

Strategi Pengembangan UMKM Batik Desa Sumberjo Sutojayan Kabupaten Blitar

Hery Suprayitno^{1*}, Diana Elvianita Martanti²

^{1,2} Fakultas Ekonomi Universitas Islam Balitar Blitar

suprayitnohery1@gmail.com

Abstract

Batik Sum Gati is a labor-intensive business, so the production process is mostly carried out by human labor compared to machine power. This is done because the production process does not require special skills because the batik motifs have been designed by the owner of Batik Sum Gati. The purpose of this research is to find out the product development strategy for UMKM Batik Sum Gati in Sumberjo Village, Sutojayan District, Blitar Regency. The method used is a qualitative method with a descriptive type of research to analyze the development strategy of Batik SMEs (a case study on Batik Sum Gati in Blitar Regency). The type of technique used is a non-statistical data analysis technique which of course is descriptive qualitative. The results of this study are that Sum Gati Batik UMKM in developing their business uses 3 strategies, namely: (1) Cost leadership strategy; (2) differentiation strategy; (3) Focus strategy. Future research is expected to be able to analyze factors other than this research.

Keywords: *Development strategy; Written bati; SMEs*

Abstrak

Batik Sum Gati merupakan usaha padat karya, sehingga proses produksinya lebih banyak dilakukan oleh tenaga manusia dibandingkan dengan tenaga mesin. Hal ini dilakukan karena proses produksi tidak membutuhkan keahlian khusus karena motif batik sudah didesain oleh pemilik Batik Sum Gati. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan produk pada UMKM Batik Sum Gati di Desa Sumberjo, Kecamatan Sutojayan, Kabupaten Blitar. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM Batik (studi kasus pada Batik Sum Gati di Kabupaten Blitar). Jenis teknik yang digunakan adalah teknik analisis data non-statistik yang tentunya bersifat deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah UMKM Batik Sum Gati dalam mengembangkan usahanya menggunakan 3 strategi, yaitu: (1) Strategi kepemimpinan biaya; (2) Strategi diferensiasi; (3) Strategi fokus. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis faktor-faktor selain penelitian ini.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan; Batik; SMEs

1. Pendahuluan

UMKM di Indonesia sebagai salah satu pondasi perekonomian yang kuat masih memiliki beberapa permasalahan dalam pengembangannya. Permasalahan yang tergolong klasik dalam perkembangan UMKM sendiri adalah seperti permodalan, wawasan pengusaha mengenai manajemen bisnis, strategi pemasaran, dan hak intelektual [1]. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM membutuhkan kerjasama dari semua pihak (*stakeholder*) untuk saling bersinergi dalam memberikan bimbingan dan memberikan fasilitas yang berguna untuk meningkatkan manajemen dalam menghadapi persaingan. Program-program seperti ini harus lebih gencar disuarakan untuk meningkatkan kapabilitas UMKM agar UMKM dapat lebih kuat dalam menopang perekonomian bangsa [2]. Dua masalah yang harus segera diselesaikan dalam pengembangan UMKM adalah pembiayaan dan peningkatan sumber daya manusia. Hal lain yang juga harus menjadi perhatian adalah menciptakan permintaan atas produk yang dihasilkan. Tantangan ke depan bagi UMKM adalah persaingan di dunia usaha yang semakin ketat dan kompleks [3].

Batik merupakan kerajinan tangan asli Indonesia yang merupakan kekayaan budaya Indonesia. Batik dikerjakan oleh orang-orang yang memiliki keahlian di bidangnya. Batik sendiri memiliki berbagai macam corak dan warna sesuai dengan kreativitas pembuatnya. Usaha kerajinan batik Sum Gati yang berlokasi di Desa Sumberjo, Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar membuat batik dengan metode sederhana, yaitu batik tulis, batik cap dan batik ciprat. Jumlah tenaga kerja di sektor industri ini masih diklasifikasi sedikit, karena masih menggunakan tenaga manusia dalam proses pembuatannya. Ada dukungan dari Pemerintah Kabupaten Blitar yang memberikan dukungan berupa pelatihan, namun dukungan tersebut kurang fokus maksimal pada pembuatan batik secara modern.

Batik Sum Gati merupakan usaha padat karya, dengan begitu proses produksi lebih banyak dilakukan oleh tenaga manusia dibandingkan dengan tenaga mesin. Hal ini dilakukan karena proses produksi tidak membutuhkan keahlian khusus karena motif batik sudah didesain oleh pemilik Batik Sum Gati. Dengan hal tersebut, Batik Sum Gati turut serta dalam mengurangi angka pengangguran di Blitar, khususnya di Desa Sumberjo Kecamatan Sutojayan. Dalam kegiatan perekonomian ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat untuk menambah pendapatan. Dengan pendapatan yang meningkat maka kesejahteraan pengrajin batik diharapkan ikut meningkat.

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan antar pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayarkan, walaupun sebagian orang beranggapan bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal ini dapat diterapkan oleh perusahaan, maka perusahaan akan dapat terus memuaskan konsumen dan dapat meningkatkan jumlah konsumen.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diupayakan oleh setiap perusahaan jika produk yang dihasilkan ingin kompetitif di pasaran [4]. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan kesempatan untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada dalam persepsi konsumen. Dengan demikian, perusahaan penyedia produk dapat memberikan kinerja yang baik untuk mencapai kepuasan konsumen dengan cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman yang tidak menyenangkan bagi konsumen dalam mengonsumsi produk.

Sementara itu, standar produk adalah pedoman yang dapat digunakan dalam proses produksi. Standar produk memberikan pedoman sebagai dasar dalam pengambilan keputusan mulai dari desain, pembuatan, dan perakitan hingga produk jadi. Standarisasi produk adalah penentuan batas-batas dasar dalam bentuk spesifikasi untuk barang yang diproduksi [5].

Banyaknya industri Batik di Jawa Timur menjadi ancaman bagi Batik Sum Gati untuk dapat mengembangkan usahanya dan motif batik yang kurang inovatif membuat Batik kurang diminati oleh masyarakat khususnya anak muda. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi motif agar konsumen tetap tertarik untuk memakai Batik. Kurangnya penggunaan internet juga menjadi pemicu kurang berkembangnya UMKM karena di era modern saat ini penjualan lebih banyak berbasis internet. Dengan menggunakan strategi pasar, pengembangan produk dan penggunaan media online, Batik Sum Gati mampu menghadapi persaingan pasar dan adanya produk baru akan membuat produk tersebut menjadi daya tarik konsumen terhadap produk yang dijual oleh Batik Sum Gati. Adanya Strategi Pengembangan akan memberikan dampak yang besar bagi perkembangan UMKM.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM Batik (studi kasus pada Batik Sum Gati di Kabupaten Blitar). Jenis teknik yang digunakan adalah teknik analisis data non-statistik yang tentunya bersifat deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data model interaktif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi. Prosedur penelitian dibagi menjadi 7 tahap, yaitu membangun kerangka konseptual, merumuskan masalah, memilih subjek penelitian, mengembangkan instrumen, mengumpulkan data, menganalisis data, matriks dan menguji kesimpulan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang yang terdiri dari pemilik UMKM, karyawan, masyarakat, dan konsumen.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan analisis triangulasi untuk memvalidasi data penelitian yang telah diperoleh. Terdapat tiga teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik triangulasi yang digunakan untuk memastikan keabsahan dan kevalidan data menggunakan triangulasi sumber untuk mengecek data, kemudian membandingkan hasil wawancara informan yang satu dengan yang lainnya sehingga data yang diperoleh dapat dikatakan valid.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan selama 3 hari pada tanggal 8 Juli – 10 Juli 2023, Informan yang diwawancarai adalah Pemilik UMKM, Karyawan UMKM, Konsumen UMKM, Masyarakat di Desa Sumberjo Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar. Dari beberapa informan yang diwawancarai, ditemukan bahwa Strategi Pengembangan UMKM sangat berpengaruh terhadap perkembangan UMKM Batik Sum Gati.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan menyatakan bahwa strategi yang dilakukan oleh UMKM Batik Sum Gati sudah berjalan efektif untuk mengembangkan bisnis mereka. Berdasarkan hasil dokumentasi diketahui bahwa strategi pengembangan yang digunakan oleh UMKM Batik Sum Gati berjalan dengan baik dalam hal peningkatan jumlah produksi dan pendapatan. Kemudian, berdasarkan observasi yang telah dilakukan di lapangan,

strategi pengembangan UMKM yang telah dilakukan oleh Batik Sum Gati sudah berjalan dengan baik.

Strategi Inovasi dalam Pengembangan Standar Produk

Strategi pengembangan produk merupakan salah satu hal yang penting bagi setiap perusahaan [6]. Hal ini merupakan salah satu hal yang digunakan perusahaan untuk dapat meningkatkan proses produksi mereka. Tanpa adanya strategi pengembangan produk, proses produksi suatu perusahaan tentu akan terhambat [6]. Sebagai usaha yang berjalan di bidang seni, tentunya Batik Sum Gati memiliki cara atau strategi untuk mengembangkan produknya. Berbagai strategi diterapkan oleh perusahaan dalam mengembangkan produknya, yaitu dari segi bahan baku yang digunakan, desain produk, dan pemasaran.

Bahan baku yang digunakan oleh Batik Sum Gati dalam proses produksi yaitu menggunakan kain mori dan kain sutra, canting sebagai alat pembentuk motif, lilin yang dibuat dalam wajan dan kompor kecil. Setelah melakukan tahap pembuatan motif, kain akan diwarnai dengan menggunakan pewarna remasol, naptol dan indigosol serta pewarna alam seperti warna coklat yang diperoleh dari kulit kayu maoni, kayu ulin dan warna biru yang diperoleh dari daun nila, kemudian tahap penguncian warna menggunakan bahan waterglass. Proses pewarnaan berlangsung secara terus menerus untuk menghasilkan warna yang berkualitas.

Penentuan standarisasi merupakan strategi yang dilakukan untuk mengurangi persaingan antar sesama pengrajin dan menjaga keberlangsungan usaha [7]. Penelitian ini berhasil memberikan pemahaman kepada pelaku usaha dalam melakukan standarisasi dan penentuan harga jual produk yang dihasilkan dengan perhitungan HPP. Dalam menentukan standarisasi mutu, dasar penentuan kelas mutu adalah 1) Jenis bahan kain dan bahan pewarnaan; 2) Detail sketsa batik; 3) Rantai proses yang paling kompleks yang dihasilkan adalah produk jadi siap jual. Jadi ada 6 grade kualitas yang distandarisi berdasarkan ukuran yang ditentukan. Inovasi yang dilakukan oleh UMKM Batik Sum Gati adalah pemilihan bahan baku dan desain yang khas. Kemudian dengan adanya *quality control* secara keseluruhan pada setiap zona kerja. Hal ini menjamin kualitas sesuai dengan yang diinginkan konsumen.

Strategi Inovasi dalam Kualitas Produk

Strategi bersaing diferensiasi produk sangat dibutuhkan dalam industri batik jika harus menghasilkan produk yang "tampil beda" agar dapat bersaing. Keharusan untuk menghasilkan produk yang tampil beda sangat terlihat pada pelaku usaha yang berorientasi ekspor. Produk eksportir memiliki pasar di luar negeri umumnya bukan karena harga produknya paling murah, tetapi lebih karena produknya unik dan kreatif serta selalu update mengikuti tren yang berkembang di pasar internasional. Persaingan produk batik di pasar local maupun internasional sangat ketat. Dengan adanya strategi inovasi yang dilakukan oleh perusahaan, baik dari segi pengembangan standar produk maupun kualitas produk, dapat meningkatkan keunggulan bersaing sehingga kinerja ekspor atau internasionalisasi UMKM semakin meningkat.

UMKM Batik Sum Gati menerapkan strategi sebagai berikut: (1) Riset pemasaran dimana sebelum melakukan inovasi baru, Batik Sum Gati telah melakukan riset mengenai motif yang sedang diminati oleh konsumen dimana motif- motif tersebut menjadikan inovasi baru bagi UMKM Batik Sum Gati agar dapat bersaing dengan UMKM Batik lainnya; (2) Riset penjualan dilakukan oleh UMKM Batik Sum Gati untuk keperluan promosi produk dan distribusi produk. Dalam promosi, Batik Sum Gati memanfaatkan media sosial seperti

Instagram, Facebook, WhatsApp, dan Youtube, sedangkan dalam distribusi Batik Sum Gati menawarkan produknya secara langsung di toko-toko dan pengiriman menggunakan jasa ekspedisi; (3) Penelitian penjualan dilakukan oleh UMKM Batik Sum Gati untuk jasa ekspedisi; (3) Sistem informasi pemasaran digunakan oleh Batik Sum Gati untuk menyebarkan informasi promosi yang sedang dilakukan oleh Batik Sum Gati melalui media sosial resmi Batik Sum Gati; (4) Rencana pemasaran yang digunakan untuk merencanakan pencapaian jangka panjang penjualan produk.

UMKM Batik Sum Gati berkembang dengan menggunakan beberapa strategi yang membuat Batik Sum Gati memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan UMKM Batik lainnya, antara lain: pertama, *cost leadership* Strategi harga, Batik Sum Gati memproduksi barang dengan harga yang sangat murah dengan kualitas produk yang sangat tinggi. Hal ini dilakukan oleh Batik Sum Gati agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk di Batik Sum Gati dan membuat Batik Sum Gati dapat bersaing dengan UMKM Batik lainnya karena menjual Batik dengan harga yang murah dibandingkan dengan produk Batik yang dijual oleh UMKM Batik lainnya.

Kedua, Strategi Diferensiasi, strategi ini digunakan karena Batik Sum Gati memiliki keunggulan yang terletak pada ciri khas desain batik yang tidak dimiliki oleh UMKM Batik lainnya, contohnya yaitu desain-desain macan, godong kates dan cakra, desain tersebut dibuat langsung oleh pemilik Batik Sum Gati yang dijadikan sebagai produk unggulan di Batik Sum Gati agar dapat menarik minat konsumen baik didalam kota maupun di luar kota. Ketiga yaitu strategi fokus, UMKM Batik Sum Gati dalam mengembangkan usahanya menciptakan suatu keunggulan yang hanya dimiliki oleh Batik Sum Gati itu sendiri, contohnya yaitu dengan adanya Motif macan, godong kates dan cakra motif tersebut merupakan motif unggulan yang dimiliki oleh UMKM Batik Sum Gati.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, menunjukkan bahwa inovasi merupakan hal yang penting dalam sebuah bisnis, terutama dalam meningkatkan kinerja internasionalisasi. Hasil tersebut merupakan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa strategi inovasi yang dilakukan oleh sebuah bisnis akan memberikan dampak positif bagi kemajuan dan kinerja sebuah bisnis.

Strategi bisnis yang cocok untuk dikembangkan adalah strategi pengembangan produk dengan fokus pada pengembangan diversifikasi produk, diferensiasi, branding produk, memaksimalkan kerja sama pengiriman barang, dan meningkatkan jumlah pemasok alternatif, untuk meningkatkan kualitas internasional. Hasil ini sejalan dengan penelitian [8]. Hasil penelitian juga sejalan dengan penelitian Genc dalam hal proses internasionalisasi tanpa memandang ukuran perusahaan akan dapat mengembangkan manajemen risiko yang tepat yang berujung pada peningkatan kinerja [9]. Risiko internasionalisasi bukan menjadi hambatan bagi perusahaan UMKM, tetapi bagaimana cara mereka mengelolanya yang membuat UMKM mampu meningkatkan kinerjanya.

Tujuan strategi pengembangan UMKM Batik Sum Gati

Tujuan dari Strategi Pengembangan UMKM Batik Sum Gati adalah untuk mengembangkan Budaya Batik khususnya di Kabupaten Blitar karena kurangnya minat masyarakat untuk melestarikan Budaya Batik, dengan semakin berkembangnya UMKM Batik Sum Gati diharapkan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk mengembangkan budaya batik, khususnya di daerah Blitar menjadi daya tarik tersendiri bagi

wisatawan luar kota, selain untuk mengembangkan Budaya Batik, tujuan lain dari pengembangan UMKM Batik Sum Gati adalah untuk meningkatkan jumlah produksi yang nantinya akan berdampak pada peningkatan jumlah pendapatan dan peningkatan perekonomian.

Dampak dari strategi pengembangan UMKM

Menurut Khamarullah et al, dampak yang terjadi akibat penerapan strategi pengembangan UMKM adalah dampak positif, salah satunya adalah peningkatan perekonomian [10]. Salah satu indikatornya adalah peningkatan jumlah pendapatan. Implikasi dari strategi pengembangan UMKM terhadap UMKM Batik Sum Gati berdampak pada peningkatan jumlah produksi barang dan peningkatan jumlah pemasaran barang karena tingginya minat konsumen untuk membeli produk di Batik Sum Gati yang berujung pada peningkatan dalam jumlah pendapatan. Dengan demikian diharapkan dapat meningkatkan perekonomian UMKM Batik Sum Gati dan memudahkan pengembangan usaha.

Kendala yang dihadapi oleh UMKM Batik Sum Gati dalam mengembangkan bisnis mereka

Ningsih juga menyatakan bahwa kendala UMKM dikelompokkan menjadi dua, yaitu kendala eksternal dan kendala internal [11]. Kendala internal adalah Sumber Daya Manusia, produk, teknologi, informasi, jaringan, dan pemasaran. Sedangkan kendala eksternal adalah bahasa, budaya, daya saing, penipuan, perubahan zaman, risiko keuangan, kondisi ekonomi. Kendala yang dihadapi oleh UMKM Batik Sum Gati dalam mengembangkan usahanya dibagi menjadi dua, yaitu kendala internal dan eksternal. Pertama, kendala internal yaitu kualitas produk yang masih kurang, UMKM Batik Sum Gati sulit untuk memasuki pasar global. Teknologi yang belum dirancang, seperti sistem pemasaran dan penjualan yang belum berbasis teknologi juga menjadi salah satu kendala dalam pengembangan UMKM Batik Sum Gati.

Kedua, kendala eksternal seperti daya saing, banyaknya UMKM Batik di Blitar sangat mempengaruhi persaingan, hal ini berdampak pada penurunan penjualan dalam jangka panjang. Selain itu, kondisi ekonomi juga menjadi kendala eksternal yang menghambat perkembangan UMKM Batik Sum Gati. Melemahnya sektor ekonomi secara keseluruhan berpengaruh pada tingkat penjualan UMKM Batik Sum Gati, dalam beberapa waktu terakhir penjualan Batik Sum Gati mengalami penurunan yang relatif lebih banyak dari sebelumnya.

4. Kesimpulan

UMKM Batik Sum Gati dalam mengembangkan usahanya menggunakan 3 strategi, yaitu: (1) Strategi kepemimpinan biaya; UMKM Batik Sum Gati menekankan pada biaya produksi yang berdampak pada harga jual yang relatif rendah, hal ini dilakukan untuk menarik konsumen membeli produk tersebut. (2) Strategi diferensiasi; UMKM Batik Sum Gati memiliki ciri khas motif, contohnya yaitu motif macan dan godong kates, dimana motif tersebut digunakan untuk menarik minat konsumen. (3) Strategi fokus; UMKM Batik Sum Gati menciptakan keunggulan bersaing melalui motif yang dimiliki untuk menarik minat konsumen. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis faktor-faktor selain penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1.]Ryu, D., Baek, K. H., & Yoon, J. (2021). Inovasi terbuka dengan modal relasional, modal inovasi teknologi, dan kinerja internasional di UKM. *Sustainability (Switzerland)*, 13(6), 1-13.
- [2.]J Akbar, Y. R., & Adi, R. P. (2022). Pengaruh Moderasi Regulasi Pemerintah pada Pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Akutansi*, 6(1), 578-586.
- [3.]Arifin, S. (2020). Strategi UKM Mebel Menembus Ekspor. In *Eprints.Unisnu.Ac.Id* (Vol. 5, Issue 3). UNISNU Press. [http://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/325/1/01_Buku Referensi Strategi UKM Mebel Menembus Ekspor.pdf](http://eprints.unisnu.ac.id/id/eprint/325/1/01_Buku%20Referensi%20Strategi%20UMKM%20Mebel%20Menembus%20Ekspor.pdf)
- [4.]Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2021). *Manajemen pemasaran: perspektif Asia*.
- [5.]Kolagar, M., Reim, W., Parida, V., & Sjödin, D. (2022). Strategi servitisasi digital untuk internasionalisasi UKM: interaksi antara kematangan layanan digital dan keterlibatan ekosistem. *Journal of Service Management*, 33(1), 143-162. <https://doi.org/10.1108/JOSM-11-2020-0428>
- [6.]Edeh, J. N., Obodoechi, D. N., & Ramos-Hidalgo, E. (2020). Pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja ekspor: Bukti empiris baru dari perusahaan pasar berkembang. *Peramalan Teknologi dan Perubahan Sosial*, 158
- [7.]Budiarto, dkk. (2015). (2015). *Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- [8.]Revindo, M., Gan, C., & Nguyen, C. (2017). Strategi dan Proses Internasionalisasi: Bukti dari UKM Indonesia. *World Journal of Management*, 8(1), 59-74.
- [9.]Genc, E., Dayan, M., & Genc, O. F. (2019). Dampak internasionalisasi UKM terhadap inovasi: Peran mediasi orientasi pasar dan kewirausahaan. *Manajemen Pemasaran Industri*, 253-264
- [10.] Khamarullah, A. (2014). Strategi dan Dampak Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Berbasis Minapolitan (Studi pada Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Administrasi Publik*, 2(4), 591-596.
- [11.] Ningsih, U., Rasito, R., & Rahman Fitra, T. (2020). *Peran Pemerintah Desa Tunas Baru Kecamatan Sekernan Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Menengah* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).