis yang Telah Diterapkan Pada Warga di Desa Kliwonan.

Menciptakan usaha menjadi lebih maju dan berkembang adalah mimpisemua pengusaha dengan lebih memperhatikan strategi yang akan digunakan untuk kedepannya. Terdapat strategi pengembangan usaha untuk digunakan perusahaan dalam meningkatkan usahanya agar lebih berkembang.

3.1.1 Mengembangkan Usaha dari Sisi Produksi

Mengembangkan usaha dari sisi produksi adalah langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga masalah profitabilitas (kemampuan mendapatkan laba) serta popularitas dan kualitas sudah diterima dipasar, jenis-jenisnya adalah: memperbesar variasi produk, melalui kategori produk, berdasarkan lini produk. Strategi yang dipakai pada sisi produksi adalah dengan meningkatkan sumber daya manusia dalam kegiatan produksi, mempertahankan kualitas bahan baku terutama pewarna alami yang dipakai oleh tim produksi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Yulia (2016), Berdasarkan fungsinya, menentukan produk baru dengan pasar yang baru. Usaha batik tulis windasari menjual produk dengan beberapa jenis produknya yaitu batik ciprat, batik tulis dan juga batik kombinasi. produk yang produksi oleh batik ciprat di desa kliwonan sangat menarik minat pelanggan dengan adanya produk baru yang unik dan menghasilkan batik yang khas. Dengan bertambahnya minat pelanggan menjadikan peluang bagi usaha batik tulis untuk terus mengembangkan usahanya agar lebih maju untuk kedepannya. Batik yang diproduksi ini cocok untuk semua jenis kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Dengan mempertahankan khas pewarna alami yang dipakai serta tradisionalnya produksi dengan masih menggunakan manusia dalam produksinya.

3.1.2 Mengembangkan Pasar dari Sisi Sistem Pemasaran.

Banyak strategi mengembangkan pasar yang dilakukan mengembangkan sistem penjualan, antara lain: mengembangkan sistem distribusi penjualan ke dalam (internal), antara lain: mengembangkan sendiri dan mengembangkan melalui kerja sama dengan pihak lain, mengembangkan sistem jaringan pemasaran dengan pihak lain, mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis yang lain dalam satu industri. Pada usaha batik windasari menggunakan strategi pemasaran yang awalnya direct selling menjadi digital marketing serta earned marketing dengan memanfaatkan platform Shopee, Lazada serta toko yang dapat dijangkau dengan mudah.

Penelitian ini sejalan dengan Anggreani & Haryadi, (2017) bahwa penggunaan strategi dari direct selling menjadi digital marketing dengan menggunakan beberapa platform penjualan online dapat mempengaruhi dalam penjualan serta mempromosikan produk dengan lebih gampang dan praktis. Menggunakan toko offline sebagai patokan bagi orang yang lebih menyukai melihat langsung barang produksi serta lebih untung dalam biaya yang dikeluarkan sebab tidak adanya ongkos kirim dan biaya administrasi dalam platform penjualan.

3.2 Analisis Faktor-Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Proses Pengembangan Bisnis Batik Tulis Tradisional Windasari Di Desa Kliwonan Sragen

Menurut Amalia (2012) untuk mendapatkan alternatif strategi yang dapat diterapkan pada usaha mikro, kecil, dan menengah adalah dengan menggunakan faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup pemasaran, produksi, sumber daya manusia,

keuangan. Faktor eksternal mencakup kondisi kondisi sosial ekonomi, teknologi, pembeli, pesaing.

a. Faktor Pendukung dan Penghambat

1) Faktor Internal

a) Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang mencakup seluruh sistem yang berhubungan dengan kegiatan untuk merencanakan dan menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial.

Pemasaran yang dilakukan awalnya menentukan harga setelah dari semua bahan baku dirinci dan dijadikan harga bersih. Mempromosikan dengan cara rumah ke rumah, drop ke toko sampai sekarang mempunyai toko sendiri. Menawarkan pemesan open order untuk berbagai acara. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memenuhi permintaan konsumen, dengan ini meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja dan pihak yang terkait dan setelah itu membudayakan inovasi untuk mendapatkan peningkatan pendapatan.

Penelitian ini selaras dengan Sunyoto (2014:32), mulai dari merencanakan, melaksanakan serta mengendalikan apabila terjadi penyimpangan. Dengan struktur organisasi yang harus sesuai dengan bentuk dan tujuan organisasi.

b) Produksi

Produksi merupakan kegiatan yang berhubungan dengan usaha penciptaan dan penambahan kegunaan suatu barang dan jasa. Tujuan kegiatan produksi, adalah menghasilkan/menciptakan suatu barang, menambah serta meningkatkan nilai guna barang yang sudah ada serta memenuhi kebutuhan manusia. Untuk produksi mengambil bahan baku dari beberapa pemasok dan produksi sendiri, dengan karyawan sekitar lingkungan usaha sendiri. Produksi kita memiliki produk yaitu batik tulis kombinasi, batik tulis warna dan ada yang lain.

Penelitian ini selaras dengan Ade Resalawati, (2011) dalam hal ini

factor pendukung dalam produksi semua anggota produksi melakukan produksi dengan baik dan rutin dari pemasok maupun produksi, serta distribusinya. Pemasok bahan baku juga memiliki kemampuan yang baik dalam menghasilkan bahan baku dengan standar yang telah di sepakati. Kelemahan dalam hal ini adalah usaha cukup mampu dalam memenuhi keinginan pasar walaupun terkadang harus mendorong para pekerja agar bekerja lembur.

c) Sumber daya manusia

Sumber daya manusia dalam produksi dan pekrja dalam hal ini adalah pekerja dari sekitar rumah pemilik usaha windasri tersebut sendiri. Kelebihan dalam SDM ini adalah para pekerja yang masih muda dapat belajar dengan cepat dalam tiap bidang pekerjaannya, namun dalam produksi lebih banyak para pekerja berumur yang bekerja dari pada para anak muda.

Berdasarkan pada ketiga aspek. Yaitu pemasaran, produk, dan sumber daya manusia. Factor diatas mempengaruhi dalam aspek strategi produksi dan pemasaran. Pada produksi, jika strategi yang digunakan sudah salah maka hasil produksi tidak akan meningkat dan akan membuang bahan produksi pada usaha. Pada sisi pemasaran, strategi pemasaran harus lebih baik dari sebelumnya karena pada pemasaran ini, strategi yang baik akan membuat para pelanggan yang awalnya tidak tahu mengenai produk menjadi tahu serta menyebarkan produk secara lebih mudah. Sumber daya manusia ini berkaitan erat dengan dua poin sebelumnya, jika pada produksi tidak ditemukan sumber daya manusia yang baik, maka usaha tidak akan maksimal.

2) Faktor Eksternal

a) Kondisi sosial dan ekonomi

Adapun faktor sosial dan ekonomi dari pengembangan usaha batik terhadap warga menimbulkan dampak positif dan negatif. Penelitian ini selaras dengan Aribawa (2016) Dimana dalam memaksimalkan kekuatan internal perusahaan harus memperhatikan berbagai aspek antara lain; aspek SDM, Aspek Keuangan, Aspek teknik Produksi, Aspek pemasaran. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Wiwin

selaku wakil usaha batik tulis mengaku bahwa dalam proses pembuatan terkadang melakukan persaingan karena mereka mulai mengerti harga jadi mereka mulai paham yang menghasilkan kain paling banyak upahnya pun juga besar, dengan berkembangnya usaha batik tulis ini memberikan nilai positif pada warga-warga Kliwonan, karena usaha semakin maju jadi pendapatan mereka juga bertambah lebih banyak dari sebelumnya. (bahasanya di perbaiki)

b) Teknologi

Adapun faktor teknologi dari pengembangan usaha batik windasari terhadap warga pekerja ini menimbulkan dampak positif dan negatif. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Wiwin selaku wakil usaha batik tulis bahwa masih menggunakan mesin manual sebagai produksi batik tulis, serta memakai media sosial sebagai bentuk promosi dan pemasaran yang digunakan. Dampak positifnya adalah dapat menggunakan teknologi sebagai bahan pemasaran dan menyebarkan produk dengan mudah. (teknologi jadi penghambat karena menggunakan manual dan di bandingkan penelitian relevan)

c) Pembeli

Adapun faktor pembeli dari pengembangan usaha batik ini menimbulkan dampak positif dan negatif. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Wiwin selaku wakil usaha batik tulis pembeli yang beragam, dari yang awalnya masyarakat biasa sekarang sudah sampai istana juga yang pesan setelah bu negara ke sragen pada kunjungan umkm.

Penelitian ini selaras dengan penelitian Fuad, (2009) Pembeli merupakan konsumen yang menukarkan sumber daya yang dimiliki yaitu uang dengan produk. Dari acara tersebut usaha batik windasari mendapat sorotan oleh orang-orang dan menjadi banyak pembeli dari dalam negeri ataupun luar negeri. Hal demikian serupa dengan penjelasan dari Ratna Selaku pendamping warga dalam pembuatan batik tulis bahwa awalnya hanya masyarakat biasa, tapi setelah ada kunjungan dari bu iriana jadi tambah banyak yang tahu sama produk dan sudah ada beberapa yang

sebagai pelanggan tetap.

d) Pesaing

Adapun faktor pesaing dari pengembangan usaha batik ciprat terhadap warga tunagrahita ini menimbulkan dampak positif dan negatif. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Wiwin selaku wakil usaha batik tulis, pesaing dalam usaha itu pasti adanya, banyaknya pengusaha yang bergelut dibidang yang sama, namun sebaik mungkin untuk menunjukkan ciri khas batik windasari dan kualitas dari bahan baku sampai dengan jadi. Memberikan fasilitas yang baik ke pelanggan agar menjadi pelanggan tetap.

Penelitian ini selaras dengan penelitian Sudiarta, dkk. (2014), terdapat faktor eksternal utama usaha yakni peluang akan tingginya minat masyarakat terhadap produk pesaing. Hal ini berlaku pada semua usaha, hingga kita harus lebih inovasi dan kreatif dalam menentukan harga barang, motiv maupun target pasar itu sendiri. Serta perusahaan yang kompetitif meliputi pangsa pasar, focus pada bisnis yang dijalani, secara kontinyu melakukan perbaikan organisasi, inovatif dalam produk, akuisisi yang tepat pada pesaing dapat memberikan nilai tambah tersendiri bagi perusahaan, tidak mengganti kualitas, dan mementingkan SDM.

4. PENUTUP

Strategi Pengembangan Bisnis Batik Tulis Tradisional Windasari Di Desa Kliwonan Sragen pada Aspek produksi dengan penilaian dari faktor Dengan mempertahankan khas pewarna alami yang dipakai sebagai cir khas serta tradisionalnya produksi dengan masih menggunakan tenaga manusia dalam produksinya.

Aspek pemasaran menunjukkan usaha yang dilakukan cukup layak untuk dikembangkan dengan melihat perkembangan penjualan dari yang kecil menjadi lebih besar. Pada kegiatan kerja sama dengan perusahaan lain belum dilaksanakan dengan baik yang dikarenakan usaha batik tulis windasari ini masih menjalankan bisnis yang belum cukup besar untuk bekerja sama dengan perusahaan lain. Dan dilain sisi tenaga kerja yang dimiliki Usaha batik tulis windasari ini masih sangat minim.

Faktor-Faktor Pendukung Dan Penghambat Dalam Proses Pengembangan Bisnis Batik Tulis Tradisional Windasari Di Desa Kliwonan Sragen. Berdasarkan penyajian data dan diskripsi responden maka dapat dilakukan analisa data. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil (UMK) Desa Kliwonan didasarkan pada beberapa faktor yaitu pada faktor kekuatan didasarkan pada 4P, yaitu: (i) Produk (variasi, kualitas, kemasan, dan harga); (ii) Harga (kesesuaian dengan kualitas dan potongan harga); (iii) Promosi (iklan, brosur, online, media sosial, dan dari mulut ke mulut); dan (iv) Tempat penjualan (mudah dijangkau, penjualan secara langsung, dan saluran distribusi). Faktor kelemahan, meliputi: (i) Harga lebih mahal dari pesaing, (ii) Tidak ada potongan harga dalam pembelian tertentu; (iii) Kurangnya informasi penjualan dan produk; (iv) Minimnya tenaga kerja; (v) Tempat penjualan/stand kurang menarik; dan (vi) Tanpa perantara penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Alfi Wahyu Hidayat. Agung Budiarto. 2012. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu Administrasi. Ejournal S1.undip.ac.id
- Anggreani, C., & Haryadi, B. (2017). *ANALISIS BUSINESS DEVELOPMENT PADA PT CENTURY BEARINDO INTERNATIONAL SURABAYA DENGAN STRATEGIC ENTREPRENEURSHIP*. 5(1).
- Aulia, Ersya, N. (2021). *Strategi pengembangan bisnis tambak ikan bandeng di desa mengare watuagung gresik*. 1, 112–119.
- Creswell, J. W. (2017). John W, Creswell, Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. *Journal of Social and Administrative Sciences*.
- Giyanto. (2010). *KEBERHASILAN BATIK DI KAMPUNG BATIK KABUPATEN SRAGEN* Tesis. 1–88.
- Harsono. (2019a). *Metode penelitian pendidikan*.
- Harsono. (2019b). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jasmine.
- Hasoloan, A. (2018). *PERANAN ETIKA BISNIS DALAM PERUSAHAAN*.
- Kristanto, Dwi, F. (2018). *ANALISIS KELAYAKAN BISNIS DITINJAU DARI ASPEK KEUANGAN PRODUK EKONOMI KREATIF*. *E – Jurnal Riset Manajemen*.
- Laksami Asri R, Jhonny Julianus S, M. (2015). Kondisi umkm batik di kabupaten Sragen propinsi jawa tengah. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 15(2), 13–22.
- Maryono, Sunardi, Kristanti Veronika PL, H. B. P. (2015). _____ *Situs Purbakala Sangiran Sebagai Sumber Ide Pengembangan Motif Batik Dalam Upaya Peningkatan Perekonomian dan Penguatan Kearifan Muatan Lokal di Kabupaten Sragen*.
- Nurbaity, A. L. (2016). *PERSAINGAN BISNIS ARLINA NURBAITY LUBIS* Program Studi

- Rozi, A. F. (2017). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA DJAWA BATIK SOLO ANALYSIS MARKETING STRATEGIES ON DJAWA BATIK SOLO*. 3(2), 173–186.
- Sabiq, M., Al, H., Rizqi, R. M., & Ananda, N. A. (2019). *PENGELOLAAN KEUANGAN DAN PENGEMBANGAN USAHA PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (STUDI KASUS PADA UMKM MADU HUTAN LESTARI SUMBAWA) and Development, Management Diversification This study aims to determine the financial management and business development ap.*
- Sandi, santi P. H., Riswanto, T., Raharjo, L., & Aminah, D. P. (2020). *MANFAAT INDUSTRI KERAJINAN EB BATIK TRADISIONAL TERHADAP PEREKONOMIAN WARGA SEKITAR.*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.