



**STRATEGI PEMBINAAN USAHA BATIK TULIS  
LASEM OLEH DINAS PERINDUSTRIAN,  
PERDAGANGAN, KOPERASI, DAN UKM  
KABUPATEN REMBANG**

**SKRIPSI**

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan  
pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh**

**Dina Maulidiyah**

**NIM 7101415117**

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2019**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 14 Oktober 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Pembimbing



Abdul Mulkhin, S.Pd., M.Si.  
NIP. 198201302009121005

A handwritten signature in black ink, which appears to be "J. Widodo", followed by a horizontal line.

Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.  
NIP. 196701061991031003

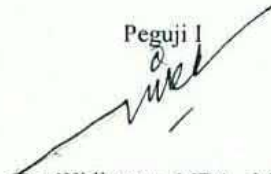
## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 31 Oktober 2019

Penguji I

  
Dr. Widiyanto, MBA., M.M.  
NIP. 196302081998031001

Penguji II

  
Wijang Sakitri, S.Pd., M.Pd.  
NIP. 198108262010122005

Penguji III

  
Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.  
NIP. 196701061991031003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Heri Yanto, M.B.A., Ph.D.  
NIP. 196307181987021001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Maulidiyah

Tempat Tanggal Lahir : Rembang, 16 Juli 1997

Alamat :Ds. Sluke Rt 04 Rw 04, Kecamatan Sluke,  
Kabupaten Rembang, Jawa Tengah

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar – benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 14 Oktober 2019



Dina Maulidiyah  
NIM. 7101415117

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”. (Q.S Al-Insyirah:5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.  
(Q.S Al-Baqarah:286)

### **Persembahan**

Skripsi ini saya persembahkan sebagai ungkapan terima kasih kepada:

1. Kedua orangtua dan keluarga besarku tercinta.
2. Almamaterku tercinta Universitas Negeri Semarang.

## **PRAKARTA**

Puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem Oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Rembang” dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang atas kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan studi Strata Satu di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, MBA. Ph.D., Dekan Fakultas Ekonomi yang telah mengesahkan skripsi ini.
3. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si., Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi selama perijinan pelaksanaan penelitian.
4. Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd., Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dengan penuh kesabaran dan ketelitian hingga selesainya skripsi ini.
5. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan, bimbingan, dan motivasi selama penulis menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.

6. Keluarga tercinta Bapak Kudino, dan Ibu Siti Sumartini, keluarga besar dari Bapak Lasmin, dan Ibu Rumini atas segala doa dan dukungan yang selalu memotivasi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman – teman seperjuanganku dalam satu Dosen Bimbingan yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman – teman satu rombel Pendidikan Ekonomi Koperasi B 2015 yang telah memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak pelaku usaha Batik Tulis Lasem beserta karyawan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Rembang yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta bermanfaat bagi semua pihak khususnya dunia pendidikan.

Semarang, 14 Oktober 2019

Penulis

## SARI

**Maulidiyah, Dina.**2019. “Strategi Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem Oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kabupaten Rembang”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.

### **Kata Kunci: Strategi Pembinaan, Usaha Batik Tulis Lasem.**

Pembinaan yang diberikan oleh Pemkab Rembang melalui peran Dinindagkop dan UMKM terhadap potensi IKM Batik Tulis Lasem dapat meningkatkan kualitas produk serta pertumbuhan ekonomi yang baik. Tujuan penelitian ini yaitu mendiskripsikan regulasi pembinaan, pelatihan – pelatihan, bidang pembinaan, faktor penghambat dan pendorong, serta keberhasilan pelaksanaan pembinaan. Strategi pembinaan merupakan suatu cara dalam menentukan kebijaksanaan untuk mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM) pada jangka panjang dan dalam konteks pasar bebas terbuka.

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini memfokuskan pada strategi pembinaan usaha Batik Tulis Lasem oleh Dinindagkop dan UMKM Rembang. Lokus terletak pada sentra usaha Batik Tulis Lasem serta kantor Dinindagkop dan UMKM Rembang. Teknik pengambilan data meliputi: observasi, wawancara, dan studi dokumen. Teknis analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, dan *verification*. Sumber data yang digunakan meliputi: pegawai Dinindagkop dan UMKM Rembang, pelaku usaha Batik Tulis Lasem, pengurus klaster, dan konsumen.

Hasil penelitian bahwa regulasi pembinaan diatur pada Perbup No. 29 Tahun 2017 tentang pelestarian Batik Tulis Lasem. Regulasi tersebut terdiri dari lima ruang lingkup yaitu perlindungan motif, pengembangan pengetahuan, pembinaan pembatik dan pengrajin, pengembangan kawasan, dan promosi Batik Tulis Lasem. Upaya pemerintah untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia maka diberikan berbagai bentuk kegiatan pelatihan yang didalamnya meliputi: peningkatan kualitas produk, mengembangkan modifikasi produk, serta pelatihan *e-commerce*. Dalam rangka memperkuat posisi usaha dilakukan cara pendampingan untuk memperoleh izin usaha. Bidang pembinaan terdiri dari bidang produksi, pemasaran, lingkungan sosial, dan perizinan. Selama kegiatan pembinaan berlangsung tidak ditemui faktor penghambat. Tingkat keberhasilan dari pelaksanaan pembinaan usaha batik tulis dapat berupa prestasi maupun pengetahuan.

Saran yang diberikan meliputi: Pemerintah Kabupaten Rembang harus menyempurnakan regulasi yang mencakupi bidang permodalan, pengembangan *showroom*, serta pendampingan kepada pengrajin dan pembatik; sedangkan pealtihan yang diberikan harus ditingkatkan melalui metode, teknik, dan kuota pelatihan; pada pendampingan pemerintah harus memperluas jaringan perizinan hak merek kepada para pelaku usaha batik tulis.



## **ABSTRACT**

**Maulidiyah, Dina.** 2019. *“The Strategy of Building Batik Tulis Lasem implemented by the Department of Industry, Trade, Cooperatines, and MSME in Rembang District “. Final Project. Department of Economics Education. Faculty of Economics. UNNES. Supervisor: Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.*

**Keywords: Building Strategy, Business of Batik..**

*Building the Batik Business through the role of Dinindagkop and MSME to the potential of Batik Business can improve the product quality as well as good economic growth. The purpose of this research is to describe the building regulations, trainings, field of coaching, constraints and factors that support the business, and the success of building. In the theory of building strategies, it says that the way of determining the wisdom to develop small medium enterprises (SME) on the long term and in the context of open-free market.*

*The method used in this research was qualitative descriptive with a qualitative approach. This research focuses on business building strategy of Batik Tulis Lasem by the Department of Industry, Trade, Cooperatines, and MSME in Rembang District. The locus is located at the business of Batik Tulis Lasem and the Department of Industry, Trade, Cooperatines, and MSME Rembang. The techniques for collecting the data were: observation, interviews, and document studies. The technical data analysis were data reduction, data presentation, and verification. The data sources used included: the Department of Industry, Trade, Cooperatines, and MSME in Rembang, owner of Batik Tulis Lasem, cluster staffs, and consumers.*

*The results of the research is the construction regulation it is set at the No. 29 year 2017 on the preservation of Batik Tulis Lasem. The regulation consists of five scopes, they are motif protection, knowledge development, batik and craftsmen construction, area development, and promotion of Batik Tulis Lasem. Government efforts to improve the quality of human resources are various training activities that include: improving product quality, developing product modifications, as well as training e-commerce. In order to strengthen the position of business, the goverment conducts the way of mentoring to obtain business licenses. The field of coaching comprises the areas of production, marketing, social environment, and licensing. During the construction activity, problmes do not appear. The success of building implementation can be seen by the achievement and knowledge.*

*Advice owned by the owners of MSME: The Government of Rembang district must improve the regulation that covers the field capital, showroom development, and assistance to craftsmen and “batik artisans”; while the training should be improved through the training methods, techniques, and quotas; finally government mentoring should expand the licensing network of brand rights to the business actors Batik Tulis Lasem.*

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN KELULUSAN .....	iv
PERNYATAAN.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
PRAKARTA .....	vi
SARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Cakupan Masalah.....	10
1.3. Fokus Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	11
1.4. Tujuan Penelitian .....	12
1.5. Kegunaan Penelitian .....	12
1.6. Orisinalitas Penelitian .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>20</b>
2.1 Kajian Teori .....	20
2.1.1 Konsep Dasar Strategi Pembinaan Usaha .....	20
2.1.2 Bentuk Strategi Pembinaan Usaha .....	22
2.1.3 Tahapan Perumusan Strategi Pembinaan Usaha .....	27
2.1.4 Usaha Batik Tulis Dalam Perspektif UMKM .....	33
2.1.5 Peran Pemerintah Dalam Pembinaan Usaha Batik Tulis sebagai UMKM .....	36
2.2 Penelitian Terdahulu .....	41
2.3 Kerangka Berpikir.....	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian .....	49
3.2 Fokus dan Lokus Penelitian .....	50
3.3 Subjek dan Objek Penelitian .....	51
3.4 Data dan Sumber Data Penelitian .....	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.1. Observasi .....	53
3.5.2. Wawancara .....	54
3.5.3. Studi Dokumen.....	55
3.6 Keabsahan Data .....	55
3.7 Teknik Analisis Data.....	59

<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>62</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	62
4.1.1. Deskripsi Tentang Usaha Batik Tulis Lasem di Kabupaten Rembang .....	62
4.1.2. Kebijakan Pembinaan Dinindagkop dan UMKM .....	63
4.1.3. Pelatihan Dinindagkop dan UMKM.....	75
4.1.4. Bidang Sasaran dalam Pembinaan.....	86
4.1.5. Faktor Penghambat dan Pendorong Pembinaan .....	91
4.1.6. Tingkat Keberhasilan dari Pelaksanaan Pembinaan.....	94
4.2 Pembahasan Penelitian.....	97
 <b>BAB V PENUTUP .....</b>	 <b>118</b>
5.1 Simpulan .....	118
5.2 Penutup .....	119
 DAFTAR PUSTAKA .....	 120
LAMPIRAN .....	123

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Batik Tulis Lasem.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Tenaga Kerja Usaha Batik Tulis Lasem.....	4
Tabel 1.3 Jumlah Persebaran Pelaku Usaha Batik Tulis Lasem .....	5
Tabel 4.1 Regulasi yang Berkaitan dengan Perbup Nomor 29 tahun 2017 Pelestarian Batik Tulis Lasem .....	64
Tabel 4.2 Komponen dalam Peraturan Bupati Nomor 29 Tahun 2017.....	65
Tabel 4.3 <i>Event</i> Promosi Batik Tulis Lasem.....	68
Tabel 4.4 Hasil Observasi Tentang Pemakaian Batik Tulis Lasem di Beberapa Instansi Pemerintah Kabupaten Rembang.....	72
Tabel 4.5 Jenis Kegiatan Pelatihan Usaha Batik Tulis Lasem Tahun 2016 ....	77
Tabel 4.6 Jenis Kegiatan Pelatihan Usaha Batik Tulis Lasem Tahun 2017 ....	79
Tabel 4.7 Jenis Kegiatan Pelatihan Usaha Batik Tulis Lasem Tahun 2018 ....	81
Tabel 4.8 Jenis Kegiatan Pelatihan Usaha Batik Tulis Lasem Tahun 2019 ....	83
Tabel 4.9 Implementasi Jenis Kegiatan Pelatihan Usaha Batik Tulis Lasem Tahun 2016-2019 .....	84
Tabel 4.10 Jenis Bidang Sasaran dalam Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem Tahun 2016-2019.....	88
Tabel 4.11 Daftar Faktor Penghambat dan Pendorong Pelaksanaan Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem.....	92
Tabel 4.12 Jenis Keberhasilan Pelaksanaan Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem Per Tahun.....	95
Tabel 4.13 Makna Kebijakan Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem.....	116

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	46
Gambar 4.1 Model Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem oleh Dinindagkop UKM Rembang .....	117

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Data Batik Tulis Lasem Tahun 2014.....	124
2. Data Batik Tulis Lasem Tahun 2015.....	129
3. Data Batik Tulis Lasem Tahun 2016.....	138
4. Data Batik Tulis Lasem Tahun 2017.....	144
5. Data Batik Tulis Lasem Tahun 2018.....	150
6. Surat Izin Observasi .....	154
7. Surat Izin Observasi Melalui Kesbangpolinmas .....	155
8. Proses Pembuatan Batik Tulis Lasem .....	156
9. Instrument Wawancara.....	162
10. Jawaban Responden Pegawai Dinindagkop UKM Rembang .....	167
11. Jawaban Responden Pelaku Usaha Batik Tulis Lasem.....	184
12. Jawaban Responden Pengurus Organisasi Klaster.....	207
13. Jawaban Responden Konsumen Batik Tulis Lasem .....	211
14. Regulasi Perbup Nomor 29 Tahun 2017 Tentang Pelestarian Batik Tulis Lasem .....	215
15. Laporan Hasil Pembinaan Pelatihan Desain <i>Fashion</i> Baju Batik Tulis .....	216
16. Laporan Hasil Pembinaan Kunjungan Batik Trusmi Cirebon .....	217
17. Laporan Hasil Pembinaan Pelatihan Warna Alam Batik Tulis.....	218
18. Materi Pembinaan Desain <i>Fashion</i> Baju Batik.....	219
19. Materi Pembinaan Pembuatan Warna Alam Batik Tulis .....	221
20. Materi Manajemen Pemasaran.....	222
21. Materi Kewirausahaan .....	223
22. Surat Izin Penelitian .....	224

23. Surat Izin Penelitian dari Kesbangpolinmas .....	225
24. Surat Selesai Penelitian .....	226
25. Dokumentasi Penelitian .....	227

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perekonomian Indonesia mengalami keguncangan pada tahun 1997 – 1998, yang membawa dampak terhadap segala bidang kehidupan masyarakat. Peristiwa krisis *financial* Asia ini, dimulai pada Juli 1997 di Thailand kemudian memengaruhi mata uang, bursa saham, dan harga asset lainnya di beberapa negara Asia, serta sebagian Macan Asia Timur. Peristiwa ini, juga biasa disebut sebagai krisis moneter di Indonesia. Sebagai salah satu negara Asia, Indonesia merupakan tergolong yang paling parah terkena dampak krisis ini. Peristiwa peningkatan harga bahan makanan serta inflasi rupiah menimbulkan kekacauan pada kehidupan perekonomian negara. Tetapi, dari kejadian krisis tahun 1997 para pelaku UMKM mampu memberikan kontribusi besar terhadap keselamatan serta menjadi pilar penting bagi perekonomian negara. Dari kejadian peristiwa tahun 1997, muncullah pengangguran sebagai salah satu permasalahan sosial yang sangat dirasakan oleh masyarakat akibat dari krisis ekonomi. Dalam hal ini, UMKM memainkan perannya dalam mengatasi persoalan tersebut dengan penyerapan tenaga kerja sebagai upaya peningkatan produksi dan pendapatan negara. Selain itu, dengan memupuk kehidupan UMKM diyakini pula dapat tercapainya pemulihan ekonomi.

Batik menjadi salah satu UMKM yang banyak dijumpai di negara Indonesia. Batik sebagai budaya turun temurun yang telah diwariskan oleh nenek moyang kepada para generasi muda. Sehingga batik dijadikan identitas negara



Indonesia sebagai produk yang unggul. Dalam persebarannya wilayah yang menjadi sentra pembuatan batik berada di pulau jawa, khususnya jawa tengah yaitu meliputi Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Rembang, dan lain – lain. Batik tulis merupakan suatu usaha ekonomi yang memfokuskan dalam pembuatannya dengan menggunakan teknik menulis. Teknik menulis dalam pembuatan batik yaitu meliputi: membuat pola, membatik, melorot, dan mencelup.

Kabupaten Rembang menjadi salah satu daerah di Jawa Tengah sebagai penghasil batik tulis. Batik yang menjadi khas di daerah Rembang yaitu diberi nama Batik Tulis Lasem. Awal muncul Batik Tulis Lasem ini karena dimulai adanya kulturasi budaya Cina yang dibawa ke Kecamatan Lasem. Sejak masa Na Li Ni yaitu istri Bi Nang Un seorang ekspedisi Cheng Ho yang telah memperkenalkan teknik membatik pada abad ke – 15. Pada tahun 1970, Batik Tulis Lasem sempat mengalami kemunduran dan keterpurukan. Namun, setelah batik diakui secara resmi oleh UNESCO sebagai warisan dunia pada tahun 2009, maka hal ini dapat menggugah kembali Batik Tulis Lasem untuk bangkit dan tetap bertahan sampai dengan saat ini. Batik Tulis Lasem memiliki ciri khas yang dapat dibedakan dengan produk batik tulis dari daerah lain yaitu dari segi motif dan warna. Sebagai daerah pesisir, Batik Tulis Lasem memiliki motif pesisiran dan warna merah darah ayam. Peneliti menyajikan sebuah tabel tentang jumlah Batik Tulis Lasem yang ada di Kabupaten Rembang yaitu:

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Usaha Batik Tulis Lasem di Kabupaten Rembang**  
**Tahun 2014 – 2017**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Unit Usaha</b>
2014	75 unit usaha
2015	90 unit usaha
2016	120 unit usaha
2017	120 unit usaha

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Rembang

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah usaha Batik Tulis Lasem di Kabupaten Rembang mulai tahun 2014 sampai tahun 2017. Berdasarkan hasil data yang diperoleh oleh peneliti bahwa dari tahun ke tahun mengalami kenaikan jumlah usaha Batik Tulis Lasem. Munculnya usaha batik tulis yang baru, sehingga mengakibatkan jumlah pelaku usaha mengalami kenaikan.

Awalnya pusat pembuatan Batik Tulis Lasem berada di Kecamatan Lasem namun, sekarang telah tersebar di beberapa kecamatan lain di Kabupaten Rembang yang meliputi: Kecamatan Pancur, Pamotan, Sluke, Sulang, Bulu dan Kecamatan Rembang. Sebagai potensi ekonomi daerah Kabupaten Rembang, Batik Tulis Lasem mampu memberikan sumbangan terhadap penyerapan tenaga kerja di beberapa kecamatan.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Tenaga Kerja Usaha Batik Tulis Lasem di Kabupaten Rembang**  
**Pada Tahun 2014 – 2017**

Nama Kecamatan	Jumlah Tenaga Kerja			
	2014	2015	2016	2017
Lasem	3205 orang	63 orang	2775 orang	2887 orang
Pancur	1464 orang	1013 orang	978 orang	1269 orang
Pamotan	-	31 orang	-	122 orang
Rembang	-	18 orang	1200 orang	99 orang
Sulang	-	3 orang	-	20 orang
Bulu	-	-	-	33 orang
Sluke	-	-	-	14 orang

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Rembang

Tabel 1.2 menjelaskan mengenai jumlah tenaga kerja yang terserap pada usaha Batik Tulis Lasem. Berdasarkan hasil data yang diperoleh oleh peneliti tersebut, bahwa jumlah tenaga kerja dari tahun 2014 sampai tahun 2017 mengalami fluktuatif. Hal ini dikarenakan sebagian besar pengusaha Batik Tulis Lasem menggunakan tenaga kerja sesuai dengan tingkat produksi. Bagi usaha Batik Tulis Lasem yang baru berdiri, memproduksi batik tulis hanya ketika mendapatkan pesanan yang tinggi sehingga hal ini memerlukan jumlah tenaga kerja yang tinggi pula. Selain jumlah tenaga kerjanya, jumlah persebaran usaha Batik Tulis Lasem juga mengalami kondisi yang fluktuatif. Berikut data yang telah disajikan:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Persebaran Pelaku Usaha Batik Tulis Lasem di Kabupaten Rembang**  
**Pada Tahun 2014 – 2018**

Nama Kecamatan	Jumlah Usaha				
	2014	2015	2016	2017	2018
Lasem	41 unit	12 unit	66 unit	60 unit	52 unit
Pancur	34 unit	83 unit	40 unit	41 unit	37 unit
Pamotan	-	3 unit	5 unit	6 unit	5 unit
Rembang	-	3 unit	7 unit	7 unit	3 unit
Sulang	-	1 unit	1 unit	2 unit	2 unit
Bulu	-	-	2 unit	3 unit	2 unit
Sluke	-	-	-	1 unit	1 unit

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Rembang

Tabel 1.3 menunjukkan jumlah persebaran pelaku usaha Batik Tulis Lasem di Kabupaten Rembang. Berdasarkan perolehan dari data tersebut bahwa pada setiap tahun jumlah pelaku usaha Batik Tulis Lasem mengalami fluktuatif. Perubahan jumlahnya disebabkan, karena terdapat usaha yang mengalami gulung tikar. Jumlah pelaku usaha pada masing – masing kecamatan di Kabupaten Rembang tidak selalu sama. Tidak bisa menutup kemungkinan apabila terdapat usaha yang *collapse* maupun adanya usaha baru sehingga hal ini akan mempengaruhi perubahan jumlah pelaku usaha batik tulis. Mayoritas para pemilik usaha batik tulis sekarang berasal dari pribumi dan sisanya orang Tionghoa.

Upaya untuk meningkatkan peran usaha batik tulis yang lebih besar terhadap pembangunan daerah maka diperlukan pembinaan secara pasif oleh pemerintah Kabupaten Rembang. Menurut Bapak Joko selaku Dinas Perindustrian menyebutkan bahwa peran pemerintah Kabupaten Rembang dalam meningkatkan usaha Batik Tulis Lasem yaitu: (1) adanya pelatihan yang diberikan oleh Dinas Perindustrian kepada pelaku usaha Batik Tulis Lasem. Pelatihan yang diberikan yaitu berupa pelatihan pewarnaan alam, pelatihan *e-commerce*, serta pelatihan

membatik yang diaplikasikan dalam kegiatan lomba – lomba membatik dan pesertanya melibatkan pelaku usaha sampai anak sekolah; (2) fasilitas pengurusan HAKI, dalam hal ini pemerintah memberikan kesempatan kepada para pelaku usaha untuk mendaftarkan merk dagang produknya sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan; (3) adanya *showroom*, peran *showroom* mampu memberikan banyak manfaat bagi para pelaku usaha batik tulis. *Showroom* dijadikan tempat dalam menjual Batik Tulis sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen atau pelanggan jika ingin membeli batik tulis namun, tempat usahanya memerlukan jarak tempuh yang jauh; (4) *study* tiru, fasilitas yang diberikan oleh Pemkab kepada pelaku usaha dalam hal mengikuti pelatihan membatik dalam upaya menambah ilmu dari daerah lain yang sebagai produsen batik tulis pula. Pada tahun 2017 pelaku usaha Batik Tulis Lasem melaksanakan kegiatan *study* tiru di Cirebon yaitu pada Batik Trusmi; (5) mulok batik, dalam menciptakan regenerasi dalam usaha batik tulis pihak pemerintah yaitu Dinas Perindustrian dan Dinas Pendidikan bekerja sama dalam menambahkan mulok batik dalam kegiatan pembelajaran. Sehingga hal ini dapat memberikan ilmu teknik membatik kepada generasi penerus; (6) promosi, dalam memasarkan produk pemerintah Kabupaten Rembang memberikan peluang kepada setiap pelaku usaha untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat melalui kegiatan Rembang expo, Inakaf, dan industri kreatif Kabupaten Rembang; (7) peran pemerintah Kabupaten Rembang selanjutnya yaitu menetapkan peraturan kepada para PNS dan BUMN untuk mengenakan pakaian Batik Tulis Lasem setiap hari selasa sampai jumat.

Dilihat berdasarkan perspektif jumlah tenaga kerja yang digunakan maka peran pengusaha batik tulis di Kabupaten Rembang dapat mengurangi tingkat pengangguran yang ada di masyarakat. Pembinaan oleh Pemkab terhadap potensi UMKM dapat memberikan pertumbuhan ekonomi yang baik. Hasil dari pembinaan dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan sampai kemampuan dalam memasarkan produk. Sehingga apabila jumlah produk yang dihasilkan mengalami kenaikan maka akan mempengaruhi penerimaan daerah.

Berdasarkan hasil penelitian tentang Efektivitas Pembinaan Usaha Industri Kecil Olahan Pangan Oleh Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian, Dan Perdagangan Kabupaten Sigi, Fausiah (2016:80) bahwa hasil pembinaan yang telah dilakukan yaitu: (1) dengan cara merespon, pemerintah Kabupaten Sigi dalam mengembangkan pelayanannya melalui respon masukan dan saran dari para usahawan industri olahan pangan melalui sosialisasi di setiap kecamatan. Kemudian, saran – saran tersebut ditampung dan dijadikan sebagai bahan dalam penyusunan program kegiatan pembinaan terhadap industri olahan pangan; (2) membantu kegiatan promosi, dalam pembinaan ini pemerintah memberikan kesempatan kepada para usahawan dengan cara menggelar pameran lokal serta melibatkan pada pameran tingkat nasional; (3) sosialisasi permodalan, dalam mengembangkan usahanya para pemilik belum memiliki modal yang cukup sehingga belum memproduksi olahan pangan secara besar – besaran; (4) efektivitas pembinaan melalui pelibatan masyarakat, pada pembinaan ini pemerintah memberikan peluang kepada para *stakeholders*, para pelaku usaha menengah, dan investor untuk bekerjasama membantu pengembangan usaha

olahan pangan; (5) efektivitas pembinaan melalui penciptaan kolaborasi. Perlunya kolaborasi dalam pembinaan usaha olahan pangan hal ini sebagai wujud aktivitas manajerial yang menekankan kerjasama atau sinergitas yang saling menguntungkan antar *stakeholders* dalam mencapai tujuan.

Menurut Kuncoro (2004:307) bahwa pembinaan yang baik meliputi: (1) aspek manajerial, melalui aspek ini tingkat produksi serta kemampuan dalam memasarkan produk dapat terlaksana dengan baik dan mengalami peningkatan; (2) aspek permodalan, dengan cara memberikan bantuan modal maka akan mempermudah para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya; (3) mengembangkan program kemitraan dengan usaha besar; (4) pengembangan sentra industri kecil dalam suatu kawasan berbentuk (Pemukiman Industri Kecil) PIK, (Lingkungan Industri Kecil) LIK, dan, (Sarana Usaha Industri Kecil) SUIK yang didukung oleh (Unit Pelayanan Teknis) UPT; (5) memberikan pembinaan untuk usaha kecil melalui lembaga – lembaga terkait, misal (Koperasi Industri Kecil dan Kerajinan) KOPINKRA, atau (Kelompok Usaha Bersama) KUB. Pembinaan yang diberikan bisa berupa pelayanan pelatihan serta promosi dalam hal meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh para pelaku usaha.

Pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Rembang kepada usaha Batik Tulis Lasem berbeda dengan daerah lain yang sama – sama memproduksi batik tulis. Kegiatan promosi yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten Rembang meliputi: Rembang *expo*, inakaf, dan industri kreatif Kabupaten Rembang. Segala biaya yang berkaitan dengan kegiatan tersebut telah disediakan anggaran dari Pemkab Rembang. Kegiatan tersebut

bertujuan untuk membantu para pemilik usaha batik tulis dalam memasarkan produknya sekaligus mencari pelanggan baru tanpa adanya hambatan yang berkaitan dengan pembiayaan modal. Bentuk pembinaan lain yang diberikan oleh pemkab yaitu mendorong PNS dan BUMN untuk menggunakan batik tulis pada setiap hari selasa sampai jumat. Keuntungan yang diperoleh pemilik usaha batik tulis berdasarkan peraturan pemkab tersebut yaitu dapat meningkatkan kapasitas produksi dan perolehan pendapatan. Selain itu pula, untuk mendorong masyarakat supaya lebih mencintai produk yang dihasilkan dari daerahnya sendiri.

Prestasi berdasarkan hasil pembinaan yang telah dilakukan yaitu dalam kaitannya pelayanan HAKI bahwa hingga saat ini telah terdapat 5 merek yang telah terdaftar meliputi: Batik Kuda, Batik Kidang Kencono, Batik Sola Grasia, Batik Dampo Awang, dan Batik Maranatha. Terdapat pula 21 motif yang telah terdaftar dan memperoleh sertifikat HAKI yang meliputi: kendoro kendiri, dua negeri, empat negeri, sekar jagad, esok sore, kawung, lokcan, gunung ringgit, bledhak kipas, ceplik piring, pring pringan, es teh, pasiran, lerekan, endhog walang, latohan, lung lungan, ceplik benik, watu pecah, dan goyang karawang. Prestasi lain yang dihasilkan dari pembinaan tersebut yaitu terdapat 3 pengusaha yang produknya telah terdaftar dan memperoleh sertifikasi Batik Mark Indonesia. Selain itu, terdapat 2 pengusaha Batik Tulis Lasem yang mendapatkan penghargaan UPAKARTI dari Bapak Presiden RI pada tahun 2010 dan 2015 yaitu Pusaka Beruang dan Maranatha.

Maka, hal ini perlu dikaji strategi pembinaan Batik Tulis Lasem yang lebih mendalam. Supaya pembinaan dapat terlaksana sesuai dengan tujuan, maka



pemerintah perlu mengkaji permasalahan yang dihadapi oleh para pemilik usaha secara umum. Segala bentuk strategi pembinaan dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Rembang sangat diperlukan dalam hal meningkatkan kualitas dan kapasitas produk batik tulis. Diharapkan pula dapat memperluas pangsa pasar serta mampu bersaing dengan para pengusaha batik tulis lain secara kompetitif yang berada di luar daerah Kabupaten Rembang. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas sesuai dengan fakta dan fenomena yang terjadi di lapangan, maka dalam hal ini peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem Oleh Dinas Perindustrian Kabupaten Rembang”**

## **1.2 Cakupan Masalah**

Supaya penelitian ini dapat dilaksanakan lebih fokus dan mendalam maka peneliti perlu membatasi permasalahan yang akan diteliti. Oleh sebab itu, penelitian ini hanya mencakup permasalahan tentang strategi pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Rembang untuk para pemilik usaha Batik Tulis Lasem. Strategi pembinaan merupakan cara atau pendekatan yang meliputi, perencanaan, pengaturan, dan penggunaan sumber daya manusia untuk melakukan suatu tindakan yang lebih efektif dan efisien sehingga adanya pembaharuan hasil yang lebih baik dari sebelumnya. Bidang cakupan strategi yang digunakan dalam pembinaan meliputi: bidang produksi, bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, serta pemberian fasilitas perizinan. Berdasarkan fenomena atau fakta yang telah diperoleh oleh peneliti diharapkan dapat menentukan strategi dalam melaksanakan

pembinaan yang diberikan oleh Pemerintah Kabupaten Rembang. Sehingga dapat diperoleh hasil untuk meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan dan daya tarik konsumen dalam membeli produk tersebut.

### **1.3 Fokus Masalah dan Pertanyaan Penelitian**

Fokus masalah dari penelitian ini adalah tentang strategi pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Kabupaten Rembang kepada para pemilik atau pengrajin Batik Tulis Lasem. Berdasarkan fokus tersebut, maka pertanyaan penelitiannya meliputi:

1. Bagaimana kebijakan atau regulasi pembinaan yang dilakukan oleh Dinindagkop dan UKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem?
2. Bagaimana pelatihan yang diberikan oleh Dinindagkop dan UMKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem?
3. Bidang apa saja yang menjadi sasaran dalam pembinaan yang dilakukan oleh Dinindagkop dan UKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem?
4. Faktor – faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendorong dalam pelaksanaan pembinaan yang dilakukan oleh Dinindagkop dan UKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem?
5. Bagaimana tingkat keberhasilan dari pelaksanaan pembinaan oleh Dinindagkop dan UKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian dari fokus masalah dan pertanyaan penelitian yang telah disusun oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mendiskripsikan dan menganalisis kebijakan atau regulasi yang dilakukan oleh Dinindagkop dan UMKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem.
2. Mendiskripsikan dan menganalisis pelatihan yang dilakukan oleh Dinindagkop dan UMKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem.
3. Mendiskripsikan dan menganalisis bidang yang menjadi sasaran dalam pembinaan yang dilakukan oleh Dinindagkop dan UMKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem.
4. Mendiskripsikan dan menganalisis faktor – faktor yang menjadi penghambat dan pendorong dalam pelaksanaan pembinaan yang dilakukan oleh Dinindagkop dan UMKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem.
5. Mendiskripsikan dan menganalisis tingkat keberhasilan dari pembinaan yang dilakukan oleh Dinindagkop dan UMKM Rembang kepada para pelaku usaha Batik Tulis Lasem.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

a. Menambah pengetahuan bagi peneliti maupun pembaca tentang peran Dinindagkop dan UMKM Rembang terhadap pembinaan untuk para pembatik maupun pengrajin Batik Tulis Lasem.

b. Hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberikan masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan strategi pembinaan Batik Tulis Lasem yang dilakukan oleh Dinindagkop dan UMKM Rembang.

### 2. Manfaat Praktis

a. Bagi pemerintah Kabupaten Rembang, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk informasi tambahan dan masukan terhadap pembuatan kebijakan yang berhubungan dengan kehidupan usaha kecil menengah bagi lembaga – lembaga terkait.

b. Bagi pemilik usaha, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dan masukan dalam mengembangkan usaha yang dijalankan.

## **1.6 Orisinalitas Penelitian**

Judul penelitian ini yaitu Strategi Pembinaan Usaha Batik Tulis Lasem oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Rembang yang bertujuan untuk mendiskripsikan dan menganalisis strategi pembinaan yang diberikan kepada para pemilik usaha tersebut. Penelitian ini dijadikan sebagai penelitian yang berbeda dengan sebelumnya. Penelitian ini lebih terfokus dalam strategi pembinaan yang telah disusun oleh Pemkab Rembang. Strategi pembinaan

yang diberikan kepada para pemilik usaha Batik Tulis Lasem meliputi bidang produksi, pemasaran, sumber daya manusia, serta memberikan fasilitas HAKI.

Wahidah (2018:13-14) meneliti tentang Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Dalam Melakukan Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Kepulauan Meranti. Penelitian ini, lebih terfokus pada strategi komunikasi yang dilakukan oleh Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Kepulauan Meranti yaitu meliputi strategi dalam mengenali sasaran komunikasi, strategi pemilihan media komunikasi, strategi pesan komunikasi, dan peran komunikator dalam penyampaian pesan komunikasi. Sedangkan sasaran pembinaan UMKM terfokus pada tiga pelaku UMKM yaitu sagu, kopi, dan pengrajin tenun. Pemilihan pada pelaku UMKM karena, usaha tersebut yang telah berkembang secara produktif dalam menghasilkan produk – produk olahan. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) dalam menentukan strategi komunikasi Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Kepulauan Meranti melakukan pendataan ke tempat – tempat pelaku usaha dan menyeleksi usaha – usaha yang layak untuk ikut dalam program pembinaan. (2) pada strategi media komunikasi Disperindagkop dan UMKM Kabupaten Kepulauan Meranti dalam melakukan pembinaan yaitu memfasilitasi media kelompok sebagai media untuk memberikan informasi kepada pelaku usaha, sedangkan media massa dan media online untuk memberikan informasi kepada masyarakat umum dan pelaku usaha lainnya. (3) strategi pesan komunikasi yang disampaikan dalam kegiatan pembinaan yaitu berupa pesan verbal dalam kegiatan ini komunikator mengenai perkembangan dunia usaha serta permasalahan yang

dihadapi oleh para pelaku usaha yang disampaikan untuk menambah wawasan. (4) pada strategi komunikasi menentukan komunikator dalam kegiatan pembinaan UMKM yaitu dengan menentukan kriteria orang – orang yang terjun langsung dalam melakukan pembinaan dan orang – orang yang memiliki pengetahuan tentang proses kegiatan pembinaan UMKM.

Fausiah (2016:74-80) meneliti tentang Efektivitas Pembinaan Usaha Industri Kecil Olahan Pangan Oleh Dinas Koperasi UMKM Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sigi, dimana studi kasusnya berada di Kecamatan Sigi Biromaru. Penelitian ini lebih terfokus pada pembinaan dari segi peningkatan keterampilan dan manajemen usaha secara rutin yang meliputi efektivitas pembinaan melalui pengembangan layanan, efektivitas pembinaan melalui pelibatan masyarakat, dan efektivitas pembinaan melalui penciptaan kolaborasi. Karena, permasalahan utama pada industri kecil olahan pangan di Kecamatan Sigi yaitu rendahnya keterampilan dan penguasaan terhadap kualitas produksi, pemasaran, serta manajemen usaha yang tidak dibarengi dengan etos kerja yang tinggi. Sehingga belum memiliki inovasi – inovasi yang sangat strategis dalam meningkatkan kualitas produk olahan pangan tersebut. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) efektivitas pembinaan melalui pengembangan layanan, Dinas Koperasi UMKM, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Sigi menyarankan untuk memenuhi kebutuhan peralatan produk supaya dapat bergabung sebagai anggota koperasi. Namun, belum semuanya dapat membantu meringankan beban para pemilik usaha terutama dalam memberikan perlindungan terhadap mutu produk. (2) efektivitas pembinaan melalui pelibatan masyarakat, tujuannya yaitu untuk

mendorong perkembangan dalam kemampuan usaha. Namun pembinaan ini belum menunjukkan keefektifitasnya, karena disebabkan belum adanya keseriusan Pemerintah Daerah dalam membantu usaha industri kecil olahan pangan yang merupakan sebagai pembinaan secara berkelanjutan. (3) efektivitas Pembinaan melalui penciptaan kolaborasi, tujuannya yaitu untuk membantu para usahawan menjalin hubungan kemitraan dengan para pengudaha dan lembaga – lembaga keuangan dalam memperoleh tambahan modal serta kemudahan menyelesaikan permasalahan perizinan pengelolaan Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dari Dinas Kesehatan dan BPOM terkait kehalalan produk.

Sutrisno, Suryono, dan Said (2016:11) meneliti tentang Perencanaan Strategis Sektor Usaha Mikro Dalam Mengatasi Permasalahan Pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian, dan Perdagangan Kota Batu kepada para pelaku UMKM khususnya usaha mikro. Berbagai upaya telah dilakukan oleh Pemerintah Kota Batu dalam mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Kemudian ditemukan fakta bahwa masalah pemasaran masih menjadi keluhan utama pelaku usaha mikro. Hasil dari penelitian ini yaitu (1) Dinas Keperindag Kota Batu perlu memasukkan aspek substantif dalam perencanaan strategis dengan melibatkan para pelaku usaha mikro dan asosiasi UMKM untuk menyusun perencanaan yang efektif. (2) Pemerintah Kota Batu perlu meningkatkan koordinasi lintas sektor antar SKPD dalam pembinaan usaha mikro melalui pembagian aspek, pembinaan dan penataan regulasi. (3) diperlukan *Database* UMKM yang akurat, komprehensif, dan terintegrasi untuk melakukan pembinaan iklim usaha yang kondusif. (4) perlunya

membangun komitmen yang kuat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari sisi pembangunan ekonomi. (5) perlu meningkatkan peran PLUT-UMKM untuk membangun *mindset* positif para pelaku usaha supaya siap dalam menghadapi persaingan. (6) memperkuat kelembagaan komunitas UMKM supaya memiliki landasan hukum yang kuat dalam pembangunan kerjasama. (7) Pemerintah Kota Batu melakukan kerjasama dengan akademisi untuk melakukan kajian terhadap daya dukung dan keberlanjutan ketersediaan bahan baku.

Maemonah (2105:422) tentang Strategi Pengembangan Industri Kecil Guru Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. Desa Limbangan merupakan desa di Kabupaten Kendal yang terkenal sebagai pengrajin gula aren. Namun, secara keseluruhan dari waktu ke waktu semakin menurun sementara permintaan semakin mengalami kenaikan. Sehingga penelitian ini lebih terfokus tentang strategi pengembangan yang dapat diterapkan pada industri gula aren dilihat dari kekuatan dan kelemahan serta ancaman dan peluangnya. Sedangkan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk menentukan strategi pengembangan usaha dan dapat mencapai tujuan yang efektif dan efisien dengan menggunakan analisis (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) SWOT. Hasil penelitian ini berdasarkan tujuan yang telah dirumuskan menunjukkan bahwa jalur pemasaran yang digunakan oleh industri kecil gula aren masih pendek dan belum pernah melakukan promosi, berdasarkan analisis SWOT strategi yang digunakan untuk mengembangkan industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal yaitu dengan menggunakan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan adalah defensive



yaitu untuk menghindari kehilangan penjualan dan profit. Permasalahan dari penelitian yaitu hasil produksi gula aren secara keseluruhan semakin menurun dari tahun ketahun sementara permintaan selalu mengalami peningkatan.

Sedangkan penelitian saya ini untuk melihat tentang strategi pembinaan usaha Batik Tulis Lasem, dimana strateginya berbeda dengan industri lain. Usaha batik tulis memiliki karakter yaitu (1) aspek budaya, sesuai dengan sejarah muncullnya batik tulis di Kabupaten Rembang, khususnya Kecamatan Lasem bahwa produk tersebut berasal dari akulturasi budaya Cina yaitu seperti corak dan motif serta pewarnaan dalam batik tulis. Kemudian seiring berjalannya waktu budaya dalam pembuatan Batik Tulis Lasem dikombinasikan dengan ciri khas Rembang yaitu sebagai daerah pesisiran. (2) aspek produksi, dalam pembuatan batik tulis berbeda dengan proses produksi dari industri lain. Proses produksi batik tulis membutuhkan waktu yang cukup panjang yang meliputi beberapa tahap yaitu, memotong mori, mengetel, menganji mori, memola, melengkrenge, menerusi, menembok, mengerok, menecelup, melorot, menganji, mengemplong, dan, mengepres. (3) aspek pendidikan, untuk menciptakan regenerasi pada Batik Tulis Lasem maka Pemerintah Kabupaten Rembang memasukkan mulok batik pada kegiatan pembelajaran pada siswa siswi SD, SMP, serta SMA khususnya di Kecamatan Lasem. (4) aspek pemasaran, dalam proses memasarkan produk batik tulis lasem terdapat tiga saluran distribusi sebelum sampai pada tangan konsumen yaitu melalui perusahaan atau pengrajin sendiri, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. (5) aspek perizinan, dalam hal ini Pemkab Rembang memberikan fasilitas perizinan HAKI kepada setiap pemilik usaha Batik Tulis

Lasem yang bertujuan untuk memperoleh hak merek pada setiap produknya. Oleh karena itu, strategi pembinaan yang dilakukan oleh Dinas Perindagkop dan UMKM Kabupaten Rembang kepada usaha Batik Tulis Lasem bukan hanya terfokus pada aspek pemasaran, namun juga pada aspek budaya, aspek produksi, aspek pendidikan, serta aspek perizinan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kajian Teori**

##### **2.1.1 Konsep Dasar Strategi Pembinaan Usaha**

Sumber daya manusia sangat penting peranannya baik sebagai objek maupun subjek pada kehidupan dunia usaha untuk mencapai suatu keberhasilan. Pada hal ini faktor sumber daya manusia memerlukan perhatian yang cukup besar guna untuk meningkatkan kualitas dalam persaingan usaha. Namun, tidak semua sumber daya manusia yang dimiliki oleh masing – masing usaha memiliki kemampuan dan keterampilan sesuai yang diinginkan. Kondisi seperti ini menyebabkan para pengusaha kurang mampu bersaing dalam segmentasi pasar, baik pasar produk maupun tenaga kerja. Berdasarkan fenomena tersebut, para pelaku usaha memerlukan suatu strategi dalam melakukan pembinaan secara simultan sesuai dengan bidang usaha yang dikembangkan, baik usaha industri menengah, kecil, maupun mikro.

Pemerintah memiliki peran yang cukup besar dalam menentukan strategi pembinaan pada setiap usaha mikro, kecil, dan menengah di masing - masing daerah. Kebijakan pemerintah dalam rangka mengembangkan usaha kecil menengah pada jangka waktu panjang memiliki tujuan untuk meningkatkan potensi dan partisipasi pada peningkatan pendapatan nasional. Selain itu pula dalam kegiatan ekonomi dapat mewujudkan pemerataan pembangunan daerah melalui penyediaan lapangan kerja serta peningkatan pendapatan. Pembinaan yang dilakukan untuk usaha kecil dan menengah diharapkan mampu

meningkatkan para pemilik usaha yang lebih kompeten, dan mandiri. Sehingga mampu menciptakan para pelaku ekonomi yang dapat berperan aktif dalam perekonomian nasional. Dalam hal ini penulis akan menjabarkan pengertian strategi pembinaan berdasarkan dari beberapa tokoh yang mengemukakannya.

Menurut Partomo dan Soejoedono (2002:25-27) bahwa strategi pembinaan merupakan suatu cara dalam menentukan kebijaksanaan untuk mengembangkan usaha kecil menengah (UKM) pada jangka panjang dan dalam konteks pasar bebas dan terbuka. Tujuan utama melakukan pembinaan terhadap UKM adalah untuk menjadikan UKM menjadi suatu usaha yang mampu berkembang besar. Hidayat (2000) menyatakan bahwa terdapat dua aspek pembinaan UKM yaitu: (1) sumber daya manusia, dalam hal ini diperlukan suatu cara untuk meningkatkan kualitas SDM atas dorongan dari usaha sendiri maupun dari luar. (2) pengelolaan, maksudnya bahwa suatu praktik bisnis yang dilakukan atas beberapa hal yaitu lebih terencana, dapat dilaksanakan, dan adanya pengawasan, (Partono dan Soejoedono, 2002:26).

Sedangkan menurut Ridwan, dkk (2014:191) strategi pembinaan merupakan suatu tindakan determinan kecil yang penting untuk memberikan serta meningkatkan daya/kekuatan kepada sumber daya manusia supaya mampu menjadi sumber tenaga yang professional sesuai dengan tujuan pembinaan yang telah diarahkan sebelumnya.

Fausiah (2016:50) Menyatakan bahwa strategi pembinaan merupakan suatu proses, cara pembinaan, dan usaha secara nyata yang dilakukan dengan berdaya guna dan dapat menghasilkan suatu guna yang nyata pula. Menurutny

pembinaan dapat diartikan pula suatu upaya untuk mengembangkan, mempertahankan, dan memelihara dalam rangka meningkatkan kualitas kemampuan yang dimiliki. Sedangkan dalam peraturan pemerintah Nomor 31 Tahun 2004 tentang Pedoman Pembinaan Usaha Kecil dan Menengah, sebagai upaya memaksimalkan kerjasama untuk meningkatkan kemampuan individu maupun kelompok dalam segi manajemen usaha dan teknologi produksi secara berdaya guna dan berhasil guna.

Berdasarkan pendapat dari tokoh di atas, dalam hal ini penulis dapat menyimpulkan pengertian dari strategi pembinaan. Strategi pembinaan merupakan suatu cara, kebijaksanaan, dan proses dalam rangka untuk mengembangkan kualitas usaha kecil menengah serta melakukan pengelolaan yang lebih terencana dan terlaksana dengan baik. Pembinaan dapat memberikan manfaat terhadap usaha kecil dan menengah baik dalam konteks sumber daya manusia, proses produksi, dan kegiatan pemasaran. Sehingga hasil dari pembinaan yang dilakukan dapat memperbaiki sumber tenaga yang lebih berkualitas tanpa bertolak belakang dengan konsep atau tujuan yang telah direncanakan sebelumnya.

### **2.1.2 Bentuk Strategi Pembinaan Usaha**

Upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha kecil, mikro, dan menengah telah terbentuk pada suatu program yang telah terencana dan terkategori sebagai program pembangunan jangka panjang. Melalui terbentuknya Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM menjadi suatu fasilitas dalam pemberian layanan kepada para pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah

yang ada di setiap daerah. Melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM dapat memperlancar program – program pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya untuk mengembangkan usaha kecil. Terdapat berbagai program yang telah tersusun, seperti program pengembangan sumber daya manusia, kegiatan produksi, pemasaran, serta program lainnya. Dalam hal ini penulis menjelaskan bentuk atau model dari strategi pembinaan yang diberikan oleh pemerintah kepada usaha kecil sesuai pendapat dari beberapa tokoh yaitu sebagai berikut:

Subanar (2009:45) menyatakan bahwa program pembinaan usaha kecil yang diberikan oleh Pemerintah, terdiri dari dua aspek meliputi: (1) aspek keuangan, dan (2) aspek fisik riil. Aspek keuangan merupakan suatu bentuk upaya pemerintah dalam menunjang usaha kecil berkaitan dengan penyediaan modal usaha yaitu sistem keterkaitan Bapak Angkat-Mitra Usaha, penjualan saham perusahaan besar yang sehat kepada koperasi, mewajibkan kepada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk menyisihkan dana pembinaan sebesar 1%-5% dari keuntungan bersih yang diperoleh, menugaskan lembaga perbankan untuk mengalokasikan dana kredit bagi usaha kecil dan koperasi sebanyak 20% dari portofolio kredit yang disalurkan Kredit Usaha Kecil (KUK), persediaan kredit likuiditas dari Bank Indonesia kepada bank – bank untuk membiayai sebagian besar dari kebutuhan dana kredit untuk anggota Koperasi Primer. Sedangkan aspek fisik riil merupakan upaya pemerintah untuk memberikan program pembinaan yang lebih dominan dalam bentuk pelatihan dan pengetahuan, yang meliputi program peningkatan kemampuan usaha, program pengembangan

industri kecil untuk menunjang ekspor, program pengembangan keterkaitan sistem Bapak Angkat dengan Mitra Usaha bagi BUMN dan Departemen, program pengembangan wiraswasta dan tenaga profesi, program penelitian dan pengembangan industri, program penciptaan/pengaturan iklim dan kerja sama, program pengembangan usaha kecil dari berbagai Perguruan Tinggi Negeri maupun Swasta, seminar dan pameran prdouk – produk industri kecil tingkat nasional atau internasional, pembangunan Pasar Inpres 10 buah yang mampu menampung 1.500 pedagang kecil, serta Pertokoan Inpres 1.916 buah dengan kemampuan untuk menampung sebanyak 360.280 pedagang.

Sedangkan menurut Kuncoro (2004:307) model strategi pembinaan yang diupayakan untuk usaha kecil diklasifikasikan menjadi lima aspek sebagai berikut: (1) aspek manajerial, (2) aspek permodalan, (3) upaya mengembangkan program kemitran, (4) program pengembangan, dan (5) bentuk pembinaan lain. Bentuk dari aspek manajerial merupakan aspek yang terdiri dari berbagai upaya dalam peningkatan produktivitas/omzet/tingkat utilitas, peningkatan kemampuan memasarkan produk, serta pengembangan kualitas sumber daya manusia. Aspek permodalan merupakan program yang memberikan fasilitas dalam penyediaan modal seperti: bantuan modal (penyisihan 1%-5% bagi keuntungan BUMN dan memberikan kewajiban untuk menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimum 20% dari portofolio kredit bank) serta kemudahan dalam memberikan kredit berupa: Kuppedes, Kedit Kelayakan Usaha (KUK), Kredit Modal Kerja Permanen (KMKP), Kantor Cabang Konvensional (KCK), dan sebagainya. Bentuk pembinaan sebagai upaya dalam mengembangkan program kemitraan merupakan

suatu usaha besar baik lewat sistem Bapak-Anak Angkat, PIR, keterkaitan hulu-hilir (*forward linkage*), keterkaitan hilir-hulu (*backward linkage*), modal ventura, ataupun subkontak. Sedangkan bentuk strategi pembinaan dalam program pengembangan sentra industri kecil maksudnya yaitu suatu kawasan yang berbentuk PIK (Pemukiman Industri Kecil), LIK (Lingkungan Industri Kecil), SUIK (Sarana Usaha Industri Kecil) yang telah didukung oleh UPT (Unit Pelayanan Teknis) atau TPI (Tenaga Penyuluh Industri). Terakhir bentuk dari strategi pembinaan yaitu dalam wujud pembinaan yang diberikan untuk bidang usaha dan daerah tertentu melalui KUB (Kelompok Usaha Bersama), KOPINKRA (Koperasi Industri Kecil dan Kerajinan).

Sedangkan menurut Hidayat (2000) model pembinaan untuk UKM hanya dibagi menjadi tiga bagian yaitu sebagai berikut: (1) model APEC, (2) model UNDP, dan (3) model Singapura. Hal ini berbeda dengan tokoh sebelumnya yang menyatakan bahwa bentuk dari strategi pembinaan lebih menekankan pada aspek akademisi / pelatihan dan aspek permodalan. Model APEC merupakan model strategi pembinaan yang menjelaskan bahwa di lingkungan APEC para menteri mengidentifikasi lima pokok penting dalam melakukan proses pembinaan UKM yaitu keuangan, teknologi dan teknologi *sharing*, akses pasar, serta akses informasi. Model UNDP merupakan suatu upaya dalam mendukung *policy and regulatory*. Pada model ini diperlukannya *support service* yang terdiri dari tujuh bidang yakni SDM, *advisory services*, keuangan, akses pasar, infrastruktur, jaringan usaha, asosiasi sektoral, serta teknologi. Sedangkan maksud dari model Singapura ini lebih menyertakan pada program bantuan kepada UKM sesuai



dengan tahap pengembangan UKM sendiri. Pada model ini terdaat empat tahap yang akan dilalui oleh UKM yaitu *start up*, *growth*, *expansion*, dan *going overseas*. Tahap – tahap tersebut telah diidentifikasi paket bantuan sekaligus bagi UKM, dalam Partono dan Soejoedono (2002:26-27).

Secara umum, bentuk dari strategi pembinaan yang diberikan oleh pemerintah kepada usaha mikro, kecil, dan menengah terdiri dari tiga aspek penting yaitu (1) aspek keuangan, (2) aspek manajerial, dan (3) aspek pengembangan. Aspek keuangan, suatu bentuk strategi pembinaan yang memberikan fasilitas kemudahan dalam hal finansial. Keuangan merupakan faktor yang penting dalam keberlangsungan kegiatan usaha. Fasilitas dari aspek keuangan yang diberikan oleh pemerintah kepada para pemilik usaha kecil menengah yaitu berupa penyediaan modal, seperti bantuan modal, maupun memberikan kemudahan dalam perkreditan. Aspek manajerial, aspek ini lebih dominan dalam hal pendidikan dan pelatihan dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki oleh usaha mikro, kecil, dan menengah serta untuk meningkatkan produktivitas. Pada aspek ini, bentuk strategi pembinaan yang diberikan meliputi pelatihan dalam mengembangkan kreativitas produk, memperluas akses pasar dan kegiatan pemasaran, serta mengelola laporan keuangan. Aspek pengembangan, pengembangan yang dimaksud dalam hal ini yaitu dalam hal hubungan kemitraan. Dalam mengembangkan UMKM tidak terlepas pula dari dorongan serta bantuan melalui sistem mitra seperti, sistem Bapak – Anak angkat, modal ventura, maupun subkontak.

### **2.1.3 Tahapan Perumusan Strategi Pembinaan Usaha**

Hal utama yang dilakukan oleh organisasi maupun perusahaan sebelum menetapkan cara atau metode untuk dijadikan sebagai pedoman yaitu dengan merumuskan strategi yang akan dibutuhkan. Perumusan strategi pembinaan sangat penting, selain untuk menyusun rencana dengan baik hal itu juga diperlukan dalam menganalisis lingkungan usaha baik internal maupun eksternal. Kegiatan tersebut digunakan pula untuk melihat kekuatan yang dimiliki oleh setiap usaha kecil dan menengah baik dari segi sumber daya manusia, produksi, serta kegiatan pemasaran, dan lainnya. Dalam menganalisis kekuatan usaha kecil dan menengah secara mendetail diharapkan pula dapat menentukan kelemahan yang akan dihadapi oleh suatu usaha dengan usaha lain yang sejenis maupun tidak sejenis. Selain itu, perumusan strategi juga digunakan untuk menganalisis peluang yang akan dimiliki oleh usaha tersebut beserta hambatan yang akan dihadapi pula. Sehingga apabila semua unsur strategi pembinaan dapat dianalisis secara jelas, maka hal ini akan menjadi rencana dalam merumuskan strategi yang kompleks dan sesuai dengan tujuan maupun sasaran perusahaan yang telah direncanakan.

Pada dasarnya, dalam merumuskan strategi pembinaan usaha umumnya dibagi menjadi enam tahap, yaitu (1) menentukan visi dan misi, (2) penyusunan perencanaan strategis, (3) penentuan kebutuhan sumber daya, (4) pelaksanaan, (5) pengawasan, dan (6) evaluasi. Tahap – tahap tersebut dilaksanakan sesuai dengan susunan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada tahap pertama dalam merumuskan strategi pembinaan yaitu penentuan visi dan misi organisasi atau perusahaan. Visi dan misi merupakan komponen yang penting dalam menentukan

tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan tersebut. Dalam menetapkan visi dan misi harus disesuaikan dengan kompetensi yang dimiliki, misal barang atau jasa yang dihasilkan, persaingan yang akan dihadapi, serta pertimbangan yang lain. Pada tahap kedua yaitu penyusunan perencanaan strategis, tahap ini merupakan bagian inti dalam menentukan jalan rencana yang akan ditempuh kedepannya. Tahap ini terdiri dari beberapa proses yaitu perencanaan, pelaksanaan, dan penetapan keberhasilan.

Tahap penentuan kebutuhan sumber daya, pada tahap ini merupakan bagian untuk menyiapkan kepentingan perusahaan yang akan dibutuhkan dan dapat digolongkan secara spesifik. Sedangkan pada tahap pelaksanaan merupakan jalannya strategi yang telah direncanakan. Pada tahap ini, pelaksanaannya lebih terarah dan sesuai dengan rencan. Tahap pengawasan, supaya strategi yang telah dirumuskan dapat berjalan sesuai dengan rencana maka diperlukan pula pengawasan. Dengan tujuan, untuk meminimalisir adanya pelanggaran yang akan ditimbulkan oleh pihak – pihak terkait. Tahap evaluasi, setiap berjalannya suatu kegiatan pasti akan diakhiri oleh tahap ini. Evaluasi merupakan suatu bentuk penilaian atas berjalannya suatu pelaksanaan. Apabila terdapat kekurangan maka diperlukan suatu solusi untuk memperbaiki supaya dapat meminimalisir kesalahan serupa yang akan ditimbulkan pada pelaksanaan berikutnya.

Harsono (2014:107-109) menyatakan bahwa terdapat enam tahap dalam merumuskan perencanaan strategi yaitu: (1) menetapkan visi dan misi; (2) proses penyusunan perencanaan strategis; (3) melakukan identifikasi dan mempersiapkan kebutuhan enabler; (4) proses eksekusi atas perencanaan strategis; (5)

memonitoring hasil bisnis; (6) melakukan review hasil kerja. Pada tahap pertama yaitu menetapkan visi dan misi, dalam suatu organisasi maupun perusahaan visi dan misi merupakan suatu faktor yang penting didalamnya. Disusun berdasarkan pertimbangan pada kompetensi inti yang dimiliki oleh masing – masing, seperti produk yang dihasilkan, kondisi persaingan yang dihadapi, kondisi perekonomian, dan pertimbangan lainnya. Tahap kedua dalam perumusan strategi pembinaan yaitu proses penyusunan perencanaan yang strategis, pada tahap ini terdapat beberapa poin penting yang perlu diperhatikan yaitu penetapan sasaran strategis, penyusunan rencana kerja mulai dari level korporat sampai pada level individu, penetapan indikator keberhasilan beserta target dari rencana tersebut dan berjenjang pula mulai dari level korporat, unit kerja, samapi level individu.

Selanjutnya, tahap dalam melakukan identifikasi dan mempersiapkan kebutuhan enabler yang diperlukan dalam kelancaran proses eksekusi pada perencanaan strategis, seperti kebutuhan SDM, finansial, asset organisasi, teknologi, dan lain sebagainya. Sedangkan pada tahap keempat disebut sebagai proses eksekusi atas perencanaan strategis atau pelaksanaan dari rencana kerja yang telah disusun. Pada tahap kelima untuk memonitoring hasil bisnis atas proses eksekusi dai perencanaan strategis yang telah dilakanakan dan mencakup sesuai jadwal waktu pencapaian. Terakhir, tahap dalam melakukan review hasil kerja bisnis yang diharapkan mampu menghasilkan estimsai yaitu kinerja dari organisasi yang telah dicapai melebihi target yang telah ditetapkan, dan jika tidak mampu mencapai target yang telah ditetapkan maka perlu dilakukannya suatu revisi atas penyusunan maupun eksekusi strategi.

Sedangkan menurut Schroeder (1989) dalam menghasilkan suatu pola yang konsisten untuk menetapkan suatu keputusan maka diarahkan menggunakan strategi bisnis yang lebih fungsional yang disebut sebagai strategi operasi. Menurut pandangan tokoh ini, tidak jauh beda dengan pendapat tokoh sebelumnya dalam menyusun rumusan strategi pembinaan. Menurut Harsono (2014) tahap utama dalam merumuskan strategi yaitu menetapkan visi dan misi. Sedangkan menurut Schroeder (1989) menjelaskan bahwa sebelum menentukan misi perusahaan, maka diperlukan analisa eksternal dan internal yang dihadapi oleh perusahaan. Menurutnya, dalam merumuskan strategi perusahaan dibagi menjadi enam tahap yaitu (1) menganalisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, (2) menetapkan misi, (3) menentukan keunggulan khusus yang dimiliki, (4) menentukan sasaran operasi, (5) menetapkan kebijakan, dan (6) menentukan suatu taktik dan hasil (Faruq dan Usman, 2014:180).

Pada tahap utama yaitu menganalisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Sebelum merumuskan suatu strategi dan persoalan yang dihadapi oleh perusahaan maka diperlukan suatu analisis berdasarkan lingkungan eksternal maupun internal. Lingkungan eksternal biasanya meliputi, pelanggan, persaingan, serta kondisi sosial lainnya. Sedangkan lingkungan internal merupakan suatu persoalan yang dihadapi oleh kondisi perusahaan itu sendiri yang meliputi kelemahan dan kekuatan yang dimiliki. Tahap kedua yaitu menetapkan misi, pada tahap ini merupakan komponen penting. Dalam merumuskan misi harus menentukan prioritas dari sasaran operasi yaitu seperti harga, mutu, serta fleksibilitas. Tahap ketiga yaitu menetapkan keunggulan khusus dalam

menetapkan hal tersebut harus disesuaikan dengan misi yang dimiliki oleh perusahaan. Keunggulan khusus yang dimiliki dapat mengarah pada keunggulan untuk bersaing dalam persaingan pasar. Tahap keempat yaitu menentukan sasaran operasi, sasaran operasi ini dinyatakan dalam bentuk kuantitatif yang spesifik atau dengan kata lain dapat diukur, seperti harga, mutu, dan fleksibilitas yang dapat dibandingkan dengan perusahaan lain. Sehingga sasaran ini diharapkan dapat dicapai dalam jangka waktu pendek maupun panjang.

Tahap kelima yaitu menetapkan kebijakan operasi, kebijakan operasi merupakan penjelasan untuk mencapai sasaran operasi. Kebijakan ini dirumuskan sesuai dengan kategori keputusan, seperti proses, tenaga kerja, serta mutu. Terakhir yaitu tahap dalam menentukan taktik dan hasil, untuk menetapkan taktik harus disesuaikan pula dengan perkembangan strategi. Hasil dari taktik diukur berdasarkan dengan keadaan dan sasaran yang telah digunakan. Apabila hasilnya tidak sesuai dengan yang diharapkan, maka pihak manajemen dapat merevisi taktik atau strategi yang mungkin dibutuhkan.

Menurut Dewi (2017:47) bahwa dalam mengembangkan usaha diperlukannya suatu kerangka yang dapat dilakukan dengan beberapa strategi yaitu: (1) memperbaiki pendidikan kewirausahaan, (2) menyediakan infrastruktur, (3) menyediakan informasi secara luas, (4) membuka akses pendanaan, (5) menyusun program komunikasi. Pertama, strategi memperbaiki pendidikan kewirausahaan maksudnya yaitu lebih ditekankan pada pendidikan formal yang meliputi sekolah dasar sampai perguruan tinggi. Bentuk upaya lain untuk meningkatkan mutu pendidikan kewirausahaan yaitu membangun kerja sama

dengan dunia industri melalui kegiatan magang kewirausahaan. Strategi kedua yaitu menyediakan infrastruktur, bahwa prasarana yang dimaksud yaitu yang berkaitan dengan pendidikan, baik formal maupun informal.

Ketiga, strategi dengan menyediakan informasi secara luas hal ini dapat diperlukan bagi wirausaha yang berada pada tahap *start-up*. Bagi wirausaha yang baru memerlukan informasi yang cukup untuk memulai bisnisnya supaya dapat berkembang dengan baik. Strategi keempat yaitu membuka akses pendanaan terutama bagi pelaku UKM. Akses pendanaan dalam dunia usaha sangat penting peranannya, dalam hal ini wujudnya dapat berupa penyediaan modal sebagai bentuk yaitu pemberian pinjaman kredit baik melalui lembaga bank maupun non bank. Strategi terakhir yaitu dengan cara menyusun program komunikasi dan inisiatif bagi pelaku usaha. Penyusunan program komunikasi digunakan untuk memperluas perolehan informasi baik melalui mitra maupun usaha lainnya.

Berdasarkan pendapat Dewi (2017:47) strategi yang digunakan untuk mengembangkan usaha lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan dalam berwirausaha. Pernyataannya lebih mementingkan sebagai upaya untuk meningkatkan mutu atau kekuatan perusahaan secara internal tanpa menganalisis bentuk ancaman dari luar yang akan dihadapi dalam bersaing. Berbeda dengan pendapat tokoh sebelumnya yaitu menurut Harsono (2014) serta Schroeder (1989) dalam merumuskan strategi pembinaan atau pengembangan usaha telah mencakup rencana yang lebih terarah. Dalam merumuskan strategi, menurut Harsono (2014) dan Schroeder (1989) diawali dengan menetapkan visi dan misi perusahaan yang digunakan sebagai tolak ukur untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan misi

digunakan untuk menganalisis kelemahan dan ancaman dari lingkungan eksternal. Sehingga, apabila kekuatan dan peluang serta kelemahan dan ancaman telah dianalisis maka akan menjadi bekal untuk melakukan persaingan dalam pasar.

#### **2.1.4 Usaha Batik Tulis dalam Perspektif UMKM**

Batik merupakan kerajinan yang memiliki nilai estetika tinggi dan telah menjadi bagian penting bagi kehidupan budaya bangsa Indonesia khususnya suku Jawa sejak zaman dulu. Batik bukan hanya dijadikan sebagai kesenian, namun juga mampu menjadi mata pencaharian masyarakat Jawa sejak dulu. Selain memiliki motif yang beragam, batik juga memegang peran dalam persaingan pasar di Indonesia. Batik menjadi kebutuhan pokok masyarakat Indonesia sebagai kebutuhan sandang yang dipakai sehari – hari.

Keberadaan UKM merupakan bagian komponen terpenting pada perekonomian nasional dan sebagai pusat sektor ekonomi. Adanya keberadaan usaha batik tulis yang berpusat pada pulau Jawa, baik Jawa Tengah, Jawa Timur, maupun Jawa Barat mampu memberikan dampak positif dalam meningkatkan penghasilan masyarakat. Perkembangan UKM batik tulis mampu mengurangi angka pengangguran pada masyarakat. Hal itu dikarenakan teknik pembuatan batik tulis masih bersifat sederhana yang lebih banyak menggunakan tenaga kerja manusia. Semakin berkembangnya UKM batik tulis, maka dapat membantu meningkatkan penerimaan daerah sehingga taraf hidup masyarakat akan lebih baik. Seiring berkembangnya waktu, batik bukan hanya sebagai produk yang unggul di dalam negeri namun juga mampu bersaing dalam persaingan pasar internasional.



Solikha (2018:126) menyatakan bahwa UKM batik memiliki peran dalam meningkatkan penghasilan masyarakat sekitar. Menurutnya, sebagian besar para pekerja yang bekerja di UKM Batik Sari yaitu para ibu rumah tangga yang sebagian besar telah mengalami peningkatan penghasilan pada rumah tangganya. Selain dapat membantu dalam peningkatan penghasilan, UKM batik tulis juga berperan meningkatkan keterampilan. Karena, dalam hal ini dapat memberikan pandangan baru bahwa keahlian dan keterampilan tidak hanya dibentuk pada pendidikan formal namun juga pendidikan non formal.

Sedangkan berdasarkan pandangan dari Triadi, dkk (2018:466-467) peran batik tulis sebagai UMKM adalah UMKM batik tulis memiliki peran utama dalam produksi dan distribusi pada kebutuhan pokok untuk menghadapi persaingan pasar bebas di industri perdagangan Indonesia. Dalam menghadapi persaingan pasar, produsen dihadapkan pada tantangan untuk menarik konsumen. Dengan adanya modifikasi batik tulis yang dapat diubah menjadi produk lain seperti tas, sandal, dan lain lain maka hal ini akan menarik minat konsumen. Sehingga secara umum tujuan utama yang akan dicapai yaitu dapat terbentuknya UMKM dalam bidang industri rumah tangga usaha batik tulis yang memiliki daya saing tinggi pada pasar global.

Menurut pandangan Triadi, dkk (2018:466-467) terdapat kesamaan dengan pendapat dari Solikha (2018) bahwa usaha mikro kecil dan menengah pada bidang pengrajin batik tulis merupakan salah satu bentuk kegiatan usaha utama yang dikembangkan dalam rangka untuk meningkatkan pendapatan masyarakat. Secara garis besar menurut Triadi, dkk (2018) UMKM batik tulis

akan menjadi industri rumah tangga yang bukan hanya dapat menciptakan lapangan kerja baru. Namun, menjadikan usaha mikro dan menengah yang mampu berkembang secara sehat dan mandiri dalam menghadapi daya saing tinggi sehingga memiliki peran sebagai pelaku utama dalam perekonomian negara.

Sedangkan menurut pendapat Ramadhini dan Nasution (2016:137) batik tulis adalah sebagai UKM perlu memiliki suatu keunggulan berupa komparatif dan kompetitif. Keunggulan tersebut supaya usaha batik tulis dapat bertahan dan bersaing dalam pasar global. Sedangkan menurut Tambunan (2002) karakteristik UKM yang memiliki keunggulan kompetitif memiliki kriteria sebagai berikut: (a) memiliki kualitas SDM yang baik, (b) mampu memanfaatkan teknologi secara optimal, (c) melakukan efisiensi dan mampu meningkatkan produktivitas, (d) dapat meningkatkan kualitas produk, (e) memiliki akses promosi yang lebih luas, (f) memiliki sistem manajemen yang berkualitas dan terstruktur, (g) memiliki sumber modal yang memadai, (h) memiliki jaringan bisnis yang luas, (i) memiliki jiwa kewirausahaan, (Ramadhani dan Nasution:2016).

Berdasarkan pendapat para tokoh diatas, bahwa usaha batik tulis dapat dikatakan sebagai perspektif UMKM apabila memiliki kriteria karakteristik sebagai UMKM. Sejauh ini, usaha batik tulis sebagai UMKM telah memberikan dampak positif dalam mengurangi masalah sosial seperti, mengurangi pengangguran dengan terciptanya lapangan kerja. Sebagai pusat kegiatan ekonomi, UMKM batik tulis juga memiliki nilai tambah berupa keunggulan kompetitif untuk berdaya saing dalam tingkat global.

### **2.1.5 Peran Pemerintah dalam Pembinaan Usaha Batik sebagai UMKM**

UMKM merupakan sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian negara, maka hal ini diperlukannya suatu peran pemerintah untuk berorientasi dalam kebijakan ekonomi supaya terciptanya iklim usaha yang lebih terarah. Berdasarkan peraturan Undang – Undang tahun 25 tahun 2000 yang terkait langsung tentang sektor industri dan perdagangan adalah mengembangkan usaha skala mikro, kecil, menengah, dan koperasi melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif, peningkatan akses kepada sumber daya produktif, pengembangan kewirausahaan dan pengusaha kecil, menengah, koperasi berkeunggulan kompetitif serta memacu peningkatan daya saing melalui pengembangan ekspor, pengembangan industri kompetitif, penguatan institusi pasar dan peningkatan kemampuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Peran pemerintah dalam menumbuhkan dan mengembangkan UMKM sangatlah strategis di setiap daerah masing – masing. Sebagai sektor ekonomi, UMKM memiliki peran yang sangat vital dalam pembangunan daerah maupun mengurangi pengangguran maka diperlukannya peran pemerintah daerah yang nyata supaya dapat bertahan ditengah – tengah persaingan global.

Usaha batik tulis merupakan salah satu UMKM yang telah berkembang dan bertahan dalam dunia usaha sampai saat ini. Perkembangan usaha batik tulis tidak terlepas dari kontribusi pemerintah yang aktif. Adanya berbagai program dan kebijakan pemda yang diberikan kepada para pelaku UMKM batik tulis telah memberikan prospek yang lebih baik. Selain itu, adanya berbagai bentuk persaingan pasar global dengan munculnya produk – produk import, maka hal ini

juga diperlukan suatu peran pemerintah berupa perlindungan atau dorongan terhadap para pelaku UMKM batik tulis.

Purba (2018:11) mengemukakan bahwa peran pemerintah dibagi menjadi tiga peran dalam memberdayakan UMKM industri batik, supaya pemberdayaan dapat dilaksanakan secara sistematis dan terintegrasi. Peran pemerintah tersebut yaitu sebagai berikut: (1) peran pemerintah sebagai fasilitator, (2) peran pemerintah sebagai regulator, (3) peran pemerintah sebagai katalisator. Pertama, peran pemerintah sebagai fasilitator dalam hal ini pemerintah memberikan fasilitas kepada pelaku UMKM dalam bidang pemasaran. Fasilitas dalam bidang pemasaran tersebut dapat berupa kegiatan promosi, pameran produk, dan program lainnya. Kedua, peran pemerintah sebagai regulator, kontribusi yang diberikan oleh pemerintah dalam hal ini yaitu pembuatan kebijakan – kebijakan yang dapat memberikan kemudahan para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Terakhir, peran pemerintah sebagai katalisator dalam menjalankan peran sebagai katalisator, pemerintah berperan pula sebagai pihak simultan dalam rangka untuk membantu proses perkembangan UMKM. Bentuk dari peranannya tersebut yaitu berupa pemberian penghargaan terhadap UMKM, pemberdayaan komunitas kreatif untuk meningkatkan produktifitas, serta memberikan prasarana intelektual.

Rianti (2019:21-23) peran utama pemerintah dalam pengembangan industri kreatif meliputi: (1) katalisator, fasilitator, dan advokasi; (2) regulator; (3) konsumen, investor, bahkan *entrepreneur*; dan (4) urban planner. Peran pertama bahwa pemerintah sebagai katalisator, fasilitator, dan advokasi yang member rangsangan, tantangan, dorongan, agar ide-ide bisnis bergerak ke tingkat

kompetensi yang lebih tinggi. Peran pemerintah sebagai regulator yaitu menghasilkan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan insane, industri, institusi, intermediasi, sumber daya, dan teknologi. Sedangkan pemerintah sebagai investor harus dapat memberdayakan asset negara untuk menjadi produktif dalam lingkup industri kreatif dan bertanggung jawab terhadap investasi infrastruktur industri. Peran sebagai konsumen, pemerintah perlu merevitalisasi kebijakan *procurement* yang dimiliki dengan prioritas penggunaan produk-produk kreatif. Sedangkan *entrepreneur*, pemerintah secara tidak langsung memiliki otoritas terhadap badan usaha milik negara. Peran sebagai urban planner bahwa pemerintah memiliki peran sentral dalam penciptaan kota kreatif yang mampu mengakumulasi dan mengkonsentrasikan energy dari individu-individu kreatif menjadi magnet yang menarik minat individu atau perusahaan untuk membuka usaha di Indonesia.

Sedangkan menurut Rini, Pratiwi, Adiono (2015:2024) bahwa terdapat empat strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Industri, Dan Perdagangan Kabupaten Kediri dalam menciptakan iklim usaha kepada industri kreatif batik tulis. Komponen tersebut terdiri dari: (1) akses permodalan, (2) pembangunan prasarana, (3) pengembangan pemasaran, (4) pengembangan sumber daya manusia. Menurut Purba (2018) peran pemerintah dalam memberdayakan UMKM batik tulis dijelaskan secara spesifik dan khusus. Berbeda dengan pendapat Rini, Pratiwi, Adiono (2015) bahwa peran pemerintah dijelaskan sesuai dengan kebutuhan yang dihadapi oleh UMKM batik secara umumnya.

Penyediaan akses permodalan, dalam dunia usaha modal merupakan komponen terpenting. Namun, modal juga dapat dikatakan sebagai salah satu kendala dalam memulai suatu usaha. Maka, untuk meminimalisasi hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM batik tulis pemerintah memberikan fasilitas dalam pemberian modal yaitu berupa pemberian kredit dana bergulir. Peran dalam pembangunan prasarana, hal ini pemberian fasilitas prasarana lebih ditekankan pada kegiatan pemasaran. Karena, prasarana pemasaran dapat memberikan dampak ekonomis dalam mendistribusikan produk yang dihasilkan kepada para konsumen, seperti adanya *showroom*. Pengembangan pemasaran, dalam rangka mengembangkan pemasaran pada UKM batik tulis dilakukan melalui beberapa perluasan jaringan yaitu jaringan pemasaran, pengembangan skala usaha melalui kemitraan, serta peningkatan akses teknologi. Pengembangan sumber daya manusia, sebagai aspek terpenting dalam UMKM sumber daya manusia memiliki peran sebagai penggerak kegiatan usaha. Salah satu upaya pemerintah dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia yaitu melalui pelatihan kepada para pelaku usaha batik tulis.

Bonita (2013:239) menjelaskan bahwa peran pemerintah terhadap UKM batik tulis yaitu sebagai berikut: (1) permodalan, (2) tenaga kerja, dan (3) pemasaran. Aspek permodalan, pada aspek ini pemerintah memberikan layanan berupa pinjaman modal kepada para pelaku usaha melalui Dinas Koperasi dan UMKM. Aspek tenaga kerja, dalam rangka untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia maka pemerintah memberikan fasilitas pelatihan yang meliputi pelatihan manajemen keuangan, manajemen pembukuan, manajemen pemasaran,

serta pelatihan membuat desain dan pengembangan produk. Aspek pemasaran, untuk memperluas pemasaran baik dalam lokal maupun global maka pemerintah mengadakan kegiatan pameran dari produk yang telah dihasilkan.

Sedangkan pendapat dari Purba (2018:11) sama dengan pendapat Rianti (2019:21-23) bahwa peran pemerintah tidak terlepas sebagai regulator, katalisator, dan fasilitator. Hal ini dimaksudkan supaya pemerintah dalam memberikan fasilitas pembinaan juga didasari atas kebijakan yang mengatur dalam proses kegiatan tersebut sehingga hasilnya dapat memberdayakan UMKM batik tulis menjadi lebih berkualitas. Sedangkan Bonita (2013) satu konsep dengan pendapat Rini, dkk (2015) bahwa bentuk dari peran pemerintah didasarkan atas kebutuhan yang diperlukan oleh para pelaku UMKM batik tulis pada umumnya. Sebagai usaha kecil dan menengah, secara umum usaha batik tulis memiliki tenaga kerja yang berpendidikan rendah. Hal ini juga berpengaruh terhadap kemampuan sumber daya manusia yang masih rendah dalam menghadapi teknologi modern. Pada dasarnya, kualitas sumber daya manusia bukan hanya berpengaruh pada hasil produksi, namun juga kemampuan dalam kegiatan pemasaran serta pengelolaan keuangan usaha.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian Wahidah (2018:13-14) hasil riset dari penelitian ini yaitu terdapat empat strategi komunikasi dalam pembinaan UMKM di Kabupaten Meranti yaitu: (1) pendataan ke tempat para pelaku usaha serta menyeleksi usaha – usaha tersebut untuk menetapkan usaha yang layak untuk dibina. (2) strategi media komunikasi dalam melakukan pembinaan yaitu menetapkan media

kelompok yang merupakan media untuk memberi informasi kepada para pelaku usaha. (3) strategi pesan komunikasi yang disampaikan dalam kegiatan pembinaan yaitu berupa pesan verbal dimana komunikator menyampaikan perkembangan tentang dunia usaha serta permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha. (4) strategi komunikasi menentukan komunikator dalam kegiatan pembinaan yaitu untuk menentukan kriteria berupa orang – orang yang terjun secara langsung dalam melakukan pembinaan serta yang memiliki pengetahuan tentang proses kegiatan pembinaan terhadap UMKM. Sedangkan penelitian yang serupa tentang pembinaan yaitu Penelitian dari Nirwana, dkk (2017) hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa pemerintah memiliki peran penting dalam melakukan pembinaan yaitu: (1) regulator, pemerintah memiliki peran untuk membuat dan menerapkan kebijakan yang berkaitan dengan kegiatan UMKM serta kebijakan lain sebagai referensi bagi para pelaku UMKM. (2) katalisator, pemerintah menetapkan Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Perdagangan dan Perindustrian sebagai lembaga untuk memberikan arahan kepada para pelaku UMKM. Selain dua peran pemerintah tersebut, peran yang lain yaitu sebagai fasilitator, pendampingan, pendanaan, permodalan, serta pelatihan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan yang sebelumnya kegiatannya telah berjalan dengan baik.

Berdasarkan beberapa pembinaan yang dilakukan untuk mengembangkan UMKM, terdapat pula penelitian serupa yang berkaitan dengan hal tersebut yaitu penelitian oleh Anggrahini dkk (201:185-187). Hasil penelitian ini menyatakan bahwa segala bentuk strategi yang telah disusun dalam upaya untuk melakukan



perbaikan dan pengembangan bisnis IKM konveksi yang diharapkan mampu bertahan dan bersaing dalam persaingan global. Terdapat empat strategi yang diputuskan sebagai suatu saran kebijakan pada IKM konveksi yaitu: (1) strategi kebijakan *financial*, kebijakan ini sangat penting untuk meningkatkan investasi serta melakukan manajemen keuangan yang lebih terstruktur. (2) strategi kebijakan *customer*, perlunya untuk melakukan adaptasi dengan lingkungan eksternal dalam rangka untuk memperoleh pelanggan baru. (3) strategi kebijakan proses bisnis internal, dalam kebijakan ini menuntun untuk melakukan modernisasi proses produksi serta adaptasi teknologi. Dan (4) strategi kebijakan pengembangan SDM, perlunya dilakukan pelatihan atau transfer pengetahuan yang akan disesuaikan terlebih dahulu dengan pengetahuan konveksi terkini serta diharapkan SDM konveksi dapat melakukan desain konveksi secara berkelanjutan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, dalam penelitian Ridwan, dkk (2014:197-198) menyatakan bahwa hasil dari penelitian tersebut yaitu: (1) secara aplikatif serta pasca pelaksanaan pembinaan yang melalui beberapa kegiatan yaitu pelatihan, magang atau studi banding, pendampingan, sosialisasi peraturan, bantuan dana bergulir, bantuan peralatan produksi, outlet penjualan, promosi, dan sertifikasi belum mencapai hasil yang optimal. (2) faktor – faktor yang menghambat pelaksanaan pembinaan yaitu kurangnya aparat pembina IKM khususnya pada tenaga penyuluh dan pendamping sehingga hal ini mengakibatkan tidak seimbangnya jumlah IKM yang akan dibina dengan jumlah Pembina yang tersedia. Selain itu faktor penghambat lain yaitu dikarenakan terbatasnya anggaran, kurangnya perencanaan kegiatan yang matang.

Penelitian Grant dan Hartley (2013:112) memperoleh hasil bahwa dalam melakukan pembinaan yang baik itu mampu meningkatkan pada pencapaian tujuan dan kesejahteraan yang akan diperoleh. Pembinaan yang dilakukan perlu disesuaikan dengan tujuan, nilai, dan bahasa organisasi. Faktor – faktor tersebut penting untuk memberikan landasan utama dalam proses pengembangan kepemimpinan sebagai program pelatihan. Pada penelitian ini telah mengimplementasikan program Leader as Coach sebagai acuannya. Hasilnya menunjukkan kelebihan bahwa untuk mengembangkan keterampilan pemimpin dapat melakukan suatu pembinaan sebagai program dalam memberikan fasilitas pada perubahan organisasi dan mampu menghasilkan tempat kerja yang produktif dan menciptakan lingkungan lebih menarik. Sedangkan penelitian dari Cote dan Gilbert (2015:318-319) Hasil penelitian ini menggambarkan tentang suatu masalah kritis yang berkaitan antara penelitian dan pembinaan dengan memberikan sebuah definisi tentang faktor – faktor untuk menjelaskan antara efektif dan tidak efektif dalam melakukan pelatihan. Elemen penting dalam melakukan keefektifan pembinaan dan keahlian yaitu dengan memberikan sebuah definisi yang diadopsi oleh organisasi pembinaan dan dapat memperluas bidang penelitian pembinaan.

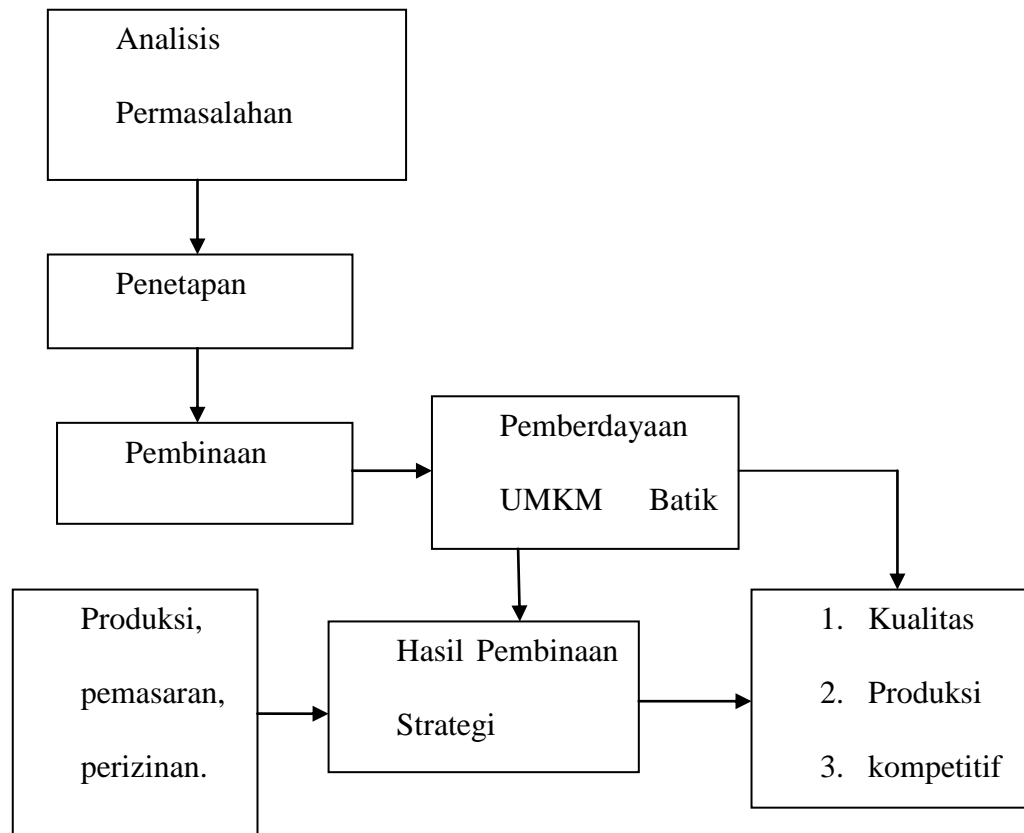
Penelitian Cox, dkk (2014:156) Pada penelitian ini menjelaskan sifat pembinaan yang beragam dan hasilnya tergantung pada interaksi empat elemen yaitu pelatih sebagai individu, hubungan pembinaan, dan konteks. Berdasarkan keragaman pendekatan pembinaan dapat memberikan peluang bagi pelatih untuk memanfaatkan teknik dan model yang paling tepat guna memenuhi kebutuhan

organisasi dan klien. Beberapa agenda lain diperlukan untuk mengembangkan keterampilan pembinaan dalam manajer dan atau menambah pelatih internal yang lebih baik serta terfokus pada kebutuhan peningkatan kinerja. Agenda lain tersebut dapat diterapkan untuk pengembangan masalah organisasi dengan peluang untuk mengembangkan kemampuan dalam memimpin. Kelebihan pembinaan yang dilakukan adalah dalam pendekatan individual yang dibuat khusus untuk setiap klien. Sedangkan penelitian dari Fausiah (2016) diperoleh hasil dalam penelitian tersebut yaitu (1) pembinaan yang dilakukan oleh Dinas belum sepenuhnya dapat berjalan secara efektif karena pelayanan yang disediakan pun belum optimal, misalnya untuk memenuhi kebutuhan peralatan produk belum sepenuhnya dapat meringankan beban pelaku usaha terutama dalam hal memberikan perlindungan. (2) ketidak berhasilan pembinaan melalui pelibatan masyarakat disebabkan belum ada keseriusan pemerintah daerah membantu industri kecil melakukan pembinaan secara berkelanjutan. (3) pembinaan yang memberikan hasil optimal yaitu dapat menjalin hubungan kemitraan antar para pengusaha dalam hal perolehan perizinan pengolahan pangan industri rumah tangga (PIRT).

Sedangkan dalam penelitian lain yang membahas tentang pembinaan dan pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Perindagkop dan UMKM dalam penelitian Mayangsari (2015:297-298). Hasil dari pemberdayaan yang dilakukan oleh Diskoperindag dan ESDM kepada pengrajin Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo dalam aspek permodalan dan pemasaran. Melalui aspek permodalan, pihak Dinas memberikan pinjaman satu tahun sekali yang bekerja sama dengan Bank Jatim

serta bunga yang diberikan sebesar 6% dengan jaminan maupun tidak. Sedangkan aspek pemasaran, mengadakan kegiatan promosi melalui pameran baik didalam negeri maupun luar negeri. Selain itu, kegiatan promosi juga dilakukan melalui *e-commerce* seperti bukalapak. Selain kedua aspek tersebut pihak Dinas Perindag dan ESDM juga melakukan pembinaan dalam hal pengembangan sumber daya manusia dan peningkatan kemampuan teknologi melalui pengenalan web. Penelitian serupa yang membahas mengenai pembinaan dari penelitian Irfan, dkk (2017:298-299). Hasil yang diperoleh dari penelitian pengabdian masyarakat ini menyatakan bahwa segala program yang dilaksanakan dalam kegiatan dinyatakan berhasil sesuai dengan target luaran yang telah ditetapkan. Dikarenakan adanya keterlibatan dua mitra dalam pelaksanaannya, selain itu pula mitra tersebut telah memiliki *website* untuk melakukan promosi dan penjualan secara online. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini mampu memberikan keterampilan serta menambah wawasan bagi para pelaku usaha mikro pengrajin sepatu. Selain itu, mitra yang dibentuk pun telah memiliki izin usaha dari pemerintah setempat dan akan didaftarkan pada Dinas Koperasi supaya memiliki jaringan untuk memasarkan produk tersebut. Hal ini pula diharapkan dapat meningkatkan motivasi para pelaku usaha mikro, supaya tetap mempertahankan usahanya sebagai penopang perekonomian di negara Indonesia.

### 2.3 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Berdasarkan gambar kerangka berpikir diatas bahwa sebelum menetapkan strategi pembinaan yang akan diberikan oleh pemerintah kepada para pelaku usaha hal utama yang dilakukan yaitu menganalisis masalah yang dihadapi oleh usaha batik tulis. Masalah – masalah yang sering dihadapi oleh usaha kecil menengah batik tulis tidak jauh beda dengan usaha kecil lainnya yaitu kegiatan produksi, pemasaran, serta aspek perizinan atau hak merek produk. Dalam menganalisis masalah yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui suatu kebutuhan yang diperlukan oleh UMKM batik tulis baik sekarang maupun yang akan datang. Supaya pemerintah dapat mengetahui kondisi usaha batik tulis

secara akurat sesuai dengan keadaan di lapangan maka dapat dilakukan melalui peran Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM.

Apabila segala informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah batik tulis telah diperoleh secara mendetail, maka langkah selanjutnya untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu diperlukannya strategi yang tepat. Penetapan strategi tersebut disesuaikan dengan aspek – aspek yang diperlukan oleh usaha batik tulis seperti aspek produksi, pemasaran, dan perizinan. Jika telah diperoleh strategi yang sesuai untuk dapat mengatasi permasalahan usaha batik tulis, maka langkah selanjutnya yaitu pembinaan.

Pembinaan strategi dilakukan oleh pemerintah melalui peran Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM kepada para pelaku usaha batik tulis. Pembinaan – pembinaan yang diberikan dapat berupa pelatihan, pendidikan, maupun kebijakan lain untuk meningkatkan kualitas usaha batik tulis serta mengatasi permasalahan yang dihadapi. Secara umum, dalam melakukan kegiatan pembinaan strategi sifatnya berkelanjutan dan bertahap.

Langkah yang dapat dilakukan oleh pemerintah dalam rangka untuk menjadikan usaha batik tulis menjadi UKM yang dapat bersaing dalam pasar global maka diperlukan suatu pemberdayaan. Pemberdayaan merupakan suatu bentuk langkah pemerintah yang menjadikan usaha batik tulis sebagai UKM yang unggul dan dapat berkontribusi dalam kegiatan ekonomi daerah. Bentuk dalam melakukan pemberdayaan UKM batik tulis tersebut dapat berupa kebijakan lain

yang mengarah untuk meningkatkan kualitas usaha, baik dari aspek produksi, pemasaran, perizinan, maupun aspek lain.

Apabila pembinaan strategi telah dilakukan berdasarkan rencana maka akan diperoleh hasil yang dapat menjadikan usaha batik tulis menjadi lebih baik. Hasil pembinaan tersebut mampu meningkatkan kualitas usaha, perubahan dalam kegiatan produksi, serta menjadikan usaha batik tulis yang lebih kompetitif. Sehingga hal ini dapat menyiapkan usaha batik tulis sebagai UKM yang dapat bersaing dalam memperluas pangsa pasar, baik paasar nasional maupun internasional.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Hasil penelitian penulis dapat diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang meliputi: observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian merupakan jawaban atas rumusan masalah yang telah disusun oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1. Regulasi pembinaan usaha Batik Tulis Lasem oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Rembang diatur dalam Peraturan Bupati Nomor 29 Tahun 2017 tentang pelestarian Batik Tulis Lasem. Ruang lingkup regulasi tersebut meliputi: perlindungan motif Batik Tulis Lasem, pengembangan pengetahuan tentang Batik Tulis Lasem, pembinaan dan pendampingan kepada pembatik dan pengrajin, pengembangan kawasan Batik Tulis Lasem, pengembangan promosi dan pemasaran Batik Tulis Lasem. Kedua.
2. Pelatihan yang diberikan oleh pihak Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM Rembang diadakan setiap tahun dan selalu mengalami inovasi sesuai dengan kebutuhan para usaha Batik Tulis Lasem.
3. Bidang yang menjadi sasaran dalam pelaksanaan pembinaan terdiri dari bidang pemasaran, produksi, bidang lingkungan sosial, dan bidang perizinan. Dalam rangka memperkuat posisi usaha dilakukan cara pendampingan untuk memperoleh izin usaha. Ada beberapa pelaku usaha batik tulis yang telah memperoleh hak merek melalui badan hukum HAKI.



4. Pelaksanaan pembinaan tidak ditemui faktor penghambat sedangkan faktor pendorong berasal dari diri pribadi pelaku usaha Batik Tulis Lasem. Pemerintah Kabupaten Rembang selalu berupaya untuk mengembangkan dan memajukan produk warisan tersebut.

5. Tingkat keberhasilan atas pelaksanaan pembinaan dapat berupa suatu prestasi maupun tingkat pengetahuan yang diperoleh berdasarkan hasil pembinaan.

## **5.2 Saran**

1. Pemerintah Kabupaten Rembang harus menyempurnakan regulasi pembinaan yang mencakup bidang permodalan, pengembangan fasilitas *showroom*, dan pendampingan terhadap para pengrajin dan pembatik.

2. Pelatihan yang diberikan oleh pihak Dinindagkop dan UMKM Rembang perlu dilakukan penyempurnaan terhadap metode, teknik, serta penambahan kuota pelatihan.

3. Pemerintah harus meningkatkan pendampingan dengan cara memperluas jaringan perizinan atas hak merek usaha Batik Tulis Lasem.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bonita, F. (2013). Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Batik. *Economics Development Analysis Journal* , 239.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana.
- Cote, J., & Gilbert, W. (2009). An Integrative Definition of Coaching Effectiveness and Expertise. *International Journal of Sports Science & Coaching* , 318-319.
- Cox, E., Bachkirova, T., & Clutterbuck, D. (2014). Theoretical Traditions and Coaching Genres: Mapping the Territory. *Advances in Developing Human Resources* , 156.
- Dewi, S. K. (2017). *Konsep dan Pengembangan Kewirausahaan Di Indonesia*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Faruq, M. A., & Usman, I. (2014). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* , 180.
- Fausiah, S. (2016). Efektivitas Pembinaan Usaha Industri Kecil Olahan Pangan Oleh Dinas Koperasi Umkm Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Sigi. *E-Jurnal Katalogis* , 74 - 79.
- Grant, A. M., & Hartley, M. (2013). Developing the leader as coach: insights, strategies and tips for embedding coaching skills in the workplace. *Coaching: An International Journal of Theory, Research and Practice* , 112.
- Harsono, B. (2014). *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses Melalui UMKM*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kuncoro, M. (2004). *Otonomi Dan Pembangunan Daerah (Reformasi, Perencanaan, Strategi, dan Peluang)*. Jogjakarta: Erlangga.
- Maemonah, S. (2015). Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren Di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. *Economics Development Analysis Journal* , 416.
- Mayangsari, A. (2015). Dampak Pemberdayaan Pengrajin Batik Oleh Diskoperindag Dan Esdm Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Umkm Batik Jetis Sidoarjo. *Kebijakan dan Manajemen Publik* , 297-298.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, M. I., Prayogi, M. A., & Nasution, S. M. (2017). Pembinaan Pengelolaan Manajemen Usaha Dan E-Marketing Pada Pelaku Usaha Industri Mikro Pengrajin Sepatu Di Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* , 298-299.

- Nirwana, D. C., Muhammadiyah, & Hasanuddin, M. (2017). Peran Pemerintah Dalam Pembinaan Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Enrekang. *Jurnal Administrasi Publik* , 6-12.
- Partomo, T. S., & Soejoedono, A. R. (2002). *EKONOMI (Skala Kecil / Menengah dan Koperasi)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Purba, G. M. (2018). Peran Pemerintah Daerah Dalam Memberdayakan Umkm Di Kota Semarang (Studi Kasus Kampung Batik Kota Semarang). *Jurnal FISIP UNDIP* , 11.
- Ramadani, F., & Nasution, I. G. (2016). Strategi Pengembangan Ukm Batik Di Kota Medan. *National Conference of Applied Sciences, Engineering, Business and* , 137.
- Rianti, R. (2019). *Pertumbuhan Industri Kreatif Di Indonesia*. Tangerang: Loka Aksara.
- Ridwan, M., Hartutiningsih, & Hatuwe, M. (2014). Pembinaan Industri Kecil dan Menengah Pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang. *Jurnal Administrative Reform* , 191.
- Rini, E. P., Pratiwi, R. N., & Adiono, R. (2015). Strategi Menciptakan Iklim Ukm Pada Industri Kreatif Batik Tulis (Studi Pada Dinas Koperasi, Industri, Dan Perdagangan Kabupaten Kediri). *Jurnal Administrasi Publik* , 2024.
- Ririh, K. R., Anggrahini, D., & Amalia. (2011). Strategi Kebijakan Pengembangan Dan Pembinaan Ikm Konveksi Sebagai Salah Satu Industri Kecil Menengah Di Indonesia. *J@TI Undip* , 185-187.
- Solikha, S. M. (2018). Peran Ukm Batik Sari Dalam Meningkatkan Penghasilan. *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma* , 126.
- Subanar, H. (2009). *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisno, D., Suryono, A., & Said, A. (2016). Perencanaan Strategis Sektor Usaha Mikro Dalam Mengatasi Permasalahan Pemasaran. *Wacana* , 111.
- Triadi, R., Susilowati, D., & Hadi, S. (2018). Analisis Pendapatan Home Industri Usaha Batik Tulis Di Kecamatan Tanjungbumi Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ilmu Ekonomi* , 466 - 467.
- Wahidah, R. (2018). Strategi Komunikasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi Dan Ukm Dalam Melakukan Pembinaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di Kabupaten Kepulauan Meranti. *Jom Fisip* , 9 - 13.

Fajar, M. (2015). *Ukm Di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.