

**STRATEGI MENCIPTAKAN IKLIM UKM
PADA INDUSTRI KREATIF BATIK TULIS
(Studi pada Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri)**

Elin Prasetyo Rini, Ratih Nur Pratiwi, Romula Adiono

Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Barawijaya, Malang
E-mail: elinprasetyorini@gmail.com

Abstract: *Strategy of Creating SMEs Climate in the Creative Industries Batik Tulis (Study on Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri). The economic crisis led to many large-scale enterprises has stagnated even stop their activities, but the SME sector proved to be more resilient in the face of the crisis. Kabupaten Kediri is one area that has a number of SMEs which are many and varied. Until December 2014, there were 14.744 SMEs spread throughout the district of Kediri. One potential area that is large enough to develop creative industries batik tulis. Kediri is claimed that the motive jaranan (kuda lumping) and manga podang as a motif typical of the region. There are 19 batik artisans in Kabupaten Kediri, but are considered productive only about 10 artisans. It shows the existing business climate can not develop properly. Seeing this, the researcher wanted to know the strategies used by the Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri in creating a climate of SMEs in the creative industries batik tulis as well as the factors that influence it.*

Keyword: *strategy, SMEs, creative industries, batik tulis*

Abstrak: **Strategi Menciptakan Iklim UKM pada Industri Kreatif Batik Tulis (Studi pada Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri).** Krisis ekonomi menyebabkan banyak usaha berskala besar mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya, namun sektor UKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Kabupaten Kediri merupakan salah satu daerah yang memiliki jumlah UKM yang cukup banyak dan beragam. Sampai Desember 2014, terdapat 14.744 UKM tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Kediri. Salah satu potensi daerah yang cukup besar untuk dikembangkan adalah industri kreatif batik tulis. Kabupaten Kediri mengklaim bahwa motif jaranan (kuda lumping) dan manga podang sebagai motif batik khas daerah. Terdapat 19 perajin batik di Kabupaten Kediri, namun yang dinilai produktif hanya sekitar 10 perajin. Hal tersebut menunjukkan iklim usaha yang ada belum dapat berkembang dengan baik. Melihat hal tersebut, maka peneliti ingin mengetahui strategi yang digunakan oleh Dinas Koperasi Industri dan Perdagangan Kabupaten Kediri dalam menciptakan iklim UKM pada industri kreatif batik tulis serta faktor yang mempengaruhinya.

Kata kunci: strategi, UKM, industri kreatif, batik tulis

Latar Belakang

Krisis ekonomi menyebabkan banyak usaha berskala besar berhenti aktivitasnya, namun sektor Usaha Kecil Menengah atau yang selanjutnya disebut dengan UKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. “UKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu bertahan karena tidak memiliki utang luar negeri, tidak banyak utang ke perbankan, menggunakan input lokal, dan memiliki orientasi ekspor” (Afiah, 2009, h.1). UKM yang kuat, dinamis, fleksibel, dan efisien akan mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Sebagai daerah yang sedang berkembang, Kabupaten Kediri merupakan salah satu daerah

yang memiliki jumlah UKM yang cukup banyak dan beragam. Tercatat sampai Desember 2014, terdapat 14.744 UKM tersebar di seluruh wilayah Kabupaten Kediri. Jenis usaha kecil menengah di Kabupaten Kediri bermacam-macam, mulai dari kuliner, *handycraft*, hingga *fashion* yang memiliki ciri khas Kabupaten Kediri.

Salah satu potensi daerah yang cukup besar untuk dikembangkan adalah industri kreatif batik tulis. Adanya batik tulis khas Kediri menunjukkan bahwa Kabupaten Kediri tidak hanya memiliki tahu dan Monumen Simpang Lima saja sebagai *icon* daerah. Batik tulis merupakan hasil dari perkembangan *fashion*. *Fashion* merupakan

salah satu sub sektor dari 14 jenis industri kreatif. Batik merupakan bentuk warisan budaya dalam bentuk *fashion* yang sudah ada sejak jaman dahulu. Pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO sebagai organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Dunia, menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia.

Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki seni dan motif batik khas daerahnya. Begitu pula dengan Kabupaten Kediri yang mengklaim bahwa motif jaranan (kuda lumping) dan mangga podang sebagai motif batik khas daerah. Jaranan atau kuda lumping merupakan kesenian khas Kabupaten Kediri, sedangkan mangga podang merupakan buah khas Kabupaten Kediri. Terdapat 19 perajin batik di Kabupaten Kediri, namun yang dinilai produktif hanya sekitar 10 perajin, yaitu: Suminar, Sri Anik, Herlin Puspitasari, Adi Wahyono, Jumangin, Wiwin Munawaroh, Irma, Rini Joyo, Khasanah, Sri (Diskoperindag Kab. Kediri, 2015)

Belum berkembangnya iklim UKM pada industri kreatif batik tulis terjadi karena adanya beberapa kendala yang dihadapi. Secara umum permasalahan UKM yang terjadi diakibatkan oleh sulitnya memperoleh akses permodalan, belum adanya prasarana penunjang, tidak berkembangnya pemasaran, dan permasalahan mengenai sumber daya manusia. Kesulitan dalam memperoleh modal saat pesanan datang merupakan permasalahan yang sering kali dihadapi oleh para perajin batik, artinya perajin batik membutuhkan perhatian khususnya dari segi modal pendanaan. Selain permasalahan modal, masalah lain yang sering dihadapi para perajin batik adalah masalah manajerial. Permasalahan manajerial meliputi manajemen produksi, pemasaran, dan sumber daya manusia (SDM). Rata-rata perajin batik hanya melakukan proses produksi saat menerima pesanan. Hal ini dikarenakan kurangnya pengetahuan SDM mengenai akses pemasaran. Pemasaran batik tulis khas Kabupaten Kediri yang masih kurang diminati oleh masyarakat juga merupakan kendala utama dalam pengembangan industri kreatif batik tulis di Kabupaten Kediri. Hal tersebut menggambarkan bahwa masih kurangnya kualitas SDM untuk lebih terampil dan inovatif dalam memproduksi batik.

Melihat berbagai permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan industri kreatif batik tulis diatas, maka dibutuhkan suatu strategi dari pemerintah daerah untuk mengembangkan iklim usaha tersebut. Strategi yang dibuat bertujuan agar perkembangan industri kreatif Batik Tulis Kediri berjalan dengan cepat, permasalahan yang dihadapi UKM dapat

diminimalisir, sehingga UKM mempunyai daya saing.

Semakin dinamisnya perkembangan perekonomian daerah dan nasional serta semakin ketatnya persaingan bisnis yang harus dihadapi oleh pelaku usaha kecil menengah dalam pasar bebas, maka diperlukan upaya-upaya dari pemerintah daerah dalam memberikan dukungan untuk mengembangkan lingkungan usaha batik tulis agar lebih kondusif. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Strategi Menciptakan Iklim UKM pada Industri Kreatif Batik Tulis (Studi pada Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri)”**.

Tinjauan Pustaka

Administrasi Pembangunan

Administrasi pembangunan menurut Tjokroamidjojo (1995, h.13) adalah “sebagai proses pengendalian usaha (administrasi) oleh negara/pemerintah untuk merealisasikan pertumbuhan yang direncanakan kearah suatu keadaan yang dianggap lebih baik dan kemajuan di dalam berbagai aspek kehidupan bangsa “. Sedangkan administrasi pembangunan menurut Riggs (1986, h.75-77), “menunjuk pada berbagai usaha yang diorganisasikan untuk melaksanakan program-program atau proyek-proyek terkait guna mencapai sasaran pembangunan”.

Berdasarkan teori tersebut dapat ditarik kesimpulan, bahwa administrasi pembangunan merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh aparatur-aparatur pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan segala aspek kehidupan masyarakat untuk mendukung pembangunan ke arah yang lebih baik.

Strategi

Menurut Steiner dan Miner (1988, h.18), strategi adalah penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi menggunakan kekuatan eksternal dan internal rumusan kebijakan dan upaya tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi dapat dicapai. Pendapat Jauch and Glueck (1997, h.12) mengatakan bahwa strategi adalah penyatuan rencana yang terpadu dan menyeluruh yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa sasaran utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat.

Berdasarkan teori tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi merupakan cara atau keputusan yang diambil dan dilakukan oleh

sebuah organisasi untuk mencapai tujuan melalui langkah-langkah tertentu sesuai dengan kondisi organisasi yang dijalankan.

Pemerintah Daerah

Pemerintahan daerah menurut Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh Pemda dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan menggunakan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia seperti pada Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pengertian lain mengenai pemerintah daerah menurut Hoessein dalam Muluk (2009, h.57) mengungkapkan bahwa *Local Government* merupakan sebuah konsep yang dapat mengandung tiga arti, 1) berarti pemerintah lokal yang kerap kali dipertukarkan dengan *local authority* yang mengacu pada organ; 2) mengacu pada pemerintahan lokal yang dilakukan oleh pemerintah lokal; 3) bermakna daerah otonom.

Usaha Kecil Menengah

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, Usaha Kecil Menengah adalah usaha ekonomi produktif mandiri, oleh orang-perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung usaha besar yang memenuhi kriteria UKM sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Menurut Rahmana (2009, h.12) dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu: a) *Livelihood Activities*; b) *Micro Enterprise*; c) *Small Dynamic Enterprise*; d) *Fast Moving Enterprise*.

Iklm Usaha

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 pasal 1 ayat 9 Iklm Usaha adalah kondisi yang diupayakan Pemerintah dan Pemerintah Daerah untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah secara sinergis melalui penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijakan di berbagai aspek kehidupan ekonomi agar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memperoleh pemihakan, kepastian, kesempatan, perlindungan, dan dukungan berusaha yang seluas-luasnya. Menurut Badan Pengkajian Kebijakan Iklm dan Mutu Industri (BPKIMI, 2012) faktor-faktor tersebut meliputi: a) Infrastruktur; b) Kepastian berusaha; c) Pelayanan birokrasi; d) Kualitas SDM dan tenaga kerja; e) Fasilitas Fiskal.

Industri Kreatif

Definisi industri kreatif menurut Departemen Perdagangan RI dalam Suryana (2013, h.96) adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan individu. Menurut Suryana (2013 h.104) industri kreatif adalah industri yang mengkombinasikan kreativitas, ketrampilan dan kecakapan untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan kerja.

Pemberdayaan

Menurut Rappoport (1987) dalam Basith (2012, h.30) keberdayaan adalah sebuah mekanisme melalui orang-orang, organisasi, dan komunitas untuk memperoleh penguasaan atas urusan mereka, yang ditandai dengan keberdayaan terjadi pada level kelompok individual dan komunitas. Jamasy (2004, h.39) mengungkapkan bahwa kemampuan berdaya (masyarakat berdaya) mempunyai arti yang sama dengan kemandirian masyarakat. Salah satu cara yang populer untuk meraihnya adalah dengan membuka kesempatan bagi masyarakat (seluruh elemen) dalam seluruh tahapan program.

Berdasarkan teori tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pemberdayaan merupakan sebuah upaya yang dilakukan oleh kelompok atau perorangan untuk mengurangi dampak dari kemiskinan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus dalam penelitian ini adalah 1) Strategi menciptakan iklim usaha kecil menengah pada industri kreatif batik tulis sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat; 2) Faktor yang mempengaruhi strategi menciptakan iklim usaha kecil menengah pada industri kreatif batik tulis sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat. Lokasi penelitian ini adalah Kabupaten Kediri.

Jenis data dalam penelitian ini berdasarkan sumbernya, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data diperoleh dari *person* (informan), *paper* (dokumen), dan *place* (tempat atau peristiwa). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teori dari Miles, Huberman, dan Saldana. Miles, *et al.* (2014, h.12) membuat tiga tahap pada analisis data kualitatif. Miles, *et al.* menganalisis masalah melalui tiga proses: (1) *data condensation* (kondensasi data), (2) *data display* (penyajian data), dan (3) *conclusions drawing/ verifying* (penarikan kesimpulan/ verifikasi).

Pembahasan

Strategi Menciptakan Iklim UKM pada Industri Kreatif Batik Tulis

UKM merupakan salah satu sektor usaha yang memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap perekonomian masyarakat. Begitu pula dengan daerah Kabupaten Kediri, yang saat ini mulai bermunculan UKM-UKM baru. Hingga Desember 2014 tercatat sebanyak 14.744 UKM yang berada di Kabupaten Kediri. *Fashion* sebagai salah satu subsektor dari industri kreatif dengan produknya berupa batik tulis yang mana merupakan produk yang patut dikembangkan lebih lanjut. Kabupaten Kediri memiliki batik tulis dengan motif khas jaranan (kuda lumping) dan mangga podang. Berdasarkan data yang dihimpun terdapat 19 perajin batik tulis di Kabupaten Kediri, tetapi yang dinilai produktif hanya 10 perajin. Secara tidak langsung, hal ini menunjukkan bahwa batik tulis khas Kabupaten Kediri belum bisa berkembang secara optimal yang dikarenakan masih terdapatnya kendala. Melihat hal tersebut, maka perlu adanya strategi dari pemerintah daerah untuk mengembangkan industri kreatif batik tulis serta untuk meminimalisir kendala yang ada.

Adapun strategi yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri dalam menciptakan iklim usaha pada industri kreatif batik tulis, komponen strategi tersebut antara lain:

1. Akses Permodalan

Modal merupakan salah satu kendala dalam membuka usaha. Modal merupakan aspek penentu dalam keberlangsungan sebuah usaha yang didirikan. Menurut Sriyana (2010) yang perlu diperhatikan dalam aspek permodalan ini adalah:

- Tidak menimbulkan ketergantungan;
- Dilakukan melalui penciptaan sistem akses lembaga keuangan yang kondusif kepada UMKM;
- Pengalokasian modal tidak terjebak pada perekonomian subsisten.

Pemberdayaan UKM dalam akses permodalan saat ini tengah dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Kediri melalui Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan. Alternatif yang diberikan oleh Diskoperindag adalah dengan bantuan permodalan yang secara umum di Kabupaten Kediri disebut kredit dana bergulir. Pemberian kredit dana bergulir untuk UKM maksimal Rp 50.000.000,- dengan bunga 0,5% per bulan, dengan periode untuk angsuran awal 5 bulan setelah penerimaan dari kredit. Kredit dana bergulir diberikan kepada UMKM yang memenuhi persyaratan.

Pemberian kredit dana bergulir merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh pemerintah dalam mengembangkan usaha batik tulis. Kemudahan ini terlihat dari bunga yang cukup rendah dan memberikan proses yang mudah dalam proses pengajuan. Meskipun begitu, para perajin batik memilih menggunakan modal pribadi untuk mengembangkan usahanya. Mereka mengaku belum berani untuk mengajukan kredit karena khawatir tidak bisa mengembalikan kredit tersebut dan akhirnya mendapatkan denda.

Kredit dana bergulir yang dinilai cara paling efektif untuk meminimalisir dampak dari kesulitan dalam akses permodalan ternyata belum berjalan dengan baik dalam sektor batik tulis. Meskipun cara ini mendidik para perajin usaha untuk bertanggungjawab dan mandiri, ternyata belum mendapatkan respon positif dari para perajin batik. Hal ini ditunjukkan dari jumlah perajin batik yang mengajukan proposal kredit. Berdasarkan penelitian tersebut, dari 10 perajin produktif hanya 1 yang pernah mengajukan kredit yaitu bapak Adi Wahyono, S.Pd selaku pengurus UKM batik tulis Citaka Dhomas.

2. Pembangunan Prasarana

Pembangunan prasarana merupakan sesuatu yang diperlukan dalam mendorong pertumbuhan UKM. Undang-undang Nomor 20 tahun 2008 pasal 9 tentang sarana dan prasarana, tertulis bahwa untuk menumbuhkan iklim usaha pemerintah perlu mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan usaha mikro dan kecil. Prasarana pemasaran memiliki arti penting karena produk yang dihasilkan oleh UKM tidak akan memiliki dampak ekonomis apabila hasil dari produknya tidak dapat didistribusikan kepada konsumen.

Pemerintah Kabupaten Kediri melalui Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri memberikan bantuan prasarana pemasaran melalui tempat pemasaran atau *showroom* "SANRI" (Sandang Kediri). "SANRI" (Sandang Kediri) yang merupakan sebuah wadah pusat dimana perajin batik bisa memasarkan produknya. "SANRI" terletak di sebelah Kantor Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri. Lokasi yang cukup strategis dan ketersediaan angkutan umum memungkinkan para konsumen untuk lebih mudah mendapatkan batik tulis khas Kabupaten Kediri.

"SANRI" yang diresmikan pada tanggal 31 Maret 2015 ini merupakan satu-satunya *showroom* khusus konfeksi terutama batik yang ada di Kabupaten Kediri. "SANRI" (Sandang Kediri) merupakan prasarana berupa suatu tempat dimana seluruh perajin batik dapat mendistribusikan produknya. Selain

mempermudah akses pemasaran, adanya “SANRI” juga dapat membantu konsumen lokal maupun wisatawan luar daerah untuk lebih mudah mendapatkan produk batik tulis khas Kabupaten Kediri.

Namun berdasarkan pengamatan dilapangan, “SANRI” (Sandang Kediri) yang di gadang-gadang sebagai salah satu pusat koveksi batik khas Kabupaten Kediri belum memberikan dampak yang cukup signifikan. Setiap harinya *showroom* ini terlihat sepi dari konsumen. Konsumen yang mendatangi “SANRI” (Sandang Kediri) rata-rata adalah pegawai dari dinas dari sekitar lokasi *showroom* ini. Kurangnya promosi membuat “SANRI” (Sandang Kediri) belum terlalu dikenal oleh masyarakat secara umum.

3. Pengembangan Pemasaran

Pengembangan pemasaran dalam UKM pada industri kreatif batik dilakukan melalui perluasan jaringan pemasaran, pengembangan skala usaha melalui kemitraan, dan peningkatan akses teknologi. Perluasan jaringan usaha batik tulis dapat dilakukan dengan cara menjalin hubungan atau kerjasama dengan pusat pameran batik tulis. Galeri merupakan salah satu pusat bisnis dan pameran batik tulis. Pameran yang diadakan di galeri batik merupakan momen yang dapat digunakan untuk ajang promosi produk batik. Selain galeri, jaringan pemasaran adalah dengan mengikutkan perajin batik dalam *event-event* pameran atau *expo*. Pameran ini memiliki lingkup yang berbeda-beda, mulai dari lingkup daerah kabupaten hingga lingkup nasional. *Event-event* tersebut diantaranya adalah Festival Kelud, Pekan Budaya Simpang Lima, Pasar Rakyat, hingga *eventt* yang di adakan di SMESCO Jakarta. Minat konsumen terhadap batik tulis akan mempengaruhi jumlah produksi yang juga akan mempengaruhi kapasitas dari usaha tersebut.

Pengembangan skala usaha merupakan salah satu uapaya yang dapat digunakan untuk memperbesar kapasitas usaha. Pembentukan kelompok dilakukan untuk pengembangan skala usaha melalui kemitraan antar pelaku usaha. Kemitraan para perajin batik dapat diorganisasikan dalam bentuk koperasi batik. Koperasi Batik “Kirana” merupakan satu-satunya koperasi batik di Kabupaten Kediri. Koperasi ini memliki anggota 37 orang, yang terdiri dari pengelola UKM batik dan karyawannya. Tujuan dari pendirian Koperasi Batik “Kirana” ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya. Kemitraan yang paling sering dilakukan oleh anggota Koperasi Batik “Kirana” diantaranya adalah modal atau keuangan.

Kebutuhan pengembangan pemasaran produk batik tulis membutuhkan jaringan yang

cukup luas. Dinas Koperasi, Industri dan Perdagangan melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kediri bekerjasama dengan PT. Telkom untuk memberikan pelatihan teknologi kepada perajin batik tulis. Pemasaran batik tulis secara *online* menggunakan internet akan lebih menghemat biaya karena tidak membutuhkan biaya akomodasi dan menghemat waktu karena dapat dilakukan kapan saja. Meskipun begitu, tidak semua UKM batik tulis setuju untuk menggunakan pemasaran secara online, beberapa dari mereka masih memilih untuk memasarkan produk batik tulisnya menggunakan cara manual.

Selain PT. Telkom, *stakeholder* yang bekerja sama dengan Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri adalah UPT Mamin Trosobo. Unit tersebut tidak hanya mendesain kemasan makanan dan minuman tetapi juga dapat menyesuaikan desain kemasan untuk produk UKM lain, termasuk kemasan produk batik tulis. Namun, berdasarkan pengamatan di lapangan batik tulis yang dipasarkan tidak menggunakan desain kemasan. Produk batik tulis yang dijual di pameran tidak dikemas dan dibiarkan terbuka. Hal ini bertujuan untuk membuat para konsumen lebih mudah untuk melihat motif dari batik tulis yang di pameran.

Berdasarkan penelitian di lapangan, strategi perluasan jaringan permasaran melaui pameran dan akses teknologi cukup memberikan dampak yang positif. Hal ini ditandai dengan semakin dikenalnya produk batik tulis khas Kabupaten Kediri di kalangan masyarakat umum. Meskipun begitu, hal ini belum memberikan dampak besar terhadap perubahan skala usaha. Minat masyarakat dirasa belum antusias terhadap produk batik tulis khas Kabupaten Kediri. Sehingga, sampai saat ini masalah pemasaran masih menjadi permasalahan utama bagi para perajin batik tulis.

4. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Sebagai salah satu aspek utama UKM, sumber daya manusia berperan sebagai penggerak suatu usaha. Salah satu upaya pengembangan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan Kabupaten Kediri adalah dengan memberikan pelatihan kepada perajin batik tulis. Adanya pelatihan memberikan manfaat kepada para perajin batik maupun masyarakat yang mengikuti pelatihan tersebut. Untuk perajin batik, pelatihan merupakan tempat untuk mengembangkan inovasi dan kreasi batik yang sudah dimiliki. Sedangkan untuk masyarakat pemula, pelatihan membuat merupakan ilmu baru yang memberikan inspirasi untuk membuka usaha

ataupun keahlian yang dapat digunakan untuk menjadi tenaga kerja pembatik. Masyarakat yang mengikuti pelatihan membatik notabene adalah ibu rumah tangga.

Setiap pelatihan bertujuan untuk menanamkan kemandirian kepada perajin batik tulis maupun pada masyarakat, sehingga pelatihan yang diberikah harus meliputi segala aspek pemberdayaan SDM terhadap usaha. Pemerintah Kabupaten Kediri melalui Dinas Koperasi, Industri, dan Perdagangan memberikan pelatihan yang di dalamnya terdapat 15 item teori dan praktek membatik. Pelatihan tersebut berisi beberapa teori dan praktek membatik yang diantaranya dimulai dari pelatihan dasar membatik, proses desain, pelatihan IT, dan lain-lain.

Pemberdayaan berupa pelatihan tidak dapat dilakukan hanya pada satu periode. Oleh sebab itu Dinas Koperasi, Industri, dan perdagangan Kabupaten Kediri memberikan pelatihan secara berkelanjutan. Hal ini terbukti dari adanya pelatihan yang diberikan kepada perajin batik minimal satu kali setiap tahunnya. Pelatihan yang diberikan kepada perajin batik mulai tahun 2012-2015 tercatat sebanyak 5x pelatihan. Intensitas pelatihan yang diberikan tidak menentu, hal ini bergantung kepada anggaran dana yang disediakan.

Pemberdayaan melalui pelatihan memberikan dampak positif terhadap para perajin batik. Adanya pelatihan memberikan wawasan dan inovasi baru kepada perajin batik. Semakin bertambahnya wawasan dan inovasi maka perajin batik akan dapat membuat kreasi motif khas dengan desain yang lebih menarik. Sedangkan untuk masyarakat umum yang mayoritas ibu rumah tangga, pelatihan ini dapat digunakan sebagai keahlian baru. Mereka dapat

bekerja pada UKM batik tulis sebagai tenaga kerja pembatik. Hal ini dapat sedikit mengurangi beban para pengelola UKM batik tulis untuk mencari para perajin batik.

Penutup Kesimpulan

1. Aspek permodalan dengan memberikan kredit dana bergulir, namun mayoritas perajin batik tulis memilih untuk menggunakan modal pribadi.
2. Pembangunan prasarana berupa fasilitas pemasaran melalui "SANRI", meskipun belum memiliki banyak konsumen.
3. Pengembangan pemasaran dilakukan dengan cara memperluas jaringan pemasaran, pengembangan skala usaha melalui kemitraan, dan peningkatan akses teknologi.
4. Pengembangan sumber daya manusia dilakukan dengan cara memberikan pelatihan kepada perajin batik tulis dan masyarakat umum.

Saran

1. Pengembangan pemasaran dengan cara melakukan meningkatkan promosi produk dan memperluas sumber pendanaan untuk promosi produk tersebut.
2. Mempertegas instruksi Pemerintah Kabupaten Kediri mengenai penggunaan pakaian batik tulis khas Kabupaten Kediri.
3. Kerja sama dengan SKPD lain terutama Dinas Pariwisata dalam mempromosikan batik tulis khas Kabupaten Kediri.
4. Pemberian materi mengenai batik tulis khas Kabupaten Kediri di sekolah-sekolah seluruh Kabupaten Kediri.
5. Memberikan Hak Paten (*trade mark*) batik tulis dengan motif khas Kabupaten Kediri.

Daftar Pustaka

- Afiah, Nunuy Nur. (2009) **Peran Kewirausahaan dalam Memperkuat UKM Indonesia Menghadapi Krisis Finansial Global**. *October 2009 Research Days, Faculty of Economics - Padjadjaran University, Bandung*.
- Badan Pengkajian Kebijakan Iklim dan Mutu Industri (BPKIMI). (2012) **Faktor-faktor iklim usaha industri**. Jakarta, Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. [internet] Diakses melalui <http://bpkimi.kemenperin.go.id/> [diakses pada tanggal 11 Januari 2015]
- Basith, Abdul. (2012) **Ekonomi Kemasyarakatan: Visi & Strategi Pemberdayaan Sektor Ekonomi Lemah**. Malang, UIN-Maliki Press.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2009) **Study Industri Kreatif Indonesia 2009**.
- Jamasy, Owin. (2004) **Keadilan, Pemberdayaan, dan Penanggulangan Kemiskinan**. Jakarta, Belantika.
- Jauch, Lawrence R., dan Wiliiam F. Glueck. (1997) **Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan**. Dialihbahasakan oleh Murad dan Henry Sitanggang. Jakarta, Airlangga.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, Johnny Saldaña. (2014) **Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook**. Edisi ketiga. Arizona, United States of America, Sage Publication Inc.

- Muluk, M. R. Khairul. (2009) **Peta Konsep Desentralisasi & Pemerintah Daerah**. Surabaya, ITS Press.
- Rahmana, Arief. (2009) **Peranan Teknologi Informasi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah**. *Seminar nasional Aplikasi Teknologi Informasi 2009 (SNATI 2009)*, Yogyakarta 20 Juni 2009. ISSN: 1907-5022: B-11-B15.
- Riggs, Fred W. (1986) **Administrasi Pembangunan**. Jakarta, CV Rajawali.
- Sriyana, Jaka. (2010) **Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul**. *Simposium Nasional 2010: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif* – 87.
- Steiner, George A, John B. Miner. (1988) **Kebijakan dan Strategi Manajemen**. Dialihbahasakan oleh Ticoalu dan Agus Darma. Jakarta, Erlangga.
- Suryana. (2013) **Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang**. Jakarta, Salemba Empat.
- Tjokroamidjojo, Bintoro. (1995) **Pengantar Administrasi Pembangunan**. Jakarta, PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah**. Jakarta, Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah**. Jakarta, Departemen Perindustrian Republik Indonesia.