

PENGEMBANGAN UNIT USAHA BATIK DAN TENUN DI KABUPATEN KULON PROGO

**Yuliana Endah Widyaningsih
Dwi Astuti**

*Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mataram Yogyakarta
email: endah_uwmy@yahoo.com*

ABSTRACT

Creative industry has a huge potential to be developed, supported by the cultural heritage of Indonesian that is batik and weaving. This creative industry is mostly touching and associated with micro, small and medium groups. The role of SMEs is very strategic to create community welfare, improving standards of quality of life and overcoming poverty. The formulation of an appropriate development strategy becomes an important material for small industries to grow in the era of MEA and to support the achievement of creative economic vision 2025

The study was conducted on 17 units of batik SMEs and 19 units of weaving SMEs in Kulon Progo Regency. In this research, we analyze the condition of batik and weaving SMEs based on strength, weaknesses, opportunities and threats; to create development strategy for batik and weaving SMEs in Kulon Progo Regency. Descriptive analysis is done by integrating qualitative and quantitative approach. SWOT analysis (Strength Weakness Opportunity Threats) is used to find the right SME development strategy. The results showed that the strategy should be used is market penetration by utilizing the physical distribution channels that are more widely available and the utilization of information technology so that sales can be maximized.

Keywords: Batik and Weaving, Creative Economy of Small Business Development

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pentingnya peranan UKM dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil dan selanjutnya diikuti dengan peraturan pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil. Inti dari peraturan ini adalah

adanya pengakuan dan upaya untuk memperdayakan UKM. Dalam PP tersebut disebutkan bahwa usaha kecil merupakan bagian integral dari perekonomian nasional yang mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang penting dan strategis dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional yang kokoh sehingga usaha kecil perlu diberdayakan agar dapat menjadi usaha yang

tangguh dan mandiri serta dapat berkembang dan menjadi usaha menengah.

Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada 2015 membawa suatu peluang sekaligus tantangan bagi ekonomi Indonesia. Disepakatinya perjanjian Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau istilah lainnya *ASEAN Economic Community (AEC)*, mau tidak mau memaksa para pelaku UKM Indonesia untuk siap dan berani bersaing menghadapi produk-produk asing yang masuk ke pasar Indonesia. UKM yang siap menghadapi persaingan akan menjadikannya sebagai peluang untuk memasarkan produk atau jasa mereka ke negara lain. Di sisi lain bagi UKM yang belum siap akan tergilas produk-produk import. Pelaku UKM harus memiliki daya saing, produktivitas dan mutu produk serta jasa mereka agar mampu bersaing dengan produk-produk dari negara lain. Jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia saat ini sekitar 55 juta, dan menyerap 97 persen tenaga kerja Indonesia. Dari jumlah itu di DIY hingga triwulan kedua 2015 jumlah UMKM ada 137.126 dengan jumlah persebaran lokasi: Gunungkidul 38.268 UMKM, Kulon Progo 33.619, Bantul 19.409, Sleman 27.109 unit. UMKM di Kulon Progo tersebar diberbagai kecamatan ini menjadikan kekuatan dan sekaligus peluang untuk meningkatkan

perekonomian daerah. Karena itu diperlukan kejelian dalam mengembangkan UKM.

Rumusan Masalah

1). Bagaimana peta kondisi UKM Batik dan Tenun di Kabupaten Kulon Progo berdasarkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threaths*); 2). Bagaimana strategi pengembangan bagi UKM Batik dan Tenun di Kabupaten Kulon Progo?

Urgensi Penelitian

Melalui proses pembelajaran diharapkan unit usaha batik dan tenun yang hampir seluruhnya masih dalam skala mikro kecil dan berkaitan dengan masyarakat kecil dapat berkembang dengan lebih baik dan mampu mandiri serta nantinya mampu bersaing di pasar local maupun global.

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Kecil Menengah

Undang-Undang No. 20/2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyatakan bahwa Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak

Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan 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 dari usaha menengah atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah). Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produk yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.500.000.000,00 (dua

milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Industri Kreatif

Industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misal mesin. Dari pengertian ini maka industri adalah suatu proses kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk mengolah suatu bahan menjadi sesuatu yang mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi.

Batik dan Tenun

Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (khususnya Jawa) sudah sejak lama. Wanita di Jawa di masa lampau menjadikan batik untuk sebuah ketrampilan sebagai sumber mata pencaharian, sehingga di masa lalu pekerjaan ini adalah pekerjaan eksklusif perempuan. Pada masa selanjutnya ditemukannya “Batik Cap” yang memungkinkan masuknya laki-laki ke dalam bidang ini.

Tradisi Batik awalnya merupakan tradisi turun-temurun, sehingga kadang-kadang batik motif dikenali berasal dari keluarga tertentu. Beberapa batik dapat menunjukkan status seseorang. Bahkan saat ini, beberapa motif batik tradisional hanya

dipakai oleh keluarga kerajaan Mataram Yogyakarta dan Surakarta. Batik Yogyakarta memiliki berbagai motif batik antara lain: motif Ceplok, Kawung, Parang, Nitik, Lereng, Truntum, Semen, Garda, Isen.

Kekayaan budaya ini beberapa tahun lalu sempat tenggelam. Saat ini pengrajin batik di beberapa daerah mulai bermunculan seperti Sleman, Gunung Kidul, Bantul dan Kulon Progo meski jumlahnya masih sangat terbatas. Sebagian besar pengrajin batik adalah generasi tua. Pentingnya campur tangan berbagai pihak untuk membantu perkembangan pengrajin kekayaan budaya ini agar tidak punah.

Disamping batik, tenun juga merupakan warisan budaya yang perlu untuk dilestarikan. Tenun merupakan teknik dalam pembuatan kain yang dibuat dengan azas (prinsip) yang sederhana yaitu dengan menggabungkan benang secara memanjang dan melintang. Dengan kata lain bersilangnya antara benang lusi dan pakan secara bergantian. Pada masa lalu pembuatan kain tenun ini umum dilakukan di Indonesia, terutama Jawa dengan menggunakan ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin). Sampai kemudian ditemukan tenun alat mesin. Pada umumnya dalam skala rumah tangga.

Seni tenun berkaitan erat dengan sistem pengetahuan, budaya, kepercayaan, lingkungan alam, dan sistem organisasi sosial

dalam masyarakat. Karena kultur sosial dalam masyarakat beragam, maka seni tenun pada masing-masing daerah memiliki perbedaan. Oleh sebab itu, seni tenun dalam masyarakat selalu bersifat partikular atau memiliki ciri khas, dan merupakan bagian dari representasi budaya masyarakat tersebut. Kualitas tenunan biasanya dilihat dari mutu bahan, keindahan tata warna, motif, dan rasi hiasannya.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini fokus dilakukan pada 17 unit UKM batik dan 19 unit UKM tenun yang tersentra di Kecamatan Lendah (sentra kerajinan batik) dan Kecamatan Nanggung (sentra kerajinan tenun).

Sumber Data

Data Primer dan Sekunder

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan koesioner, wawancara mendalam, FGD, dokumentasi, pengamatan.

Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dengan mengintegrasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis

SWOT (*Strength Weakness Opportunity Threats*).

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Kerajinan batik dan tenun ini mulai ditekuni oleh kaum perempuan maupun laki-laki di Kulon Progo sejak puluhan tahun yang lalu. Kerajinan batik dan tenun ini merupakan kerajinan warisan budaya masa lalu yang dimiliki Kabupaten Kulon Progo, sehingga semestinya dilestarikan sebagai warisan budaya nasional. Kerajinan ini menjadi sumber mata pencaharian bagi sebagian besar pelaku usaha batik dan tenun dengan harapan dapat memiliki kehidupan ekonomi yang lebih baik.

Sampel berjumlah 36 pelaku UMKM yang terdiri dari 17 unit pada usaha batik dan 19 unit usaha tenun stagen.

Tabel 5.1. Jenis Usaha

Jenis usaha	
Batik	17
tenun	19
Total	36

Pelaku UMKM didominasi oleh pelaku usaha perempuan sebanyak 25 orang, yang sebagian besar berada di unit usaha tenun stagen. Pelaku usaha lebih banyak diperankan oleh kaum perempuan karena tenun membutuhkan lebih banyak kesabaran dan ketelatenan

dalam proses penenunan. Sedangkan pelaku usaha laki-laki berjumlah 11 orang.

Tabel 5.2. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	
P	25
L	11
Total	36

Dari faktor usia diperoleh data adanya kecenderungan UMKM batik dan tenun di Kabupaten Kulon Progo banyak dijalankan oleh pelaku usaha dengan usia di atas 40 tahun, yaitu sebanyak 31 orang. Sedangkan sisanya adalah pelaku usaha dengan usia di bawah 40 tahun sebanyak 5 orang.

Tabel 5.3. Usia

Usia	
<30	0
31-40	5
41-50	11
51-60	10
>60	10
Total	36

Faktor- faktor internal dan eksternal

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UKM batik dan tenun dapat digolongkan menjadi factor internal dan faktor internal.

Faktor internal

Faktor-faktor internal ini dapat dikelompokkan ke dalam faktor kekuatan dan faktor kelemahan.

Faktor kekuatan perajin yaitu

- a. Perajin memiliki tujuan/visi jangka panjang yaitu ingin menjadi pengusaha dibidang kerajinan yang sukses, dan usaha dapat berkembang dengan baik.
- b. Kemauan yang kuat dari pengrajin dibuktikan dengan lamanya perajin menggeluti usaha
- c. Mental pengrajin cukup kuat , untuk mempertahankan usaha kerajinan meskipun dalam kondisi ketersediaan bahan baku dan tenaga kerja, daya serap pasar,yang tidak stabil, serta perubahan selera konsumen.
- d. Perajin berupaya untuk selalu memperbaiki desain produk dengan melihat trend pasar.
- e. Perajin melakukan upaya-upaya untuk memperbaiki kualitas dengan pencarian bahan baku serta bahan penolong dengan kualitas lebih baik, selalu berusaha memperbaiki proses produksi.
- f. Adanya jalinan komunikasi lewat media elektronik/hp meskipun masih sederhana, menjadi media untuk berbagi informasi antar pengrajin.

Faktor kelemahan dari perajin yaitu

- a. Minimnya perencanaan manajemen, para perajin selama ini tidak menentukan target jumlah produksi maupun pemasaran. Jumlah produksi menyesuaikan

kemampuan dari para perajin sehingga jumlah produksi tidak stabil.

- b. Mayoritas usaha belum memiliki perijinan usaha/legalitas hukum.
- c. Minimnya penggunaan teknologi informasi dalam pemasaran produk sehingga jangkauan pemasaran masih terbatas
- d. Jumlah SDM masih sangat terbatas

Faktor eksternal

Faktor peluang yang dimiliki perajin yaitu:

- a. Akses teknologi yang semakin mudah, di dukung perkembangan teknologi informasi yang cepat sebagai media untuk mencari informasi dan menginformasikan, memasarkan produk.
- b. Mudahnya pendistribusian produk, hal ini dikarenakan banyaknya toko / swalayan / tempat perajin menjual / menitipkan produknya.
- c. Peningkatan jumlah wisatawan di Yogyakarta seiring dengan giatnya upaya pengembangan pariwisata di berbagai kabupaten di DIY.
- d. Dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan atau peraturan tentang pengembangan UKM.

Faktor ancaman yang dihadapi perajin yaitu:

- a. Bahan baku pada saat-saat tertentu sulit untuk diperoleh. Hal ini juga berkaitan

dengan adanya fluktuasi harga bahan baku ataupun bahan pendukung.

b. Perubahan selera konsumen dapat menjadi ancaman bagi pelaku usaha jika pelaku usaha tidak mengikuti perkembangan pasar. Jika tidak diantisipasi maka beresiko kehilangan pelanggan.

c. Harga yang ditawarkan terkadang lebih rendah, hal ini menjadi ancaman dan beresiko pelanggan akan beralih membeli produk sejenis dengan harga lebih murah.

d. Munculnya produk pesaing yang sejenis merupakan ancaman jika tidak diantisipasi dengan upaya peningkatan kualitas.

Faktor - Faktor Internal				
		Rating	Bobot	Total
Strength	1	2.861111111	0.056629213	0.162022472
	2	3	0.056629213	0.16988764
	3	2.861111111	0.048539326	0.138876404
	4	2.638888889	0.04494382	0.118601748
	5	2.888888889	0.056179775	0.162297129
	6	2.972222222	0.048539326	0.144269663
				0.895955056
Weaknesses	1	2.305555556	0.050337079	0.116054931
	2	1.25	0.048539326	0.060674157
	3	2.555555556	0.047640449	0.121747815
	4	2.722222222	0.050786517	0.138252185
	5	2.555555556	0.050786517	0.129787765
	6	2.166666667	0.048539326	0.105168539
				0.671685393
Faktor-Faktor Eksternal				
Opportunities	1	3.194444444	0.047640449	0.152184769
	2	3	0.048089888	0.144269663
	3	2.861111111	0.048539326	0.138876404
	4	3.055555556	0.053033708	0.162047441
				0.597378277
Threats	1	2.75	0.056179775	0.154494382
	2	3.194444444	0.050337079	0.160799001
	3	2.333333333	0.041348315	0.096479401
	4	2.888888889	0.046741573	0.135031211
				0.546803995

Hasil analisis data terhadap variabel internal (Strength Weaknees) diketahui bahwa factor kekuatan utama yang dimiliki oleh perajin batik dan tenun adalah perajin memiliki visi/tujuan jangka panjang, kesadaran dari perajin untuk selalu melakukan perbaikan kualitas, serta kemauan menekuni usaha.

Kelemahan utama yang dimiliki oleh perajin adalah jumlah SDM terbatas, minimnya

promosi produk, minimnya perencanaan produk.

Dari hasil analisis data terhadap Variabel Eksternal diketahui bahwa faktor peluang utama yang dimiliki perajin adalah adanya dukungan pemerintah terhadap pengembangan UKM, akses teknologi yang semakin terbuka.

Hasil analisis data terhadap Variabel Eksternal dapat diketahui bahwa faktor ancaman utama yang dihadapi perajin adalah

perubahan selera konsumen dan ketersediaan bahan baku.

Tabel. Indeks posisi kerajinan batik dan tenun

Faktor Internal		
1	Strengths	0.895955056
2	Weaknesses	0.671685393
		0.224269663
Faktor Eksternal		
1	Opportunities	0.597378277
2	Threats	0.546803995
		0.050574282

Dari tabel indeks di atas diperoleh hasil indeks internal sebesar 0,224269663 dan indeks eksternal sebesar 0,050574282. Hasil penghitungan pada tabel indeks diatas digunakan untuk menggambarkan posisi industri kerajinan batik dan tenun di dalam diagram matriks SWOT. Posisi industry kerajinan batik dan tenun berada di Kuadran I, yang berarti strategi yang sebaiknya digunakan adalah market penetration dengan memanfaatkan jalur-jalur distribusi fisik yang semakin banyak tersedia serta pemanfaatan teknologi informasi sehingga penjualan dapat dimaksimalkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Faktor kekuatan utama yang dimiliki oleh perajin batik dan tenun adalah perajin

memiliki visi/tujuan jangka panjang, kesadaran dari perajin untuk selalu melakukan perbaikan kualitas, serta kemauan menekuni usaha.

2. Kelemahan utama yang dimiliki oleh perajin adalah jumlah SDM terbatas, minimnya promosi produk, minimnya perencanaan produk.

3. Faktor peluang utama yang dimiliki oleh perajin adanya dukungan pemerintah terhadap pengembangan UKM, akses teknologi yang semakin terbuka.

4. Faktor ancaman utama yang dihadapi oleh perajin perubahan selera konsumen dan ketersediaan bahan baku.

5. Posisi industri kerajinan batik dan tenun di dalam diagram matriks SWOT berada di Kuadran I. Strategi yang sebaiknya digunakan adalah market penetration

dengan memanfaatkan jalur-jalur distribusi fisik yang semakin banyak tersedia serta pemanfaatan teknologi informasi sehingga penjualan dapat dimaksimalkan.

Saran

Perajin batik dan tenun perlu mendapatkan prioritas pengembangan sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan. Peran dari pemerintah maupun institusi pendidikan dibutuhkan dalam rangka pengembangan industri berbasis budaya ini.

DAFTAR PUSTAKA

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.

Isyanti, Sadilah, Herawati, Sumardi, Sunjata. *Sistem Pengetahuan Kerajinan Tradisional, Tenun Gedhog di Tuban,*

Propinsi Jawa Timur. Yogyakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Deputy Bidang Pelestarian dan Pengembangan Kebudayaan, Balai Kajian Sejarah dan Nilai Tradisional Yogyakarta, Proyek Pemanfaatan Kebudayaan Daerah, Daerah Istimewa Yogyakarta, 2003

Rini, P., & Czafrani S., 2010, Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab tantangan Ekonomi Global, *Jurnal Universitas Indonesia*, Vol.1, Desember 2010, hal 13-24.

Utami K.S., Retnaningdiah D. 2014. Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Usaha Kecil Tenun Lurik ATBM, *Jurnal Kompetensi*, Vol.12, No.2 Juli-Desember 2014.

Syahza, A. 2005, Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) untuk Percepatan Peningkatan Ekonomi Daerah. *Laporan Pusat Pengkajian Koperasi dan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, Universitas Riau Pekanbaru.