

**IMPLEMENTASI RENCANA STRATEGI PEMERINTAH
DALAM PENGEMBANGAN USAHA BATIK TULIS TENUN GEDOG**
**(Studi di Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban dan di Usaha Batik Tulis
Tenun Gedog di Desa Kedungrejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban)**

Ariem Tsuluts Saiful Mukmin, Agus Suryono, Abdullah Said

Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang

E-mail: ariem.500.maladewa@gmail.com

Abstract: *Implementation of Strategic Plan In Business Development Batik Weaving Vilage Gedog Kedungrejo District Kerek Tuban. The Purpose of this study is to understand about the implementation of strategic government plan Dinas Perekonomian dan Pariwisata Tuban Regency in developing batik tulis tenun enterprise. This is caused by decreasing of revenue on small industry, especially batik tulis tenun gedog. In other in the realization of developing that is needed the seriousness in empowering to make society life and entrepreneur surrounding it prosper especially in Kedungrejo village, kerek subdistrict. The result of this study shows that the implementation of strategic plan based on developing program of batik tulis tenun gedog. All of the government attention toward developing program of batik tenun gedog is likely give a good result to entrepreneur and also craftsman, where is that program can make society economy getting better, but that things can be able to be handled with sustainability approach by Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban.*

Keywords: *implementation, plan in business development batik weaving village gedog*

Abstrak: *Implementasi Rencana Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis Tenun Gedog (Studi di Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban dan di Usaha Batik Tulis Tenun Gedog di Desa Kedungrejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban)*
Penelitian ini dilakukan atas dasar untuk mengetahui implementasi renstra pemerintah Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban dalam mengembangkan usaha batik tulis tenun gedog. Hal ini dikarenakan penurunan omset pada industri kecil khususnya batik tulis tenun gedog. Selain itu, produk industri kecil batik tulis tenun gedog merupakan produk unggulan dari Kabupaten Tuban yang harus dipertahankan. Sehingga dalam pelaksanaan pengembangan diperlukan sebuah keseriusan dalam pembinaan guna mensejahterakan masyarakat sekitar dan pengusaha di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Rencana Strategi berdasarkan program Pengembangan batik tulis tenun gedog berjalan dengan baik dengan hasil yang dikatakan baik pula, walaupun ada sisi kekurangan dari frekuensi pelatihan yang dilakukan. Segala bentuk perhatian pemerintah melalui kegiatan pengembangan usaha batik tulis tenun gedog nampaknya membawa hasil positif di mata para pengusaha dan pengrajin.

Kata kunci: *implementasi, dalam pengembangan usaha batik tulis tenun gedog*

Pendahuluan

Negara Indonesia yang kaya akan sumber daya alam membuat kita untuk bisa kreatif, inovatif dan mempunyai gagasan-gagasan baru guna mengelola sumber daya alam tersebut.

Di pihak lain, kekayaan sumber daya alam Indonesia menunjukkan potensi yang menggembirakan untuk meningkatkan taraf hidup seluruh masyarakat Indonesia. Per-

tama, jumlah penduduk yang besar menggambarkan kebutuhan masyarakat yang besar pula seperti kebutuhan sandang, pangan, papan, energi dan kesempatan kerja. Kedua, jumlah penduduk yang besar mencerminkan potensi yang dapat dikerahkan untuk mengolah sumber daya alam yang ada untuk kesejahteraan seluruh masyarakat. (<http://www.ibid.AmirSantoso.com>).

Kualitas sumber daya manusia adalah suatu benda ekonomi yang langka dan oleh

karenanya diperlukan pengorbanan dan keberanian untuk memperoleh suatu usaha yang cukup. Untuk mendapatkan kualitas sumber daya manusia yang tinggi diperlukan suatu strategi pengembangan sumber daya manusia yang relevan dengan tingkat pembangunan. Pembangunan sumber daya adalah proses peningkatan pengetahuan, dan ketrampilan.

Oleh karena itu, agar potensi sumber daya manusia dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan maka tidak ada salahnya apabila tenaga kerja mampu menciptakan lapangan kerja baru, maka usaha kecil menengah sangatlah perlu mendapatkan perhatian dan pembinaan secara lebih lanjut seperti pendidikan, pelatihan, penyuluhan, pendampingan serta perlu dilakukan berbagai penelitian.

Karena selama ini kita mengetahui bahwa banyak permasalahan yang sering dihadapi dalam pengembangan usaha kecil dan menengah Kabupaten Tuban yang terletak pada posisi yang cukup strategis pada ruas jalan pantura antara Jawa Timur dan Jawa Tengah. Tuban memiliki potensi unggulan dan fungsi diberbagai sektor yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan ke sejahteraan masyarakat, yaitu: sektor kepariwisataan, perdagangan dan jasa, industri kecil/kerajinan rumah tangga, pendidikan dan pelayanan kesehatan.

Dari beberapa sektor di atas, sektor industri kecil maupun sentra-sentra batik tulis tenun gedog perlu mempengaruhi dan membantu promosi Kabupaten Tuban ketingkat nasional maupun internasional.

Berdasarkan kunjungan peneliti dalam pra riset pada tanggal 2 Oktober 2012 mendapat data dari Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban tahun 2011 nilai investasi sentra Industri Kecil Menengah (IKM) batik tulis tenun gedog adalah sebagai berikut: batik tulis tenun gedog desa Gaji Kecamatan Kerek sebesar Rp.16.200.000,00, batik tulis tenun gedog desa Jarorejo Kecamatan Kerek Rp.5.400.000,00, batik tulis tenun gedog Margorejo Kecamatan Kerek sebesar Rp.60.000.000,00, batik tulis tenun gedog desa Karanglo Kecamatan Kerek sebesar Rp.15.000.000,00, batik tulis tenun gedog desa Kedungrejo Kecamatan Kerek sebesar

Rp.150.000.000,00. Maka peneliti tertarik untuk ditentukan sebagai pengambilan sampel selain dari Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban. Di sentral industri, desa Kedungrejo Kecamatan Kerek mempunyai pekerja sebanyak 200 orang yang sebagian besar sebagai pekerja sambilan selain buruh tani yang merupakan pekerjaan pokok.

Tinjauan Pustaka Perencanaan Pembangunan

Perencanaan pembangunan merupakan suatu hal yang sangat penting karena pembangunan berkaitan dengan perubahan ke arah yang lebih baik pada masa yang akan datang.

Menurut Tjokroamidjojo (1987, h.12) perencanaan pembangunan adalah suatu pengarahan penggunaan sumber-sumber pembangunan (termasuk sumber-sumber ekonomi) yang terbatas untuk mencapai tujuan yaitu keadaan sosial yang lebih baik secara efisien dan efektif. Dalam suatu perencanaan pembangunan, yang merupakan suatu kegiatan yang berkelanjutan, ada beberapa tahap yaitu dilakukan dalam penyusunan menurut Tjokroamidjojo (1987, h.57-60), yaitu:

a. Penyusun rencana.

Perencanaan rencana terdiri dari unsur-unsur, yaitu:

(a.1) Tinjauan keadaan

Tinjauan keadaan atau *review* ini dapat berupa tinjauan sebelum. Memulai suatu rencana (*review before take off*) atau suatu tinjauan tentang pelaksanaan rencana sebelumnya (*review of performance*).

(a.2) Perkiraan keadaan masa yang akan dilalui rencana

Sering juga disebut sebagai *forecasting*. Dalam hal ini diperlukan data-data statistik sebagai hasil penelitian dan teknik-teknik proyeksi mekanisme informasi untuk mengetahui kecenderungan masa depan.

(a.3) Penetapan tujuan rencana (*plan objective*) dan pemilihan cara-cara pencapaian tujuan tersebut

Dalam hal ini seringkali nilai-nilai politik sosial masyarakat memaikan peranan yang cukup penting.

(a.4) Identifikasi kebijaksanaan dan kegiatan usaha yang diperlukan dilakukan dalam rencana

Suatu kebijaksanaan atau *policy* mungkin perlu didukung oleh program-program pembangunan.

(a.5) Tahap persetujuan rencana

Proses pengambilan keputusan disini mungkin bertingkat-tingkat, dari putusan di bidang teknis kemudian memasuki wilayah proses politik.

b. Penyusunan program rencana

Dalam tahap ini dilakukan perumusan yang lebih terperinci mengenai tujuan atau sasaran dalam jangka waktu tertentu, suatu perincian jadwal pekerjaan, jumlah dan jadwal pembiayaan serta penentuan lembaga atau kerjasama antar lembaga mana yang akan melakukan program-program pembangunan.

c. Pelaksanaan rencana

Dalam hal ini seringkali perlu dibedakan antara tahap eksplorasi, tahap konstruksi, tahap operasi. Hal ini perlu ditimbangkan karena sifat kegiatan usahanya berbeda. Dalam tahap pelaksanaan operasi perlu dipertimbangkan kegiatan-kegiatan pemeliharaan.

Untuk itu diperlukan suatu sistem monitoring dengan mengusahakan pelaporan dan *feedback* yang baik dari pelaksanaan rencana.

d. Evaluasi

Evaluasi ini membantu kegiatan pengawasan, dalam hal ini dilakukan suatu evaluasi tentang situasi sebelum rencana dimulai dan evaluasi tentang pelaksanaan rencana sebelumnya.

Dari hasil-hasil evaluasi ini dapat dilakukan perbaikan terhadap perencanaan selanjutnya atau penyesuaian akan dilakukan (pelaksanaan) perencanaan itu sendiri (Tjokroamidjoo, 1987, h.57-60).

Perencanaan Strategi

Istilah perencanaan strategi (renstra) pada mulanya lebih banyak dikenal diling-

kungan militer, yang berarti perencanaan operasi ke arah lawan dengan memperhitungkan berbagai kemungkinan, keuntungan dan kelemahannya serta mempertimbangkan kondisi real yang dimiliki, serta kondisi lingkungan yang ada, bahkan dengan berupaya memperhitungkan kekuatan lawan, agar operasi militer dapat berhasil dengan baik. Menurut Riyadi-Bratakusumah (2004, h.227) Bruton dan Hildreth (2000) menyatakan:

“the origins of strategic planning can be traced to military organizations. In a war an army must determine its strengths and weaknesses. From this information it then determines its advantages over its and, thus at what point to attack that adversary.”

Dengan adanya implementasi, maka suatu strategi tidak mempunyai arti apa-apa. Implementasi strategi merupakan satu proses tersendiri dan sering tidak dipandang sebagai bagian integral dari pengambilan keputusan.

Implementasi adalah operasionalisasi dari berbagai aktivitas guna mencapai suatu sasaran tertentu. Higgins (dalam, Salusu 1996, h.409), menyatakan bahwa implementasi adalah rangkuman dari berbagai kegiatan yang didalamnya sumber daya manusia menggunakan sumber daya lain untuk mencapai sasaran dari strategi.

Kegiatan tersebut menyetuh semua jajaran manajemen mulai manajemen puncak sampai pada karyawan lini paling bawah. Alexander (dalam, Salusa 1996, h.431) mengungkapkan, beberapa masalah yang sering dijumpai dalam melaksanakan suatu strategi:

a. Jangka waktu pelaksanaan.

Jangka waktu pelaksanaan ternyata jauh lebih lama daripada yang direncanakan karena timbulnya banyak masalah baru yang tidak diantisipasi, tidak diprediksi sebelumnya. Sementara itu, selama kegiatan implementasi berlangsung, koordinasi tidak berjalan secara efektif, apalagi banyak karyawan yang tidak memiliki ketrampilan yang memadai untuk melaksanakan kewajiban.

- b. Pelaksanaan analisis SWOT.
Saat analisis SWOT dilakukan, masalah yang berkaitan dengan faktor eksternal telah banyak dibicarakan. Namun pada saat pelaksanaannya, faktor-faktor itu banyak sekali dilupakan dan kurang terkontrol. Akibatnya adalah aktivitas organisasi kadang-kadang terpengaruh oleh faktor-faktor eksternal yang tidak terkendali itu sehingga hasil yang diperoleh tidak seperti yang diharapkan.
- c. Kualitas kepemimpinan.
Kualitas kepemimpinan yang kurang memadai, pengarahan dari para pimpinan unit kerja yang sering kali kurang tepat juga, semuanya merupakan sumber rintangan dalam menyukseskan implementasi strategi. Instruksi-instruksi kepada karyawan eselon bawah sangat tidak mencukupi dan bahkan pelatihan yang disyaratkan jarang dilakukan. Ini melemahkan posisi karyawan terdepan karena ada interpretasi terhadap tugas yang harus diemban sering berbeda dari yang sebenarnya. Selain itu, monitoring atas pelaksanaan tugas sangat lemah.

Dari keseluruhan penjelasan komponen-komponen implementasi strategi di atas yang lebih penting adalah kemauan politik dari pimpinan puncak atau manajemen puncak dalam mengelola organisasi. *Thompson* dan *Strickland* (dalam, Salusu 1996, h.436), mengungkapkan bahwa:

"Kunci sukses implementasi strategi adalah menyatukan organisasi secara total untuk mendukung strategi dan melihat apakah setiap tugas administratif dan aktivitas dilakukan menurut cara yang memadukan secara tepat semua persyaratan sehingga pelaksanaan dari strategi itu dapat dinikmati".

Pengembangan Industri

Kata pengembangan yang termuat dalam kamus besar bahasa Indonesia

diartikan sebagai "proses, cara, perbuatan, mengembangkan "(Tim penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1997, h.414).

Kemudian Ndrahah (1983, h.84) mengungkapkan bahwa istilah pengembangan berasal dari kata "kembang" yang berarti meningkatkan atau menambahkan sesuatu yang sudah ada baik kualitatif maupun kuantitatif, jadi ada sesuatu yang bertambah. Menurut S. Pamuji (1985, h.7) juga mengemukakan bahwa pengembangan adalah:

"Sebagai suatu pembangunan yaitu merubah sesuatu sehingga menjadi baru dan dimiliki nilai yang lebih tinggi. Dengan demikian juga mengandung makna sebagai pembaharuan yaitu melakukan usaha-usaha dengan kebutuhan, menjadi lebih baik atau manfaat"

Dari beberapa definisi pengembangan tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud pengembangan merupakan segala usaha atau perbuatan untuk memajukan, memperbaiki, secara teratur dan bertahap, serta meningkatkan sesuatu yang sudah ada sesuai apa yang diharapkan.

"Harapannya bahwa pertumbuhan ekonomi semakin pesat dari sektor industri modern akan dapat menyelesaikan masalah kemiskinan dan pengangguran secara tuntas ternyata masih ada pada rentang perjalanan yang panjang.

Dalam pendirian suatu bidang usaha baik kecil maupun besar, tentunya di dasarkan pada satu tujuan tertentu yang ingin dicapai. Pencapaian tersebut akan dapat berjalan dengan baik jika perusahaan mempunyai kemampuan untuk dapat mengelola secara optimal segala sumber yang dimiliki. Adapun yang dimaksud dengan sumber-sumber yang di kelola oleh perusahaan dalam ilmu manajemen Soekarno (1986, h.46) ialah:

- a. *Man*: tenaga kerja manusia.
- b. *Money* : uang yang diperlukan.
- c. *Methods*: cara atau sistem yang dipakai
- d. *Materials*: bahan-bahan yang diperlukan.

- e. *Machines* : mesin-mesin yang diperlukan.
- f. *Markets* : pasar, untuk melempar hasil-hasil produksi.

Sumber-sumber tersebut diatas selalu dapat diperlukan/dibutuhkan dalam dunia usaha, baik usaha kecil maupun besar sebagai faktor-faktor produksi. Faktor produksi juga dibutuhkan dalam industri kecil. Dan keenam faktor tersebut merupakan suatu kesatuan yang saling mendukung antara satu dengan yang lain.

Industri Kecil

Sebelum menjelaskan tentang pengertian industri kecil, lebih dahulu akan disampaikan tentang pengertian industri. Istilah industri mempunyai dua arti. Pertama, industri dapat diartikan himpunan perusahaan-perusahaan sejenis. Kedua, industri dapat pula merunjuk pada ke suatu sektor ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. (Dumairy, 1996, h.227).

Bahkan istilah yang dipakai pun bermacam-macam seperti industri formal, usaha kecil, industri rumah tangga, industri kecil atau usaha sub sistem. Namun pada dasarnya mempunyai makna substansi yang sama. Oleh karena itu perlu batasan yang tegas tentang pengertian usaha kecil. Hal ini dimaksudkan agar terdapat konsistensi pemahaman atas kedua konsep tersebut.

Menurut Deperindag bersama dengan Badan Pusat Statistik (2002) industri kecil adalah:

“Kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan yang bertujuan untuk memproduksi barang maupun suatu badan yang bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial, yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak 200 juta rupiah dan mempunyai nilai penjualan sebesar 1 miliar rupiah atau kurang”.

Usaha Kecil Menengah (UKM)

UKM adalah jenis usaha yang paling banyak jumlahnya di Indonesia, tetapi sampai saat ini batasan mengenai usaha kecil di Indonesia masih beragam. Pengertian kecil di dalam usaha kecil bersifat relatif. Sehingga perlu adanya batasannya, yang dapat menimbulkan definisi-definisi usaha kecil dari beberapa segi. Sedangkan Definisi usaha mencakup paling tidak dua aspek, yaitu aspek penyerapan tenaga kerja dan aspek pengelompokan usaha ditinjau dari jumlah tenaga kerja yang diserap dalam gugusan atau kelompok usaha tersebut (Partomo dan Soejoedono, 2004).

Sedangkan INPRES No. 10 Tahun 1999 mendefinisikan usaha menengah adalah unit kegiatan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari 200 juta rupiah sampai maksimal 10 miliar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha). Pengertian UKM dilihat dari kriteria jumlah tenaga kerja yang dimiliki berbeda antara negara yang satu dengan yang lain. Di Indonesia, Biro Statistik mempunyai kriteria usaha kecil jika karyawannya 5 sampai 19 orang dan jika kurang dari 5 orang digolongkan usaha rumah tangga, serta usaha menengah terdiri atas 20 sampai 99 orang.

Menurut Gaedeke dan Tootelian (dalam, Partomo dan Soedjoedono (2002), UKM memiliki 4 karakteristik, yaitu: (1) kepemilikan, (2) operasinya terbatas pada lingkungan atau kumpulan pemodal, (3) wilayah operasinya terbatas pada lingkungan sekitarnya, meskipun pemasaran dapat melampaui wilayah lokalnya, dan (4) ukuran dari perusahaan dalam industri bersangkutan lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan lainnya dalam bidang usaha yang sama.

Partomo dan Soedjoedono (2002) berpendapat, pada kenyataannya UKM memiliki kendala-kendala dalam mem-pertahankan dan pengembangan usaha (bisnis), antara lain kurangnya pengetahuan penge-lolaan usaha, kurang modal, dan lemah di bidang pemasaran. Untuk mengatasinya UKM harus memiliki strategi bisnis yang tepat yang perlu diambil, diantaranya adalah:

- (1) Untuk dapat mengembangkan UKM perlu dipelajari terlebih dahulu tentang ciri-ciri kelemahan serta potensi-potensi yang tersedia serta perundang-undangan.

- (2) Diperlukan bantuan manajerial agar tumbuh inovasi-inovasi mengelola UKM berdampingan dengan usaha-usaha besar.
- (3) Secara vertikal dalam sistem gugus usaha, UKM bisa menjadikan diri komplemen-komplemen usaha bagi industri perusahaan produsen utama. Maka diperlukan suatu strategi UKM menjalin kerja komplementer dengan usaha-usaha besar.

Oleh karena itu, ada kerjasama yang terjalin bisa berbentuk koperasi dan secara bersama-sama beroperasi masuk dalam usaha tertentu.

Perkembangan Usaha Batik di Indonesia

Indonesia adalah negara kepulauan yang paling luas di seluruh dunia. Terletak di Asia Tenggara dan terdiri atas bermacam-macam pulau, serta jumlahnya lebih dari dua ratus ribu. Luas tanahnya kira-kira lima kali ganda dari pada Jepang dan penduduknya lebih dari dua ratus juta orang.

Mengenai teknik celup dan tenun tradisional, kata orang tekniknya juga mencapai sebanyak jumlah pulau atau suku. Motifnya atau warnanya berbeda berdasarkan masing-masing desa.

Oleh karena itu, Indonesia adalah negara jepang terkemuka dalam bidang celup dan tenun tradisional. Kemudian, pembatik terpilih kerajinan tangan yang halus bagi wanita dan perem-puan keluarga raja dan bangsawan kraton. Pembatik makin lama makin menjalar di dalam kraton. Akan tetapi, orang awam tidak dapat membatik karena bahan bakunya jarang ada dan terlalu mahal.

Beberapa pengrajin di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek telah mendirikan organisasi yang diharapkan dapat mewadahi aspirasi mereka dalam kegiatan membatik. Pada kurun waktu 1997 hingga sekarang, industri batik tulis gedog kesatrian telah mengalami perubahan dalam pola kegiatan industrinya akibat peristiwa bom Bali.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam

penelitian status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kilas peristiwa pada masa sekarang.

Penelitian adalah kegiatan dalam rangka memberikan pemecahan atas suatu permasalahan, mengembangkan dan menguji kebenarannya suatu pengetahuan. Dalam suatu penelitian selalu menggunakan metode.

Adapun fokus penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Implementasi Rencana Strategi Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban di antaranya:
 - a. Bidang Perdagangan.
 - a) Pembangunan pusat informasi dan promosi berbasis teknologi dan informasi (IT)
 - b) Pelatihan memulai usaha (kewirausahaan)
 - c) Pelatihan strategi pemasaran
 - b. Bidang Perindustrian
 - a) Kegiatan pembinaan sentra-sentra Industri
 - b) Pengembangan kampung batik
 - c) Kegiatan pelatihan ketrampilan bagi industri kecil
 - d) Pemberian pinjaman modal bagi industri kecil
2. Pengembangan usaha batik tulis tenun gedog di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek di Kabupaten Tuban dapat dilihat dari:
 - a) Strategi pengembangan pasar
 - b) Strategi Pengembangan produksi pasar
3. Faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan usaha batik tulis tenun gedog di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek:
 - 1). Faktor pendukung
 - 2). Faktor penghambat

Pembahasan

1. **Implementasi Rencana Strategi Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban.**
- a. **Bidang Perdagangan**
 - a) Pembangunan pusat informasi dan promosi berbasis teknologi dan informasi (IT)

Dalam pembangunan pusat informasi dan promosi bisnis berbasis teknologi dan informasi (IT) sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya merupakan kelompok pelaku ekonomi ter-besar dalam perekonomian Indonesia dan terbukti menjadi kunci penting dari pengaman perekonomian nasional dalam masa krisis, serta menjadi dinamisator pertumbuhan ekonomi pasca krisis ekonomi. Salah satu kunci keberhasilan usaha mikro, kecil dan menengah adalah adalah tersedianya pasar yang jelas bagi produk UMKM khususnya batik tulis tenun gedog.

Oleh karena itu, peran pemerintah sangat diperlukan dalam mendorong keberhasilan UMKM untuk memperluas akses pasar melalui pemberian fasilitas teknologi informasi berbasis *Web* yang dapat digunakan sebagai media komunikasi bisnis global serta melalui pembentukan Pusat Komunikasi Bisnis Berbasis *Web* di setiap daerah Kabupaten atau Kecamatan di Indonesia. Pelatihan memulai Usaha (kewirausahaan). Dalam mengupayakan pelatihan memulai usaha (kewirausahaan) batik tulis tenun gedog yang dilakukan oleh Dinas Perekonomian dan Pariwisata bidang Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tuban terhadap masyarakat pengrajin batik tulis tenun gedog di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek Tuban perlu melakukan berbagai macam intervensi pelatihan memulai usaha yaitu dengan melakukan pelatihan berbentuk teknis yakni pelatihan peningkatan ketrampilan batik dan pelatihan pengetahuan pewarnaan.

Dalam pelatihan ini para pengrajin batik didatangkan pelatih atau guru (desain) dari luar kota yang mana akan diberikan ilmu bagaimana cara-cara memadukan motif-motif atau corak lainnya seperti perpaduan batik yang menarik, meskipun batik tulis tenun gedog mempunyai ciri khas tersendiri.

Di samping itu, kaum ibu-ibu dan para remaja putri disini juga ada anak-anak Sekolah Dasar (SD) yang mau ikut belajar membatik. Dalam pembelajaran untuk anak-anak Sekolah Dasar ini di lakukan kursus setiap hari sehabis pulang sekolah. Mereka

dibina oleh salah seorang ibu yang sudah ahli dalam membatik di desa tersebut, dengan semangat dan penuh ketekunan mereka (anak-anak) tersebut memperhatikan dengan seksama pada guru (Ibu Uswatun) yang memberikan pelajaran pada mereka.

b) Pelatihan strategi pemasaran.

Dalam melakukan strategi pemasaran dalam pengelolaan yang dimaksud adalah cara penanganan suatu usaha atau lembaga dalam suatu proses kegiatan secara rapi melalui kerjasama dengan orang lain agar tercapai keuntungan semaksimal mungkin untuk melakukan berbagai pelatihan strategi pasar supaya pengrajin batik tulis tenun gedog mengetahui lokasi strategi pemasaran.

Selain itu juga terdapat *show room* yang digunakan untuk memajang dan menjual batik untuk pengunjung yang pada akhirnya meningkatkan jumlah transaksi batik. Industri batik ini dalam memasarkan barang hasil produksinya melalui tiga sistem pemasaran, yaitu: (1) Pemasaran Setempat Pemasaran ini hanya di daerah Tuban sendiri yang meliputi tengkulak-tengkulak kecil yang masuk keluar barang dagangannya dengan pedagang batik yang ada dalam pasar, (2) Pemasaran luar daerah Pemasaran luar daerah ini sangat membawa keuntungan yang lebih banyak karena pemasaran lokal (luar daerah) meliputi daerah Surabaya, Jakarta, Bali dan sebagainya, (3) Pemasaran untuk luar negeri Untuk pemasaran batik sudah dapat menembus pasaran luar negeri yaitu Jepang, Belanda, dan Australia.

b. Perindustrian.

a) Kegiatan pembinaan sentra-sentra industri

Usaha pemerintah Kabupaten Tuban dalam menjalankan kegiatan pembinaan sentra-sentra industri batik tulis tunun gedog adalah untuk menjalankan program programnya yaitu menginginkan per-tumbuhan usahanya.

Oleh karena itu, kewajiban untuk melestarikan warisan-warisan budaya nasional dan kesadaran untuk ikut membangun kehidupan para pengrajin dilakukan se rangkaian upaya pembinaan yang terpadu dan berkelanjutan guna pengembangan po-

tensi usaha pengrajin batik tulis tenun gedog di Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban.

b) Pengembangan kampung batik

Rencana penetapan sejumlah desa di Kecamatan Kerek sebagai kampung batik besar kemungkinan batal terealisasi. Kepala Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban, Ir. Farid Achmadi, M.MT mengatakan, pihaknya mengalihkan rencana pembangunan kampung batik tersebut ke kawasan Desa Sumurgung, Kecamatan Kota Tuban dan sekitarnya.

c) Kegiatan pelatihan ketrampilan bagi industri kecil

Upaya pemerintah Kabupaten Tuban Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban bidang perindustrian dalam menjalankan program-program pelatihan ketrampilan bagi industri kecil batik tulis tenun gedog.

Dalam pengembangan sumber daya manusia adalah memberikan pelatihan yang berkaitan dengan ketrampilan kerja dan desain produk, pelatihan tersebut diadakan oleh Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban bidang perindustrian bekerja sama dengan Paguyuban koperasi batik, Forum Pengembangan Kampung Batik Tuban (FPKBT) serta Semen Gresik (SG).

d) Pemberian pinjaman modal

Modal merupakan hal yang paling penting dalam suatu usaha. Tanpa adanya modal, suatu usaha tidak akan berjalan dengan baik. Begitu juga dengan industri batik tulis tenun gedog di Desa Kedungrejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban yang membutuhkan modal usaha dalam pengembangannya. Masih banyak industri kecil batik tulis tenun gedog yang masih kekurangan modal dalam mengembangkan usahanya. Masih banyak industri kecil batik tulis tenun gedog yang masih kekurangan modal dalam mengembangkan usahanya.

2. Pengembangan usaha batik tulis tenun gedog di desa Kedungrejo

Kecamatan Kerek, Kabupaten Tuban.

a. Strategi pengembangan pasar

Alasan yang mendasar diterapkannya Strategi Pengembangan Pasar ini dilaksanakan dengan berbagai alasan bahwa dengan pengembangan pasar, maka perusahaan akan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan untuk mengembangkan usahanya

b. Strategi pengembangan produksi pasar

Dalam proses pengembangan produk baru berawal dari pencarian ide. Ide produk baru dapat berasal dari sejumlah sumber yaitu para pengrajin batik tulis tenun gedog, dan para karyawan yang mempunyai pengetahuan yang cukup luas dalam pembuatan batik. Para pengrajin batik tulis tenun gedog mempunyai sebuah ide karena para pengrajin batik telah melakukan survey dan mereka tahu kondisi pasar, ide itu bisa langsung disampaikan kepada para pekerja untuk memperbarui produknya dengan desain yang baru yang diinginkan dari ide tadi.

3. Faktor Pendorong dan Penghambat dalam pengembangan usaha batik tulis tenun gedog di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek.

a) Faktor Pendorong.

1. Tenaga kerja

Di sekitar industri batik tulis tenun gedog cukup tersedia tenaga kerja yang diperlukan dengan tingkat keahlian yang cukup memadai serta biaya tenaga yang relatif murah sampai relatif mahal. Hal ini merupakan suatu keuntungan bagi industri batik tulis tenun gedog dan dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di masyarakat sekitar industri kecil pada khususnya dan masyarakat Tuban pada umumnya.

2. Kualitas pengembangan produk

Proses pengembangan produk-produk baru berawal dari pencarian ide. Ide produk-produk baru tersebut dapat berasal dari sejumlah sumber yaitu para pengrajin batik tulis tenun gedog, dan para karyawan yang mempunyai pengetahuan yang cukup luas dalam pembuatan batik.

Para pengrajin batik mempunyai sebuah ide karena para pengrajin batik telah melakukan survei dan mereka tahu kondisi pasar, ide itu bisa langsung disampaikan kepada para pekerja untuk memperbarui produknya dengan desain yang baru yang diinginkan dari ide tadi.

3. Besarnya potensi batik tulis tenun gedog

Salah satu produk unggulan dapat di gali dan besar permintaan pasar akan pakaian tradisional khas Tuban itu yang dihasilkan oleh pengusaha batik tulis tenun gedog di Desa Kedungrejo Kecamatan Kerek.

b) Faktor Penghambat.

a. Lemahnya akses terhadap sumber-sumber permodalan.

Kurangnya permodalan dalam industri batik tulis tenun gedog, karena pada umumnya industri kecil tersebut merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, yang mengandalkan pada modal dari si pemilik yang jumlahnya sangat terbatas. Kurangnya permodalan yang dialami industri kecil batik tulis tenun gedog dikarenakan lemahnya akses.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Implementasi Rencana Strategi Pemerintah Dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis Gedog studi pada Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban dan di Usaha Batik Tulis Tenun Gedog di Desa Kedungrejo Kecamatan Kerek, maka dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

1. Implementasi Rencana Strategis Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban.

a. Bidang Perdagangan

a) Pengembangan Pusat Informasi dan Promosi Bisnis Berbasis Teknologi dan Informasi (IT) melalui website Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban khususnya batik tulis tenun gedog.

b) Pelatihan Melalui Usaha (kewirausahaan) yang dilakukan

Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban dan disentra-sentra industri batik tulis tenun gedog.

c) Pelatihan Strategi Pemasaran yang dilakukan Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban di sentra-sentra industri batik tulis gedog dalam pembuatan atau pengembangan produk-produk baru yang diinginkan konsumen.

b. Bidang Perindustrian

a) Kegiatan Pembinaan sentra-sentra industri yang dilakukan Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban dalam bidang usaha batik tulis tenun gedog.

b) Pengembangan kampung batik yang dilakukan Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban selain di Kecamatan Kerek yaitu di desa Kedungrejo, Gaji, Jarorejo, dan Margomulyo Kabupaten Tuban juga kampung batik di desa Sumurgung, Sugiharjo kecamatan kota Tuban.

c) Kegiatan pelatihan keterampilan bagi industri kecil di sentra-sentra industri kecil khususnya pengrajin-pengrajin batik tulis gedog.

d) Pemberian pinjaman modal lunak bagi industri kecil kepada pengusaha batik tulis tenun gedog bagi yang membutuhkan.

2. Pengembangan batik tulis tenun gedog di desa kedungrejo kecamatan kerek kabupaten tuban

a. Strategi pengembangan pasar
Pelaksanaan strategi pengembangan pasar dilakukan untuk menjaga kelangsungan hidup sentra pengrajin batik tulis tenun gedog di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban dengan cara sebagai: 1) Survey daerah penjualan yang memungkinkan untuk diamati dan dimasuki, 2) Menerima pesanan dari pelanggan.

b. Strategi pengembangan produksi pasar

Pelaksanaan strategi pengembangan produk baru diterapkan oleh para pengrajin batik tulis tenun gedog memiliki alasan

yaitu: 1) Untuk menyesuaikan dengan selera konsumen yang cenderung berubah-ubah serta melihat kondisi *trend* terbaru zaman sekarang yang diinginkan oleh konsumen dalam mengembangkan produk-produk baru; 2) Pemasaran produk-produk batik tulis tenun gedog yang berkwalitas dibandingkan dengan dari daerah lain supaya batik tulis tenun gedog dikenal masyarakat kabupaten Tuban maupun luar kabupaten Tuban.

3. Faktor pendorong dan penghambat dalam pengembangan usaha batik tulis tenun gedog di desa kedungrejo kecamatan kerek kabupaten tuban.
-

a. Faktor Pendorong

- 1 Tenaga kerja yang memadai
- 2 Kualitas pengembangan produk batik tulis tenun gedog sangat bagus
- 3 Besarnya potensi batik tulis tenun gedog khususnya pada waktu lebaran yaitu Idul Fitri dan Idul Adha

b. Faktor Penghambat

- 1 Lemahnya akses terhadap sumber-sumber permodalan khususnya prosedur pengajuan pinjaman
- 2 Lemahnya jaringan usaha yang dilakukan pengrajin dan pengusaha.

Daftar Pustaka

- Bratakusumah, Deddy Supriady dan Solihin, Dadang. 2001. *Otonomi Penyelenggaraan Pemerintah Daerah*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Dumairy. 1996. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Erlangga.
- Partomo dan Soedjoedono. 2002. Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi. Ghilia Indonesia. Jakarta.
- Riyadi, dan Bratakusumah, Deddy Supriyadi. 2004. *Perencanaan Pembangunan Daerah: Strategi Menggali Potensi Dalam Mewujudkan Otonomi Daerah*. Jakarta : Pustaka Utama.
- Salusa, J. 1996. *Pengambilan Keputusan Stratejik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofirt*. Jakarta : PT. Gramedia Widisarana Indonesia.
- Soekarno. 1986. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta : C.V. Miswar.
- Tjokroamidjodo, Bintaro. 1986. *Perencanaan Pembangunan*. Jakarta : PT Gunung Agung.