

A CORRELATION BETWEEN TRAINING, PROMOTION, IMAGING AND PUBLIC INTEREST WITH INCREASE OF SALE IN PRODUCT OF “BATIK TULIS” IN LAWEYAN, SURAKARTA.

Muhammad Sujanto

Dr. Zaini Rohmad, M.Pd

Drs. Suparno, M.Si

Program Studi Pendidikan Sosiologi Antropologi Fakultas Keguruan
Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta

Abstract

The purpose of this research is to detect: (1) a correlation between batik training with increase of sale in product of batik, (2) a correlation between batik promotion with increase of sale in product of batik, (3) a correlation between batik imaging with increase of sale in product of batik, (4) a correlation between public interest with increase of sale in product of batik, (5) a correlation between training, promotion, imaging and public interest with increase of sale in a product of “batik tulis” in Laweyan, Surakarta

The research uses quantitative method. The research population is a whole entrepreneur and devotee of batik in Laweyan, Surakarta. A sample was took through *Purposive Sampling* technique. The data collection techniques use questionnaire and documentation. A data analysis technique was used with correlation test and double regression technique.

Based on the results of research can be concluded that: (1) there is positive correlation and significant between batik training with increase of sale in a product of batik in Laweyan, Surakarta, (2) there is positive correlation and significant between batik promotion with increase of sale in a product of batik in Laweyan, Surakarta, (3) there is positive correlation and significant between imaging batik with increase of sale in a product of batik in Laweyan, Surakarta, (4)) there is positive correlation and significant between public interest with increase of sale in a product of batik in Laweyan, Surakarta, (5) there are positive correlation and significant collectively between training, promotion, imaging and public interest with increase of sale in a product of batik in Laweyan, Surakarta

Keywords : “Batik Tulis”, Product, Promotion and Imaging

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan terbanyak di dunia yang memiliki suku bangsa beragam tersebar di seluruh kepulauan di nusantara. Keragaman budaya telah menjadi satu dalam Bhineka Tunggal Ika untuk merangkul semua ragam budaya di Indonesia. Keragaman ini menjadikan keunikan tersendiri dari setiap suku bangsa di Indonesia. Salah satunya hasil kebudayaan bangsa Indonesia yang ada sejak ratusan tahun yang lalu hingga sekarang adalah batik. Seni membatik tersebar hampir di banyak pulau di Indonesia di antaranya Pulau Sumatera, Pulau Jawa, Pulau Madura, dan sebagian Pulau Bali.

Anindito Prasetyo (2010) dalam bukunya *Batik Karya Agung Warisan Budaya Dunia*, menjelaskan;

Seni pewarnaan kain dengan teknik pencelupan pewarnaan menggunakan malam adalah salah satu bentuk seni kuno. Penemuan di Mesir menunjukkan bahwa teknik ini telah di kenal semenjak abad ke 4 SM, dengan di ketemukannya kain pembungkus mumi yang di lapisi malam untuk membentuk pola. Di Asia, teknik serupa batik juga diterapkan di Tiongkok semasa Dinasti Tang serta di India dan di Jepang semasa Periode Nara. Di Afrika teknik seperti batik di kenal oleh Suku Yakuba di Nigeria, serta Suku Soninke dan Wolof di Senegal. (hlm. 2)

Di Pulau Jawa juga banyak terdapat daerah penghasil batik, Menurut Widodo (1982 : 2) “Kota-kota penghasil batik di antaranya adalah Solo, Yogyakarta, lasem, Pekalongan, Banyumas, Probolinggo

dan lain-lain. Sebagian masyarakat menganggap bahwa Pekalongan, Solo dan Yogyakarta merupakan daerah pusat penghasil batik”. Di kota Surakarta atau Solo terdapat dua daerah yang terkenal sebagai daerah penghasil batik yaitu Laweyan dan Kauman. Laweyan pernah memegang peran penting dalam perkembangan batik di Indonesia pada akhir abad 19 dan awal abad 20. Kampung Laweyan merupakan daerah yang memiliki peran cukup penting dalam sejarah perkembangan kota Surakarta yaitu sebagai penghasil batik. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Soedarmono (2006:66-67)

Sejarah ekonomi Laweyan antara tahun 1910 sampai tahun 1930 nampaknya terus menerus mengembangkan identitasnya ke dalam golongan masyarakat saudagar. Sulit di temukan tandingannya, alasan pertama adalah gambaran komposisi perusahaan di Surakarta tahun 1928, jumlah seluruhnya 387,61%. Dari jumlah tersebut (236 perusahaan) milik pengusaha pribumi. Selanjutnya produksi batik di kota itu hampir 85% berada di tangan saudagar-saudagar Laweyan, dengan perincian 182 perusahaan atau 88% lebih dari jumlah keseluruhan (205) adalah pengusaha besar industri batik dan barang-barang yang ada hubungannya dengan itu.

Laweyan merupakan wilayah terkenal dan sudah tidak diragukan sebagai daerah penghasil batik. Batik di satu sisi sebagai warisan sejarah kebudayaan sampai saat ini, batik juga menjadi motor penggerak perekonomian masyarakat Surakarta

khususnya adalah masyarakat kampung Laweyan.

Anindito Prasetyo (2010) dalam bukunya *Batik Karya Agung Warisan Budaya Dunia*, menjelaskan;

Laweyan adalah salah satu sentral batik di Solo. Kampung ini tentunya ada banyak sekali sejarah yang tertinggal di kampung ini dan menjadi icon Batik Solo. Sejarah pbatikan di Indonesia berkaitan erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran ajaran Islam di Tanah Jawa.

Dalam beberapa catatan, pengembangan batik banyak dilakukan pada masa kerajaan Mataram, kemudian pada masa kerajaan Solo dan Yogyakarta (hlm.20)

Di era kemerdekaan, Laweyan mengalami puncak-puncak kejayaan saat Pemerintahan Ir Soekarno, karena batik di masa itu diproduksi dalam berbagai pesanan, sehingga para pengrajin batik banyak pesanan. Dengan begitu para juragan-juragan di Kampung Laweyan sangat kaya raya, tetapi di era itu generasi penerusnya seperti di ninabobokan, karena memiliki semboyan biar orang tua yang susah, yang penting anak cucu nanti bahagia. Dari sinilah para anak-anak juragan-juragan banyak yang mulai tidak begitu berminat di bidang batik dan memilih bidang lain. Seiring perkembangan zaman batik mulai mengalami kemunduran, Solichul H.A Bakri dalam penelitiannya yang berjudul *Potensi Industri Perbatikan di Kampung Batik Laweyan*, memberikan penjelasan

Proses regenerasi di kalangan pembatik mengalami hambatan karena generasi muda enggan

meneruskan kegiatan industri perbatikan. Padahal mereka berasal dari keturunan pengusaha batik. Mereka lebih suka memilih karier profesional di luar batik, seperti menjadi dokter, pengacara, dosen, atau pengusaha di bidang lain. Selain itu kalangan generasi muda yang berasal dari jalur batik, keminiman regenerasi juga terjadi di jalur non pengusaha, terutama bagi mereka yang mengenyang pendidikan tinggi. Ada indikasi terjadi krisis penerus pelaku batik, antara lain tidak bertambahnya jumlah pengusaha batik sejak dua dasawarsa lalu. Hingga kini, hanya ada 22 pengusaha batik di Laweyan. Banyak dari pengusaha itu yang telah menjalankan usahanya di atas 20 tahun, bahkan ada yang 35 tahun.

Sedangkan sejarawan dan budayawan UNS S memberi pendapat mengenai regenerasi pengusaha batik di Laweyan:

Pada awalnya itu pengusaha batik di Laweyan di pegang sebagian besar oleh golongan pengusaha wanitanya, atau *Mbok mase*. Dulu itu anak-anak mereka sebagian besar waktunya di gunakan untuk membantu usaha orang tuanya, tetapi seiring perkembangan zaman, pola pikir para pengusaha batik di Laweyan sudah berubah. Kebanyakan anak-anak mereka di sekolahkan sampai ke tingkat yang tinggi hal itu juga menyebabkan anak-anak itu bekerja di luar industri batik, jadi mereka enggan untuk meneruskan usaha orang tua mereka, selain juga karena sebagian besar waktu mereka juga tidak mereka gunakan untuk membantu

usaha orang tuanya. Hal inilah yang menyebabkan industri batik di Laweyan mengalami masa kemunduran, hingga saat ini masih ada sekitar tiga puluhan jumlah pengusaha batik.

(W/S/2/6/2008)

Hal ini perlu penelitian yang serius dan teliti, agar tidak terjadi pembenaran persepsi secara sepihak saja, dengan asumsi kebudayaan batik telah mulai di tinggalkan, tanpa melihat dan mengkaji masalah yang terjadi secara nyata di lapangan. Batik adalah milik seluruh bangsa Indonesia, yang mana pelestariannya perlu di dukung oleh semua pihak. Jangan sampai peninggalan sejarah hilang seiring modernisasi, karena sejarah kebudayaan merupakan jati diri leluhur bangsa Indonesia pada jaman dahulu, dan seharusnya di lestariakan dan di pertahankan sebagai warisan sejarah di masa sekarang untuk di kembangkan mengikuti perkembangan Zaman. Selain sebagai sentral industri batik di Surakarta, laweyan juga bisa menjadi wisata unik yang penuh dengan muatan budaya. Tentu di perlukan modal yang tidak sedikit untuk mewujudkan ini, tetapi ini merupakan infestasi jangka panjang untuk tetap melestarikan budaya bangsa di masa mendatang. Pemerintah kota Surakarta dalam hal ini, dalam Surat Keputusan Walikota Surakarta Nomor 534.05/136-B/1/2004 di jelaskan : “Bahwa dalam rangka upaya untuk meningkatkan peran Kampung Laweyan sebagai kawasan batik dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya usaha batik di Laweyan Surakarta, perlu pengembangan usaha industri batik dengan tetap mempertahankan

nilai budaya dan kelestarian lingkungan”.

Promosi batik di era sekarang ini harus selalu di lakukan, maka perlu memiliki adanya kemampuan menguasai tehnologi dan menjaga relasi dengan baik. Kedua hal ini sangat lekat sekali seiring keadaan pasar yang semakin kompetitif baik berupa batik ataupun produk lain di luar batik. Kecermatan dalam mencari peluang pasar harus di perhatikan dengan teliti, salah-satunya dengan selalu meningkatkan kemampuan dan selalu mengikuti perkembangan produk lain. Dalam rangka meningkatkan promosi Wisata Batik Laweyan dapat di lakukan langsung, cetak ataupun elektronik, hal ini sangat membantu dalam era modern saat ini.

Saat ini, untuk meningkatkan pencitraan batik di masyarakat dalam rangka meningkatkan penjualan hasil produksi batik perlu adanya inovasi baru dalam rangka mengikuti selera pasar, mulai dari eksistensi Batik Tulis, Batik Cap, dan Batik Printing. Dari ketiga jenis produksi batik ini, hanya batik cap dan printing yang sangat sering di jumpai, karena selain pembuatannya lebih cepat dan harganya relatif terjangkau. Sedangkan keadaan batik Tulis lambat laun mulai di tinggalkan karena harganya sangat mahal. Beberapa usaha keras telah di tempuh pemerintah bekerja sama dengan pengusaha batik di laweyan untuk melestarikan batik tulis baik dengan kunjungan wisata ataupun menjadi salah satu ekstrakurikuler di sekolahan dan ada sebagian sekolah di Solo yang menjadikanya sebagai Muatan Lokal Sekolah. Hal ini masih mengalami kendala seperti minat masyarakat dan generasi penerus yang kurang tertarik dengan usaha batik

tulis. Inilah yang disebut sebuah pergeseran makna, dari batik yang dahulu sebagai identitas dan gaya hidup masyarakat, sekarang nilai-nilai itu bergeser dan mulai hilang seiring perkembangan zaman. Maka tidak hanya di perlukan sebuah pencitraan saja, tetapi nilai ini harus sengaja di tanamkan sebagai sebuah *brand* yang tentu hal ini tidak akan terkesan ketinggalan zaman, justru akan memiliki kesan unik dan modern. Maka ini akan sangat efektif untuk tetap mempertahankan eksistensi batik tulis yang mana ini adalah cikal dari penciptaan batik di era modern dan masa mendatang, tentu batik tulis harus mendapatkan perlakuan istimewa agar selera pasar terhadap batik tulis meningkat. Tentu hal ini tidak mudah karena di satu sisi batik sebagai warisan budaya yang harus di jaga kelestariannya karena merupakan cikal bakal pembuatan batik di hadapan dengan cara pandang konsumen yang menginginkan barang murah tanpa melihat nilai seni dan kerumitan dari pembuatannya yang menjadikan batik itu sendiri yang memiliki daya tarik sendiri.

Setelah di tetapkannya batik oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*masterpieces of the Oral and intangible Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober 2009, memberikan dampak yang signifikan terhadap gairah industri perbatikan di Indonesia terutama di Kampung Laweyan yang menjadi salah satu sentral penghasil batik untuk bangkit dan berbenah lebih baik lagi. Seberapa pentingkah batik untuk di pertahankan, tetapi setelah ada negara lain seperti malaysia mengklaim batik sebagai milik mereka,

menunjukkan bahwa betapa Bangsa ini merasa kehilangan dan menyadari betapa pentingnya menjaga warisan batik yang di turunkan dari generasi terdahulu kepada generasi di masa mendatang. Batik juga menjadi pangsa pasar yang menjanjikan baik di ranah Nasional maupun Global.

Hal inilah yang salah satunya di gagas oleh FPKBL (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan) yang di pimpin oleh Ir. Alpha Fabela Priyatmono,MT untuk turut menjaga dan mewadahi dari aspirasi dan masukan dari para pengusaha batik dalam meningkatkan Kampung Laweyan. FPKBL juga memberikan informasi kepada setiap pengunjung dan para wisatawan yang datang ke Kampung Laweyan.

Data FPKBL (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan) 2013 menunjukkan jumlah pengrajin batik di Kampung Laweyan adalah 57 pengrajin, 17 batik tulis dan sisanya terbagi di antara batik cap, batik printing, dan sisanya pengrajin rumahan berskala kecil. Untuk lebih rinci dapat di lihat pada tabel berikut:

Dari data ini batik tulis memiliki ruang sempit untuk meningkatkan eksistensinya dalam zaman modern saat ini, minimnya peminat dan minimnya generasi muda yang tertarik untuk mengembangkannya. Seiring bertambahnya pabrik-pabrik yang memproduksi batik dengan skala besar yang tentu bukan tandingan pengrajin lokal seperti di Kampung Laweyan, ini akan menambah semakin sulitnya ruang gerak batik tulis untuk berkembang.

KAJIAN TEORI

Batik tulis saat ini dalam keadaan yang tidak menentu karena erat kaitannya dengan adanya batik cap, batik sablon, batik painting, batik printing. Dengan ditemukannya teknik produksi baru menyebabkan ketidakstabilan pangsa pasar terhadap batik tulis. Teknik pembuatan batik berevolusi dengan zaman, di mulai pada dahulu batik di produksi untuk keperluan pakaian keraton, hingga pada akhirnya masyarakat luas juga tertarik untuk menggunakan pakaian jenis batik. Inilah era awal di temukan inovasi baru dalam pembuatan batik untuk memenuhi pangsa pasar.

Tinjauan Tentang Pelatihan

Mangkuprawira (2003:135) berpendapat bahwa pelatihan bagi karyawan adalah sebuah proses mengajarkan pengetahuan dan keahlian tertentu serta sikap agar karyawan semakin trampil dan mampu dalam melaksanakan tanggung jawabnya dengan semakin baik sesuai dengan standar. Mangkuprawira memberikan perbedaan pada pengertian pelatihan dan pendidikan. Pelatihan lebih merujuk pada pengembangan keterampilan bekerja (vocational) yang dapat digunakan dengan segera, sedangkan pendidikan memberikan pengetahuan tentang subyek tertentu, tetapi sifatnya lebih umum, terstruktur untuk jangka waktu yang jauh lebih panjang.

Keberhasilan suatu program pelatihan ditentukan oleh lima komponen menurut As'ad(1987: 73);

1. Sasaran pelatihan atau pengembangan : setiap pelatihan harus mempunyai sasaran yang jelas yang bisa diuraikan kedalam perilaku-perilaku yang dapat diamati dan diukur supaya

bisa diketahui efektivitas dari pelatihan itu sendiri.

2. Pelatih (Trainer): pelatih harus bisa mengajarkan bahan-bahan pelatihan dengan metode tertentu sehingga peserta akan memperoleh pengetahuan ketrampilan dan sikap yang diperlukan sesuai dengan sasaian yang ditetapkan.
3. Bahan-bahan latihan: bahan-bahan latihan harus disusun berdasarkan sasaran pelatihan yang telah ditetapkan
4. Metode latihan (termasuk alat bantu): Setelah bahan dari latihan ditetapkan maka langkah berikutnya adalah menyusun metode latihan yang tepat.
5. Peserta : Peserta merupakan komponen yang cukup penting, sebab keberhasilan suatu program pelatihan tergantung juga pada pesertanya.

Tinjauan Tentang Promosi

Menurut Sistaningrum (2002 : 98) Suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi "konsumen aktual" maupun "konsumen potensial" agar mereka mau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang. Konsumen aktual adalah konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan perusahaan. Dan konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dimasa yang akan datang.

Menurut (Kotler, 2001:98-100) Ada lima jenis kegiatan promosi, antara lain :

1. Periklanan (Advertising), yaitu bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
2. Penjualan Tatap Muka (Personal Selling), yaitu promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
3. Publisitas (Publicity), yaitu suatu bentuk promosi non personal mengenai, pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/berita tentangnya (pada umumnya bersifat ilmiah)
4. Promosi Penjualan (Sales promotion), yaitu suatu bentuk promosi diluar ketiga bentuk diatas yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
5. Pemasaran Langsung (Direct marketing), yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.

Tinjauan Tentang Pencitraan

Pencitraan dari kata dasar citra dan dalam bahasa Inggris citra adalah *Image* Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) citra adalah rupa; gambar; gambaran atau gambaran yg dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk. Maka pencitraan adalah sebuah perupaan, penggambaran, yang di miliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi, atau produk.

Menurut Vos (1992) seperti di kutip Ardianto (2008 : 21), citra dapat di bedakan ke dalam dua pengertian. *Pertama*, citra adalah sebuah gambaran atau imitasi dari bentuk seseorang ataupun barang (kita bisa bertanya, kepada bentuk apa citra tersebut akan bergantung dalam sudut pandang yang terpilih). *Kedua*, citra adalah sebuah gambaran yang terlihat dan bisa di lihat, inkarnasi (penjelmaan), sebuah bentuk ilustrasi dan sesuatu yang muncul secara tiba-tiba. Para politisi membangun gambaran dalam bentuk iklan yang di kemas dan di sajikan kepada masyarakat untuk mempengaruhi pola pikir khalayak dan berpihak kepada politisi tersebut melalui apa yang di sebut politik pencitraan. (Ansor : 230)

Tinjauan Tentang Minat Masyarakat

Minat adalah kecenderungan dalam diri individu untuk tertatik pada sesuatu objek atau menyenangkan sesuatu objek (Sumadi Suryabrata, 1988 : 109). Menurut Crow and Crow minat adalah pendorong yang menyebabkan seseorang memberi perhatian terhadap orang, sesuatu, aktivitas-aktivitas tertentu. (Johny Killis, 1988: 26)

Menurut Crow and Crow, ada tiga faktor yang menimbulkan minat yaitu Faktor yang timbul dari dalam diri individu, faktor motif sosial dan faktor emosional yang ketiganya mendorong timbulnya minat, (Johny Killis, 1988 : 26). Pendapat tersebut sejalan dengan yang dikemukakan Sudarsono, faktor-faktor yang menimbulkan minat dapat digolongkan sebagai berikut :

1. Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa

kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.

1. Faktor motif sosial, Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
2. Faktor emosional. Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu (1980 : 12)

Berdasarkan pendapat para ahli dapat di simpulkan bahwa minat masyarakat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan melakukan aktivitas karena ada perhatian, rasa senang dan pengalaman dari banyak orang yang merasa menginginkan sesuatu untuk dimiliki, dalam suatu kelompok individu pada suatu dinamika masyarakat di daerah tertentu.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian korelasional. Tujuan penelitian korelasional adalah untuk menyelidiki sejauh mana variasi – variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi – variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan pada koefisien korelasi (Narbuko dan Achmadi, 2002). Alasan peneliti memilih menggunakan metode penelitian ini sebab, penelitian ini dirancang untuk menentukan apakah ada dan seberapa kuatnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan menggunakan metode korelasional peneliti dapat membandingkan hasil pengukuran antara dua variabel yang berbeda sehingga dapat ditentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel

tersebut. Disini peneliti ingin menetapkan apakah ada hubungan antara Pelatihan (X1), Promosi (X2), Pencitraan (X3) dan Minat Masyarakat (X4) dengan Peningkatan Penjualan Hasil Produksi Batik (Y) di Kampung Laweyan Surakarta.

KESIMPULAN

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara pelatihan batik tulis dengan peningkatan penjualan hasil produksi batik tulis di Laweyan Surakarta. Dengan demikian semakin tinggi pelatihan batik tulis, maka semakin tinggi pula produksi batik tulis di Laweyan Surakarta.
2. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara promosi batik tulis dengan peningkatan penjualan hasil produksi batik tulis di Laweyan Surakarta. Dengan demikian semakin tinggi promosi batik tulis, maka semakin tinggi pula produksi batik tulis di Laweyan Surakarta.
3. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara pencitraan batik tulis dengan peningkatan penjualan hasil produksi batik tulis di Laweyan Surakarta. Dengan demikian semakin tinggi pencitraan batik tulis, maka semakin tinggi pula produksi batik tulis di Laweyan Surakarta.
4. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara minat masyarakat dengan peningkatan penjualan hasil produksi batik tulis di Laweyan Surakarta. Dengan demikian semakin tinggi minat masyarakat, maka semakin tinggi pula produksi batik tulis di Laweyan Surakarta.

5. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan secara bersama-sama antara pelatihan batik tulis, promosi batik tulis, pencitraan batik tulis, dan minat masyarakat dengan peningkatan penjualan hasil produksi batik tulis di

Laweyan Surakarta, dengan demikian semakin tinggi pelatihan batik tulis, promosi batik tulis, pencitraan batik tulis, dan minat masyarakat, maka semakin tinggi pula produksi batik tulis di Laweyan Surakarta.

A. Saran

1. Kepada Pemerintah
 - a. Perlu pemerintah dalam membantu dalam menyukseskan pelatihan batik tulis yang ada di kampung Laweyan, agar batik tulis terjaga kelestariannya.
 - b. Pemerintah membantu dalam mempromosikan batik tulis Laweyan, sebagai salah satu peningkatan hasil produksi batik tulis kepada masyarakat luas.
 - c. Pemerintah membantu dalam meningkatkan pencitraan batik tulis Laweyan sebagai branding kota Solo, agar batik tulis tetap lestari sampai kapanpun.
 - d. Pemerintah membantu meningkatkan minat beli masyarakat terhadap batik tulis Laweyan.
2. Kepada Pengusaha batik tulis
 - a. Memberikan sertifikat kepada setiap pembeli batik tulis dan buku yang berisi filosofi tentang batik yang dibeli.
 - b. Meningkatkan pelatihan membuat kepada setiap orang yang ingin belajar membuat.
 - c. Mengoptimalkan sarana bantuan yang sudah diberikan oleh Pemerintah.
 - d. Meningkatkan dan memodifikasi motif batik tulis untuk mampu bersaing dengan produk batik cap, printing, samblon baik dari lokal Solo maupun luar Solo.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindito Prasetyo. (2010). *Batik Karya Agung Warisan Budaya Jawa*. Pura Pustaka.
- Ansor. (2011). IPTEK-KOM, *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Informatika*. Yogyakarta. Peneliti Muda Pada BPPKI Yogyakarta.
- Cholid Narbuko & Abu Achmadi. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Edi Kurniadi. 1996. *Seni kerajinan batik*. Surakarta : UNS Press
- E. A. Purnonto & D. R. Sulistyastuti. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah - Masalah Sosial*. Yogyakarta. Gava Media.
- Heriyanto Atmojo. 2008. *Batik Tulis Tradisional Kauman Solo Pesona budaya nan Eksotik*. Solo. Tiga Serangkai.
- Heriyanto Atmojo. 2008. *Batik Tulis Tradisional Kauman Solo Pesona budaya nan Eksotik*. Solo. Tiga Serangkai.

- Koentjaraningrat. —————
.Pengantar Ilmu Antropologi.
. Rineka Bahasa.
- Rasjoyo. —(2008). *Mengenal Batik Tradisional.* ————— . Azka Press.
- Sewan Susanto. (1980). *Seni Kerajinan Batik Indonesia.* Yogyakarta : Balai Penelitian Batik dan Kerajinan.
- Soedarmono. (2006). *Mbok Mase, Pengusaha Batik di Laweyan Solo Awal Abad 20,* Jakarta :Yayasan Warna Warni Indonesia
- Solichul HA. (2003). *Potensi Industri di Kampung Batik Laweyan.* Surakarta. Universitas Islam Batik
- Sonny Sumarsono. (2004). *Metode Riset Sumber Daya Manusia.*Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek.*Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukardi. (2007). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Ilmu Sosial.*Yogyakarta: Risel Press.
- Sunarto, Kamanto. (2004) . *Pengantar Sosiologi (edisi revisi).* Jakarta. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sutrisno Hadi. 2000. *Analisis Regresi.* Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Sumber Internet
- Kompaiana. (2009, 2 Oktober). *Akirnya Batik Tulis Indonesia Diakui UNESCO.* Diperoleh 26 Agustus 2013, dari <http://umum.kompasiana.com/2009/10/02/akhirnya-batik-tulis-indonesia-diakui-unesco-12466.html>
- Admin. (2010) *Jurnal Manajemen, Bahan Kuliah Manajemen.* Diperoleh 29 Agustus 2013, dari http://jurnal-sdm.blogspot.com/2010/11/pelatihan-tenaga-kerja-definisi-tujuan_11.html<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/08/stategi-promosi-penjualan-definisi.html>
- Sarjanaku.com (2012,12) *Pengertian Minat Belajar.* Diperoleh 27 September 2013 <http://www.sarjanaku.com/2012/12/pengertian-minat-belajar-siswa-menurut.html>
- Info Kampus.com. (2012,5). *Pengertian Produksi Menurut Para Ahli.* Diperoleh 29 September 2013 <http://www.kampus-info.com/2012/05/pengertian-produksi-menurut-para-ahli.html>