

**“PEMBERDAYAAN PRODUK LOKAL MELALUI PENDEKATAN OVOP (*ONE VILLAGE, ONE PRODUCT*) DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING SEKTOR USAHA KECIL MENENGAH ( *STUDY KASUS PADA USAHA KECIL MENENGAH BATIK TULIS DESA KLAMPAR KEC.PROPPO PAMEKASAN*)”**

**Halimatus Sakdiyah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Dosen Dpk Fakultas Ekonomi Universitas Islam Madura

Email : [hsfeum@yahoo.co.id](mailto:hsfeum@yahoo.co.id)

**ABSTRAKSI**

Pendekatan OVOP ini adalah suatu gerakan masyarakat yang secara integratif berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi dan kekayaan daerah, meningkatkan pendapatan para pelaku usaha dan masyarakat sekaligus meningkatkan rasa percaya diri dan kebanggaan terhadap kemampuan yang dimiliki masyarakat dan daerahnya. Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi tentang pemberdayaan produk lokal batik tulis desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan dengan pendekatan OVOP . Disamping itu nantinya penelitian ini berguna sebagai acuan pengembangan usaha antar daerah dalam program-program pemerataan pendapatan masyarakat.

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan mengeksplorasi data baik data primer maupun data sekunder. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan pelaku usaha batik tulis desa Klampar Kecamatan Proppo Pamekasan mengenai produk dari sumber dasar materiil sampai dengan pemasaran merujuk pada buku petunjuk teknis penilaian, klasifikasi dan pembinaan produk OVOP Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian 2012.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa : Pendekatan OVOP belum mencapai seratus persen berhasil dilakukan karena dari kriteria penilaian belum terpenuhi, produksi batik tulis Desa Klampar Kecamatan Proppo Pamekasan menunjukkan desain-desain batik tulis Madura, sebagian masih menggunakan pola lama seperti carsena, sisik malaya dan sebagainya dan tetap patuh kepada aturan atau pakem walaupun sebagian besar mulai mengembangkan motif gambar dengan kreasi-kreasi baru, sejalan dengan permintaan pasar yang dinamis, upaya pengembangan produk OVOP belum dilakukan secara maksimal seperti pelatihan, pendampingan oleh tenaga ahli, promosi dan pameran, fasilitas HKI dan sebagainya dan Lemahnya kinerja pemasaran diakibatkan karena belum maksimalnya para pengrajin batik dalam menciptakan nilai pelanggan.

Kata Kunci : Batik Tulis, *One Village One Product* (OVOP)

### Abstract

*OVOP approach is an integrative society movement that seeks to raise public awareness of the potential and richness of the area, increase the income of businesses and people while increasing self-confidence and pride in the capabilities of the community and region. This study aims to contribute about empowering local produce batik Klamparvillage, Proppo District Pamekasan with OVOP approach. Besides, this research will be useful as a reference for business development between regions in the programs of equal distribution of incomes. This study included a qualitative study explores data both primary data and secondary data. In this study, the researchers conducted interviews with businesses batik Klampar village Proppo District, Pamekasan on products from the basic source material marketing to refer to the technical manual assessment, classification and development of OVOP products directorate general of small and medium industries ministry of industry in 2012.*

*It can be concluded that: The approach OVOP has not reached one hundred percent successful because of the assessment criteria have not been met, the production of batik Klamparvillage Proppo District Pamekasan show designs Madura batik, some still used the old pattern as carsena, sisik Malaya and so on and adhere to the rules or grip although most begin to develop motif image with new creations, in line with market demand dynamic, The developmentproduct of OVOP effortshas not been done optimally as training, mentoring by experts, promotion and exhibition facilities IPR etc. marketing and the weaknes of marketing performance caused doesn't maximazed batik artisans in creating customer value.*

**Keywords: Batik, One Village One Product (OVOP)**

### PENDAHULUAN

Pembangunan Madura tidak dapat dilepaskan dari karakteristik masyarakat serta kesiapannya dalam menghadapi loncatan pembangunan pasca Suramadu. Untuk itu diperlukan langkah strategis guna mempersiapkan sumberdaya manusia Madura. Peningkatan kapasitas lokal masyarakat Madura khususnya Kabupaten Pamekasan dalam menyongsong industrialisasi dapat dilakukan dengan menggunakan strategi dalam usaha. Penggunaan strategi yang baik tentu akan mewujudkan tujuan dari usaha tersebut. Tujuan usaha akan terwujud jika ada visi dan misi yang memang jelas dan terarah. Hasil penelitian di Indonesia menunjukkan hampir 90 % perusahaan yang baru berdiri atau sering disebut Usaha Kecil Menengah

(UKM) telah gagal memenuhi target bisnisnya untuk terus berkembang menjadi skala menengah dan besar. Salah satu penyebabnya adalah kegagalan perusahaan tidak memiliki *strategi intent* yaitu adanya visi dan misi yang dimiliki pengelola. Dengan demikian visi dan misi penting ada di dalam setiap usaha baik usaha berskala kecil, menengah atau pun besar.

Selain visi dan misi yang merupakan strategi intens, persaingan antar negara mengenai produk juga merupakan kendala bagi usaha kecil menengah apalagi dengan adanya ACFTA. Tanggal 1 Januari 2010, pelaksanaan kesepakatan *Asean China Free Trade Area (ACFTA)* secara resmi dimulai. Melalui ACFTA, sebanyak 2.528 pos tarif sektor industri manufaktur yang pada tahun 2009 tarifnya lima persen harus menjadi nol

persen per 1 Januari 2010. Maksud adanya ACFTA adalah untuk meningkatkan kerjasama antar negara. Keadaan yang ada menunjukkan bahwa daya saing Indonesia dan produk-produknya sangat rendah. *Ranking of the world competitiveness* tahun 2008 menunjukkan Indonesia berada di peringkat 51 dari 55 negara. Oleh sebab itu untuk mengantisipasi keadaan tersebut pemerintah telah mengeluarkan peraturan. Peraturan tersebut dikeluarkan melalui Kementerian Perindustrian yang telah mengambil langkah kebijakan dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 78/M-IND/PER/2007 tentang Peningkatan Efektifitas Pengembangan Industri Kecil dan Menengah melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (*One Village One Product*) di Sentra. Pendekatan ini dimaksud membantu pemerintah dalam pemerataan usaha di setiap daerah sehingga tidak tergantung dari pusat.

Peningkatan dalam pengembangan usaha makro kecil dan menengah (UMKM) sangatlah penting. Usaha kecil maupun menengah mempunyai peranan dalam penerimaan pendapatan negara seperti yang ada pada buku petunjuk Teknis Penilaian, Klasifikasi Dan Pembinaan Produk Ovop Direktorat Jenderal Industri Kecil Dan Menengah Kementerian Perindustrian 2012. Sektor ini memberikan sumbangan yang besar terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebesar 33.47% terhadap PDB

sector industri, dengan populasi unit usaha tahun 2010 sebesar 3,8 juta unit usaha menyerap tenaga kerja sebesar 8,75 juta orang dengan nilai produksi sebesar Rp. 521 triliun serta sumbangannya terhadap pendapatan devisa sebesar US\$ 13.5 Miliar. Dengan melihat data statistik tersebut maka penting kiranya peningkatan produk-produk local yang bisa dipasarkan didalam negeri maupun luar negeri dalam rangka peningkatan pendapatan masyarakat yang pada akhirnya pendapatan negara ikut juga meningkat.

Pengembangan usaha di daerah Indonesia seringkali terpusat pada daerah kota sehingga terjadi penumpukan. OVOP diterapkan pada umumnya untuk menyelesaikan permasalahan kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi antara desa dan kota di negara-negara Asia. Dengan digunakan strategi OVOP dilaksanakan diharapkan dapat meningkatkan daya saing dengan produk-produk dari negara lain yang masuk di negara ini atau mencukupi permintaan produk dari daerah lain sehingga antar daerah bisa saling tukar produk unggulan yang dipunyai. Keberhasilan suatu kegiatan bisnis akan dapat diraih apabila produk yang kita hasilkan dapat “cocok” atau “*match*” atau “*fit*” dengan kebutuhan, keinginan serta daya beli konsumen.

Program Kabupaten Pamekasan memprioritaskan arah pengembangan industri kreatif dan dititik beratkan pada

kegiatan home industri. Industri kreatif batik tulis di Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu prioritas. Bahkan pada tanggal 24 Juli tahun 2009 Kabupaten Pamekasan mencanangkan sebagai kota “Batik”. Keterampilan membatik di lingkungan komunitas pembatik, diwariskan secara turun temurun dari generasi ke generasi. Anak-anak mengikuti orang tuanya membatik, sampai kemudian mereka mencapai tingkat terampil. Alih keterampilan tidak melalui semacam kursus atau pelatihan khusus membatik.

Pencanangan Kota Batik tidak hanya didukung oleh home industri batik tulis saja akan tetapi dapat dijadikan sebagai bentuk diversifikasi produk kerajinan batik Madura sehingga bisa sepenuhnya memberikan tatanan kota yang mencerminkan Pamekasan sebagai kota batik. Bagaimana Kabupaten Pamekasan menjadi kota batik yang sebenarnya bukan hanya slogan semata. Batik juga dapat mensejahterakan masyarakat Pamekasan dan berharap batik tulis Pamekasan terus berkembang tidak hanya sebagai hasil daerah yang hanya untuk konsumsi daerah itu sendiri, tetapi bisa bertambah pasar Nasional. Batik khas Pamekasan sangat memiliki kualitas dan motif yang tidak kalah bagus dengan daerah lain, hal demikian merupakan modal dasar untuk terus mengembangkan produksi batik khas Pamekasan, sehingga benar-benar diterima oleh bangsa nasional maupun internasional.

Adapun strategi pendekatan OVOP ini adalah suatu gerakan masyarakat yang secara integratif berupaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi dan kekayaan daerah, meningkatkan pendapatan para pelaku usaha dan masyarakat sekaligus meningkatkan rasa percaya diri dan kebanggaan terhadap kemampuan yang dimiliki masyarakat dan daerahnya.

Dari penjelasan diatas peneliti tertarik mengambil judul: “Pemberdayaan Produk Lokal melalui Pendekatan OVOP (*One Village, One Product*) Dalam Meningkatkan Daya Saing Sektor Usaha Kecil Menengah ( Study kasus pada Usaha Kecil Menengah Batik Tulis Desa Klampar Kec.Proppo Pamekasan)”. Sedangkan Penelitian ini bertujuan memberikan kontribusi tentang Pemberdayaan produk Lokal dengan pendekatan OVOP. Disamping itu nantinya penelitian ini berguna sebagai acuan pengembangan usaha antar daerah dalam program-program pemerataan pendapatan masyarakat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan mengeksplorasi data baik data primer maupun data sekunder. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan pelaku usaha batik tulis desa Klampar Kec.Proppo Pamekasan mengenai produk dari sumber dasar materiil sampai dengan pemasaran dengan merujuk pada buku petunjuk teknis

penilaian, klasifikasi dan pembinaan produk ovop direktorat jenderal industri kecil dan menengah kementerian perindustrian 2012.

Obyek penelitian yang akan diteliti adalah hasil wawancara dengan pelaku usaha pengrajin batik tulis termasuk juga dengan dinas yang terkait serta merujuk pada buku petunjuk teknis penilaian, klasifikasi dan pembinaan produk OVOP direktorat jenderal industri kecil dan menengah kementerian perindustrian 2012. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan wawancara langsung dengan pelaku usaha batik tulis dan pemakai atau pembeli batik tulis tersebut.

Adapun penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. kedua jenis data tersebut diperlukan untuk memperoleh informasi yang akan digunakan dalam membuat rumusan jawaban dalam penelitian. Sumber primer adalah data hasil wawancara dengan pelaku usaha, Sedangkan data sekunder adalah semua referensi yang berkaitan dengan diversifikasi produk dengan pendekatan OVOP.

## HASIL PENELITIAN

### Diskripsi Penelitian

Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan terletak di bagian barat kota Pamekasan yang berbatasan daerah selatan desa Nyalabuh Daya Kecamatan Pamekasan sebelah utara Desa

Angsanah Kecamatan Proppo. Mata pencaharian dari masyarakat desa Klampar Kecamatan Proppo adalah petani seperti pendapat dari ibu Samiati pengrajin batik tulis yaitu bertani tembakau, pada musim kemarau dan bercocok tanam pada musim penghujan. Tanaman padi digunakan hanya untuk makan selama 1 tahun. Selain tanam padi mereka juga menanam singkong, tomat, dan sayuran. Aktivitas perempuan sehari-hari mereka banyak dihabiskan dengan membatik seperti halnya yang diungkapkan oleh ibu Sitti Homisah. Sedangkan untuk kaum laki-lakinya kebanyakan berdagang dan bertani. Selain bertani mereka berternak ayam maupun sapi.

### Diskripsi Tentang Potensi Produk Batik Tulis

Penelitian ini difokuskan pada produk batik tulis sehingga penelitian ini akan mendiskripsikan potensi produk tersebut. Dalam hal produk, maka peneliti akan membahas mengenai : 1) Sumber bahan baku, 2) Pengembangan produk/inovasi, 3) Keunikan lokal, 4) Sejarah produk, 5) Kemasan (termasuk jenis, dan motif), 6) Standar yang dimiliki, 7) Teknologi yang digunakan 8) Kapasitas produksi, 9) Perijinan, 10) Manajemen usaha, 11) Pembukuan, 12) Pemasaran (termasuk volume, lokasi dan teknik pemasaran), 13) Peningkatan omzet penjualan, 14) Dampak lingkungan, 15) Keterlibatan tenaga kerja dan masyarakat

sekitar dan 16) Keuntungan yang disumbangkan kepada masyarakat dan lingkungannya. Adapun penjelasan adalah sebagai berikut:

1) Sumber Bahan Baku

Sumber bahan baku dari batik tulis menurut salah satu pengrajin yaitu ibu Homisah dan Ibu Fariyah membeli bahan bakunya dari distributor kain primis dari Surabaya dan Yogyakarta kemudian diolah terlebih dahulu oleh distributor tersebut dalam bentuk barang setengah jadi yaitu bahan baku kain primis yang sudah diketel sehingga pengrajin tinggal membatik.

2) Pengembangan produk/inovasi

Dalam melakukan pengembangan dan inovasi terhadap produksi batik tulis setiap para pembuat mempunyai kreasi yang berbeda-beda. Batik yang dibuat oleh ibu Fariyah (42 tahun) motifnya masih berjenis batik klasik seperti beras tumpah, sekarjagat, sisik, kerang dan sebagainya yang merupakan ciri khas Pamekasan dengan warna khas madura yang mencolok yaitu merah tua. Sedangkan yang diproduksi oleh saudari Indah (26 tahun) lebih sering membatik yang bermotif kontemporer dengan warna yang soft dengan tidak menghilangkan ciri khas batik Madura.

3) Keunikan lokal

Batik tulis khas Desa Klampar Proppo memiliki keunikan tersendiri dengan daya pikat tersendiri antara lain dari

teknik pewarnaan yang tajam atau lebih dikenal dengan istilah ngejreng seperti warna merah, biru, kuning dan hijau. Batik Madura sangat ekspresif, terlihat dari coletan yang dominan menggambarkan kebebasan berekspresi pengrajin batik dalam menuangkan daya imajinasinya diatas selebar kain batik. Keunikan batik Klampar Pamekasan Madura terletak pada warnanya, yang sebagian besar berwarna merah terang dalam motif bunga atau daun. Warna klasik ini telah menjadi tren warna batik tulis Klampar Madura yang sangat melegenda.

4) Sejarah produk

Sejarah batik tulis Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan menurut Bapak Ahmadi (48 th) batik Madura sudah ada sejak zaman kerajaan. Kain batik Madura mulai dikenal masyarakat luas pada abad ke 16 dan 17. Hal ini bermula ketika terjadi peperangan di Pamekasan Madura antara Raden Azhar (Kiai Penghulu Bagandan) melawan Ke Lesap. Raden Azhar merupakan ulama penasihat spriritual Adipati Pamekasan yang bernama Raden Ismail (Adipati Arya Adikara IV). Sedangkan Ke Lesap merupakan putera Madura keturunan Cakraningrat I dengan istri selir. Dalam peperangan itu, Raden Azhar memakai pakaian kebesaran kain batik dengan motif parang atau dalam bahasa Madura

disebut motif leres yakni kain batik dengan motif garis melintang simetris. Ketika memakai kain batik motif parang, Raden Azhar memiliki kharisma, tanpa gagah berwibawa. Sejak itulah, batik menjadi perbincangan di kalangan masyarakat Madura, terutama pembesar-pembesar di Pamekasan.

5) Kemasan (termasuk jenis, dan motif)

Pengrajin batik yang ada di Desa Klampar ini masing –masing mempunyai cara yang berbeda dalam proses pembuatan batik madura, sehingga dari situlah kemudian batik madura mempunyai banyak corak dan motif tersendiri. Batik tulis desa Klampar Kecamatan Proppo ini sebagai bentuk karya seni budaya sangat banyak diminati oleh berbagai macam konsumen, baik konsumen lokal maupun internasional. Batik Pamekasan memiliki daya pikat tersendiri, terlihat dari pewarnaannya yang ngejreng, taburan warna kontras, dan coretan yang agak kasar. Sifat dinamis batik Pamekasan terlihat dari keragaman motifnya, mulai dari yang paling rumit dan kuno, seperti ”sekar jagat” dan ”junjung drajat”, hingga motif ”bunga puka”, ”klampung”, ”tiga dimensi”, dan ”pancawarna”. Bahkan, berkembang pula motif baru, yaitu ”suramadu” dan ”manohara”. ”Suramadu dan manohara adalah motif baru. Disebut suramadu

karena motifnya sulur-sulur seperti tali-tali Jembatan Suramadu. Disebut manohara karena motifnya menyeru pakaian bintang sinetron Manohara. Sayangnya, sebagian pedagang belum fasih menjelaskan kekhasan produk mereka.

6) Standar yang dimiliki

Hasil pengamatan peneliti dari standart batik tulis yang di buat oleh pengrajin batik di Desa Klampar ini dalam hal standart ukuran antara pengrajin yang satu dengan yang lain hampir sama yaitu rata-rata ada 3 macam ukuran untuk produk bukan pesanan yaitu ukuran 2 x 1,2meter, ukuran 2,4 x 1,2 meter dan ukuran 3m x 1,2 meter. Untuk standart pewarnaan juga hampir sama antara pengrajin yang satu dengan yang lain. Dalam proses pewarnaan ada yang proses 2 kali pewarnaan sampai dengan 5 kali pewarnaan tergantung kualitas yang ingin dibuat oleh pengrajin untuk memenuhi *market share* -nya

7) Teknologi yang digunakan

Dengan adanya pembinaan dari pemerintah dan para peneliti batik, sekarang pengrajin batik yang ada di Desa Klampar ada yang menggunakan teknologi yang bersifat sederhana dengan peralatan yang tradisional dan ada yang menggunakan teknologi *prototype attractive packaging and designing* batik dan website sebagai informasi pemasaran batik tulis Desa Klampar Madura ungkap Bapak Ahmadi

sebagai pemilik dan Pengusaha Batik di Desa Klampar Proppo ini.

8) Kapasitas produksi

Dalam hal kapasitas produksi setiap pengrajin batik tulis berbeda. Misalkan Ibu Farhah, beliau memproduksinya bersama anaknya untuk 1 minggu dapat menghasilkan 50 lembar kain batik. Jumlah itu akan berkurang jika musim tembakau karena mereka masih menganggap bahwa tembakau adalah daun emasnya orang madura atau berkurangnya karena musim penghujan dikarenakan dalam proses penjemuran akan memakan waktu yang lama. Hal senada telah dituturkan oleh saudari Indah akan menghasilkan antara 40 sampai 50 lembar kain batik dalam 1 minggunya tergantung dari tingkat kesulitan menulis batak menggambar batiknya.

9) Perijinan

Terkait dengan perijinan mereka hanya sebagian yang memiliki ijin usaha sedangkan yang lainnya tidak melakukan perijinan. Mereka melakukannya karena kebiasaan yang dilakukan keluarga atau melihat tetangga yang memproduksi. Pengrajin batik ini dilakukan hanya untuk membantu perekonomian keluarga. Perijinan tidak dilakukan seperti pada perusahaan yang sudah maju dengan mendaftar ke kantor perindustrian. Lain halnya Bapak Ahmadi yang sudah

mempunyai ijin usaha karena menganggap bahwa dengan memiliki ijin usaha beliau akan dapat memperbesar usahanya karena akan mudah untuk mendapatkan bantuan dana produksi serta akan lebih dikenal oleh konsumennya.

10) Manajemen usaha

Dalam hal manajemen usahanya pembuat batik tulis hanya dilakukan secara sederhana. Mereka membeli bahan baku di distributor kemudian memproduksinya selama 6 hari sampai seminggu dan hasilnya langsung dijual ke pengusaha batik.

11) Pembukuan

Pembukuan yang dilakukan kebanyakan tidak dilakukan sebagaimana yang dilakukan oleh Ibu Farihah yang tidak pernah mencatat banyaknya bahan baku yang dibeli, hasil produksi setiap hari atau perminggunya tidak ada pencatatan serta penjualanpun tidak ada pencatatan yang sesuai. Lain halnya yang dilakukan Bapak ahmadi, beliau sudah melakukan pembukuan sederhana untuk mengetahui profit yang diperoleh dalam satu tahunnya.

12) Pemasaran (termasuk volume, lokasi dan teknik pemasaran)

Promosi Batik Pamekasan ke luar daerah masih kurang, sehingga masih banyak warga di luar Pamekasan yang belum mengetahui tentang kondisi batik yang ada di wilayah Klampar ini.

Pedagang memang ada sebagian yang mampu menembus pasar hingga Jawa Tengah dan Jawa Barat. Akan tetapi belum cukup berpengaruh terhadap omset penjualan. Sebab, meski di Pamekasan telah menyatakan diri sebagai kota batik, sampai saat ini tak satupun jenis motif batik yang sudah dipatenkan. Desa Klampar dijadikan kawasan khusus perajin batik tulis karena dari sinilah batik tulis Pamekasan ini berkibar.

Pasar Tujuh belas Agustus merupakan sentra penjualan batik khas Madura. Pasar ini hanya buka pada hari pasaran, yaitu Kamis dan Minggu. Pada hari itulah pasar batik Tujuhbelas Agustus ramai dikunjungi masyarakat Pamekasan dan pembeli partai besar dari Jawa. Jual-beli di Pasar Tujuhbelas Agustus berlangsung dalam suasana pasar desa yang bernuansa tradisional. Terletak di bagian belakang Pasar Tujuhbelas Agustus, orang harus melewati los pasar kambing, ayam, dan itik, untuk sampai di los batik. Di dalam pasar beratap genteng dan beralas lantai tanah ini, 70-an pedagang batik menjajakan sejumlah corak kain dan baju batik. Pedagang menggelar dagangan di lantai, atau memajang kain di tali yang direntangkan di sembarang tempat. Harap maklum, tak banyak pedagang yang fasih berbahasa Indonesia. Di Pasar Tujuhbelas

Agustus, sebagian besar pedagang menjual batik tulis. Bagi para perajin ataupun pembeli, batik tulis dikategorikan sebagai batik kelas ningrat yang harganya berlipat-lipat dibandingkan dengan batik cap pabrikan. Jika harga batik cap Rp 20.000 hingga Rp 50.000 per potong, harga batik tulis bisa mencapai Rp 400.000 per potong, bahkan tidak sedikit pedagang yang membawa batik tulis halus seharga Rp 1,5 hingga Rp 2 juta per potong.

#### 13) Peningkatan omzet penjualan

Peningkatan omzet penjualan menurut Bapak H.Wadud sebagai pedagang batik apabila menjelang hari raya Idul Fitri serta apabila ada perayaan di sekolah-sekolah karena diwajibkan semua instansi di kota Pamekasan memakai seragam batik sehingga omzet mencapai 50 juta dalam sebulan.

#### 14) Dampak lingkungan

Menurut Saniyah, warga sekitar sungai yang jadi pembuangan limbah batik masih tetap memanfaatkan air sungai untuk mencuci pakaian, mencuci beras dan mandi serta kebutuhan lainnya. "Saya anggap ini masih belum membahayakan meskipun kami tidak tahu dampaknya seperti apa," ungkapnyanya. Abddus Salam, salah satu perajin batik di Desa Klampar mengatakan, sejak bantuan itu dibangun tahun 2007 lalu oleh pemerintah, hingga

kini tidak ada tindak lanjut pemakaiannya. Perajin hanya disuruh menunggu terus-menerus petunjuk pemakaiannya. Hingga kini belum ada tindak lanjutnya seperti apa pemakaiannya. Kami ingin segera dimanfaatkan agar limbah tidak dibuang ke sungai yang bisa membahayakan orang yang memanfaatkan sungai. Dari ini dapat disimpulkan bahwa harus ada penyuluhan dan pembinaan dari instansi terkait dalam penanggulangan limbah batik.

15) Keterlibatan tenaga kerja dan masyarakat sekitar

Bertambahnya peningkatan produksi dan kualitas aneka jenis corak batik yang disebabkan permintaan bertambah, maka akan menambah kebutuhan tenaga kerja. Keterlibatan tenaga kerja dan masyarakat sekitar tentunya sangat bermanfaat dalam peningkatan perekonomian masyarakat karena pengrajin batik tulis di desa Klampar berasal dari penduduk asli desa Klampar tersebut.

16) Keuntungan yang disumbangkan kepada masyarakat dan lingkungannya  
Dengan adanya pengrajin batik tulis tersebut tentu ada tambahan penghasilan

untuk keluarga sehingga masyarakat menjadi lebih berdaya. Masyarakat yang memproduksi batik tulis jika dikelola dengan baik apabila dilihat dari segi produk, pemasaran, inovasi maka tidak menutup kemungkinan masyarakat sekitarnya akan ikut serta. Sehingga hal tersebut dapat diberdayakan bukan hanya untuk anggota keluarganya tapi juga untuk masyarakat.

Dengan meningkatnya produktivitas produk batik tulis madura akan meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar dan juga meningkatnya pendapatan daerah.

### PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini peneliti menggunakan kriteria untuk seleksi produk. Peneliti melakukannya dengan membandingkan antara kriteria OVOP buku petunjuk teknis penilaian, klasifikasi dan pembinaan produk ovop Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah Kementrian Perindustrian 2012 untuk kerajinan tangan dengan yang terjadi pada keadaan potensi produk batik tulis tersebut. Berikut rekapitulasi kriteria penilaian pemberdayaan produk lokal batik tulis Madura di Desa Klampar melalui pendekatan OVOP :

**Tabel 1**  
**Rekapitulasi Penilaian Pendekatan OVOP**  
**Produk Lokal Batik Tulis Madura Desa Klampar Kec.Proppo Pamekasan**

ASPEK	DIMENSI	INDIKATOR	SKOR
Produksi	Sumber bahan Baku Utama	a. Bahan baku utama lokal kurang dari 60%	90%
		b. Bahan baku utama lokal 60 – 90%	10%
		c. Bahan Baku utama lokal lebih dari 90%	-
	Kapasitas Produksi	1. Tidak ada peningkatan kapasitas produksi	-
		2. Peningkatan kapasitas produksi kurang dari 30 %	20%
		3. Peningkatan kapasitas produksi lebih dari 30%	80%
	Nilai Tambah Produksi	a. Nilai tambah produksi kurang dari 20%	15%
		b. Nilai tambah produksi 20-60%	45%
		c. Nilai tambah produksi lebih dari 60%	40%
	Lingkungan	a. Tidak memperhatikan dampak terhadap lingkungan	60%
		b. Produksi berdampak terhadap lingkungan tetapi terkendali	10%
		c. Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan	30%
	Konsistensi kualitas dan kuantitas produk	a. Tidak dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama	-
		b. Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang hampir sama	20%
		c. Dapat diproduksi dalam kuantitas dan kualitas yang sama	80%
Pengembangan Produk	Pengembangan Produk	a. Di produksi sesuai ahlinya (tidak ada pengembangan)	5%
		b. Dikembangkan dari produk aslinya (diversifikasi)	65%
		c. Merupakan hasil kreativitas dan inovasi produk	30%
	Merek	a. Tidak mempunyai merek	80%
		b. Mempunyai Merek belum didaftarkan di HKI	20%
		c. Mempunyai Merek sudah terdaftar di HKI	-
Pengembangan masyarakat	Peran dalam Kelompok	a. Tidak menjadi anggota kelompok	75%
		b. Sebagai anggota kelompok	15%
		c. Sebagai pengurus kelompok	10%
	Partisipasi Masyarakat	a. Tenaga kerja sebagian dari masyarakat setempat	80%
		b. Memberikan sebagian keuntungan kepada masyarakat	5%
		c. Mendengarkan/menerima masukan dari masyarakat	15%

<b>Manajemen</b>	<b>Organisasi</b>	a. Tidak ada struktur organisasi	80%	
		b. Ada struktur organisasi tanpa pembagian tugas yang jelas	10%	
		c. Ada struktur organisasi dengan pembagian tugas yang jelas	10%	
	<b>Pembukuan</b>	a. Tidak ada pembukuan	60%	
		b. Pembukuan sederhana	30%	
		c. Pembukuan mengikuti sistem akuntansi	10%	
<b>Pemasaran Riwayat Produk</b>	<b>Wilayah Pemasaran</b>	a. Wilayah pemasaran utama di Provinsi	50%	
		b. Wilayah pemasaran utama antar Provinsi	40%	
		c. Wilayah pemasaran utama internasional	10%	
	<b>Peningkatan hasil penjualan Produk</b>	a. Kenaikan tidak lebih dari 25%	15%	
		b. Kenaikan 25% - 50%	50%	
		c. Kenaikan 51% atau lebih	35%	
	<b>Pelanggan</b>	a. Mempunyai pelanggan yang membeli tidak tetap	60%	
		b. Mempunyai pelanggan yang membeli secara tetap	20%	
		c. Mempunyai pelanggan yang membeli tidak tetap dan meningkat	20%	
	<b>Cara Pemasaran</b>	a. Pemasaran dilakukan sendiri	40%	
		b. Pemasaran menggunakan agen/distributor	30%	
		c. Pemasaran menggunakan online	30%	
	<b>Legenda dari Produk</b>	a. Mempunyai riwayat produk tetapi tidak ada dokumentasi	60%	
		b. Mempunyai riwayat produk dan didokumentasi	10%	
		c. Mempunyai riwayat produk ada dokumentasi dan dipublikasikan	30%	
	<b>Kearifan Lokal</b>	a. Berasal dari tempat lain dan tidak dikembangkan lebih lanjut	-	
		b. Berasal dari tempat lain dan dikembangkan lebih lanjut	-	
		c. Merupakan asli kearifan lokal dan ada pengembangan kreatif lebih lanjut	100%	
	<b>Ketentuan Umum Produk</b>	<b>Penerapan GMP</b>	a. Sudah mengikuti pelatihan GMP tetapi belum diterapkan	50%
			b. Sudah mengikuti pelatihan GMP dan sebagian diterapkan	25%
			c. Sudah mengikuti pelatihan GMP dan menerapkan secara penuh	25%
<b>Kemasan Label</b>		a. Mempunyai kemasan dan label masih sederhana	70%	
		b. Mempunyai kemasan dan label menarik dan sudah sesuai dengan ketentuan label	20%	
		c. Mempunyai kemasan dan label menarik sesuai ketentuan label dan sudah tercantum info tentang produk	10%	

	<b>Peralatan /Tekhnologi</b>	a. Peralatan manual	85%
		b. Peralatan semi otomatis	10%
		c. Peralatan modern	5%
	<b>Standar produk</b>	a. Tidak mempunyai standar	90%
		b. Mempunyai standar perusahaan	10%
		c. Mempunyai standar perusahaan dan memenuhi SNI	-
		d. Mempunyai standar perusahaan dan memenuhi standar internasional	-
	<b>Sertifikasi Sistem Manajemen</b>	a. Tidak ada	100%
		b. Ada	-

Dalam aspek sumber bahan baku, pengrajin batik tulis mendapatkan bahan baku dari luar daerah. Dikarenakan mereka mendapatkan bahan baku dari luar daerah maka kriteria bahan baku lokal dapat hanya diberi skor 1 atau 10 % karena bahan baku kain batik dan zat pewarna yang ada sebagian besar berasal dari kabupaten diluar Pamekasan. Dari hampir seluruh informan menyatakan bahwa mereka membeli bahan baku dari distributor yang mendatangkan dari luar daerah. Menurut informan peneliti karena daerah madura bukan wilayah industri tekstil sehingga tidak ada bahan yang bisa didapat secara langsung dari daerah Pamekasan. Sedangkan kapasitas produksi mengalami kenaikan lebih dari 30 %.

Adapun nilai tambah pada produksi batik tulis tersebut sebesar 40 % seperti ilustrasi keuntungan yang dijelaskan didepan bahwa modal biaya bahan baku sebesar Rp 2.000.000,- kemudian penjualan dengan omzet terendah sampai dengan Rp.2.800.000,- per minggu minggu yang

diproduksi. Dari ilustrasi tersebut maka keuntungannya sebesar Rp.8.600.000,- per 40 potong kain batik.

Pengrajin batik tulis di Desa Klampar banyak membuang limbahnya ke sungai dikarenakan belum banyak memahami tentang dampak limbah terhadap lingkungan karena dianggap tidak berbahaya. Untuk Konsistensi kualitas, batik tulis cenderung tetap bahkan lebih banyak meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya. Maka dalam hal ini peneliti memberi skor 80% karena dapat diproduksi dalam kualitas dan kuantitas hampir sama. Seperti penjelasan dari ibu Saniyah bahwa beliau memproduksi batik tulis dengan motif yang sama jika banyak pemesanan dari konsumen misalnya untuk seragam, ataupun produk yang sama tapi warna yang berbeda dan motif yang berbeda untuk kuantitas yang sama.

Pengembangan produkbatik tulis secara keseluruhan dapat disimpulkan ada pengembangan dengan produksi batik tulis yaitu batik tulis kontemporer, produksi

baju, dasterbatik dari bahan kaos, soevenir batik. Setiap pengrajin batik tulis di Desa Klampar cenderung produknya memodifikasi klasik dengan batik kontemporer. Kreativitas pengrajin batik tulis berbeda ada yang menambahkan motif lain, ada yang membuat baju seperti yang dilakukan Bapak Ahmadi, beliau tidak hanya memproduksi kain batiknya saja akan tetapi membuat kain sarung, baju, jilbab dan sebagainya. Pengembangan produk karena ada permintaan dari pelanggan. Hanya saja produksi dengan tambahan kreativitas dan inovasi harus terus mendapatkan pembinaan agar menghasilkan produk yang lebih bagus lagi terutama dalam hal pewarnaan. Dalam hal merek produk batik tulis dari desa Klampar belum mempunyai merek. Tidak adanya merek karena sistem penjualannya masih sangat sederhana hanya dari pengrajin batik tulis yang kemudian oleh pihak pedagang dijual kembali kepada konsumen. Dari konsumen tersebut biasanya diberi merek dengan packaging yang lebih bagus. Pedagangbatik tulis yang ada di pasar 17 Agustus Pamekasan sekaligus sebagian sebagai pengrajin dan pedagang.

Peranan Pengrajin batik tulis dari desa Klampar sebagian mempunyai kelompok. Mereka ada yang memproduksi sendiri dan menjual sendiri ke pedagang dan ada yang memproduksi secara berkelompok yang biasanya karena hubungan kekerabatan dan kemudian dijual

sendiri ke konsumen dan juga melalui pedagang yang ada di Pasar 17 Agustus Pamekasan . Dalam hal ini partisipasi masyarakat terhadap produksi batik tulis tidak ada. Mereka bekerja secara sendiri-sendiri dan hanya dibantu oleh keluarga misalkan ibu atau anaknya yang perempuan saja. Seperti yang dilakukan oleh Ibu Farihah dalam memproduksi beliau di bantu oleh anaknya. Saudari Saniyah juga ketika memproduksi dibantu oleh ibunya.

Pembuat pengrajin batik tulis tidak mempunyai struktur organisasi, mereka hanya mengerjakan usaha tersebut hanya untuk menambah perekonomian keluarga saja. Pekerjaan ini hanya dilakukan bersama ibu atau anaknya yang perempuan saja. Pekerjaan ini mereka lakukan dari turun temurun. Sebagai contoh Ibu Homisah mendapatkan usaha dari orang tuanya yang kemudian keahliannya diturunkan ke anaknya dan mereka lakukan pembuatan batik tulis tersebut hanya berdua saja. Demikian juga yang dilakukan Ibu Farihah beliau bekerja bersama anaknya dan ibu Kholifah juga demikian melakukan pekerjaannya hanya dengan anaknya sendiri.

Dilihat dari pembukuan, semua informan khusus pengrajin batik tulis tidak menggunakan pembukuan mereka hanya memperkirakan bahwa setiap harinya menghasilkan berapa potong kain dengan harga yang sudah disesuaikan dengan tingkat penulisan atau menggambar

batiknya. Dari harga tersebut mereka mendapatkan keuntungan kurang lebih Rp.10.000,- sampai dengan Rp. 25.000,- per potong kain. Dalam memperhitungkannya mereka tidak memperhatikan biaya tenaga kerja yang mereka lakukan.

Wilayah pemasaran batik tulis Madura sebenarnya sudah sampai diluar kota Pamekasan dan di luar provinsi, seperti penuturan dari H.Wadud bahwa beliau mempunyai pelanggan dari luar provinsi bahkan ke manca negara dimana produk tersebut sudah mempunyai kreativitas dan diversifikasi produk batik tulis dengan bermacam-macam motif dan produk baju serta daster batik tulis . Biasanya tambahan kreativitas disediakan oleh pelanggan yang bernama bapak Tamam. Krepek tersebut dikirim ke luar kota Pamekasan. Dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pihak produsen batik tulis sudah mempunyai pelanggan diluar provinsi tentunya keuntungan yang akan diperolehnya semakin tinggi.

Dalam hal peningkatan penjualan dari tahun kemarin hampir seimbang, biasanya mereka memperhatikannya ketika menjelang puasa dan hari raya idul fitri sampai hari raya ketupat. Penjualan pada bulan tersebut tinggi karena pembelian dilakukan untuk oleh-oleh orang yang mudik ke pamekasan. Oleh sebab itu peningkatan penjualan masing hampir sama dengan tahun kemarin.

Mengenai pelanggan yang membeli langsung ke pembuat krepek menurut penuturan dari ibu Safari , beliau mempunyai pelanggan tetap yang mengambil langsung dirumahnya. Jawaban senada juga diungkapkan ibu Fitri termasuk ibu Farihah dan ibu Hasyik. Jawaban berbeda oleh ibu Suniati bahwa beliau menjual ke pemasok yang ada di pasar 17 Agustus pamekasan sebagai langganannya. Tetapi ibu Suniyah juga mempunyai langganan yang kadang langsung ke tempat mereka. Dalam hal pemasarannya pengrajin batik tulis melakukannya sendiri, mereka tidak menggunakan perantara kadang mereka jual sendiri kepada pelanggan yang datang ke rumahnya atau dijual ke pemasok di pasar 17 Agustus Pamekasan. Sistem pemasaran yang dilakukannya sangat sederhana sekali.

Sejarah batik Madura menurut hasil wawancara dengan Bapak. Moh.Subhan menyatakan bahwa batik madura sudah ada sejak jaman kerajaan. Kain batik Madura mulai dikenal masyarakat luas pada sekitar abad ke-XVI. Tokoh penting yang memperkenalkan kain batik ini adalah Adipati sumenep Arya wiraraja yang merupakan teman dekat Raden Wijaya pendiri kerajaan Majapahit. Beberapa kalangan meilai adanya kesamaan motif kain batik madura dengan Yogyakarta dikarenakan adanya hubungan keluarga antara raja-raja Mataram dengan para pembesar kerajaan di Madura.

Sedangkan mengenai kearifan lokal batik tulis merupakan asli daerah Klampar Kecamatan Proppo.

Kegiatan membuat batik merupakan kegiatan mengisi waktu luang. Karena memproduksinya secara sederhana dan bersifat tradisional serta pemasarannya juga sederhana maka produksi batik tulis ini masih sedikit yang menggunakan label. Dengan adanya pembinaan dari pihak terkait tentunya dapat menambah wawasan dari para pengrajin untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produknya serta dari segi pemasaran tentunya dapat meraih pangsa pasar yang lebih luas lagi. Pemberdayaan produk lokal khususnya untuk produk batik tulis mempunyai prospek yang sangat bagus dimasa yang akan datang dalam meningkatkan daya saing di sektor usaha kecil menengah.

#### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kajian penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Pendekatan OVOP belum mencapai seratus persen berhasil dilakukan karena dari kriteria penilaian belum terpenuhi
2. Produksi batik tulis Desa Klampar Kecamatan Proppo Pamekasan menunjukkan desain-desain batik tulis Madura, sebagian masih menggunakan pola lama seperti carsena, sisik malaya dan sebagainya dan tetap patuh kepada aturan atau pakem walaupun sebagian besar mulai mengembangkan motif gambar dengan kreasi-kreasi baru,

sejalan dengan permintaan pasar yang dinamis

3. Upaya pengembangan produk OVOP belum dilakukan secara maksimal seperti pelatihan, pendampingan oleh tenaga ahli, promosi dan pameran, fasilitas HKI dan sebagainya.
4. Lemahnya kinerja pemasaran diakibatkan karena belum maksimalnya para pengrajin batik dalam menciptakan nilai pelanggan.

Rekomendasi penelitian ini antara lain : 1). diharapkan adanya pembinaan dan pelatihan dari dinas terkait untuk terus memberdayakan produk lokal batik tulis Madura berbasis *One Village One Product*(OVOP), 2). Diharapkan para pengrajin batik tulis terus mengembangkan usahanya sehingga tercipta *One Village One Product* (OVOP), 3). Hendaknya pemerintah daerah terus berkomitmen terhadap pengembangan *One Village One Product* (OVOP) yang dilakukan oleh masyarakat pengrajin batik sehingga terwujud kawasan industri yang dapat meningkatkan daya saing serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Buku Petunjuk Teknis Penilaian, 2012. Klasifikasi Dan Pembinaan Produk OVOP Direktorat Jenderal Industri Kecil Dan Menengah Kementerian Perindustrian
- Buchari, Alma. 2009. Kewirausahaan. Bandung, Alfabeta.

- David Sukardi Kodrat. 2009. *Manajemen Strategi Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*, Yogyakarta, Graha Ilmu
- Fitri Adona, 2001. *Perbandingan Peran Agen Pembaru Ovop Produk Unggulan Jenis Buah Segar (Studi Kasus Difusi Inovasi Di Sumatera Barat)* Padang Jumal R & B. Volume 1 Nomor 2. September.
- Irawan, Andi. 2007. *Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Justin G Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty. 2001 *Kewirausahaan, Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta, Salemba Empat
- Meirina Triharini, Dwinita Larasati & R. Susanto, *Pendekatan One Village One Product (OVOP) Untuk Mengembangkan Potensi Kerajinan Daerah Studi Kasus: Kerajinan Gerabah Di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta, Bandung*, ITB J. Vis. Art & Des, Vol. 6, No. 1, 2012,
- Nuraini Asriati. 2015. *Pengembangan Kawasan Terpadu Mandiri dengan Pendekatan OVOP Daerah Transmigrasi Rasau Jaya*. Prosiding Seminar Nasional 09 Mei 2015.
- Purwanto Djoko, 2006. *Komunikasi Bisnis*, Jakarta, Erlangga,
- Rusnandari Retno Cahyani. 2012. *Pendekatan One Village One Product (Ovop) Untuk Meningkatkan Kreativitas UMKM Dan Kesejahteraan Masyarakat ( Ilmu Komunikasi & Manajemen Universitas Sahid Surakarta)*
- Sahat M.Pasaribu, 2011. *Pengembangan Agro Industri Pedesaan dengan Pendekatan One Village One Product (OVOP)*. Forum Penelitian Agro Ekonomi Volume 29 No.1, Juli 2011 : 1 -11
- Sugiharto, Y.& Rizal, S. 2008. *Gerakan OVOP sebagai Upaya Peningkatan Pembangunan Daerah*, Jakarta: Benchmark
- Sri Handayani. 2014. *Strategi OVOP ( One Village, One Product) Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing Sektor Usaha UMKM ( Study kasus pada Produk Krepek Tete Tarohan Pamekasan)*. Pamekasan. LPPM-STAIN Pamekasan