PENGEMBANGAN USAHA SENTRA PENGRAJIN BATIK TULIS GEDOG DI DESA JAROREJO KECAMATAN KEREK KABUPATEN TUBAN

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Tarbiyah Universitas Islam Negeri (UIN) Malang untuk Memenuhi Salah satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Strata satu Sarjana Pendidikan IPS (S.Pd)

Oleh:
Mariyatul Qibtiyah
NIM: 04130017

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN IPS
FAKULTAS TARBIYAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
2008

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGEMBANGAN USAHA SENTRA PENGRAJIN BATIK TULIS GEDOG DI DESA JAROREJO KECAMATAN KEREK KABUPATEN TUBAN

SKRIPSI

Oleh:
Mariyatul Qibtiyah
NIM: 04130017

Telah Disetujui Pada Tanggal 7 Agustus 2008

Oleh:
Dosen Pembimbing

Samsul Susilowati, M.Pd
NIP. 150 368 782

Mengetahui,
Ketua Jurusan Pendidikan Agama Islam

Drs. Muh. Yunus M. Si.
NIP. 150 276 940

PENGESAHAN

PENGEMBANGAN USAHA SENTRA PENGRAJIN BATIK TULIS GEDOG DI DESA JAROREJO KECAMATAN KEREK KABUPATEN TUBAN

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh
Mariyatul Qibtiyah (04130017)
Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 24 Juli 2008
Dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Pendidikan Ekonomi (S. Pd.)
Pada tanggal: 7 Agustus 2008

Panitia Ujian

Ketua Sidang	Sekretaris Sidang
Drs. Muh. Yunus M. Si.	**Samsul Susilawati M.Pd**
NIP. 150 276 940	**NIP. 150 368 782**
Penguji Utama	Pembimbing
Prof. Dr. H. Imam Suprayogo	**Samsul Susilawati M.Pd**
NIP. 150 196 286	**NIP. 150 368 782**

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Tarbiyah UIN Malang

Prof. Dr. H. M. Djunaidi Ghony
NIP. 150 042 031

Samsul Susilawati, M.Pd
Dosen Fakultas Tarbiyah
Universitas Islam Negeri Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Mariyatul Qibtiyah
Lampiran : 4 (Empat) Eksemplar

Malang, 25 Juni 2008

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Tarbiyah UIN Malang
di
Malang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan, dan setelah membaca skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Mariyatul Qibtiyah
NIM : 04130017
Jurusan : Pendidikan IPS
Judul Skripsi : *Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban*

maka selaku pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut layak diajukan untuk diujikan.

Demikian, mohon dimaklumi adanya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,

Samsul Susilowati M.Pd
NIP. 150 368 782

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang, 25 Juni 2008

Mariyatul Qibtiyah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
PUSAT PERPUSTAKAAN

MOTTO

وَٱبۡتَغِ فِيمَآ ءَاتَىٰكَ ٱللَّهُ ٱلدَّارَ ٱلۡأٓخِرَةَۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ ٱلدُّنۡيَا

“ Dan carilah pada apa yang Telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi” (Al-Qashash: 77)[1]

[1] Al-Quran Dan Terjemahannya, Mujamma’ Al-Malik Fadh Li Thiba’at Mushaf Asy-Syarif Madinah Munawwaroh Po. Box 6262 Kerajaan Saudi Arabia, Tahun 1420, hlm.623

PERSEMBAHAN

- *Syukur Alhamdulillahku yang tak pernah putus kepada Allah SWT*
- *Bapak dan Ibuku tercinta yang selalu mendoakan dan memberikan bantuan materiil dan immaterial sehingga penulis bisa melanjutkan keperguruan tinggi dan bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini*
- *Adk2Q Lutfi & Yiyin yang selalu memberi motivasi dan membantu penulisan skripsi ini*
- *Moh. Asrofi S.Pd.I yang selalu menyayangi, memotivasi dan mendoakan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrohim

Alhamdullillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah serta inayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada nabi besar Muhammad SAW, yang telah berhasil merubah peradaban zaman dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yakni Addinul Islam dan semoga kita semua mendapat syafaat beliau diyaumil qiyamah nanti.

Suatu kebahagiaan dan kebanggaan tersendiri bagi penulis karena dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini tidak lepas dari bimbingan dan arahan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya serta penghargaan setinggi-tingginya epada:

1. Bapak Imron Rosyadi dan Ibu Listiyowati yang telah banyak memberi bantuan baik moril lebih-lebih spiritual sehingga dapat menyelesaikan kuliah di UIN Malang
2. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo selaku Rektor UIN Malang
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Djunaidi Ghony selaku dekan Fakultas Tarbiyah UIN Malang
4. Bapak Drs. M. Yunus M.Si selaku ketua Jurusan Ilmu pengetahuan Sosial UIN Malang
5. Ibu Samsul Susilawati M.Pd selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya, tenaganya, dan pikiran serta penuh kesabaran dalam membimbing, memotivasi dan nasehat demi terselesaikannya penyususnan skripsi ini
6. Bapak H.M. Sholeh selaku pemilik sekaligus pimpinan sentra yang telah memberikan tempat untuk melalukan penelitian pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

7. Moch. Asrofi S.Pd.I yang selalu memotivasi dan mendoakan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
8. Seluruh pengurus dan karyawan sentra pengrajin batik tul;is gedog yang telah banyak meluangkan waktunya dan memberikan kesempatan serta arahan yang sangat bermanfaat bagi penulis skripsi ini
9. Adik2Q yiyin & Lutfi yang selalu memotivasi & membantu penulis dalam segala hal
10. Teman2Q AHAF D-Room & Mb' Upix yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini

Hanya ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya yang dapat penulis sampaikan, semoga bantuan dan do'anya yang telah diberikan semoga menjadi catatan amal kebaikan dihadapan Allah SWT.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritiknya dari para pembaca yang budiman untuk perbaikan masa mendatang. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi yang membacanya, kepada lembaga pendidikan guna untuk meningkatkan mutu kualitas pendidikan. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah dan inayahnya kepada kita semua. Amin

Malang, 25 Juni 2008

ABSTRAK

Mariyatul Qibtiyah, Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Tarbiyah, Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.

Melihat kondisi Indonesia yang seperti saat ini maka pemerintah harus melaksanakan programnya yaitu pemanfataan sumber daya alam yang telah tersedia guna untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang tentunya harus didukung dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan tangguh, sehingga dapat menciptakan masyarakat adil dan makmur merata, baik materiil dan spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-undang 1945 yang sesuai dengan tujuan pembangunan nasional. Pentingnya peranan usaha kecil dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 9 tahun 1995 tentang usaha kecil dan selanjutnya diikuti dengan peraturan pemerintah RI nomor 32 tahun 1998 tentang pembinaan dan pengembangan usaha kecil.

Dalam prakteknya, penelitian ini dilakukan di Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog dalam proses pengembangan usaha di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Sedangkan rumusan masalahnya yaitu Bagaimanakah pengembangan usaha sentra pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban? Apa sajakah faktor-faktor pendukung dalam proses Pengembangan Usaha Sentra pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban? Apa sajakah faktor-faktor penghambat dan solusi dalam proses pengembangan Usaha Sentra pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban? Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog dan mendiskripsikan apa faktor pendukung, penghambat dalam proses pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi, teknik analisis data pelaksanaanya ada tiga tahapan yaitu penyederhanaan, penyajian data, penarikan dan kesimpulan.

Hasil penelitian dilapangan bahwa dalam pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog telah ditemukan faktor pendukung dalam strategi pengembangan pasar yaitu banyaknya peminat terhadap hasil batik, faktor penghambatnya dalam strategi pengembangan pasar sulitnya daerah pencarian, faktor pendukung dalam strategi pengembangan produk baru mempunyai pelanggan yang tetap, faktor penghambat dalam strategi pengembangan produk baru seringnya bahan penunjang tidak ada. Telah ditemukan juga peran serta pemerintah khususnya perindustrian, perdagangan, dan Koperasi Usaha kecil menengah telah memberikan pembinaan dan pendampingan.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGAJUAN ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
HALAMAN NOTA DINAS v
HALAMAN PERNYATAAN vi
HALAMAN MOTTO vii
HALAMAN PERSEMBAHAN viii
KATA PENGANTAR ix
ABSTRAK xi
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 7
D. Manfaat Penelitian 7

BAB II KAJIAN TEORI 9
A. Konsep Kewirausaahan 9
B. Gambaran Usaha Kecil dan Menengah 42
C. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah 51

BAB III METODE PENELITIAN 58
A. Jenis Penelitian 58
B. Lokasi Penelitian 59
C. Kehadiran Peneliti 60
D. Sumber Data 60
E. Prosedur Dan Pengumpulan Data 61
F. Analisis Data 63
G. Pengecekan Keabsahan Data 64

BAB IV PEMBAHASAN 65
A. Deskripsi Obyek Penelitian 65
1. Kondisi Masyarakat Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban 65
2. Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban 67
3. Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo kec. Kerek Kab. Tuban 81

B. Hasil Penelitian 96
1. Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban..... 96
2. Faktor Pendukung dari proses Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin BatikTulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban..... 100
3. Faktor Penghambat dari proses Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin BatikTulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban..... 101
4. Solusi pemecahan dari hambatan pada proses Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin BatikTulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban..... 102
5. Peran serta Pemerintah dalam Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin BatikTulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban..... 103

BAB V PENUTUP..... 105
A. Kesimpulan 105
B. Saran..... 1108

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. TABEL 1 Ciri-ciri Seorang Wirausahawan 15
2. TABEL 2 Definisi UKM di Berbagai Negara Asia Pasifik 44
3. TABEL 3 Pengelompokan Kegiatan Usaha..... 50
4. TABEL 4 Mata Pencaharian Penduduk sekitar Lokasi Penelitian..... 66
5. TABEL 5 Data Karyawan di Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog..... 72

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
PUSAT PERPUSTAKAAN

DAFTAR GAMBAR

1. GAMBAR 1 Struktur Organisasi Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog Kec.Kerek Kab.Tuban..... 70

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
PUSAT PERPUSTAKAAN

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Pedoman Interview
2. Lampiran 2 : Data Informan
3. Lampiran 3 : Foto-foto peneliti saat penelitian
4. Lampiran 4 : Daftar Riwayat Hidup Peneliti
5. Lampiran 5 : Bukti Konsultasi
6. Lampiran 6 : Surat Keterangan Penelitian dari Batik Tulis Gedog Kerek
7. Lampiran 7 : Surat Keterangan Penelitian Dinas INDAGKOP Tuban
8. Lampiran 8 : Surat Keterangan Dari Bappeda Tuban

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM PUSAT PERPUSTAKAAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

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. Sebagai negara yang mempunyai sumber daya alam yang sangat luas menjadikan negara-negara tetangga tertarik untuk ikut memanfaatkan dan mengelola sumber daya alam tersebut, tidak hanya dari negara tetangga tetapi dari manca negara masuk ke Indonesia untuk mengelola sumber alam yang ada di Indonesia ini.

Sumber daya manusia di Indonesia sangatlah lemah, inilah masalah yang dihadapi bangsa Indonesia sekarang ini. Di pihak lain, kekayaan sumber daya alam Indonesia menunjukkan potensi yang menggembirakan untuk meningkatkan taraf hidup seluruh masyarakat Indonesia. *Pertama*, 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.

Salah satu upaya untuk meningkatkan sumber daya manusia dengan cara meningkatkan mutu pendidikan yang ada di Indonesia. Dengan adanya mutu pendidikan yang dilakukan itu salah satu cara prioritas pembangunan dalam pendidikan. Banyak cara yang telah dilakukan untuk peningkatan mutu

pendidikan yaitu menyempurnakan kurikulum, menambah bahan ajar, berbagai peningkatan mutu guru dan tenaga pengajar melalui latihan-latihan dan training peningkatan kualitas guru dan lainnya. Akan tetapi sampai sekarng mutu pendidikan masih belum sesuai yang diinginkan.

Kondisi tersebut membuat kita untuk bisa terjun dalam dunia pendidikan yang harus mampu berperan aktif untuk menyiapkan sumber daya manusia terdidik dan mampu menghadapi tantangan dalam kehidupan sekarang ini. Peserta didik yang diharapkan tidak saja menguasai materi-materi, teori-teori akan tetapi mau dan mampu menerapkan di masyarakat dan bisa memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat sekarang ini dalam kehidupan sehari-hari.

Pendidikan yang diharapkan yaitu pendidikan yang berorientasi pada pembentukan jiwa *entrepreneurship* adalah orang atau seseorang yang mengkombinasikan hidupnya dengan keberanian dan mau menghadapi masalah hidupnya secara wajar serta mengatasi permasalahan tersebut dan juga yang berwawasan kewirausahaan dan menerapkan prinsip-prinsip kecakapan hidup *(life skill)* kepada para peserta didik melalui kurikulum dan integrasi yang ada disekolah. Pendidikan yang diajarkan baik disekolah maupun dilembaga non pendidikan diharapkan memberikan kontribusi yang nyata untuk pengembangan dan peningkatan sumber daya manusia yang telah ada di Indonesia.

Dalam kehidupan sehari-hari, masih banyak orang yang menafsirkan dan memandang bahwa kewirausahaan yang identik dengan apa yang dimiliki baru dilakukan "usahawan" atau "wiraswasta". Pandangan itu tidaklah benar, karena

jiwa dan sikap kewirausahawan *(entrepreneurship)* tidak hanya dimiliki oleh usahawan akan tetapi dapat dimiliki oleh setiap orang yang berpikir kreatif dan bertindak inovatif baik kalangan usahawan maupun masyarakat umum seperti karyawan, pegawai pemerintah, mahasiswa, guru, petani, dan pimpinan organisasi lainnya.[2]

Banyak orang yang berhasil dan sukses karena memiliki kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Karya dan karsa hanya terdapat pada orang-orang yang berpikir kreatif. Tidak sedikit orang dan perusahaan yang berhasil meraih kesuksesan karena memiliki kemampuan kreatif dan inovatif. Proses kreatif dan inovatif tersebut biasanya diawali dengan memunculkan ide-ide dan pemikiran-pemikiran baru untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Sedangkan dalam suatu organisasi perusahaan, proses kreatif dan inovatif dilakukan melalui kegiatan penelitian dan pengembangan *(research and development)* untuk meraih pasar. Baik ide pemikiran maupun tindakan kreatif tidak lain untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda.[3]

Untuk mengembangkan kewirausahaan dikalangan tenaga pendidik sangat penting sekali. Karena para pendidik adalah sebagai *agent of change* yang diharapkan mampu menanamkan ciri-ciri, sifat dan watak serta jiwa kewirausahaan atau jiwa *enterpreneur* untuk peserta didiknya. Selain itu jiwa enterpreneur sangat diperlukan bagi seorang pendidik, karena dengan cara ini para

[2] Suryana, Kewirausahaan, Jakarta, Salemba Empat, 2003 hlm. 1
[3] Ibid, Suryana, hlm 2

pendidik harus mempunyai orientasi tugas kerja yang lebih efisien, efektif, inovatif, produktif dan mempunyai jiwa mandiri dan keberanian yang lebih.

Masalah utama yang dihadapi negara Indonesia dibidang Ketenagakerjaan sejak beberapa tahun terakhir ini adalah kekurangan tenaga kerja yang berkualitas tinggi dan kurang dimanfaatkan sebagian besar tenaga kerja karena menganggur atau setengah menganggur. Kondisi ini akan berlanjut di masa yang akan datang apabila tidak langsung ditangani oleh pemerintah.

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.[4]

Sumber daya manusia dikembangkan melalui banyak cara yang paling utama adalah melalui pendidikan formal mulai dari sekolah dasar, menengah, sampai keperguruan tinggi. Kedua, sumber daya manusia bisa dikembangkan ditempat kerja melalui program latihan atau semacam kursus.

Pengembangan sumber daya manusia adalah salah satu kondisi yang perlu bagi semua jenis pembangunan baik sosial, politik, budaya maupun ekonomi. Masalah utama dalam pengembangan sumber daya manusia ada dua yaitu:

1) masalah kekurangan tenaga kerja berkualitas tinggi.

[4] Amir Santoso, Sumber Daya Manusia Indonesia Untuk Masa Depan, Mizan, Bandung, 1996, Hlm. 108

2) masalah kurang dimanfaatkannya tenaga kerja *(Under utilized manpower)*[5].

Jadi pengembangan sumber daya manusia tujuannya untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan (mengembangkan otak manusia) dan menyediakan kesempatan kerja dan peluang lebih luas bagi tenaga kerja yang tidak dimanfaatkan atau yang kurang dimanfaatkan. Tujuan dari strategi pengembangan sumber daya manusia adalah meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan bagi pertumbuhan ekonomi, sosial, dalam menciptakan masyarakat yang lebih baik dari apa yang diharapkan.

Oleh karena itu agar potensi sumber daya manusia dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan maka tidak ada salahnya apabila tenaga kerja 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.

Sumber daya manusia yang berkualitas dan tangguh, dapat menciptakan masyarakat adil dan makmur merata, baik materiil dan spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-undang 1945 yang sesuai dengan tujuan pembangunan nasional. Pentingnya peranan usaha kecil dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 9 tahun

[5] *Ibid*, Amir Santoso, hlm. 107

1995 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 mereka. Hal ini sebagaimana yang terungkap dalam PP tersebut:

> "bahwa usaha kecil merupakan bagian integral dari perekonomian nasional yang mempunyai kedudukan, potensi, dan peranan yang penting dan strategic dalam mewujudkan pembangunan ekonomi nasional yang kokoh, usaha kecil perlu diberdayakan agar dapat menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang dan menjadi usaha menengah."

Mengingat besarnya potensi usaha kecil dan menengah dalam penciptaan lapangan pekerjaan baru, maka UKM perlu mendapatkan perhatian dan pembinaan secara berkelanjutan, seperti pelatihan, pendidikan, penyuluhan, pendampingan serta melakukan berbagai kegiatan penelitian. Karena selama ini kita ketahui, masih banyak permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan usaha kecil.

Dari pokok pemikiran diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian di Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban, Usaha kecil yang bisa menembus pasar nasional dan bisa meningkatkan ekonomi di masyarakat karena dengan usaha sentra pengrajin batik tulis Gedog tersebut dapat menyerap tenaga kerja dari masyarakat maupun para pencari kerja agar mempunyai pekerjaan yang bisa diandalkan untuk membantu dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi masyarakat sekitar.

Berangkat dari latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul "Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban"

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengembangan usaha sentra pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban?
2. Apa sajakah faktor-faktor pendukung dalam proses Pengembangan Usaha Sentra pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban?
3. Apa sajakah faktor-faktor penghambat dan solusi dalam proses pengembangan Usaha Sentra pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor pendukung, dari proses pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor penghambat dan solusi dari proses pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi lembaga Pendidikan

   Dapat dijadikan bahan rujukan pada penelitian-penelitian berikutnya. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk membantu, memberikan perhatian dan pembinaan secara berkelanjutan seperti pelatihan, pendidikan, penyuluhan, pendampingan kepada Usaha Kecil dan Menengah dalam pengembangannya

   Untuk memperkaya hasil penelitian tentang Usaha kecil menengah khususnya yang berkaitan dengan masalah perencanaan, sehingga diharapkan penelitian ini dapat dijadikan pegangan bagi pengembangan ilmu pendidikan ekonomi.

2. Bagi Usaha Kecil dan Menenngah

   Dari hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan motivasi bagi para pimpinan Usaha Kecil dan Menengah. Selain itu penelitian ini dapat dijadikan bahan pijakan bagi perusahaan, sekaligus sebagai bahan koreksi, sehingga mampu memberikan motivasi bagi para karyawan sehingga bisa termotivasi untuk meningkatkan hasil kerjanya.

3. Bagi Peneliti

   Sebagai latihan untuk menambah wawasan keilmuan dan pengalaman serta memperluas cakrawala keintelektualan sehingga penelitian ini digunakan untuk mengkaji secara keilmuan dari gejala-gejala ekonomi yang ada dalam dunia nyata berdasarkan dengan teori yang didapat

sebelumnya. Harapan dari penelitian ini dapat menjadi bahan pikiran bagi calon peneliti yang memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dibidang Usaha Kecil dan Menengah dalam mengembangkan usahanya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Kewirausahaan

1. Pengertian Wirausaha

Wira Usaha berasal dari kata *Wira:* Berani, *Usaha:* berbuat untuk mencapai suatu tujuan. *Wira Usaha* adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mewujudkan keinginannya untuk memuaskan kebutuhannya ataupun kebutuhan orang lain.[6]

Menurut *Hisrich, Pater* Enterpreneur adalah orang atau seseorang yang mengkombinasikan dengan tepat berbagai sumber daya yaitu seperti tenaga kerja, bahan baku dan pembantu serta sumber daya lainnya untuk menghasilkan nilai

[6] Salim Al Idrus, Kewirausahaan, Uin Press, 2007, hlm.1.

yang lebih besar dibanding sebelumnya dan sekaligus membawa dan menghasilkan perubahan, inovasi dan cara-cara baru.

Menurut *Wickham* Enterpreneur adalah seorang yang melakukan aktivitas sebagai pelaku tugas-tugas manajerial, sebagai agen perubahan ekonomi serta secara individual bekerja mendasarkan diri pada psikologi, kepribadian dan sifat-sifat pribadi mereka. Menurut *Suryana* Kewirausahaan: kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar kuat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.[7]

Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausaha adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain. Atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

Jadi, untuk berwirausaha dapat dilakukan dengan cara:

1. memiliki modal sekaligus menjadi pengelola.
2. menyetor modal dan pengelolaan ditangani oleh pihak mitra.
3. hanya menyerahkan tenaga namun dikonversikan ke dalam bentuk saham sebagai bukti kepemilikan usaha. .[8]

Oleh sebab itu, wirausaha merupakan potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Sekarang ini kita menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan pembangunan wirausaha

[7] Suryana, *op. cit.*, hlm.3.
[8] Kasmir, Kewirausahaan, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm.19

Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan. Jika kita perhatikan manfaat adanya wirausaha banyak sekali. Lebih rincinya manfaatnya antara lain:

1. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran.
2. Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan, dan sebagainya.
3. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, diteladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain[9].

2. Ciri-ciri Wirausaha

Ciri-ciri seorang wira usahawan antara lain:

a. Senantiasa mengejar prestasi yang tinggi
b. Berani mengambil resiko
c. Pemecah masalah
d. Memiliki cadangan energi tinggi
e. Menghindari ikatan emosi
f. Memerlukan kepuasan pribadi
g. Pencari status.[10]

[9] Buchori, Alma, Kewirusahaan, Alfabeta, Bandung, 2006, hlm.1-2
[10] Salim Al-Idrus, *op.cit*., hlm. 7

Kemampuan kewirausahaan tersebut biasanya akan terus menggelinding dan semakin membesar apabila dimiliki faktor-faktor sebagai berikut:

1. Memiliki daya ingat yang kuat
2. Kemampuan analisa, rationalitas dan obyektivitas.
3. Kapabilitas integratif
4. Cerdik
5. Pragmatisme
6. Ketelitian dan sense of relevance
7. Sense of urgency
8. Adaptabilitas dan fleksibilitas
9. Memiliki keberanian
10. Kesederhanaan.
11. Kemampuan berkomunikasi dan bekerja sama.
12. Ketegasan dan tidak ragu
13. Satria (mengakui kelemahan diri, selalu menarik pelajaran dari kekeliruan, kesalahan dan pengalaman pahit)[11]

3. Mental Seorang Wirausaha

Menurut Tarsis Tarmudji (dalam skripsi Zainul Wahid) Manusia yang bermental wirausaha setidak-tidaknya mempunyai 6 kekuatan untuk membangun kepribadian yang kuat, yaitu:

a. Kemauan yang keras

[11] Silvia, Herawaty, Kewiraswastaan, IPWI, Jakarta, 1998, Hlm. 26

Merupakan kemauan untuk mencapai tujuan dan kebutuhan idup. Kemauan keras yang merupakan kunci keberhasilan untuk mengamalkan pengetahuan dan memetik hasilnya.

b. Keyakinan yang kuat atas kekuatan sendiri

Kita berkeyakinan bahwa setiap individu terlahir dengan segala potensi dan kekuatan. Dengan keyakinan tersebut wirausahawan dapat menumbuhkan gairah semangat bekerja atau berbuat sehingga tercapai tujuan hidupnya. Agar dapat menumbuhkan keyakinan yang kuat dalam jiwa seorang wirausahawan harus mempunyai syarat-syarat:

1) Wirausahawan harus mengenali dirinya sendiri sebagai makhluk yang mempunyai kelemahan dan kekeuatan.
2) Wirausahawan harus percaya terhadap dirinya sendiri bahwa dirinya memiliki potensi yang tak kalah kuat dengan yang dimiliki orang lain.
3) Wirausahawan harus mengetahui dengan jelas tujuan-tujuan dan kebutuhannya, sehingga dapat memulai suatu perbuatan dimana, bagaimana serta kapan ia dapat mencapai atau memenuhinya.

c. Kejujuran dan tanggung jawab

Salah satu keberhasilan seseorang adalah adanya kepercayaan orang lain terhadap dirinya. Untuk mendapatkan itu semua seorang pengusaha harus jujur dan bertanggung jawab. Sedangkan usaha-usaha untuk menumbuhkan sifat kejujuran dan tanggung jawab itu antara lain:

1) Mendidik diri sendiri untuk beramal yang tinggi, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, mematuhi hukum dan berlaku adil terhadap sesama.
2) Melatih disiplin terhadap dirinya sendiri.

d. Ketahanan fisik dan mental

Yang diharapkan dari seseorang dari wirausahawan adalah sikap pantang menyerah terhadap usahanya. Untuk mewujudkan manusia yang tahan uji lahir dan batin memerlukan syarat-syarat sebagai berikut:

1) Sehat jasmani dan rohani
2) Memiliki kesabaran
3) Memiliki ketabahan

e. Ketekunan dan keuletan untuk bekerja keras

Kemajuan dan kesuksesan dapat dicapai dengan bekerja keras dengan cara mengutamakan kekuatan pribadi dalam usaha mencapai tujuan hidup. Kerja keras tersebut dapat ditunjang dengan ketekunan dan keuletan dalam bekerja.

f. Pemikiran yang konstruksi dan kreatif

Manusia mempunyai akal untuk dapat memecahkan masalah-masalah yang dihadapi.

Sifat dasar yang harus dimiliki seorang wirausahawan adalah sebagai berikut:

1) Mempunyai pendirian yang teguh, kuat dan tidak mudah goyah
2) Seorang wirausahawan harus mempunyai pergaulan yang luas.

3) Seorang wirausahawan harus mempunyai semangat kerja yang tinggi dan tidak sering putus asa.
4) Seorang wirausahawan harus mempunyai pengharapan yang tinggi sehingga semua langkah dan ide yang telah dirumuskan akan selalu ditopang dan diupayakan dapat dicapai
5) Seorang wirausahawan harus mempunyai sikap kasih dan sayang yang besar sehingga akan tercipta pola hubungan yang harmonis.
6) Seorang wirausahawan harus mempunyai kesetiakawanan yang tinggi dengan sesamanya.
7) Seorang wirausahawan harus mempunyai rasa optimistis yang tinggi dan bukan mengedepankan rasa skeptisme
8) Seorang wirusahawan tidak boleh mudah marah
9) Seorang wirausahawan tidak boleh mempunyai rasa takut
10) Seorang wirausahawan tidak boleh mempunyai rasa rakus
11) Seorang wirausahawan jangan mudah merasa iri hati
12) Seorang wirausahawan tidak boleh mudah membalas dendam
13) Seorang wirausahawan tidak boleh mempunyai rasa benci
14) Seorang wirausahawan tidak boleh percaya tahayul.[12]

Dari paparan data diatas dapat disimpulkan bahwa setidaknya seorang wirausaha harus mempunyai sifat yang telah terungkap dalam surat (At-Tiin:4-6)

[12] Wahid, Zainul, Upaya Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Kayu Ukir, Skripsi, Fakultas Tarbiyah UIN Malang 2005, hlm. 13

وَعَمِلُواْ ءَامَنُواْ ٱلَّذِينَ إِلَّا ۝٥ سَٰفِلِينَ أَسۡفَلَ رَدَدۡنَٰهُ ثُمَّ ۝٤ تَقۡوِيمٍ أَحۡسَنِ فِيٓ ٱلۡإِنسَٰنَ خَلَقۡنَا لَقَدۡ

۝٦ مَمۡنُونٍ غَيۡرُ أَجۡرٌ فَلَهُمۡ ٱلصَّٰلِحَٰتِ

" Sesungguhnya, Kami telah menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya. Kemudian, Kami kembalikan dia ke tempat yang yang serendah-rendahnya (neraka), kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh; maka bagi mereka pahala yang tiada putus-putusnya".[13]

Tabel 1

Ciri-ciri dan watak seorang wirausaha muslim

Ciri-ciri	Watak
1. Kepercayaan diri	- Percaya diri - minim ketergantungan - optimisme rezeki di tangan Allah
2. Orientasi pada tugas dan hasil	- Haus akan prestasi - berorientasi profit dan benefit - tekun dan tabah - tekad kuat - giat kerja keras - enerjik dan penuh inisiatif

[13] M.Ismail, Yusanto, Menggagas Bisnis Islami, Gema Insani, Jakarta, hal. 37

3. Pengambil resiko	- Berani mengambil resiko - suka pada tantangan - setelah kesulitan ada kemudahan
4. Kepemimpinan	- Bertingkah laku pemimpin - dapat bergaul dengan orang lain - menanggapi saran dan kritik
5. Keorisinilan	- Inovatif - kreatif - luwes - punya banyak sumber -serba bisa dan banyak tahu
6. Orientasi masa depan	- pandangan ke depan - Vsioner

Sumber: Soesarsono (1996) dengan modifikasi

4. Menumbuhkan Minat Berwirausaha

Semakin majunya suatu negara maka semakin banyak pula orang yang terididik, dan akan banyak pula orang yang menganggur, maka akan dirasakan pentingnya dunia wirausaha. Pembangunan lebih mantap apabila ditunjang oleh para wirausahawan karena kemampuan pemerintah sangat terbatas. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua aspek pembangunan karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasanya.

Karena itulah, seorang wirausaha harus mempunyai potensi pembangunan, baik dalam jumlah maupun dalam mutu wirausaha itu sendiri. Sekarang ini kita telah menghadapi kenyataan bahwa jumlah wirausahawan Indonesia masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan.

Beberapa manfaat dari adanya wirausaha antara lain:

a. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran.
b. Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, pemeliharaan lingkungan, kesejahteraan, dan sebagainya.
c. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh, diteladani, karena seorang wirausaha itu adalah orang terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.
d. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu menjaga dan membangun lingkungan.
e. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial, sesuai dengan kemampuannya.
f. Berusaha mendidik karyawannya menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.
g. Memberi contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama, dekat kepada Allah SWT.

h. Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros

i. Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

Melihat banyaknya manfaat wirausaha di atas, maka ada dua darmabakti wirausaha terhadap pembangunan bangsa, yaitu:

a. Sebagai pengusaha, memberikan darma baktinya melancarkan proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Wirausaha mengatasi kesulitan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat.

b. Sebagai pejuang bangsa dalam bidang ekonomi, meningkatkan ketahanan nasional, mengurangi ketergantungan pada bangsa asing.[14]

5. Ciri dan Kemampuan Wirausaha unggul

Ciri dan kemampuan dari wirausaha unggul, adalah:

a. Berani mengambil resiko serta mampu memperhitungkan dan berusaha untuk menghindarinya.

b. Selalu berusaha mencapai dan menghasilkan karya bakti yang lebih baik untuk langganan, pemilik, pemasok, tenaga kerja, masyarakat, bangsa, dan negara.

c. Antisipatif terhadap perubahan dan akomodatif terhadap lingkungan.

d. Kreatif mencari dan menciptakan peluang pasar dan meningkatkan produktivitas dan efisien.

e. Selalu berusaha meningkatkan keunggulan dan citra perusahaan melalui inovasi di berbagai bidang.

[14] Buchari, Alma, *op.cit.*, hlm. 1.

Sementara itu dalam suatu penelitian tentang standarisasi Tes Potensi Kewirausahaan Pemuda Versi Indonesia, Munawir Yusuf menemukan adanya 11 ciri atau indikator kewirausahaan, yaitu:

a. Motivasi berprestasi
b. Kemandirian
c Kreativitas
d. Pengambilan resiko
e. Keuletan
f. Orientasi masa depan
g. Komunikatif dan reflektif
h. Kepemimpinan
i. Locus of contro
j. Perilaku instrumental
k. Penghargaan terhadap uang[15]

Seorang wirausahawan yang sukses, sebagai salah satu kuncinya ia harus mempunyai kepribadian yang menarik. Dengan melihat adanya kekurangan yang terdapat pada dirinya, ia harus berusaha belajar dari sesama manusia atau lingkungannya. Bakat seorang wirausaha akan bertambah dan berkembang berkat pengetahuan, pengalaman yang diperoleh dari hasil interaksi dengan lingkungan.

Faktor-faktor yang dapat dipelajari untuk mengembangkan bakat yang kita miliki diantaranya:

[15] Wahid, Zainul , Op.,cit hlm. 20

a. Pikiran

b. Perasaan

c. Pertimbangan

d. Sikap[16]

Bekal pengetahuan saja tidaklah cukup jika tidak dilengkapi dengan bekal keterampilan. Beberapa hasil penelitian terhadap usaha kecil menunjukkan bahwa sebagian besar wirausaha yang berhasil cenderung memiliki tingkat keterampilan khusus yang cukup. Beberapa keterampilan yang perlu dimiliki itu di antaranya:

a. Keterampilan konseptual dalam mengatur strategi dan memperhitungkan risiko.
b. Keterampilan kreatif dalam menciptakan nilai tambah.
c. Keterampilan dalam memimpin dan mengelola.
d. Keterampilan berkomunikasi dan berinteraksi, dan
e. Keterampilan teknik dalam bidang usaha yang dilakukan

Pengetahuan, keterampilan, dan kamampuan kewirausahaan itulah yang membentuk kepribadian wirausaha. Menurut Dan Bradstreet (1993), pengusaha kecil harus memiliki kepribadian khusus yaitu penuh pendirian, realistik, penuh harapan, dan penuh komitmen. Modal yang cukup, bisa diperoleh apabila perusahaan mampu mengembangkan hubungan baik dengan lembaga-lembaga keuangan, karena dengan hubungan baik itulah akan menambah kepercayaan dari penyandang dana. Penggunaan dana tersebut harus efektif agar memperoleh

[16] Buchori, Alma, op.cit., hlm.68

kepercayaan yang terus menerus. Menurut Ronald J. Ebert (2000:117) bahwa efektivitas wirausahawan tergantung pada keterampilan dan kemampuan. Keterampilan dasar manajemen *(Basic Management Skill)* tersebut meliput:

(1) *Technical Skill*, yaitu keterampilan yang diperlukan untuk melakukan tugas-tugas khusus, seperti sekretaris, akuntan-auditor, dan ahli gambar.

(2) *Human Relations Skill*, yaitu keterampilan untuk memahami, mengerti, berkomunikasi, dan berelasi dengan orang lain dalam organisasi.

(3) *Conceptual Skill*, yaitu kemampuan personal untuk berpikir abstrak, untuk mendiagnosis dan untuk menganalisis situasi yang berbeda, dan melihat siatuasi luar. Keterampilan konseptual sangat penting untuk memperoleh peluang pasar baru dan menghadapi tantangan.

(4) *Decision Making Skill*, yaitu keterampilan untuk merumuskan masalah dan memilih cara bertindak yang terbaik untuk memecahkan masalah tersebut. Ada tiga tahapan utama dalam pengambilan keputusan, yaitu:

   (a) merumuskan masalah, mangumpulkan fakta, dan mengidentifikasi alternatif pemecahannya;

   (b) mengevaluasi setiap alternatif dan memilih alternatif yang terbaik;

   (c) mengimplementasikan alternatif yang terpilih, menindaklanjutinya secara periodik, dan mengevaluasi keefektifan yang telah dipilih tersebut.

(5) *Time Management Skill*, yaitu keterampilan dalam menggunakan dan mengatur waktu seproduktif mungkin.[17]

[17] http//.www.geogle. Bisnis dan Kewirausahaan.com

Kemampuan mengusai persaingan, merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dalam bisnis. Wirausaha harus mengetahui kelemahan dan kekuatan sendiri, dan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki persaing. Seperti dikemukakan Dan & Bradstreet (1993): "*My best advice for competing successfally is to find your own distinctive niche in the market-place"*. Seorang wirausaha harus memiliki keunggulan yang merupakan kekuatan bagi dirinya dan harus memperbaiki kelemahan agar menghasilkan keunggulan. Kelemahan dan kekuatan yang kita miliki atau kekuatan dan kelemahan yang dimiliki pesaing merupakan peluang yang harus digali. Kekutan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan tersebut biasanya tampak dalam berbagai hal, misalnya dalam pelayanan, harga barang, kualitas barang, distribusi, pormosi, dan lain-lain. Variabel-variabel dalam bauran pemasaran *(marketing mix)* secara strategis pada umumnya bisa dijadikan peluang. Semua informasi tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan dapat diperoleh dari berbagai sumber, misalnya dari pelanggan, karyawan, lingkungan sekitar, distributor, laporan rutin, periklanan, dan pameran dagang.

6. Pentingnya Pembangunan Kewirausahaan

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan sumberdaya alam. Namun hal ini disertai pula dengan banyaknya jumlah penduduk yang semakin tahun semakin bertambah yang menjadikan negara Indonesia tergolong kedalam negara yang berpenduduk padat di dunia. Dengan kondisi yang demikian ini mengharuskan pemanfaatan sumberdaya alam yang tersedia ini untuk

meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang tentunya harus didukung dengan sumberdaya manusia yang berkualitas sehinnga dapat tercipta masyarakat adil dan makmur merata materiil dan spiritual berdasarkan Pancasila dan Undang-undang 1945 yang sesuai dengan tujuan pembangunan nasional.

Pemanfaatan dan pengolahan sumber daya alam tersebut terwujud dalam bentuk pembangunan daerah masing-masing yang dilaksanakan secara berkesinambungan, berdaya guna dan berhasil guna sesuai dengan asas-asas pembangunan yang didasarkan pada kemampuan sumber daya alam serta potensi yang ada dengan memperhatikan aspirasi dan kepentingan daerah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu strategi pembangunan guna meningkatkan sumber daya manusia dan pengentasan kemiskinan yang berorientasi pada pemberdayaan adalah dengan peningkatan pengembangan usaha kecil. Kebanyakan negara berkembang belum mampu menyediakan lapangan pekerjaan yang layak bagi masyarakat pada umumnya yang ditinjau dari segi kesejahteraannya.

Selain alasan-alasan di atas, banyak pemikiran yang mendukung perlunya pembangunan kewirausahaan, antara lain:

a. Kewirausahaan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus membuka banyak lapangan pekerjaan baru.
b. Kewirausahaan banyak melahirkan kreativitas dan inovasi baru dalam melakukan usaha maupun teknologi.

c. Kewirausahaan sering kali meningkatkan kualitas kompetisi yang berjuang pada nilai tambah bagi masyarakat.
d. Menurunkan biaya dan waktu yang timbul akibat ketidakpastian.
e. Kesejahteraan pada dasarnya adalah sebuah *created wealth*, bukan *inherited wealth*.

Wirausahawan yang baru memulai usahanya dihadapkan pada persoalan belum dikenalnya perusahaan dan produk-produknya oleh masyarakat. Karenanya sulit bagi wirausahawan untuk mengharapkan penjualan yang melonjak pada tahap perkenalan ini.

Tetapi yang jelas pada tahap ini perusahaan harus menanamkan kepercayaan yang kuat kepada masyarakat, kerja keras. Ulet, tekun dan yang lebih penting lagi mempunyai sikap dan pola pikir Outward looking sehingga perubahan-perubahan dinamis yang terjadi dalam masyarakat dapat diketahui untuk diikuti. Sebab pada umunya kebanyakan perusahaan selalu berorientasi kepada pola fikir inward looking yaitu pemikiran yang hanya bertumpu pada persoalan-persoalan di dalam perusahaan seperti masalah-masalah keuangan, produksi dan lain-lain. Akibatnya perusahaan ini ketinggalan dalam persaingan.

Membangun usaha mandiri bukan berarti bekerja dengan menggunakan modal sendiri, tetapi perusahaan tidak boleh menggantungkan diri kepada pihak ketiga. Untuk itu pada awal usaha perusahaan perlu merencanakan secara rinci aspek operasional perusahaan. Seperti target market, kebijaksanaan produk dan

harga, saluran distribusi dan kebijaksanaan promosi. Disamping perencanaan tehnis operasional tetap keuangan, produksi, dan lain-lain.

Dengan sikap, pola pikir dan perencanaan tehnis operasional yang rinci dengan prinsip-prinsip perusahaan yang standard, usaha mandiri yang sedang dibangun akan mampu bertahan dan siap memasuki tahap berikutnya pertumbuhan perusahaan dengan sukses.[18]

Faktor pendorong kewirausahaan bagi usaha lokal dan pendatang adalah hampir sama. Faktor-faktor pendorong tersebut adalah aksebilitas pasar dan keuangan, kondisi ekonomi, latar belakang pendidikan, jaringan, pendukung, penerimaan masyarakat, fokus dan pengalaman usaha, serta karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri. Secara umum wirausaha Tionghoa memiliki 4 (empat) karakteristik dan nilai yang lebih baik dari wirausaha lokal. Keempat karakteristik dan nilai yang lebih baik ini adalah sifat pantang menyerah, berani mengambil resiko, kecepatan dan fleksibilitas serta kemampuan keluarga sebagai lahan untuk menggembleng anak-anaknya untuk menjadi wirausaha.[19]

Karakteristik dan nilai lebih dari wirausaha Thionghoa ini perlu ditularkan kepada mayoritas wirausaha Indonesia yang masih terjebak dalam status unit-unit usaha kecil (UKM). BPS menulis bahwa 99,99 % atau setara dengan 42,39 % juta unit usaha dari wirausaha di Indonesia berbentuk UKM, dan 97 % adalah *microenterprise*. *Microenterprise* sendiri dapat didefinisikan sebagai unit usaha yang memiliki omzet usaha maksimal 50.000.000,00 pertahun.

[18] Silvia, Herawaty, *op.cit*., hlm.102.
[19] Zainul Wahid, *op.cit.*, hlm.23.

Persentase jumlah usaha kecil dan menengah (UKM) terhadap jumlah badan usaha di Indonesia sangat besar, yaitu sekitar 99 persen. Berdasarkan data tahun 2006, pertumbuhan jumlah sektor UKM mengalami penurunan, yang hanya 3,88 persen, jika dibandingkan dengan pertumbuhan usaha besar, 5,77 persen. Data yang dipublikasikan oleh Kementerian Negara Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa tenaga kerja yang bekerja pada sektor UKM mencapai 96 persen (2000-2006) relatif terhadap total tenaga kerja yang tersebar di sembilan sektor ekonomi Indonesia.[20]

Agar dapat berkembang maka suatu usaha jelas membutuhkan permodalan yang baik dan memadai. Hal ini pula yang berlaku pada UKM. Komposisi modal UKM biasanya didominasi oleh modal sendiri atau pribadi, dengan jumlah terbatas. Dalam rangka pengembangan bisnis dan pangsa pasar, UKM jelas membutuhkan pembiayaan yang relatif besar.

7. Membangun Swadaya Kewirausahaan di Masyarakat

Dari beberapa pengalaman yang ada di negara-negara maju bahwa untuk pembangunan UKM tidak bisa lepas dari usaha kecil yang telah dibangun oleh masyarakat. Karena telah dilihat bahwa pendapatan rata-rata masyarakat jauh lebih baik dan tinggi dibandingkan dengan negara yang tidak ada industri kecil dan memperoleh penghasilan dari sektor pertanian saja.

Masih banyak yang harus dibenahi dalam menciptakan swadaya pembangunan kewirausahaan di dalam masyarakat. Adanya pembangunan nilai-nilai budaya dan

[20] Kompas, 17 Desember 2007 hal. 21

perbaikan pendidikan kewirausahaan adalah salah satu kunci utama dari swadaya pembangunan kewirausahaan.

Pada umumnya ada dua cara bagi sebuah perusahaan untuk *go internasional* yakni melalui kegiatan "perdagangan" dan "investasi". Secara konseptual penulis menganggap ada dua faktor kunci yang bersifat internal yang harus perlu diperhatikan dalam proses pembinaan UKM yaitu:

a. SDM kemampuan untuk meningkatkan kualitas SDM baik atas upaya sendiri atau ajakan pihak luar. Selain itu dalam SDM juga penting untuk memperhatikan etos kerja dan mempertajam naluri bisnis.
b. Manajemennya yaitu mempunyai pengertian berpikir, bertindak, dan pengawasan.

Jadi dalam proses pembinaan UKM dimulai dengan proses untuk meningkatkan "kemampuan manajemen" (ability to manage) termasuk manajemen pemasaran dan keuangan serta personalia dan setelah itu kesanggupan operasional (capacity to execute) dan yang penulis anggap paling penting adalah menguasai "seni pengendalian bisnis" (the art of controlling business)

Untuk mencapai *"go internasional"* dalam proses pembinaan UKM perlu ditambahkan faktor kunci ketiga yakni TOT *(transfer of tecnology)*. Perlu diingat bahwa dalam TOT ada dua hal yang dianggap penting yakni "kemampuan" untuk menerima dan menguasai alih teknologi (adaptation process) dan setelah itu dilanjutkan dengan *"Kemampuan melakukan inovasi"*. Untuk melaksanakan

inovasi maka perusahaan perlu memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi (adaptation and diffusion process) dan memiliki daya pengembangan inovasi.[21]

Mengamati kondisi yang tersebut, maka dunia pendidikan harus mampu berperan aktif menyiapkan sumber daya manusia terdidik yang mampu mengahadapi berbagai macam tantangan kehidupan baik lokal, regional, nasional maupun internasional. Peserta didik tidak cukup hanya menguasai teori-teori, akan tetapi harus mau dan mampu menerapkannya dalam kehidupan sosial. Ia tidak hanya mampu menerapkan ilmu yang diperoleh dabangku sekolah/kuliah, tetapi juga mampu memecahkan berbagai persoalan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian maka pendidikan adalah pendidikan yang berorientasi pada pembentukan jiwa entrepreneurship, adalah jiwa keberanian dan kemauan menghadapi problema-problema hidup dan kehidupan secara wajar, jiwa kreatif untuk mencari solusi dan mengatasi masalah tersebut, jiwa mandiri dan tidak tergantung pada orang lain.. Salah satu jiwa enterpreneurship yang sangat perlu dikembangkan melalui berbagai pendidikan pada anak usia sekolah pada umumnya, adalah kecakapan hidup (life skill).

Adanya pendidikan yang berwawasan kewirausahaan, adalah pendidikan yang menerapkan prinsip-prinsip dan metodologi ke arah pembentukan kecakapan hidup (life skill) pada peserta didiknya melalui kurikulum yang terintegrasi yang dikembangkan di sekolah. Dengan pendidikan yang berwawasan kewirausahaan

[21] M.Ismail, Yusanto, *op.cit.*, hlm.27.

ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam mengembangkan dan peningkatan mutu sumber daya manusia di Indonesia.

Pendidikan yang seperti itulah pendidikan yang berorientasi pada pembentukan jiwa entrepreneurship yaitu jiwa keberanian dan kemauan menghadapi problema hidup dan kehidupan secara wajar, jiwa kreatif untuk mencari solusi dan mengatasi problema tersebut., jiwa mandiri dan tidak tergantung pada orang lain. Salah satu jiwa entrepreneurship yang perlu dikembangkan melalui pendidikan pada anak usia sekolah pada umunya adalah kecakapan hidup.

Bagi Schumpeter, seorang enterpreneur tidak selalu seorang pedagang (businessman) atau seorang manager, ia (enterpreneur) adalah oarng yang unik yang berpembawaan pengambil resiko dan hanya memperkenalkan produk-produk inovative dan teknologi baru ke dalam perekonomian.

Schumpeter membedakan dengan tegas antara proses invention dengan inovation. Hanya sedikit pengusaha (businessman) yang dapat melihat ke depan dan inovative yang dapat merasakan potensi invention baru dan memanfaatkannya. Setelah pengenalan inovation yang berhasil dari entrepreneur, maka pengusaha-pengusaha lain mengikutinya dan produk atau teknologi baru itu tersebar dalam kehidupan ekonomi.[22] Beberapa aktivitas yang memiliki kandungan nilai kewirausahaan, baik yang jelas maupun yang tersembunyi bisa dicontohkan sebagai berikut:

[22] Buchari, Alma, op.cit., hlm.24.

1) Pengusaha-pengusaha “kantoran” yang menjalankan perusahaan milik sendiri atau bermitra. Baik dari kelas pengusaha besar, menengah ataupun kecil.

2) Pengusaha-pengusaha seperti pedagang kaki lima, warung nasi, restoran, toko klontong, bengkel, salon dan lain-lain.

3) Pengusaha candak kulak, seperti bakul jamu, tukang bakso pikul/grobak, dan lain sebagaiya.

4) Pengurus dan anggota-anggota koperasi.

5) Tokoh-tokoh pemasaran, seperti para direktur dan manajer pemasaran, sales representative, business representative, salesmen/girl door to door.

6) Para distributor multi-level-marketing serta para agen asuransi.

7) Tokoh-tokoh profesi seperti dokter, pengacara, notaris, konsultan yang membuka praktik sendiri, sampai supir taksi.

8) Mereka yang menjalankan bisnis sambilan, tanpa melecehkan pekerjaan utamanya sebagai karyawan.

9) Para karyawan, yang sambil bekerja, berusaha mengumpulkan modal dan belajar untuk mempersiapkan diri menjadi pengusaha nantinya.

10) Para makelar yang jujur.

11) Kaum profesional yang menjual leadership pada perusahaan-perusahaan besar mulai dari yang menjabat sebagai presiden direktur, direktur atau

manajer.

12) Pekerja free-lance, instruktur-instruktur aerobik, pelatih olahraga yang bekerja waktu penuh.

8. Membangun Sikap Mental Wirausaha Yang Islami

Menurut Soesarsono (1996) Wiraswasta adalah sebuah istilah yang mulai populer pada dekade 70-an memiliki pengertian: sifat-sifat keberanian, keutamaan, dan keteladanan, dalam mengambil resiko yang bersumber pada kemampuan sendiri. Wiraswasta atau sikap wiraswasta mencakup semua orang dan dalam berbagai bidang pekerjaan, termasuk karyawan pemerintahan, koperasi, BUMN, petani, TNI, dan sebagainya.

Wirausaha, masih menurut Soesarsono (1996), juga memiliki pengertian yang sama dengan wiraswasta dengan lingkup yang lebih menekankan pada bisnis yang dijalankan oleh swasta, koperasi, ataupun BUMN. Adapun entrepreneurship, istilah yang populer di dunia bisnis AS, Inggris, Prancis, dan Kanada, langsung dan tidak langsung memengaruhi istilah wiraswasta. Kamus Webser mengartikannya sebagai "one who organizes, manages, and assumed the risks of business or enterprise". Pengertian ini juga mencakup sikap mental mengambil resiko dalam pengorganisasian dalam pengelolaan suatu bisnis yang juga berarti suatu keberanian untuk membuka bisnis baru.

Wirausaha mencakup beberapa unsur penting yang satu dengan lainnya saling terkait bersinergi, dan tidak terlepas satu sama lain yaitu: 1) unsur daya

pikir (kognitif), 2) unsur keterampilan (Psikomotorik), 3) unsur sikap mental (afektif), 4) unsur kewaspadaan atau intuisi (Soesarsono, 1996).

1. Unsur Daya Pikir

Daya pikir, pengetahuan, kepandaian, intelektual, atau kognitif mencirikan tingkat penalaran, taraf pemikiran yang dimiliki seseorang. Daya pikir adalah juga sumber dan awal kelahiran kerasi dan temuan baru serta yang terpenting ujung tombak kemajuan suatu umat. Dalam pandangan Al-Baghdadi (1994), memang pemikiranlah yang secara sunnatullah mampu membangkitakan suatu umat sebab potensi bangkit dimiliki manusia mana pun secara universal.

ۗ بِأَنفُسِهِمۡۗ مَا يُغَيِّرُواْ حَتَّىٰ بِقَوۡمٍ مَا يُغَيِّرُ لَا ٱللَّهَ إِنَّ ۗ

"…Sesungguhnya, Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri….." (ar-Ra'd:11)

Menurut al-Baqhdadi, ayat ini bersifat umum ('aam), yakni siapa saja dapat mencapai kemajuan dan kejayaan bila mereka telah mengubah sebab-sebab kemunduranya. Mengubah keadaan agar bangkit biasanya diawali dengan merumuskan konsepsi kebangkitan.

2. Unsur Keterampilan

Mengandalkan berpikir saja belumlah cukup untuk dapat mewujudkan suatu karya nyata. Karya hanya terwujud jika ada tindakan. Keterampilan merupakan tindakan raga untuk melakukan suatu kerja. Dari hasil kerja itulah baru dapat

diwujudkan suatu karya, baik berupa produk maupun jasa. Keterampilan dibutuhkan oleh siapa saja, termasuk kalangan pebisnis profesional.

Islam memberikan perhatian besar bagi pentingnya penguasaan keahlian atau keterampilan. Penguasaan keterampilan yang serba yang serba material ini juga merupakan tuntutan yang harus dilakukan oleh setiap muslim dalam rangka pelaksanaan.tugasnya. Secara normatif, terdapat banyak nash dalam Al-Quran dan hadits yang menganjurkan untuk mempelajari ilmu-ilmu pengetahuan umum atau keterampilan.

ٱلدُّنۡيَا مِنَ نَصِيبَكَ تَنسَ وَلَا ۖ ٱلۡأٓخِرَةَ ٱلدَّارَ ٱللَّهُ ءَاتَىٰكَ فِيمَآ وَٱبۡتَغِ ۖ

*"...Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan jangan kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi…."(*al-Qashash:77)

Dalam kerangka bisnis, ilmu kehidupan/keterampilan yang dibutuhkan adalah segala hal yang menunjang keberhasilan bisnis. Antara lain: keterampilan dalam mengelola keuangan (manajemen keuangan), keterampilan atau keahlian memasarkan (manajemen pemasaran), dan sebagainya. Serta yang paling penting adalah penguasaan keterampilan operasi/produksi dari lapangan bisnis yang digelutinya.

Dengan demikian, penguasaan keterampilan tidak saja menjadi unsur penting wiraswasta, namun lebih dari itu, ia menjadi suatu kewajiban yang harus dikerjakan oleh sebagian dari umat apabila ilmu-ilmu tersebut dinilai sangat

dibutuhkan umat, seperti rekayasa industri, penerbangan, pertukangan, dan keterampilan berproduksi lainnya

3. Unsur sikap mental maju

Daya pikir dan keterampilan belumlah dapat menjamin kesuksesan. Sukses hanya dapat diraih jika sinergi antara pemikiran, keterampilan dan sikap mental maju. Sikap mental inilah yang dalam banyak hal justru menjadi penentu keberhasilan seseorang.

Jika dicermati, banyak pengusaha besar sukses ternyata hanya berlatar belakang pendidikan sekolah menengah dan bahkan ada juga yang hanya lulusan SD (Sekolah Dasar), namun mereka banyak yang "SD" (Sinau Dhewe) alias belajar sendiri atau otodidak (Soersono:1996)

Bagi seorang muslim, sikap mental maju pada hakikatnya merupakan konsekuensi dari tauhid dan buah dari kemuslimannya dalam seluruh aktivitas kesehariannya. Identitas itu tampak pada kepribadian seorang muslim yakni pada pola berpikir (aqliyyah) dan pola bersikapnya (nafsiyyah) yang dilandaskan pada aqidah Islam. Di sini, tampak jelas bahwa sikap mental maju sesungguhnya adalah buah dari pola sikap yang didorong secara produktif oleh pola pikir Islami.

Berikut ini adalah sejumlah sikap mental maju yang didorong oleh pola pikir yang Islami antara lain:

1) Sigap, Cekatan, Langsung dikerjakan

ٱلْمُسْلِمِينَ مِنَ إِنَّنِي وَقَالَ صَٰلِحًا وَعَمِلَ ٱللَّهِ إِلَى دَعَآ مِّمَّن قَوْلًا أَحْسَنُ وَمَنْ

" Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang saleh dan berkata "Seseungguhnya aku termasuk kaum muslimin." (al-Fushshilat:33)

2) Tanggap dan Aktif

ٱلۡخَيۡرَٰتِۚ فَٱسۡتَبِقُواْ

"…Berlomba-lombalah lamu (dalam berbauat) kebaikan…."(al-Baqarah: 148)

3) Rajin, Telaten, Tekun

يُسۡرٗا ٱلۡعُسۡرِ مَعَ إِنَّ

"Sesungguhnya, setelah kesulitan itu ada kemudahan." (Alam Nasyrah:6)

4) Kerja lebih

عَمَلٗاۚ أَحۡسَنُ أَيُّكُمۡ لِيَبۡلُوَكُمۡ وَٱلۡحَيَوٰةَ ٱلۡمَوۡتَ خَلَقَ ٱلَّذِي

"…Supaya Dia menguji kamu, siapa di antara kamu yang lebih baik amalnya…" (al-Mulk:2)

5) Jujur dan bertanggung jawab

" Katakanlah yang benar walaupun pahit." (al-Hadits)

6) Disiplin

أَوِ أَنفُسِكُمۡ عَلَىٰٓ وَلَوۡ لِلَّهِ شُهَدَآءَ بِٱلۡقِسۡطِ قَوَّٰمِينَ كُونُواْ ءَامَنُواْ ٱلَّذِينَ يَٰٓأَيُّهَا

بِهِمَاۖ أَوۡلَىٰ فَٱللَّهُ فَقِيرًا أَوۡ غَنِيًّا يَكُنۡ إِن ۚ وَٱلۡأَقۡرَبِينَ ٱلۡوَٰلِدَيۡنِ

" Wahai orang yang beriman, jadikanlah kamu orang yang benar-benar penegak keadilan, menjadi saksi karena Allah walaupun terhadap dirimu sendiri atau ibu bapak dan kaum kerabatmu. Jika ia kaya ataupun miskin, maka Allah lebih tau kemaslahatanya…." (an-Nisaa:135)

7) Teliti, Kerja Terbaik

" Sesungguhnya Allah senang pada hamba-Nya yang apabila mengerjakan sesuatu berusaha untuk melakukannya dengan seindah dan sebaik mungkin." (al-Hadits)

8) Berjiwa Besar, Bersikap Wira

تَحۡتَسِبُ لَا حَيۡثُ مِنۡ وَيَرۡزُقۡهُ ۚ

" Dan, memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka…" (ath-Thalaaq:3)

4. Unsur Intuisi

Jika ditelusuri lebih jauh, sebenarnya ada faktor lain di samping pemikiran keterampilan, sikap mental yang juga menentukan keberhasilan seseorang . Faktor

itu tidak lain adalah intuisi atau kewaspadaan (Soesarsono, 1996) Intuisi atau juga dikenal sebagai feeling adalah sesuatu yang abstrak, sulit digambarkan, namun acapkali menjadi kenyataan juka dirasakan serta diyakini benar dan lalu diusahakan.

Dalam prespektif Islam, intuisi dapat dinilai sebagai bagian lanjut dari pemikiran dan sikap mental maju yang telah dimiliki seorang muslim. Seorang muslim memang dituntut untuk mengaplikasikan pemahaman Islam dalam menjalankan kegiatan hidupnya. Proses aplikasi ini dapat dilakukan diantaranya dengan cara menumbuhkan kesadaran atau melatih kepekaan perasaan.

ٱلَّذِينَ يَذْكُرُونَ ٱللَّهَ قِيَـٰمًا وَعَلَىٰ قُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِى خَلْقِ

ٱلسَّمَـٰوَٰتِ وَٱلْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَـٰذَا بَـٰطِلًا سُبْحَـٰنَكَ فَقِنَا عَذَابَ

ٱلنَّارِ

"Yaitu orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): " Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia. Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa api neraka." (Ali-Imran:191)

Selain itu intuisi juga dapat ditumbuhkan dari keadrengan (ketekunan dan kesabaran untuk jangka waktu yang panjang) dalam melakukan suatu pekerjaan disertai dengan selalu mengingat bahwa bekerja adalah juga manifestasi dari rasa syukur.

ۚ شُكۡرٗا دَاوُۥدَ ءَالَ ٱعۡمَلُوٓاْ

"…Bekerjalah, hai keluargaku Dawud, untuk bersyukur (kepada allah)…" (Saba': 13)

Begitu pula memahami bahwa kegiatan bisnis apa pun tidaklah boleh melalaikan seorang muslim dari tugas kehidupan lainnya.seperti berdzikir dan berdakwah.

تَخَافُونَ ۙ ٱلزَّكَوٰةِ وَإِيتَآءِ ٱلصَّلَوٰةِ وَإِقَامِ ٱللَّهِ ذِكۡرِ عَن بَيۡعٞ وَلَا تِجَٰرَةٞ تُلۡهِيهِمۡ لَّا رِجَالٞ

وَٱلۡأَبۡصَٰرُ ٱلۡقُلُوبُ فِيهِ تَتَقَلَّبُ يَوۡمٗا ٣٧

" Laki-laki yang tidak dilaliakan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan shalat, dan (dari)membayar zakat. Mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan dan penglihatan menjadi guncang." (an-Nuur:37)

Gabungan keempat unsur itu (pemikiran, keterampilan, sikap mental maju, dan intuisi) yang bersinergi secara harmonis akan mampu membawa keberhasilan. Tantangannya kemudian adalah terletak pada bagaimana upaya untuk mengembangkan keempat unsur tadi agar dapat bersinergi secara harmonis. [23]

9. Perintah Berusaha

Sesungguhnya Allah telah melapangkan bumi dan menyediakan fasilitas, agar manusia dapat berusaha mencari sebahagian rizki yang disediakan-Nya bagi keperluan manusia:

هُوَ ٱلَّذِى جَعَلَ لَكُمُ ٱلْأَرْضَ ذَلُولاً فَٱمْشُواْ فِى مَنَاكِبِهَا وَكُلُواْ مِن رِّزْقِهِۦ ۖ وَإِلَيْهِ ٱلنُّشُورُ ﴿١٥﴾

"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rizki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan". (al-Mulk:15)

وَلَقَدْ مَكَّنَّـٰكُمْ فِى ٱلْأَرْضِ وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَـٰيِشَ ۗ

"Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian di muka bumi dan Kami adakan bagimu di muka bumi itu (sumber) penghidupan." (al-A'raf: 10).

[23] M. Ismail, Yusanto, *op.cit.*, hlm. 32

Berkenaan dengan itu, maka kesempatan yang ada tidaklah patut disia-siakan, melainkan harus dipergunakan dalam berusaha untuk kepentingan dunia, disamping persiapan untuk hari akhirat:

ٱلدُّنۡيَا مِنَ نَصِيبَكَ تَنسَ وَلَا ٱلۡأٓخِرَةَ ٱلدَّارَ ٱللَّهُ ءَاتَىٰكَ فِيمَآ وَٱبۡتَغِ

" Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu meluapkan bahagiamu dari (kenikmatan) duniawi."(al-Qashash:77

10. Pengertian Batik

Batik sudah berkembang berabad abad di bumi Indonesia. Dari zaman-ke zaman batik berkembang seirama dengan perkembangan mode busana. Dulu batik dipakai dalam upacara-upacara keagamaan atau yang bersifat ritual, sampai sekarang pun masih dipakai dalam upacara-upacara resmi. Misalnya saja upacara pengantin Jawa. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk memasyarakatkan batik. Tidak hanya merupakan seni pakai akan tetapi diangkat kearah seni usaha pemrintah untuk melestarikan batik dengan memasyarakatkan batik pada masyarakat luas yaitu dengan mengharuskan pemakaian batik untuk acara resmi maupun acara biasa seperti pakaian dinas, seragam sekolah, maupun KORPRI. Jadi batik tumbuh dan berkembang baik nilai seninya, polanya (corak) maupun proses pembuatannya.

Menurut Riyanto Didik (dalam Vera Ernawaty) batik berasal dari kata *mbatik* (jawa) yang artinya membuat titik-titik.[24]

Jadi seni batik adalah titik-titik yang diusahakan atau diciptakan manusia sehingga menimbulkan rasa senang atau indah baik lahir maupun batin.

Bahan-bahan yang dibutuhkan dalam pembuatan batik yaitu kain mori, kain sutera, malam, dan bahan pewarna. Sedangkan peralatan yang dipergunakan yaitu canting, gawangan, wajan, dan jegol.

Batik berkembang sesuai dengan keinginan pasar. Jenis batik dibedakan dalam dua jenis yaitu:

1. Batik tradisional yaitu: batik yang cara pembuatan dan produksinya masih dilakukan dengan proses yang sederhana dan hasilnya produksinya masih rendah. Batik ini dihasilkan oleh usaha kecil. Batik tradisional ini di bagi menjadi dua antara lain:
   a. Batik Tulis yaitu batik yang sebelum dibuat, digambar atau diberi motif terlebih dahulu yang kemudian dibatik dengan menggunakan canting dan malam. Jadi yang dimaksud gedog adalah pembuatan kain yang masih menggunakan alat tradisional.
   b. Batik Cap yaitu: batik yang sebelum dibuat, digambar atau diberi motif terlebih dahulu kemudian dicap dengan sebuah lempengan yang ada cetakan motifnya.

[24] Vera Ernawaty, Kontribusi Industri Kecil Batik, Jatinangor, 2004, hlm.10

2. Batik Printing atau Sablon yaitu batik yang proses pembuatannya tidak menggunakan malam maupun canting. Proses yang digunakan adalah proses printing atau sablon yang bermotifkan batik. Biasanya di produksi oleh industri-industri besar dengan jumlah produksi yang besar pula.

Selain itu batik dikelompokkkan menjadi dua kelompok yaitu:

1. Batik Solo dan Jogjakarta dengan ciri-ciri antara lain:

   Ragam hias bersifat simbolis, berlatarkan kebudayaan Hindu-Jawa yang memiliki warna coklat, biru, hitam, dan krem (putih)

2. Batik pesisir (Pekalongan, Cirebon, Indramayu, Madura) Garut, Lasem, Jambi.

   Meskipun tidak terletak dipesisir tetapi ragam hias dan warnanya hampir sama. Batik ini memiliki ciri ragam hias yang bersifat naturalistik dan pengaruh berbagai kebudayaan asing terlihat kuat sedangkan warnanya beraneka ragam.

B. Gambaran Usaha Kecil dan Menengah

1. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 tahun 1995, usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau yang memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) dan milik warga negara Indonesia.

Berdasarkan instruksi Presiden Nomor 10 tahun 1999 yang dimaksud usaha menengah adalah:

a. Memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah), yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
b. Milik warga negara Indonesia.
c. Berdiri sendiri dan bukan termasuk anak perusahaan baik langsung maupun tidak langsung.
d. Berbentuk usaha perseorangan yaitu badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum.

Pengertian UKM dilihat dari kriteria jumlah pekerja yang dimiliki berbeda antara negara yang satu dengan negara yang lain. Di negara yang satu mungkin diklasifikasikan sebagai UKM bagi negara lain bisa termasuk usaha besar.

Contoh:

a. Di Amerika: kriteria UKM disektor manufaktur jika jumlah karyawanya kurang dari 500 orang.
b. Di Prancis: kriteria UKM, jika jumlah karyawan kurang dari 10-40 orang jika kurang dari 10 dikategorikan usaha kecil.

c. Di Indonesia: Biro statistik mempunyai kriteria usaha kecil jika karyawannya 5-19 orang jika kurang dari 5 karyawan digolongkan usaha rumah tangga, dan usaha menengah terdiri atas 20-99 karyawan.[25]

Di negara Indonesia sendiri, definisi atau kriteria usaha kecil dan menengah sampai saat ini dirasakan sudah tidak sesuai dengan kondisi dunis usaha, serta kurang dapat digunakan sebagai acuan oleh instansi atau institusi lain, maka masing-masing intitusi mempunyai definisi atau kriteria yang berbeda.

Badan Pusat Statistik (BPS) menyusun kategori berdasarkan jumlah tenaga kerja. Menurut BPS, UKM adalah entitas bisnis yang memiliki tenaga kerja kurang dari 100 orang dengan rincian kategori sebagai berikut:

a. Industri rumah tangga adalah suatu kegiatan industri yang memiliki tenaga kerja satu sampai dengan empat orang.
b. Industri kecil adalah suatu kegiatan industri yang memiliki tenaga kerja lima sampai dengan 19 orang.
c. Industri menengah adalah suatu kegiatan usaha industri yang memiliki tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang.
d. Industri besar adalah suatu kegiatan usaha industri yang memiliki tenaga kerja 100 orang atau lebih.

Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Depperindag) dan Bank Indonesia memberikan batasan UKM berdasarkan nilai asset (tidak termasuk tanah dan bangunan) yaitu masing-masing sebesar kurang dari Rp.5 milyar.

[25] Tiktik, Sartika Partomo, Ekonomi Skala Kecil/Menengah & Koperasi, Ghalia Indonesia, Bogor Selatan, 2004, Hlm. 14

Sedangkan Departemen Koperasi dan UKM (KUKM) memberikan batasan UKM berdasarkan nilai penjualan setahun yaitu sebesar kurang dari Rp. 50 milayar.[26]

Tabel 2

Definisi UKM di Berbagai Negara Asia Pasifik

Negara/ Perkonomian	Institusi	Kriteria	Batasan
Indonesia	- BPS - Depperindag - Bank Indonesia - Departemen KUKM	- Tenaga Kerja - Asset - Asset - Penjualan	- UKM < 100 - UKM < Rp 5 milyar - UKM ≤ Rp 10 milyar - UKM ≤ Rp 50 milyar

Sumber: Diolah dari hasil Hall (2002) dan mitsuhiro (2003)

Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (No. 589/MPP/KEP/10/1999), mempunyai maksud antara lain:

a. Industri kecil adalah suatu kegiatan usaha industri yang memiliki nilai investasi sampai dengan Rp. 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
b. Industri kecil menengah adalah usaha industri dengan nilai investasi perusahaan sampai dengan Rp. 1.000.000.000,00 (satu milyar) tidak termasuk tanah dan banunan tempat usaha.

2. Peran UKM dalam mengembangkan Ekonomi

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan yang penting, karena sebagian besar

[26] Andi, Irawan & Bayu, Airlangga Putra, Kewirausahaan UKM, op, cit., hlm. 8

jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik disektor tradisional maupun modern. Peranan usaha kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola Departemen Koperasi dan UKM. Namun demikian, usaha pengembangan yang telah dilaksanakan masih belum memuaskan hasilnya, karena pada kenyataanya kemajuan UKM sangat kecil dibandingkan dengan kemajuan yang sudah dicapai usaha besar. Pelaksanaan kebijaksanaan UKM oleh pemerintah selama orde baru sedikit saja yang dilaksanakan, lebih banyak hanya merupakan semboyan saja, sehingga hasilnya sangat tidak memuaskan. Pemerintah lebih berpihak pada pengusaha besar hampir semua sektor, antara lain perdagangan, perbankan, kehutanan, pertanian, dan industri.

Kewirausahaan itu pada dasarnya untuk semua orang adalah karena hal itu dapat dipelajari. Peter F. Drucker, misalnya, pernah menulis dalam *Innovation and Entrepreneurship* bahwa, *"Setiap orang yang memiliki keberanian untuk mengambil keputusan dapat belajar menjadi wirausaha, dan berperilaku seperti wirausaha. Sebab (atau maka) kewirausahaan lebih merupakan perilaku daripada gejala kepribadian, yang dasarnya terletak pada konsep dan teori, bukan pada intuisi"*. Dan perilaku, konsep, dan teori merupakan hal-hal yang dapat dipelajari oleh siapapun juga.

Sepanjang kita bersedia membuka hati dan pikiran untuk belajar, maka kesempatan untuk menjadi wirausaha tetap terbuka. Sepanjang kita sadar bahwa belajar pada hakekatnya merupakan suatu proses yang berkelanjutan, yang tidak

selalu berarti dimulai dan berakhir di sekolah atau universitas tertentu, tetapi dapat dilakukan seumur hidup, dimana saja dan kapan saja (saya menyebutnya Sekolah Besar Kehidupan), maka belajar berwirausaha dapat dilakukan oleh siapa saja, meski tak harus berarti menjadi wirausaha "besar".

Kekuatan ekonomi suatu negara memiliki kolerasi yang sangat positif dengan kontribusi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terhadap perkembangan ekonomi suatu negara. Semakin besar kontribusi UKM terhadap perekonomian maka semakin kuat ekonomi begara tersebut. Potensi keunggulan ekonomi dan sosial dari UKM ditandai dari kapasitas mereka dalam :

a. Penciptaan lapangan kerja pada tingkat biaya modal yang rendah.
b. Perbaikan dalam forward dan backward linkage antara berbagai sektor.
c. Penciptaan kesempatan bagi pengembangan dan adaptasi teknologi yang tepat guna.
d. Sebagai pool of semi skill warkers.
e. Mengisi market nichet yang tidah efisien bagi perusahaan besar.
f. Sebagai pendukung perusahaan skala besar.[27]

UKM di Indonesia tampak mendominasi sektor-sektor industri yang padat karya, sektor-sektor yang membutuhkan kemampuan beradaptasi dengan permintaan khusus pelanggan, dan sektor-sektor di mana skala ekonomi serta kekuatan merk secara umum tidak terlalu dipentingkan. Contoh sektor yang mempunyai ciri-ciri tersebut dan memiliki populasi UKM besar meliputi industri

[27] Zainul wahid, *op.cit.*, hlm.41-45.

kulit dan produk plastik, keramik, serta berbagai produk logam. Sebaliknya, industri dengan populasi UKM sangat kecil atau hampir tidak ada meliputi produk tembakau, pengolahan minyak, semen, pupuk, logam dasar dan peralatan elektornik (Hill, 2002).[28]

3. Permasalahan-permasalahan yang dihadapi UKM

Ditengah-tengah segala kehebatan dan ketangguhan krisis moneter serta kontribusi yang sangat besar dalam menumbuhkan perekonomian bangsa, UKM sesungguhnya memiliki masalah yang sangat rumit dan mengakar pada ketiadaan potensi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yayasan Dana Bhakti Astra (YDBA) pada tahun 2002 dikemukakan oleh Zulkiflimansyah pada studi kasus yang telah dikutip oleh Zainul wahid pada skripsinya tahun 2005, terlihat bahwa UKM memiliki banyak kelemahan yang sangat nyata dan yang sangat membutuhkan obat sesegera mungkin. Dari banyak hal itu, diantaranya ketiadaan kopetensi pada sisi:

a. Pemasaran

b. Permodalan

c. Teknologi

d. Organisasi dan

e. Manajemen[29]

4. Pengembangan Usaha Kecil Menengah

[28] Andi, Irawan & Bayu Airlangga Putra, *op, cit*., hlm 17

Dalam menghadapi krisis seperti saat ini Suryana mengemukakan bahwa teori dynamic dan teori resource-based strategy sangat sesuai bila diterapkan pada pengembangan UKM nasional. Resourced-based strategy adalah strategi perusahaan yang memanfaatkan sumber daya internal yang superior untuk menciptakan kemampuan inti dalam menciptakan nilai tambah untuk mencapai keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Akibatnya perusahaan kecil tidak lagi tergantung pada strategi kekuatan pasar melalui monopoli dan fasilitas pemerintah. Dalam strategi ini UKM mengarah pada skill khusus secara internal yang bisa memanfaatkan sumber daya lokalnya. Sumber daya perusahaan yang bisa dikembangkan adalah tanah, teknologi, tenaga kerja (kemampuan dan pengetahuan), modal dan warisan bakat keahlian yang turun temurun.

Dalam rangka memperkuat perkonomian nasional di masa mendatang, UKM harus dapat melakukan antisipasi secara tepat terhadap globalisasi ekonomi, karena dalam kondisi tersebut ekonomi Indonesia akan semakin terintegrasi kedalam sistem ekonomi global yang ditandai oleh kemauan kuat untuk mengurangi berbagari bentuk proteksi serta mendorong proses deregulasi dan debirokratisasi menuju sistem ekonomi yang terbuka dan lebih berorientasi pada mekanisme pasar. Untuk itu tuntutan terhadap efisiensi dan produktivitas semakin tinggi agar dapat bersikap proaktif dalam proses globalisasi. Ekonomi kokoh yang ingin diwujudkan adalah ekonomi yang memiliki pertumbuhan tinggi, memiliki pertumbuhan tinggi, memiliki keterkaitan industri, mendorong transformasi ekonomi dan mampu memeratakan hasil-hasil pertumbuhannya. Dengan adanya

pembinaan UKM tersebut di atas diharapkan akan mampu memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan UKM, sehingga semakin memperkokoh ketahanan perkonomian dalam menghadapi era globalisasi dan perdagangan bebas. Strategi pengembangan UKM antara lain adalah kemitraan, bantuan, keuangan dan modal ventura.[30]

Kebijaksanaan pemerintah dalam pengembangan usaha kecil menengah (UKM) dalam jangka panjang bertujuan untuk meningkatkan potensi dan partisipasi aktif UKM dalam rangka mewujudkan pemerataan pembanguan melalui perluasan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan. Sasaran dan pembinaan usaha yang makin tangguh dan mandiri, sehingga pelaku ekonomi tersebut dapat berperan dalam perekonomian nasional, meningkatnya daya saing pengusaha nasional di pasar dunia, serta seimbangnya persebaran investasi antarsektor dan antargolongan.[31]

Pemerintah menetapkan tujuh usaha prioritas pengembangan usaha kecil dan menengah agar lebih terfokus dalam meningkatkan daya saing dan mampu menjadi tumpuan penyerapan tenaga kerja. Ketujuh kelompok usaha itu adalah sebagai berikut:

1. Pertanian pangan dan hortikultura
2. peternakan
3. perikanan
4. kerajinan

[30] Tiktik Sartika Partomo, op.cit., hlm. 30
[31] Tiktik Sartika Partomo, *op.cit.*, hlm. 25

5. ritel
6. jasa (perbengkelan, katering, percetakan, tranportasi, elektronik, dan komputer)
7. jasa keuangan (lembaga keuangan mikro)

Apapun yang dilakukan pemerintah dalam kaitan pengembangan UKM patutlah kita mendukungnya. Karena, ini menyangkut sektor strategis. Tidak perlu lagi kita menjelaskan secara mendetail apa yang dimaksud. Terkecuali daya serapnya terhadap tenaga kerja yang luar biasa besar, sektor UKM terbukti mampu menjadi penyalamat justru pada saat bangsa ini dilanda krisis ekonomi.

Tabel 3

Pengelompokan Kegiatan Usaha Ditinjau dari jumlah pekerja

Usaha	- Kecil I – kecil - Kecil II – kecil	1- 9 pekerja 10 - 19 pekerja
Usaha menengah	Besar – kecil Kecil - menengah Menengah - menengah Besar – menengah	100 - 199 pekerja 201 - 499 pekerja 500 - 999 pekerja 1000 – 1999 pekerja
Usaha besar	.....	> 2000 pekerja

Sumber : Anderson, Tommy D. (1987), Profit in Small Firms, School of Economics University of Gothenberg, Sweden.

Kriteria umum UKM dilihat dari ciri-ciri pada dasarnya bisa dianggap sama yaitu sebagai berikut

1) Struktur organisasi yang sangat sederhana

2) Tanpa staf yang berlebihan

3) Pembagian kerja yang "kendur"

4) Memiliki hirarki manajerial yang pendek

5) Aktivitas sedikit yang formal, dan sedikit menggunakan proses perencanaan

6) Kurang membedakan aset pribadi dari aset perusahaan.[32]

C. Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah

a) Strategi Pengembangan Pasar

Menurut Kotler Strategi pengembangan pasar adalah strategi yang mengacu pada usaha untuk meningkatkan penjualan dari produk sekarang dengan mencari pasar-pasar baru yang mempunyai kebutuhan dan dapat dipenuhi oleh produk-produk yang yang dibuat oleh perusahaan.[33]

Menurut Kotler ada beberapa cara dalam strategi pengembangan pasar yaitu:

1. Mencari kelompok pemakai potensial dalam daerah pemasaran yang minatnya dapat dibangkitkan.
2. Mencari saluran distribusi tambahan untuk lokasi sekarang. Maksudnya perusahaan dapat mempertimbangkan untuk melaksanakan penjualan melalui saluran-saluran distribusi baru pada lokasi yang ada, guna menjangkau para pemakai lain.

[32] Tiktik sartika Partomo. *op.cit*.,hlm.15.
[33] Kotler Philips, Manajemen Pemasaran, PT. Intan Sejati, Jakarta,2000, hlm. 107

3. Menjual produk di daerah baru atau keluar negeri. Maksudnya, perusahaan dapat mempertimbangkan kemungkinan untuk mengadakan ekspansi ke lokasi-lokasi baru atau keluar negeri.

Dengan demikian maka hambatan dalam pengembangan pasar biasanya para konsumen sulit untuk mengenali produk dan biasanya yang ada hanya tidak berhasilnya dalam pengenalan kebutuhan dari konsumen seperti kebutuhan produk, promosi, kemasan.

b) Strategi Pengembangan Produk Baru

Pengertian produk baru dapat meliputi produk orisinil, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, dan merek baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. Selain itu juga dapat didasarkan pada pandangan konsumen mengenai produk tersebut, apakah produk itu benar-benar baru bagi mereka atau tidak. Booz, Allen, dan Hamilton (dalam hiam da Schewe, 1994; Kotler, et al., 1996; Staton, et al., 1994) Mereka mengidentifikasi 6 kategori produk baru yang berdasarkan kebaruan-nya *(newness)* bagi perusahaan dan bagi pasar. Antara lain:

1. Produk yang benar-benar baru (baru bagi dunia), dalam hal ini produk baru sebagai hasil dari inovasi yang menciptakan pasar baru.
2. Lini produk baru, produk baru yang memungkinkan perusahaan untuk memasuki pasar yang sebelumnya telah ada untuk pertama kali.

3. Tambahan pada lini produk yang sudah ada, produk yang sudah ada, produk baru yang melengkapi lini produk yang sudah ada (misalnya ukuran kemasan baru, rasa yang berbeda dan lain-lain)
4. Penyempurnaan sebagai revisi terhadap produk yang sudah ada, Penyempurnaan produk merupakan pengenalan versi baru atau model produk yang telah disempurnakan untuk menggantikan produk lama (Jain, 1990) Penyempurnaan produk yang dapat dilakukan dengan cara:
   a) Menambah ciri-ciri atau model baru.
   b) Mengubah persyaratan/kebutuhan pemrosesan.
   c) Mengubah kandungan/unsur-unsur produk.
5. Repositioning
   Produk yang sudah ada dijual pada pasar atau segmen pasar yang baru.
6. Pengurangan biaya
   Produk baru yang menghasilkan unjuk kerja yang sama pada tingkat biaya yang lebih rendah.[34]

Sebagian besar perusahaan memiliki sistem dan proses formal untuk mengelola program pengembangan produk baru. Secara umu, proses-proses tersebut memiliki kesamaan dalam hal 6 tahap pokok yang terdiri atas: (1) pemunculan ide (2) Penyaringan (3) pengembangan produk (4) pengujian produk (5) analisis bisnis (6) komersialisasi.

[34] Fandy Tjiptono, Stategi Pemasaran, Andi Offset, Yogyakarta, 1997, Hlm. 118-119

Pengembangan produk baru ini harus dilakukan secara cermat karena tidak ada jaminan bahwa produk baru pasti akan sukses bila perusahaan telah sukses meluncurkan beberapa produk sebelumnya. Umumnya ada empat faktor utama penyebab kegagalan pengembangan produk baru, yaitu:

1. Target pasar yang dituju terlampau kecil, sehingga penjualanya tidak dapat menutupi biaya riset dan pengembangan, biaya produksi, dan biaya pemasaran.
2. Kualitas produk yang tidak baik.
3. Perusahaan tidak memiliki akses ke distributor dan pasar, misalnya kalah bersaing dalam mendapatkan tempat (space) dalam rak-rak supermarket atau toko pengecer lainnya.
4. Timingnya tidak tepat artinya produk baru diluncurkan terlalu cepat, terlalu lambat, atau bahkan pada saat selera konsumen telah berubah secara drastis.

Meskipun demikian, jika dikelola dengan baik, pengembangan produk baru bisa berhasil dengan memuaskan. Paling tidak ada beberapa faktor keberhasilan utama dalam pengembangan produk baru, di antaranya adalah produk superior yang unik (misalnya kualitas yang lebih baik, kemampuan baru, nilai guna (value in use) yang lebih tinggi, dan lain-lain).[35]

c) Meningkatkan Peran serta Pemerintah

Pada umumnya permodalan UKM masih lemah, hal ini turut menentukan keberhasilan strategi pembinaan dan pengembangan di bidang permodalan

[35] Fandy Tjiptono, *op, cit.*, hlm. 131

termasuk bagaimana pemerintah dan masyarakat melaksanakan konsep permodalan untuk membantu UKM yang dimaksud.

Arah kebijakan pengembangan yang khusus memfokuskan pada penyediaan modal perlu menentukan strategi sebagai berikut:

1. Memadukan dan memperkuat tiga aspek yaitu bantuan keuangan, bantuan teknis, dan program penjaminan.
2. Mengotimalkan penunjukan bank dan lembaga keuangan mikro untuk usaha mikro kecil-menengah (UMKM).
3. Mengoptimalkan realisasi business plan perbankan dalam pemberian KUK (Kredit Usaha Kecil).
4. Bantuan teknis yang efektif, bekerja sama dengan asosiasi, konsultan swasta, perguruan tinggi, dan lembaga terkait.
5. Meningkatkan lembaga penjaminan kredit yang ada.
6. Memperkuat lembaga keuangan mikro untuk melayani masyarakat miskin.[36]

Akhir-akhir tahun ini usaha pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat telah menumbuh-kembangkan usaha besar, usaha menengah, usaha kecil dan koperasi.

Entrepreneurship dianggap sebagai salah satu fungsi ekonomi karena dari semangat untuk berwirausaha hingga menjadi wirausaha baru kemudian menjadi wirausaha yang sesungguhnya sangat terkait dengan kontribusinya terhadap pemerintah, dunia usaha maupun masyarakat. Selain *entrepreneurship*, ada pula

[36] Tiktik Sartika Partomo, *op, cit*., hlm.32

Intrapreneurship yakni suatu *entrepreneurship* yang selalu menekankan pengembangan sumber daya, yakni sumber daya dari dalam untuk memacu bisnis yang sukses *(putting internal resources first*). Barangkali pengertian kedua ini jarang kita dengar, namun didalam prakteknya berada dalam lingkup kewirausahaan terutama yang menggerakkan sumber daya, sumber dana, dan sumber informasi dari lembaga perusahaan itu sendiri.

Untuk mencapai sasaran pembangunan industri itu, pemerintah prospinsi Jawa Timur telah menyusun program utama dan program penunjang. Program penunjang meliputi program peningkatan ketrampilan sumber daya manusia (SDM) industri, program peningkatan standarisasi produk industri dan program peningkatan kemampuan teknologi. Sedangkan kerangka (outline) program utama adalah meliputi program pengembangan industri kecil dan menengah dan program penataan struktur industri. Maka program yang utama adalah mewujudkan UKM sebagai basis pengembangan industri regional dengan berbagai lokasi yang ada di Jawa Timur.

Pelaksanaan otonomi daerah telah memberikan kewenangan yang luas kepada pemerintah daerah dalam mengelola segenap potensi daerah tersebut. Melalui pelaksanaan otonomi daerah tersebut pemerintah berupaya memberdayakan industri kecil dengan jalan memberikan kemudahan dalam mendirikan industri kecil, sehingga masyarakat termotivasi untuk mendirikan industri kecil sendiri. Hal tersebut dapat membuka lowongan kerja baru bagi

masyarakat sekitar dan dapat membantu meningkatkan pendapatan masyarakat tersebut.

Kebijakan tersebut ditetapkan dalam Ketetapan MPR RI Nomor IV/MPR/1999 tentang Garis-Garis Besar Haluan Negara yaitu pada Bab IV mengenai arah kebijakan pembangunan ekonomi yang menjelaskan hal sebagai berikut:

> Memberdayakan pengusaha kecil, menengah, dan koperasi agar lebih efisien produktif dan berdaya saing dengan menciptakan iklim berusaha yang kondusif dan peluang usaha yang seluas-luasnya. Bantuan pemerintah diberikaan secara selektif terutama dalam bentuk perlindungan dari persaingan yang tidak sehat, pendidikan dan latihan, informasi bisnis, teknologi dan lokasi berusaha.

Hal ini dapat diartikan bahwa pembangunan industri kecil adalah salah satu produk unggulan tersebut diatas adalah salah satu sektor yang penting untuk dibina dan ditingkatkan karena didukung keadaan dan potensi sumber daya alam Indonesia yang dapat dimanfaatkan bagi kepentingan industri kecil dan kerajinan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif, karena fokus penelitiannya adalah Pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog. Pendekatan ini merupakan suatu proses pengumpulan data secara sistematis dan intensif untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman tentang Pengembangan usaha Sentra pengrajin batik tulis gedog di Desa Jarorejo kecamatan Kerek Kabupaten Tuban.

Penelitian kualitatif memiliki karakteristik antara lain: alamiah, manusia sebagai instrumen, menggunakan metode kualitatif, analisis data secara induktif, diskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil, adanya fokus, adanya kriteria untuk keabsahan data, desain penelitian dirundingkan dan disepakati bersama. Menurut *Bogdan* dan *Taylor* mendefinisikan metodologi penelitian

kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghadirkan data deskriptif beberapa kata secara tertulis atau lisan dari orang-orang atau pelaku yang diamati.[37]

Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video type, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pada penulisan laporan demikian, peneliti menganalisis data yang sangat kaya tersebut dan sejauh mungkin dalam bentuk aslinya. Beberapa pertanyaan dengan kata tanya " mengapa", "alasan apa", dan bagaimana" terjadinya" akan senantiasa dimanfaatkanoleh peneliti.[38]

B. Lokasi Penelitian

Alasan yang paling mendasar dalam penetapan lokasi penelitian adalah, disamping belum pernah ada penelitian yang membahas tentang fokus tersebut, juga terbukti dengan adanya usaha batik tulis gedog di daerah tersebut ekonomi masyarakat sekitar dapat meningkat, walaupun dalam perjalanannya mengalami berbagai macam permasalahan. Dari itulah penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian di tempat tersebut. Maka peneliti menetapkan dua lokasi yang akan dijadikan obyek dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pertama, Penelitian dilaksanakan di Desa Jarorejo kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Letaknya 26 km di sebelah barat kabupaten Tuban, berada di Desa Jarorejo. Dari tempat ini penelitian dilakukan. Di samping itu sumber terpenting juga berada di tempat ini.

[37] Lexy J. Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif (Bandung, 2006), hlm. 6
[38] Ibid, Moleong, hlm.6

Kedua, penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi Pengembangan Usaha Kecil Menengah kabupaten Tuban. Dinas ini terletak ditengah kota Tuban tepatnya di sebelah selatan kantor pemerintah kabupaten. Di tempat ini peneliti akan memperoleh informasi tentang peran pemerintah selama ini dalam membina dan mengembangkan usaha batik tulis gedog di daerah kerek tersebut.

C. Kehadiran Peneliti

Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif cukup rumit. Peneliti merupakan perencana, pelaksana, pengumpulan data, analis, penafsir data, dan pada akhirnya peneliti sebagai pelapor hasil penelitiannya. Jadi kunci dari penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri karena ia bertindak sebagai instrument sekaligus pengumpul data, sedangkan instrument selain manusia mempunyai fungsi terbatas yaitu hanya sebagai pendukung tugas peneliti.

Pada penelitian ini, penulis hadir langsung di lokasi penelitian, penulis melakukan wawancara dengan obyek penelitian, hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang mendukung terhadap penelitian ini. Penulis melakukan pengamatan dengan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian yang terjadi pada kenyataannya yang sebenarnya.

D. Sumber Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini ada dua yaitu data *primer* yaitu sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli tidak melalui media perantara, data akan diperoleh melalui kebijakan serta usaha-usaha pengusaha dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog. Selain itu sumber data diperoleh dari Dinas Koperasi pengembangan Usaha Kecil Menengah kabupaten Tuban. Dari sini peneliti mendapat gambaran seperti apa sebenarnya peran pemerintah dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog tersebut.

Data yang kedua yaitu data sekunder yaitu data tambahan yang tidak diperoleh langsung dari obyek yang diteliti seperti data-data atau literatur yang berkaitan dengan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog melalui dinas koperasi mengenai usaha kecil menengah, aparat desa ataupun kecamatan.

E. Prosedur Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian lapangan oleh penulis adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Metode observasi adalah suatu metode yang digunakan dengan cara pengamatan dan pencatatan data secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki.Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto menyebutkan observasi disebut dengan pengamatan meliputi penglihatan, penciuman, pendengaran, peraba dan pengecap.[39]

[39] Suharsimi, Arikunto Op.,Cit hlm.133

b. Teknik Wawancara

Adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua belah pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee). Yang memberikan atas pertanyaan itu.[40]

Dalam metode interview peneliti memakai pedoman wawancara berstruktur. Dalam wawancara berstruktur semua pertanyaan telah diformulasikan dengan cermat tertulis sehingga pewawancara dapat menggunakan daftar pertanyaan itu sewaktu melakukan interview atau jika mungkin menghafalkan di luar kepala agar percakapan lebih lancar dan wajar.41 Peneliti dapat memperoleh secara langsung data-data yang berupa pengalaman, cita-cita, harapan-harapan responden, serta sikap atau hal lain yang dinyatakan oleh peneliti.

Dengan teknik penelitian ini, peneliti sekaligus mengamati secara langsung berbagai reaksi yang nampak pada responden, ekspresi wajah, dalam memberikan jawaban. Namun, tidak berarti peneliti bisa menafsirkan secara absolut reaksi tersebut.

Dalam penelitian ini, teknik wawancara digunakan untuk menghimpun berbagai informasi tentang, usaha yang dilakukan oleh pengusaha dalam mengembangkan usahanya, beberapa kendala yang dihadapi, bagaimana peran pemerintah dalam mengembangkan usaha tersebut.

[40] Moleong, *op.cit*., hlm.135.
[41] Nasution, *Metode Research* ,Bandung, 1991, hlm. 152

c. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data dari berbagai jenis informasi, diperoleh dari foto-foto, buku harian serta surat-surat pribadi yang ada keterkaitan dengan penelitian ini.

Dari penelitian ini dapat diperoleh data-data kualitatif maupun data-data kualitatif tentang pengusaha sentra pengrajin batik tulis gedog dalam mengembangkan usahanya yang ada kaitannya dengan permasalahan penelitian. Seperti dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog dan monografi desa Jarorejo kecamatan kerek kabupaten Tuban.

F. Analisis Data

Setelah berbagai data terkumpul, maka untuk menganalisanya digunakan teknik analisa deskriptif artinya peneliti berupaya menggambarkan kembali data-data yang terkumpul mengenai pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog di desa jarorejo kecamatan kerek kabupaten Tuban.

Proses analisis data dilakukan peneliti adalah melalui tahap-tahap sebagai berikut: 1) Pengumpulan data dimulai dari berbagai sumber yaitu informan, pengamatan langsung yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, transkip wawancara, dan dokumentasi. Setelah dibaca dan dipelajari serta ditelaah maka langkah berikutnya mengadakan reduksi data yang dilakukan dengan jalan membuat abstraksi. Abstraksi yang akan membuat rangkuman inti. 2) Proses

pemilihan, yang selanjutnya menyusun dalam satuan-satuan yang kemudian diintegrasikan pada langkah berikutnya, dengan membuat koding. Koding merupakan simbol dan singkatan yang ditetapkan pada sekelompok kata-kata yang bisa berupa kalimat atau paragraf dari catatan di lapangan. [42]

Dalam penelitian ini, analisis data dibagi menjadi dua tahap, yaitu:

1) Analisis data di lapangan tempat peneliti melakukan pengumpulan data disini memberikan kesempatan terutama pada peneliti dilapangan untuk memikirkan data yang ada dan menyusun strategi guna untuk mengumpulkan data yang kualitasnya lebih baik. Data-data yang peneliti analisis di lapangan (analisis sementara) adalah data tentang pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog, pemilik dan karyawan, serta pemerintah sebagai mediator atau fasilitator pada proses pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog.
2) Analisis data setelah proses pengumpulan data selesai dilaksanakan. Analisis data ini merupakan suatu kegiatan yang bisa disusun seperti memeriksa data, menuliskan, mengedit, mengklasifikasikan, mereduksi, dan menyajikan data

G. Pengecekan Keabsahan Data

Pengambilan data-data melalui tiga tahapan, diantaranya yaitu tahap pendahuluan, tahap penyaringan data dan tahap melengkapi data yang masih kurang. Dari ketiga tahap itu untuk pengecekan keabsahan data banyak terjadi pada tahap penyaringan data. Oleh sebab itu apabila terdapat data yang tidak

[42] Miles, Matthew B. dan Michael Huberman, Analisis Data Kualitatif. Terjemahan: Tjejep RR (Jakarta: UI Press), Hlm. 87

relevan dan kurang memadai maka akan dilakukan penyaringan data sekali lagi di lapangan sehingga data tersebut memiliki kadar validitas yang tinggi.

Pendapat ***Moleong*** bahwa "Dalam penelitian diperlukan suatu teknik pemeriksaan keabsahan data" sedangkan untuk memperoleh keabsahan temuan perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

a. *Triangulasi* artinya teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari luar data untuk keperluan pengecekan atau pembanding terhadap data. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data dengan cara membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu atau alat berbeda dalam metode kualitatif.[43]

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Kondisi Masyarakat Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

a. Lokasi Daerah Penelitian

Penentuan lokasi usaha ini yang tepat akan membantu usahanya untuk meminimumkan biaya usaha. Untuk itu sebelum mendirikan usaha ini lokasi sangat penting untuk mendapatkan perhatian agar dapat memperlancar kegiatan operasional usaha.

[43] Moleong, *op.,cit.,* hlm. 330

Perusahaan Batik tulis Gedog terletak di desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban. Adapun salah satu faktor yang mendasari didirikannya usaha ini didaerah tersebut adalah faktor tenaga kerja. Letak usaha ini Batik Tulis Gedog "UD. Budi Karya" kecamatan Kerek Kabupaten Tuban ini didaerah yang tenaga kerjanya banyak mempunyai ketrampilan membuat kerajinan batik tulis serta ketrampilan menenun yang terkenal dengan tenunan gedognya. Selain itu daerah ini merupakan daerah asal kain gedog itu sendiri.

Adapun yang menjadi faktor pertimbangan dalam pemilihan lokasi usaha ini adalah :

1) Bahan Baku

   Untuk bahan baku yang berupa kain, malam, warna, dan alat-alatnya seperti an kesulitan karena bahan dan alat-alat tersebut dapat terpenuhi dan tersedia disekitarnya.

2) Sumber Daya Manusia

   Sumber daya manusia secara kualitas dan kuantitas dapat terpenuhi karena daerah sekitar lokasi usaha ini tersedia tenaga kerja yang sesuai dengan kebutuhan usahanya.

b. Sosial Ekonomi dan Kesejahteraan Masyarakat Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

   Kondisi sosial ekonomi suatu masyarakat berkaitan erat dengan mata pencaharian atau sumber pendapatan masyarakat tersebut. Suatu daerah

dikatakan maju atau terbelakang dapat dilihat dari tinggi rendahnya tingkat perekonomian dan kesejahteraan masyarakatnya.

Dari segi perekonomian penduduk Desa Kerek ini terbagi atas berbagai mata pencaharian. Untuk lebih dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4

Mata Pencaharian Penduduk Desa Jarorejo Tahun 2008

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)
1	PNS	78
2	ABRI	14
3	KARYAWAN SWASTA	984
4	PEDAGANG	97
5	TANI	361
6	PERTUKANGAN	46
7	BURUH TANI	365
8	PENSIUN	9
9	NELAYAN	6
10	JASA	99
	JUMLAH	2059

Sumber : Kepala Desa Jarorejo, 2008

Dari Tabel diatas menunjukkan bahwa sebagian besar warga desa Jarorejo bekerja sebagai buruh tani. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar warga di

desa jarorejo bekerja sebagai petani. Sedangkan dibidang usaha kecil terutama usaha kecil batik tulis gedog dijadikan mereka sebagai pekerjaan sampingan.

Untuk mata pencaharian lainnya membutuhkan pendidikan formal yang cukup tinggi seperti PNS, ABRI, serta pensiun jumlahnya sedikit. Hal ini dikarenakan kesadaran penduduk akan pentingnya pendidikan sangat minim. Selain itu mereka juga beranggapan bahwa hanya dengan bekerja di bidang swasta hasilnya sudah lebih dari cukup tanpa memerlukan pendidikan formal yang membutuhkan biaya cukup banyak.

2. Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

a. Sejarah Berdirinya Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

Batik tulis gedog "UD. Budi Karya" ini didirikan pada tanggal 1 januari 1986 oleh Bapak H. Moch. Sholeh. UD. Budi Karya ini berkedudukan di desa Jarorejo kecamatan Kerek kabupaten Tuban, yang merupakan bentuk usaha perseorangan dengan ijin usaha nomor 103/13-37/PK/VIII/94.

Pada dasarnya di kecamatan Kerek terkenal dengan batik gedognya yang merupakan karya asli dari warga di daerah tersebut hingga sekarang. Batik tulis Gedog tersebut dihasilkan secara perorangan dengan jumlah yang sangat sedikit, karena sedikitnya jumlah orang yang mempunyai keahlian menghasilkan batik tulis gedog waktu itu. Melihat keberadaan batik tulis gedog yang tidak bisa berkembang dengan baik, departemen perindustrian berupaya membantu untuk

memajukan usaha warga setempat menghasilkan batik tulis gedog dengan membentuk KBU atau Kelompok Belajar Usaha.

Pada dasarnya Kelompok Belajar Usaha (KBU) adalah suatu kelompok orang-orang yang bekerja bersama-sama. Satu KBU terdiri dari 5 atau 6 orang. Namun ternyata KBU-KBU yang telah dibentuk tidak bisa berjalan dengan baik. Melihat kenyataan itu timbullah inisiatif dari bapak H. Moch. Sholeh untuk mendirikan satu perusahaanbatik tulis gedog sekaligus supaya menolong para pengrajin dan pengangguran untuk meningkatkan penghasilan mereka serta merupakan usaha untuk melestarikan budaya rakyat dalam bidang industri. Maka pada tanggal 1 Januari 1986 berdiri sebuah usaha Batik Tulis Gedog "UD. Budi Karya" Kerek Tuban.

Pada awal berdirinya perusahaan Batik tulis Gedog "UD. Budi Karya" Kerek Tuban, selain modal pribadi dari keluarga Bapak H. Moch. Sholeh, juga mendapatkan bantuan modal dari Departemen Perindustrian. Jumlah tenaga kerja sekitar 60 orang pengrajin batik tulis gedog. 10 orang sebagai pemintal benang dan penenun serta 10 orang sebagai pemroses. Dalam usaha batik tulis gedog "UD. Budi Karya" Kerek tuban ini Bapak H. Moch. Sholeh berkedudukan sebagai pimpinan, yang dalam mengelola perusahaan ini di bantu oleh beberapa orang sebagai tenaga administrasi, keuangan, pembinaan, dilakukan secara berkala dan terus menerus. Selain itu usaha batik tulis gedog "UD. Budi Karya" Kerek tuban selalu membina kerja sama dengan beberapa instansi lain misalnya dengan Departemen Perindustrian, Departemen Pendidikan dan kebudayaan, PT. Semen

gresik, Perhutani dan PLH Perak surabaya. Penanganan manajemen yang baik merupakan salah satu kebijaksanaan yang diambil dari perkembangan usaha yang semakin maju dan dapat bersaing dengan usaha-usaha batik lainnya.

b. Struktur Organisasi dan Tugas-tugas Pengurus sentra Pengrajin Batik tulis gedog

Disini dapat kita lihat dengan struktur organisasi maka akan tergambar segala aktivitas organisasi seperti koordinasi, perintah, tanggung jawab, fungsi serta batas-batas wewenang masing-masing bagian, sehingga tersusun struktur organisasi yang baik serta akan tercapai suasana kerja yang baik pula.

Adapun bentuk dari struktur organisasi perusahaan Batik tulis Gedog "UD. Budi Karya" Kerek Tuban adalah bentuk garis dimana kekuasaan mengalir dari atasan ke bawahan dan tanggung jawab mengalir dari bawahan ke atasan.

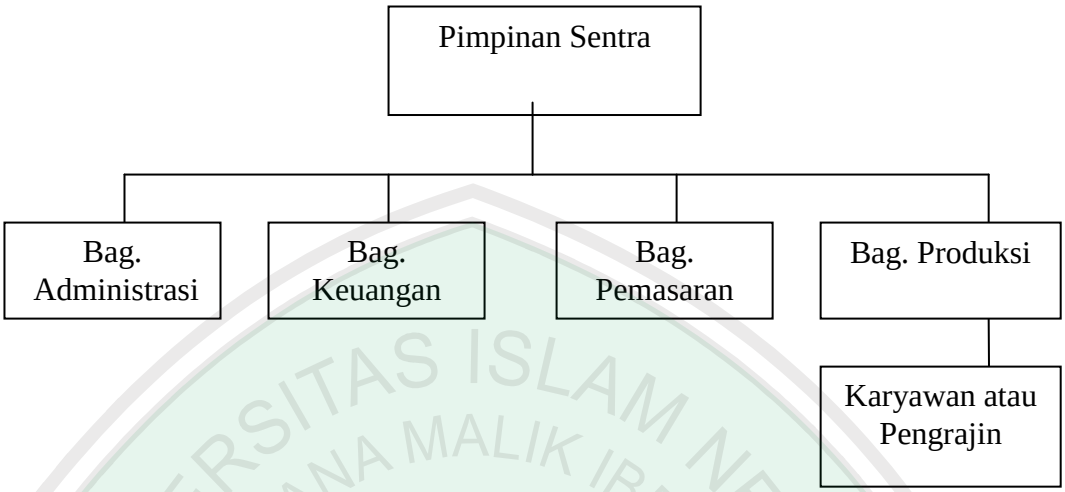
Adapun alasan dari usaha Batik Tulis Gedog "UD. Budi Karya" Kerek Tuban menggunakan struktur organisasi garis yaitu:

a) Keseluruhan komando terjamin, karena pimpinan berada pada satu tangan.
b) Proses pengambilan keputusan berjalan cepat karena jumlah orang yang diajak berkonsultasi masih sedikit.
c) Rasa kekeluargaan antara karyawan umumnya tinggi karena sudah saling mengenal.

Gambar 1

Struktur Organisasi

Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog Kec.Kerek Kab.Tuban



Sumber : Arsip usaha Batik Tulis Gedog "UD. Budi Karya" Kerek Tuban.

Keterangan gambar:

1. Pimpinan

   Pimpinan mempunyai tugas dan tanggung jawab sepenuhnya terhadap maju mundurnya usaha, yaitu mengambil segala kebijakan yang penting mengenai jalanya usaha memimpin dan membina usahanya, memberi pengarahan baik secara langsung maupun tidak langsung, serta membuat rencana atas kegiatan usahanya baik yang bersifat teknik maupun administrasi.

2. Bagian Administrasi

   Bagian administrasi bertugas dan bertanggung jawab:

   a. Melaksanakan tata laksana administrasi antara lain kegiatan pembuatan surat keluar maupun penanganan surat masuk.

b. Mengunpulkan data yang bersifat pokok serta menyusun data-data yang telah terkumpul agar dapat dideskripsikan dengan mudah misalnya dalam bentuk grafik, data statistik, skema risalah dan lain sebagainya.

c. Menyusun program kegiatan pabrik baik dalam periode bulanan maupun tahunan.

3. Bagian Keuangan

Bagian keuangan mempunyai tugas dan tanggung jawab:

a. Menjalankan kebijakan dibidang keuangan usaha dengan berpegang pada petunjuk pimpinan.

b. Membantu menyusun dan melaksanakan anggaran belanja dan pendapatan usaha.

c. Membuat laporan keuangan serta perhitungannya dan mengadakan pengawasan terhadap pelaksanaan anggaran.

d. Mengatur kegiatan simpan pinjam para karyawan .

4. Bagian Produksi

Bagian produksi bertugas menjalankan kebijaksanaan pimpinan dalam bidang produksi sesuai dengan petunjuk pimpinan. Membantu menyusun rencana produksi serta menjalankan administrasi di bidang kapasitas produksi, mesin-mesin pembantu produksi dan peralatan-peralatan lainnya.

5. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran mempunyai tugas dan tanggunga jawab meliputi penerimaaan pesanan atau order pengiriman, melayani pembelian langsung, menyerahkan barang sampai pada konsumen serta melakukan promosi penjualan.

Tabel 5

Data Karyawan di Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah Pekerja	Asal Pekerja
1	Bag. Administrasi	1	Margomulyo
2	Bag. Keuangan	1	Jarorejo
3	Bag. Pemasaran	6	Jarorejo(3), Tuban Kota(3)
4	Bag. Produksi	1	Margorejo
5	Pengrajin Kain Gedog	42	Margorejo(15), Gaji(20), Kedungrejo(7)
6	Pengrajin Batik	91	Jarorejo(89), Margomulyo(2)
7	Pewarnaan	5	Jarorejo(3), Margomulyo(2)
8	Pemlorotan dan Pencucian	5	Margorejo(4), Jarorejo(1)

Sumber: Bag. Administrasi Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog

c. Proses Pembuatan Batik Tulis Gedog

1) Mengenai alat-alat membatik terdiri dari :

a) Canting

Canting berfungsi untuk membuat titik-titik kecil/membuat isen-isen.

b) Gawangan

Gawangan adalah suatu alat tradisional yang terbuat dari kayu yang digunakan untuk tempat-tempat kain yang akan dibatik

c) Wajan

Wajan adalah suatu alat yang digunakan untuk merebus malam hingga mencair.

d) Kompor / Anglo

Kompor / anglo adalah suatau alat yang digunakan untuk tempat api untuk memanaskan malam dalam wajan.

e) Dingklik

Dingklik adalah tempat duduk yang digunakan untuk membatik.

2) Bahan batik terdiri dari:

a) Kain

Macam-macam kain yang digunakan :

1. Kain mori gedog

2. Kain mori juantin

3. Mori primisima

4. Mori prima

b) Malam

Macam-macam malam yang digunakan adalah :

1. Malam putih

Berfungsi untuk menemboki atau mmenutup.

2. Malam coklat/malam pulut

   Berfungsi untuk nulisi

3. Malam bekas

   Berfungsi untuk menggambar sementara

   Cara pemakaian :

   Menggambar biasanya menggunakan malam bekas, itu hanya sementara biasanya untuk merereng menggunakan malam pulut dicampur dengan malam putih supaya hasilnya bagus. Malam putih sendiri digunakan untuk menemboki atau menutup warna yang dikehendaki.

3) Warna

Macam-macam warna yang digunakan adalah :

a) Merah
b) Biru tua
c) Merah muda
d) Kuning Tua
e) Hitam
f) Hijau
g) Coklat muda
h) Ungu
i) Abu-abu

4) Jalannya Proses Pembuatan Batik

Proses pembuatan/produksi adalah urutan pekerjaan dalam pengolahan bahan baku menjadi barang jadi yang siap untuk dipasarkan. Proses pembuatan yang ada pada usaha batik tulis ini bersifat kontinyu atau terus menerus dimana proses pembuatan dilakuakn mulai dari bahan baku mengalir secara berurutan melalui beberapa tahap pengerjaan sampai menjadi barang jadi. Sehingga dalam proses satu macam produk tertentu harus melalui beberapa tahap yang telah ditentukan dan setiap tahap adalah saling berurutan sehingga tidak saling mendahului atau tidak beraturan.

Proses produksi uasaha batik tulis ini terdiri dari beberapa macam jenis, kain mori tersebut dibedakan menjadi kain mori gedog, kain mori juantin, mori primisima, mori prima. Bahan baku lilin atau biasa disebut dengan "malam" dan zat pewarna atau yang disebut dengan "wedelan". Lilin terbagi menjadi dua yaitu malam loro yaitu malam yang belum tercampur dengan zat pewarna serta ada malam oplosan yaitu malam yang sudah tercampur dengan zat pewarna.

a) Jalannya proses produksi membatik yaitu :

1. Mencuci

Sebelum memulai membatik, mori yang akan dibatik harus dicuci terlebih dahulu untuk menghilangkan kanjinya, kemudian

dikeringkan. Kain yang sudah dicuci kemudian dibatik dengan menggunakan canting ukuran sedang.

2. Proses membatik

   Proses ini didahului dengan membatik wowongan yaitu membuat kerangka dari motif yang ada dengan menggunakan canting tulis kemudian membentuk tembokan yaitu mengisi motif-motif tertentu dengan lilin secara penuh dan tebal atau ada juga yang secara likasan yaitu cara membatik yang tidak mengikuti pola tertentu melainkan bebas.

3. Proses pewarnaan

   Proses pewarnaan diawali dengan memberikan warna dasar batik tersebut, baru kemudian warna lain sesuai dengan motifnya.

   Setelah itu dimodel (diwarna), apabila sudah diwarnai kain ditiriskan di tempat yang terhindar dari matahari setelah agak kering kain diberi isen-isen, apabila menginginkan warna tersebut harus ditemboki, dimodel kedua kemudian ditiriskan setelah agak kering dilorot dan dijemur. Kain yang sudah diwarna dimasukkan kedalam air panas yang mendidih, disitu dibolak-balik sampai merata kemudian dimasukkan kedalam bak I dan dikucek sambil di kemplong, setelah itu dimasukkan kedalam bak II disitu dikucek, setelah itu ditiriskan dan dijemur.

4. Menghilangkan lilin (malam)

Untuk menghilangkan lilin (malam) dilakukan dengan dua cara yaitu menghilnagkan lilin dengan menggambarkan air mendidih sehingga lilin tersebut terlepas dari mori. Cara lainnya yaitu menghilangkan bagian tertentu dengan mengerok menggunakan pisau atau alat sejenisnya.

5. Menjemur

   Untuk mendapatkan hasil yang maksimal kain batik yang sudah dimasak harus dijemur lebih dahulu.

6. Pembungkusan atau pengemasan

   Hasil produksi yang dihasilkan diusahakan dikemas sebaik mungkin. Setiap pembeli apabila menginginkan suatu barang tidak dilihat dan dibeli apa adanya, maka produk tersebut juga membutuhkan plastik sebagai pembungkusnya.

b) Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membatik

1. Jenis kain

   Kain yang digunakan diusahakan tidak mempunyai campuran plastik, banyak juga jenis dan macam kain yang bisa dibatik misalnya kain primissima, kain prima, kain linen dan lain-lain.

2. Pewarnaan

   Apabila menginginkan warna muda dan tua usahakan proses warna muda didahulukan kemudian baru yang tua. Proses pewarnaan apabila hasilnya kurang memuaskan diusahakan diulang berkali-

kali. Dan semakin banyak warna yang diinginkan semakin lama juga proses penyelesaiannya.

3. Malam yang digunakan

   Apabila mencairkan malam jangan terlalu panas dan jangan terlalu dingin karena kalau malam yang panas itu akan cepat menyebar ke kain tersebut dan malam yang dipanaskan itu akan menjadi hitam dan malam itu kalau terlalu dingin tidak bisa digunakan untuk membatik.

4. Pola sebelum melukis

   Dalam proses pembatikan pola juga diperlukan, walaupun sepperti yang kebanyakan kita lihat para pembatik tidak seperti yang kebanyakan kita lihat, para pembatik tidak selalu memakai pola pada kain tersebut dan kalau pembatik memakai pola di kain tersebut mungkin mereka baru mengenal pola atau bentuk gambar yang akan dibatiknya.

5. Melukis dan membatik

   Apabila melukis atau membatik usahakan canting jangan terputus-putus, karena hasilnya akan jelek. Serta gunakan canting sesuai dengan manfaat ukuran menurut pola. Jangan pernah takut salah dalam melukis.

c) Produk yang dihasilkan

Produk yang dihasilkan usaha batikntulis gedog Kerek Tuban ada bermacam-macam bentuk atau model produk yang dihasilkan yaitu :

1. Taplak meja
2. Sprei
3. Jarik
4. Sarung
5. Kain
6. Kaos
7. dan lain-lain

Dari produk-produk tersebut tidak ada perbedaan dalam mutu dan kualitas hanya saja ini untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

5) Pemasaran

a) Daerah pemasaran

Pemasaran merupakan bagian uasaha yang menjadi ujung tombak keberhasilan. Dari pemsaranlah keinginan perusahaan untuk mengubah produk menjadi uang tunai dapat direalisasikan. Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran hasil produksi pada usaha batik tulis gedog desa Jarorejo kecamatan Kerek kabupaten Tuban daerah pemasarannya antara lain :

1. Daerah Jawa Timur meliputi Tuban, Lamongan, Gresik, Surabaya
2. Daerah Jawa Tengah meliputi Semarang, Kudus, Rembang
3. Daerah Yogyakarta

4. DKI Jakarta
5. Daerah Bali, Kalimantan, Sumatera
6. Luar negeri meliputi Singapura, Malaysia, Hongkong, Australia

b) Saluran distribusi

Yang dimaksud saluran distribusi adalah cara yang digunakan perusahaan untuk menyalurkan atau menyampaikan hasil produksinya agar sampai ke tangan konsumen. Untuk memperlancar penjualan hasil produksinya agar lebih cepat diterima konsumen, maka usaha batik tulis gedog desa Jarorejo kecamatan Kerek kabupaten Tubanmemakai saluran distribusi antara lain :

1. Saluran distribusi langsung

   Dimana saluran distribusi ini langsung dilakukan oleh pihak produsen hingga ke tangan konsumen.

   Produsen ⟶ Konsumen

2. Saluran distribusi tidak langsung

   Untuk menjaga daerah pemasaran yang lebih luas maka usaha ini membentuk agen sesuai dengan penyalur, sehingga hasil produksi perusahaan bisa sampai ke tangan konsumen yang terletak jauh dari tempat usaha.

   Produsen ⟶ Agen ⟶ Konsumen

c) Promosi penjualan

Promosi merupakan salah satu cara untuk meningkatkan volume penjualan. Dengan diadakannya promosi penjualan diharapkan dapat menarik calon konsumen dengan cara memberikan informasi-informasi tentang barang yang ditawarkan sehingga calon pembeli merasa tertarik dengan barang tersebut, sedangkan dipihak produsen memuaskan konsumen dengan adanya barang yang dipromosikan

Adapun cara yang digunakan oleh usaha batik tulis gedog di kerek Tuban ini sesuai dengan praktek yang pernah dilakukan serta langkah-langkah yang didapat melalui pengalaman sendiri dengan cara sebagai berikut:

1. Disetor kerumah-rumah

   Usaha ini mempunyai saleman untuk mempromosikan produknya dari rumah ke rumah

2. Mengikuti pameran-pameran

   Setiap ada pameran, baik lokal maupun di luar daerah Tuban, usaha ini selalu menyempatkan untuk mengikutinya.

3. Kalender

   Dalam setiap tahunnya usaha mencetak kalender untuk diberikan kepada pelanggan atau agen yang akan diberikan kepada konsumen.

4. Partisipasi lomba

Apabila ada acara lomba tentang produk kerajinan tangan usaha ini selalu berusaha untuk ikut berpartisipasi untuk mengikuti lomba tersebut.

5. Media elektronik

   Untuk mempromosikan produknya usaha ini menggunakan media elektronik melalui stasiun radio yang berada di Tuban.

3. Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban

a. Pelaksanaan Strategi Pengembangan Pasar

1) Alasan mendasar diterapkannya Strategi Pengembangaan Pasar

Strategi pengembangan pasar ini dilaksanakan dengan berbagai alasan bahwa dengan pengembangan pasar, maka perusahaan akan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan untuk mengembangkan usahanya. Hal ini telah terungkap dalam wawancara dengan bapak H. M. Sholeh selaku pemilik usaha yang memegang tanggungjawab terhadap pemasaran, pengembangan dan relasi dalam proses penjualan hasil batikan di sentra batik gedog desa jarorejo kecamatan Kerek kab. Tuban, untuk lebih lanjutnya ketika ditanyakan tentang apakah sentra pengrajin batik tulis gedog mengadakan pengembangan pasar da alasanya?

"Ya, jelas kami melakukan pengembangan pasar dengan alasan bahwa dengan pengembangan pasar dan memperluas jangkauan pasar baru, kami dapat menjaga kelangsungan hidup para pengrajin sekaligus untuk mengembangkan usaha agar kami memperoleh laba yang yang meningkat. Alasannya apabila kami menerapkan pengembangan pasar, itu juga termasuk upaya kami untuk memasarkan kelebihan hasil produksi (hasil batikan) yang tidak terserap oleh

pasaran sekarang dalam mengembangkan perusahaan" (kamis, 17 April 2008, pukul: 15.30-16.00 wib)

Dari wawancara di atas maka telah tergambar secara jelas bahwa untuk mengembangkan dan menjaga kelangsungan hidup usaha sentra batik tulis gedog di desa jarorejo, strategi pengembangan pasar termasuk salah satu hal yang dibutuhkan dan tidak bisa dipisahkan.

Dan juga wawancara dilakukan oleh Mufidah salah satu pengurus pengrajin batik tulis gedog menyebutkan sebagai berikut:

"Memang benar, karena selama saya masuk di sini para pengurus sentra selalu berusaha untuk mengembangkan pasar, dengan cara ini maka para pengrajin batik akan dapat menjaga kelangsungan hidupnya pengrajin sekaligus untuk mengembangkan usaha agar memperoleh laba yang meningkat." (kamis, 17 April 2008 pukul 16.00-16.35)

2) Cara Mengembangkan/Memperluas Pasar

Cara pengembangan pasar dilakukan dengan melihat situasi pasar sebelumnya, dimana sentra pengrajin batik akan selalu mencari pasar baik itu dari segi kelompok pelanggan ataupun dari daerah pemasaranya. Begitu juga hasil wawancara peneliti dengan bapak H. M. Sholeh berikut ini tentang cara pengembangan pasar sebagai berikut:

"Dalam mencari pasar baru, para pengurus tidak memberikan batasan kelompok kepada para pelanggan atau daerah pemasarannya, karena kalau ada pesanan model batik yang sesuai dengan kain dan keinginan maka para konsumen dari berbagai daerah mana saja baik dalam maupun luar kota, kami selaku pengurus berusaha untuk dapat membuatnya sebaik mungkin. Jadi kami berusaha untuk tidak menolak pesanan itu. Pengembangan pasar bisa juga dilakukan dengan melaksanakan survey pasar terlebih dahulu dimana kalau kami melihat satu daerah atau daerah yang model baru atau modelnya masih sedikit maka kami akan memasuki lokasi itu" (Jumat, 18 April 2008 pukul 14.30-15.20)

Dari wawancara di atas maka ditemukan bahwa sistem pemasaran yang dilakukan oleh sentra batik yang tidak terbatas oleh dekat jauhnya suatu wilayah. Hal ini dijelaskan oleh bapak H. M. Sholeh sebagai berikut:

"Daerah yang paling cepat mengalami perubahan model adalah daerah bali, jakarta, jogyakarta. Sehingga pada waktu ada model yang lagi trend dipasaran maka kami dengan cepat memproduksinya dan apabila sudah banyak yang membuat produk tersebut maka kami mencoba untuk menguranginya dan kami mengalihkan ke daerah lain yang sekiranya daerah itu belum ada seperti daerah Makasar. Kami juga bisa juga mengembangkan pasar dengan penambahan penyalur." (Jumat, 18 April 2008 pukul 15.30-15.45)

Kemudian Mbak Mufidah menambahkan, ketika penulis menanyakan tentang cara pengembangan/perluasan pasar, beliau mengungkapkan sebagai berikut:

"Untuk memperluas pasar pengurus sentra biasanya kerjasama dengan pemerintah, dalam menawarkan dengan cara membawa contoh barang-barang yang akan ditawarkan kepada konsumen, biasanya ini dilakukan dengan mengikuti pameran-pameran yang dilakukan diberbagai daerah misalnya kami pernah mengikuti pameran ukiran di Bali. Dengan pameran itu pasar akan kenal dengan produk batik asal Tuban dengan begitu maka mereka akan tertarik dengan produk kami."(Sabtu, 19 April 2008 pukul 16.00-16.30)

3) Faktor Pendukung dari Strategi Pengembangan Pasar

Pada pelaksanaan strategi pengembangan pasar, sebelumnya sentra pengrajin batik melihat hal-hal sebagai berikut, *pertama* banyaknya peminat terhadap hasil batik gedog, *kedua* mempunya stock bahan baku yang cukup, *ketiga* memiliki SDM yang handal, sehingga melahirkan tangan-tangan yang kreatif.

Sehubungan dengan hal yang diatas maka wawancara ini dilakukan dengan bapak H. M. Sholeh berikut ini:

"Faktor pendukung dari strategi pengembangan pasar ini adalah *pertama* banyaknya peminat terhadap hasil batikan, misalnya kami membuat baju yang terbuat dari kain sutera dengan motif lenggak-lenggok maka hasil batik ini banyak yang laku sehingga kami harus membuat produk lebih baru lagi. Untuk daerah Bali, kami cukup membawa satu contoh dengan berbagai variasi yang telah ada. *Kedua* mempunyai stock bahan yang cukup, sehingga ada kemudahan dalam memproduksi kain batik yang baru. *Ketiga* memiliki SDM yang handal, sehingga melahirkan tangan-tangan yang sangat kreatif." (minggu 20 April 2008 pukul 09.00-09.25)

4) Faktor Penghambat dari Strategi Pengembangan pasar

Setelah mengetahui faktor pendukung dari adanya strategi pengembangan pasar kemudian disini menggambarkan tentang saluran distribusi hasil batik tulis gedog sebagaimana yang telah diungkapkan dalam wawancara dengan Bapak H. M. Sholeh berikut ini:

"Untuk pendistribusian barang biasanya melalui toko-toko seperti di depan sebelum masuk ke makam sunan-sunan, depan sebelum masuk ketempat pariwisata di daerah sendiri, sedangkan untuk luar daerah biasanya dipasarkan pada saat ada pesanan saja, dan biasanya pesanan akan datang dan meningkat setelah kami mengikuti pameran-pameran diluar daerah." (minggu, 20 April 2008 pukul 10.00-10.30)

Dari sini hambatan strategi pengembangan pasar yaitu *pertama* untuk mencari daerah atau konsumen baru para pengurus selalu dihadapkan pada persaingan antar pengrajin batik tulis dimana pengrajin di luar sentra juga memproduksi produk yang sejenis dengan harga yang relatif lebih murah. *Kedua* dikarenakan lambatnya pembayaran pelanggan. *Ketiga* sulitnya pencarian daerah pemasaran. Berikut ini hasil wawancara dengan salah satu pengurus sentra.

"Hambatan dari adanya strategi pengembangan pasar yang pernah kami alami adalah pesaing yang produksi barangnya sejenis baik dari segi model, warna, bahan yang sama tetapi harganya lebih murah. Kemudian hambatan lain masalah pembayaran pelanggan yang terlambat, hal ini yang menjadikan

hambatan dalam proses produksi batik tulis kami selama ini." (Jumat, 25 April 2008 pukul 14.30-14.55)

Dari wawancara di atas, dapat digambarkan bahwa faktor persaingan antar pengrajin batik tulis baik di dalam maupun diluar kabupaten Tuban benar-benar menjadi penghambat terhadap proses pemasaran yang dilakukan oleh sentra pengrajin batik tulis desa Jarorejo kecamatan Kerek.

5) Solusi Pemecahan Terhadap Hambatan dari Strategi Pengembangan Pasar

Adanya hambatan-hambatan itu maka pelaksanaan perluasan atau pengembangan pasar baru tersebut, pengrajin batik tulis gedog mempunyai ide untuk mengatasi hambatan tersebut, yaitu untuk persaingan pasar terutama mengenai harga produk lain yang lebih murah, maka pengrajin menghitung kembali biaya produk tersebut kemudian menstandarkan harganya, untuk mencari daerah pemasaran dilakukan dengan segera mengirim produk baru jika pesanan berkurang. Seperti hasil wawancara peneliti dengan Bapak H. M. Sholeh berikut ini:

"Ide yang dilakukan oleh sentra pengrajin batik tulis untuk menghadapi hambatan-hambatan dari pelaksanaan strategi pengembanagn pasar ini adalah Persaingan pasar terutama mengenai harga produk lain yang lebih murah, maka pihak pengrajin menghitung kembali biaya produk tersebut dan kemudian menstandarkan dengan harga yang lain, untuk mencari pelanggan misalnya pada toko-toko yang ada di depan pintu masuk makam sunan-sunan kami memasuki dengan segera kami ketahui sebelum ada produk lain yang yang masuk ke daerah tersebut, kami juga mencari tempat pemasaran untuk memasarkan hasil batik tulis, dalam pemasaran kami melakukan pada waktu pesanan kami agak sepi, akan tetapi apabila banyak pesanan maka orangnya sendiri yang menghubungi kami lewat telap/kadang orangnya sendiri yang kesini langsung."(24 April 2008 pukul 15.00-15.30)

Untuk menghadapi pembayaran lambat, maka pihak pengrajin batik langsung dengan segera menghubungi pelanggan tersebut baik melalui telepon ataupun

kami perwakilan datang ke tempat pembuatan batik di Kerek. Seperti wawancara peneliti berikut ini:

" Apabila pembayaran yang lambat maka saya selaku bendahara mendapat tugas langsung untuk menghubungi melalui telepon. Jadi setelah para pelanggan itu di telepon tidak sampai 3 hari para pelanggan itu datang dan apabila belum bisa melunasi maka para pelanggan membayar separuh dari pembelian kemaren". (Sabtu 3 Mei 2008 pukul 14.00-!4.35)

b. Pelaksanaan Strategi Pengembangan Produk Baru

1) Alasan diterapkannya strategi pengembangan produk baru

Adanya penerapan strategi pengembangan produk baru ini karena para pengrajin batik tulis gedog mempunyai beberapa alasan yaitu:

a) Penyesuaian selera konsumen yang sering berubah
b) Para pengrajin batik tulis gedog mempunyai keinginan bahwa pemasaran produk yang dikeluarkan berbeda dengan yang lain .

Hasil wawancara dengan Bapak H. M. Sholeh berikut ini:

"Kami selalu menerapkan pengembangan produk baru karena para konsumen sering berubah-ubah, maka kami sering mencari dan menampilkan batikan serta kain yang baru agar para konsumen mudah tertarik dengan batikan yang kami buat, Para pengrajin batik tulis gedog ini juga menginginkan pemasaran produk yang dibuat selalu berbeda dengan daeraha yang lain". (Sabtu, 3 mei 2008 pukul 15.00-15.20)

2) Cara Pengembangan Produk Baru

Proses pengembangan produk baru berawal dari pencarian ide. Ide produk baru dapat berasal dari sejumlah sumber yaitu para pengrajin batik tulis, dan para karyawan yang mempunyai pengetahuan yang cukup luas dalam pembuatan batik. Para pengrajin batik mempunyai sebuah ide karena para pengrajin batik telah

melakukan survey dan mereka tahu kondisi pasar, ide itu bisa langsung disampaikan kepada para pekerja untuk memperbaru produknya dengan desain yang baru yang diinginkan dari ide tadi.

Dari ide itu kemudian disesuaikan dengan batik dan model kain yang disukai oleh para konsumen selanjutnya di batik sesuai bunga dengan trend gambar. Pengembangan desain itu kemudian menghitung kira-kira menghabiskan biaya berapa dalam satu meter kain lalu apabila ide dari rencana itu sudah matang maka bahan dasar kain yang diperlukan bisa langsung dibeli.

Setelah kain dari bahan dasar batik itu dibeli maka selanjutnya dibatik sesuai dengan model bunga yang diinginkan. Selanjutnya proses membatik dilaksanakan, setelah proses membatik selelsai maka selanjutnya adalah proses pewarnaan, proses pewarnaan itu selesai maka dilanjutkan dengan penggodokan dilakukan agar malam yang masih ada dibatik agar segera turun dalam air yang dibuat menggodok itu, setelah penggodokan selesai maka selanjutnya yaitu pencucian ini dilakukan agar kain batik yang sudah diwarna ini tidak luntur lagi warnanya setelah itu terakhir dari proses ini yaitu penjemuran. Setelah proses-proses itu selesai maka bahan yang sudah jadi siap untuk dipasarkan dipasaran.

3) Faktor Pendukung dari strategi pengembangan produk baru

Faktor pendukung dari strategi pengembangan produk baru adalah a) mempunyai pelanggan yang tetap, b) tersedianya bahan dasar, c) transportasi yang lancar, d) mekanisme yang cepat. Ini yang hasil wawancara peneliti dengan Bapak H.M. Sholeh sebagai berikut ini:

"Yang mendukung sekali antara lain: a) terlaksanannya strategi pengembangan produk baru adalah kami mempunyai pelanggan yang tetap, dimana pelanggan kami adalah toko-toko yang bayak didepan pintu masuk sunan-sunan serta toko dipasaran. Biasanya pengiriman hasil batikan dalam setiap bulannya itu berbeda, ini karena barang yang ada di pelanggan masih ada stocknya, sehingga para pelanggan kami hanya minta kiriman model barang yang sudah laku dijual. b) Bahan baku yang ada, peningkatan penjualan dapat dicapai dengan adanya bahan baku. Kami juga memperkirakan tentang bahan baku yang akan kami produksi jadi yang menjadi dasar pembuatan batik yaitu kainnya, kain ini kami dapatkan dari pasar Tuban/Pasar Turi Surabaya apabila pesanan dari para pelanggan meningkat maka kami memesannya diberbagai kota yang ada. c) Tranportasi yang lancar biasanya para pelanggan datang langsung ke tempat pembuatan di Kerek dengan angkutannya jadi kami tidak repot-repot untuk mencarikan mereka transportasi, apabila para pelanggan tidak membawa tranportasi maka kami menyedikan 3 pick up sebagai alat tranportasi. d) Mekanisme yang cepat yaitu memesannya pelanggan yang dilakukan dengan cepat sesuai dengan yang diharapakan oleh para pelanggan. Mekanisme ini dilakukan dengan target menetapnya target kerja. Seperti pesanan kami janjikan selesai dalam jangka waktu 3 minggu, maka sebelum waktu itu pesanan kami usahakan untuk selesai, sehingga dilakukakannya target kerja ini dapat dipastikan pesanan sesuai dengan waktu yang ditetapkan oleh para pelanggan. (Sabtu, 3 mei 2008 pukul 09.00-09.45)

4) Faktor penghambat dari strategi pengembangan produk baru

Faktor penghambat dari strategi pengembangan produk baru adalah, a) adakalanya bahan penunjang tidak tersedia/habis, b) tenaga kerja yang enggan mengerjakan membatiknya kain yang terlalu rumit, c) biaya pembuatan produk baru relatif tinggi. Hasil wawancara peneliti dengan Bapak H. M. Sholeh berikut ini:

" Ya itu mbak penghambat dari pelaksanaannya strategi pengembangan produk baru yaitu bisa juga a) adakalanya bahan penunjang untuk produksi tidak tersedia/habis padahal sebelumnya kami sudah memperkirakan bahwa bahan penunjang ini banyak diproduksi, seperti ini salah satu contoh kain yang telah dibatik yang bahan dasar kainnya dari sutera, karena kalau pakai kain tenun kami santai saja karena kain tenun itu para pengrajin bisa buat sendiri. Akan tetapi kalau kain tenun sekarang ini konsumne dah jarang yang ambil karena dipasaran tidak begitu laku. Jadi kalau para konsumen berminat kain sutera akan tetapi bahan dasar kami habis maka kami tidak bisa memproduksi dengan bahan dasar

kain sutera yang sesuai dengan harapan konsumen. b) Tenaga kerja yang enggan mengerjakan membatiknya kain yang terlalu rumit, tenaga kerja kadang mengelur dengan kain yang agak jatuh karena rumit. c) Biaya pembuatan produk baru relatif tinggi, karena bahan dasar yang sulit di dapat.(Sabtu, 3 mei 2008 pukul 10.00-10.30)

5) Solusi pemecahan dari penghambat strategi pengembangan produk baru

Adanya hambatan dari pelaksanaan strategi itu maka pengrajin berusaha membatik dengan beberapa tindakan-tindakan untuk memecahkan permasalahan itu. a) bahan penunjang yang tidak tersedia/habis maka para pengrajin batik mengganti dengan bahan yang lain akan tetapi minta persetujuan konsumen/pemesan. b) tenaga kerja yang enggan mengerjakan model batik dengan kain yang jatuh maka para pengrajin mencoba memberikan masukan-masukan kepada para tenaga kerja bahwa model natik dengan kain jatuh itu laku dengan cepat dipasaran. c) biaya pembuatan produk baru relatif tingga, perusahaan mengkalkulasikan harga pembuatan dengan mempertimbangkan kualitas yang tinggi.

Hasil wawancara peneliti dengan Bapak H. M. Sholeh selaku pemilik usaha sebagai berikut:

"Jadi Solusi untuk memecahkan hambatan yang ada dalam strategi pengembangan produk baru yaitu antara lain: a) bahan penunjang tidak tersedia/habis, maka pengrajin batik tulis gedog mengganti dengan bahan yang lain ssuai dengan persetujuan konsumen akan tetapi kalau para pelanggan kebertana dengan diganti kain yang lain maka kami memberi masukan untuk mengerti maka akhirnnya ya mau. b) tenaga kerja yang enggan untuk mengerjakan membatik dengan kain yang jatuh yang terlalu rumit maka para pengerajin juga memberi masukan pada tenaga kerja karean model dengan kain jatuh itu laku cepat dipasaran. c) biaya pembuatan produk baru relatif tinggi maka perusahaan biasanya mengkalkulasi harga pembuatan dengan mempertimbangkan kualitas yang tinggi. Misalnya hasil baju sutera yang sudah dibatik harganya dulu permeternya 150.000,- kemudian dipasaran kami melihat harganya berkisar 155

maka kami menghitung ulang oongkos pekerja, transport dan sebagainya sehingga kami akhirnya menambah harga batik sesuai dengan harga yang ada dipasaran. akan tetapi apabila kami melihat kualitasnya kurang bagus maka hasil batikan kain sutera itu kami turunkan. (Minggu, 4 mei 2008 pukul 14.35-15.00)

c. Usaha Pemerintah dalam pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog

a. Usaha yang dilakukan Pemerintah

Pengembangan usaha mempunyai arti pertumbuhan usaha. Sama seperti perusahaan dalam menjalankan program-programnya yaitu menginginkan pertumbuhan usahanya. Pengembangan usaha itu sendiri adalah proses meningkatnya suatu usaha yang sedang berjalan pada suatu perusahaan dari segi pasar modal, manajemen perusahaannya, serta alat teknologi yang dipakai.

Dinas Koperasi, Pengusaha kecil dan menengah kabupaten Tuban serta Dinas perindustrian dan perdagangan merupakan sebuah lembaga pemerintahan yang menangani perkembangan usaha kecil di kabupaten Tuban. Selama ini pihak pemerintah telah banyak berusaha untuk mengembangkan usaha kecil tersebut.

Didasari oleh kewajiban untuk melestarikan warisan-warisan budaya nasional dan kesadaran untuk ikut membangun kehidupa para perajin dilakukan serangkaian upaya pembinaan yang terpadu dan berkelanjutan guna pengembangan potensi usaha pengrajin Batik tulis gedog di kerek Tuban dengan menitik beratkan pada tiga sasaran pembinaan dan pengembangan pokok. Tiga sasaran pokok pembinaan dan pengembangan pokok tersebut yaitu:

1) mempertahankan dan mengembangkan produk batik tulis gedog sebagai komoditi pariwisata budaya. Batik tulis gedog dapat dijadikan sebagai salah satu ciri khas dari kabupaten Tuban yang berbeda dengan daerah lain.
2) Pengembangan produk batik tulis gedog yang mengarah pada peningkatan nilai tambah yang tinggi atau pengembangan ke sektor yang lebih modern.
3) Pengembangan penggunaan zat pewarna yang berasal dari tumbuh-tumbuhan atau pewarna alami secara efektif sebagai pengganti zat pewarna sintetis.

Untuk mencapai ketiga sasaran tersebut dinas INDAGKOP melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat memberikan kemajuan bagi perkembangan usaha kecil batik tulis gedog di desa Jarorejo kecamatan Kerek kabupaten Tuban. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain:

1) Memberikan suatu usaha orientasi dan motivasi kuat agar para pengrajin mampu dan mampu untuk selalu melestarikan nilai-nilai budaya bangsa.
2) Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, poduksi, teknologi agar dapat mencapai suatu hasil produk yang semakin tinggi nilai kualitas maupun kuantitasnya.
3) Melakukan diversifikasi dan differensiasi produk dengan suatu pola produksi yang semakin efisien dan efektif.
4) Mengantisipasi perkembangan pasar di masa depan dengan selalu menciptakan motif dan desain baru.
5) Meningkatkan peran serta dalam even pameran baik tingkat regional, nasional, maupun internasional.

6) Meningkatkan hubungan keterkaitan dengan Bapak angkat (PT. Semen Gresik)
7) Memperkuat kemampuan para pengrajin dalam mengorganisir dirinya sendiri dalam suatu kelompok usaha bersama (KUB)

b. Tujuan dari upaya pemerintah yaitu ada dua konsep antara lain: pembinaan dan pengembangan usaha pemerintah dalam menjalankan programnya pada usaha kecil menengah.

1) Upaya pembinaan yang telah dilaksanakan oleh Dinas INDAGKOP (perindustrian, perdagangan dan koperasi usaha kecil menengah)
   a. Memberi materi muatan lokal dengan ketrampilan batik di sekolah lanjutan tingkat pertama (SLTP) di daerah sekitar pusat-pusat produksi.
   b. Melakukan bimbingan dan penyuluhan kepada masyarakat guna penumbuhan kelompok usaha baru.
   c. Pelatihan ketrampilan proses produksi batik tulis gedog
   d. Menjalin hubungan keterkaitan dengan bapak angkat (PT Semen Gresik)
   e. Pelatihan peningkatan mutu dan desain produk pada pengrajin batik tulis gedog
   f. melakukan studi banding ke daerah lain tentang hasil produksi yang menjadi ciri khas daerah tersebut.
2) Tujuan yang diharapkan yaitu antara lain:
   a. Pelatihan ketrampilan bagi para pemuda/pemudi putus sekolah di setiap sentra pengrajin batik tulis gedog

b. Pelatihan peningkatan mutu batik tulis gedog di kabupaten tuban
c. Pelatihan diversifikasi produk yang mempunyai nilai tambah lebih tinggi
d. Memfungsikan show room sebagai sarana pemasaran usaha kecil batik tulis gedog
e. Bantuan bahan baku dan pengadaan peralatan
f. Pembentukan kelompok usaha bersama (KUB) antar ketua unit usaha di kabupaten Tuban
g. Pengadaan sarana dan prasarana pencelupan warna yang memenuhi standart kualitas

Dari hasil wawancara dengan bapak Roesmadji menambahkan bahwa selain hal tersebut di atas pemerintah juga menambahkan antara lain: a) pendekatan kepada sentra pengrajin, b) menyalurkan modal, c) mengikuti kegiatan pameran. Hasil wawancara peneliti dengan INDAGKOP sebagai berikut:

" Dari upaya yang telah dipaparkan diatas maka Dinas Perindustrian dan perdagangan dan Dinas Koperasi Usaha kecil Kabupaten Tuban juga merealisasikan programnya yaitu a) Pendekatan kepada sentra pengrajin yaitu memberikan pengarahan-pengarahan bagi para pengrajin. b) menyalurkan modal yang diperoleh dari Bappeda dan disalurkan melalui dinas INDAGKOP, dana tersebut diambil dari APBD 2 Kabupaten Tuban, dari pihak INDAGKOP juga berusaha agar dana yang sumbernya dari kementrian koperasi serta perindustrian dan perdagangan dana itu disebut dengan modal awal badan. c) mengikuti kegiatan pameran melalui pameran di Semarang kami juga menawarkan produk-produk hasil dari usaha kecil di Tuban, termasuk batik yang kain kaos laku keras terjualnya selain anak kecil orang dewasa juga mengingnkan batik kaos. (Rabu, 1 mei 2008 pukul 08.30-09.00)

Dari pihak dinas INDAGKOP menambahkan adanya tujuan yang ingin dicapai dari adanya upaya pemerintah di atas, diantaranya ini hasil wawancara peneliti sebagai berikut:

"Selain dari tujuan di atas, kami dari pihak pemerintah mengharapkan agar a) Pelatihan ketrampilan bagi para pemuda/pemudi putus sekolah di setiap sentra pengrajin batik tulis gedog. b) Pelatihan peningkatan mutu batik tulis gedog di kabupaten tuban. c) .Pelatihan diversifikasi produk yang mempunyai nilai tambah lebih tinggi. d)Memfungsikan show room sebagai sarana pemasaran usaha kecil batik tulis gedog. e) Bantuan bahan baku dan pengadaan peralatan. f)Pembentukan kelompok usaha bersama (KUB) antar ketua unit usaha di kabupaten Tuban. g) Pengadaan sarana dan prasarana pencelupan warna yang memenuhi standart kualitas. (Rabu, 1 mei 2008 pukul 09.00-09.30)

d. Faktor pendukung dari upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

Faktor pendukung dari upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek kabupaten Tuban adalah a) antusiasnya pengrajin dalam mengikuti programnya INDAGKOP, b) Mendapatkan dukungan dari pihak Lembaga swadaya masyarakat kabupaten Tuban.

Ini terungkap dalam wawancara peneliti dibawah ini:

"Yang menjadi faktor pendukung dari adanya upaya pemerintah yaitu a) antusiasnya pengrajin dalam mengikuti programnya INDAGKOP seperti kemarin telah melaksanakan pelatihan di tempat usaha itu jadi kami pihak pemerintah sangat antusias karena banyak pengrajin yang mengikuti pelatihan itu. b) Adanya dukungan dari pihak Lembaga swadaya masyarakat dari sini pemerintah yang menawarkan kerjasama melalui pendampingan, serta memberikan bimbingan khusus.(Rabu, 1 mei 2008 pukul 09.35-10.00)

e. Faktor penghambat dari upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha pengrajin batik tulis gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

Faktor penghambat dari upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog di Deesa Jarorejo kecamatan Lerek Kabupaten Tuban adalah a) kualitas sumber daya manusia yang masih sangat lemah, b) belum ada peralatan yang modern.

Ini terungkap dalam wawancara peneliti dibawah ini:

"yang menjadi penghambat adalah a) kualitas sumber daya manusia yang masih sangat lemah ini merupakan penghambat yang paling mendasar, meskipun pemerintah sudah semaksimal mungkin berusaha akan tetapi dari pihak pengrajin tidak bisa mencipatakan sebuah model batik yang lain dari pada yang lain. b) belum ada peralatan yang modern dari sini pemerintah tidak bisa menyediakan alat yang modern jadi para pengrajin masih memakai alat tradisional ini yang merupakan kendala bagi pemerintah dalam melakukan pendampingan kepada sentra pengrajin batik tulis gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban, mbak sudah melihat sendiri jadi untuk pembuatan kain gedog masih belum ada alat teknologi yang modern jadi para pengrajin masih memeakai alat tradisional yang ada. (Rabu 1 mei 2008 pukul 10.00-10.15)

f. Solusi Pemecahan dari penghambat upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

Adanya hambatan-hambatan dari upaya pemerintah di atas, maka pemerintah telah mempunyai langkah-langkah untuk memecahkan permasalahan tersebut yaitu antara lain: a) pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas b) menyediakan peralatan yang sesuai dengan perkembangan zaman.

Ini hasil wawancara peneliti dengan Dinas INDAGKOP sebagai berikut:

"dari permasalahan tadi maka dari pihak pemerintah telah mempunyai langkah-langkah yaitu: a) pengembangan sumber daya manusia yangg berkualitas caranya kami melakukan komunikasi dengan pihak pengrajin yang menjadi kendala dalam proses pengembangannya, disamping itu pihak pemerintah setiap 2 bulan sekali mengadakan pelatihan-pelatihan baik yang diadakan oleh phak

INDAGKOP serta pihak Lembaga swadaya masyarakat. b) menyediakan peralatan yang sesuai dengan perkembangan zaman, untuk itu pihak INDAGKOP menyediakan peralatan yang dibutuhkan (Rabu, 1 mei 2008 pukul 10.15-10.45)

B. HASIL PENELITIAN

1. Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban

a. Pelaksanaan Strategi Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar ini dilaksanakan karena dengan adanya mengembangkan pasar serta memperluas jangkauan pasar baru maka diharapkan akan dapat menjaga kelangsungan hidup para usaha sekaligus untuk mengembangkan usahanya agar memperoleh peningkatan laba yang nantinya dapat menjamin sentra pengrajin batik tulis gedog Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban untuk melangsungkan usahanya.

Dalam pengembangan pasar dilakukan beberapa strategi yaitu antara lain:

1) Survey daerah penjualan yang memungkinkan untuk diamati dan dimasuki dengan membawa contoh barang yang diproduksi oleh sentra pengrajin batik tulis gedog.
2) Menerima pesanan dari pelanggan, hal ini menunjukkan bahwa dengan sendirinya pasar-pasar baru dapat dimasuki sesuai dengan permintaan pasar tersebut.

b. Pelaksanaan Strategi Pengembangan Produk baru

Startegi pengembangan produk baru yang diterapkan oleh pengrajin sentra pengrajin batik tulis gedog mempunyai alasan sebagai berikut:

1) Untuk menyesuaikan dengan selera konsumne yang cenderung berubah-ubah jadi untuk memuaskan dan menarik konsumen pihak pengrajin merasa perlu untuk menyesuaikan dengan yang lagi model pasaran.
2) Pengrajin batik tulis gedog desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban ingin di arena pemasaran produknya tampil beda dibanding dengan batikan dari daerah lain, hasilnya batikan Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban hasil batikannya mempunyai ciri khas tersendiri, meskipun pihak para pengrajin mengatakan bahwa peralatan yang ada masih belum terlalu modern, seperti sentra pengrajin di Pekalongan, disana sudah dilengkapi dengan peralatan yang sudah lumayan canggih.

Dalam mengembangkan ide produk baru dan strateginya yang sangat efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu usaha. Dalam pengembangan produk baru memerlukan usaha, waktu, kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalannya.

c. Peran serta Pemerintah dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah

Akhir-akhir tahun ini usaha pemerintah untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat telah menumbuh-kembangkan usaha besar, usaha menengah, usaha kecil dan koperasi.

Entrepreneurship dianggap sebagai salah satu fungsi ekonomi karena dari semangat untuk berwirausaha hingga menjadi wirausaha baru kemudian menjadi wirausaha yang sesungguhnya sangat terkait dengan kontribusinya terhadap pemerintah, dunia usaha maupun masyarakat. Selain *entrepreneurship*, ada pula

Intrapreneurship yakni suatu *entrepreneurship* yang selalu menekankan pengembangan sumber daya, yakni sumber daya dari dalam untuk memacu bisnis yang sukses *(putting internal resources first*). Barangkali pengertian kedua ini jarang kita dengar, namun didalam prakteknya berada dalam lingkup kewirausahaan terutama yang menggerakkan sumber daya, sumber dana, dan sumber informasi dari lembaga perusahaan itu sendiri.

Untuk mencapai sasaran pembangunan industri itu, pemerintah prospinsi Jawa Timur telah menyusun program utama dan program penunjang. Program penunjang meliputi program peningkatan ketrampilan sumber daya manusia (SDM) industri, program peningkatan standarisasi produk industri dan program peningkatan kemampuan teknologi. Sedangkan kerangka (outline) program utama adalah meliputi program pengembangan industri kecil dan menengah dan program penataan struktur industri. Maka program yang utama adalah mewujudkan UKM sebagai basis pengembangan industri regional dengan berbagai lokasi yang ada di Jawa Timur.

Dinas Koperasi, Pengusaha kecil dan menengah kabupaten Tuban serta Dinas perindustrian dan perdagangan merupakan sebuah lembaga pemerintahan yang menangani perkembangan usaha kecil di kabupaten Tuban. Selama ini pihak pemerintah telah banyak berusaha untuk mengembangkan usaha kecil tersebut.

Didasari oleh kewajiban untuk melestarikan warisan-warisan budaya nasional dan kesadaran untuk ikut membangun kehidupa para perajin dilakukan serangkaian upaya pembinaan yang terpadu dan berkelanjutan guna

pengembangan potensi usaha pengrajin Batik tulis gedog di kerek Tuban dengan menitik beratkan pada tiga sasaran pembinaan dan pengembangan pokok. Tiga sasaran pokok pembinaan dan pengembangan pokok tersebut yaitu:

1) Mempertahankan dan mengembangkan produk batik tulis gedog sebagai komoditi pariwisata budaya. Batik tulis gedog dapat dijadikan sebagai salah satu ciri khas dari kabupaten Tuban yang berbeda dengan daerah lain.
2) Pengembangan produk batik tulis gedog yang mengarah pada peningkatan nilai tambah yang tinggi atau pengembangan ke sektor yang lebih modern.
3) Pengembangan penggunaan zat pewarna yang berasal dari tumbuh-tumbuhan atau pewarna alami secara efektif sebagai pengganti zat pewarna sintetis.

Untuk mencapai ketiga sasaran tersebut dinas INDAGKOP melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat memberikan kemajuan bagi perkembangan usaha kecil batik tulis gedog di desa Jarorejo kecamatan Kerek kabupaten Tuban. Kegiatan-kegiatan tersebut antara lain:

1) Memberikan suatu usaha orientasi dan motivasi kuat agar para pengrajin mampu dan mampu untuk selalu melestarikan nilai-nilai budaya bangsa.
2) Meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, poduksi, teknologi agar dapat mencapai suatu hasil produk yang semakin tinggi nilai kualitas maupun kuantitasnya.
3) Melakukan diversifikasi dan differensiasi produk dengan suatu pola produksi yang semakin efisien dan efektif.

4) Mengantisipasi perkembangan pasar di masa depan dengan selalu menciptakan motif dan desain baru.
5) Meningkatkan peran serta dalam even pameran baik tingkat regional, nasional, maupun internasional.
6) Meningkatkan hubungan keterkaitan dengan Bapak angkat (PT. Semen Gresik)
7) Memperkuat kemampuan para pengrajin dalam mengorganisir dirinya sendiri dalam suatu kelompok usaha bersama (KUB).

2. Faktor Pendukung, dari Proses Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban.

a. Pelaksanaan Strategi Pengembangan Pasar

Adapun yang menjadi faktor pendukung dari pelaksanaan strategi pengembangan pasar antara lain:

1) banyaknya peminat terhadap hasil batik tulis gedog
2) mempunya stock bahan baku yang cukup sehingga mempunyai kemudahan untuk memproduksi barang yang harus dibatik.
3) memiliki SDM yang handal, sehingga melahirkan tangan-tangan yang kreatif.

b. Pelaksanaan Strategi Pengembangan Produk Baru

Adapun yang menjadi pendorong dari strategi pengembangan produk baru ini adalah:

1) Mempunyai pelanggan yang tetap dengan adanya pelanggan-pelanggan ini maka pengembangan produk akan cepat di beli oleh para pelanggan.

2) Tersedianya bahan dasar, adanya bahan baku ini maka penjulan bisa semakin meningkat dengan cepat. Sebelum kami memproduksi barang maka kami memperkirakan bahan baku yang akan menjadi dasar pembuatan batik tulis ini yaitu bisa kain tenun, kain kaos, kain, sutera, kain mori..
3) Transportasi yang lancar agar memperlancar dalam proses transprtasi maka pihak pengrajin telah menyediakan 3 pick up sebagai alat transportasi.
4) Mekanisme yang cepat**,** pemesanan pelanggan dilakukan dengan cepat sesuai dengan yang dinginkan oleh pelanggan.

3. Faktor Penghambat dari Proses Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban

a. Hambatan Pelaksanaan Strategi Pengembangan Pasar

Yang menjadi penghambat dari pelaksanaan strategi pengembangan pasar adalah:

1) Persaingan antar pengrajin batik tulis dimana pengrajin di luar sentra juga memproduksi produk yang sejenis dengan harga yang relatif lebih murah.
2) Dikarenakan lambatnya pembayaran pelanggan.
3) Sulitnya pencarian daerah pemasaran.

b. Hambatan Pelaksanaan Strategi Pengembangan Produk Baru

Yang menjadi penghambat dari pelaksanaan strategi pengembangan produk baru adalah:

1) Adakalanya bahan penunjang tidak tersedia/habis
2) Tenaga kerja yang enggan mengerjakan membatiknya kain yang terlalu rumit

3) Biaya pembuatan produk baru relatif tinggi.

4. Solusi Pemecahan dari Hambatan dari Proses Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban

a. Pemecahan dari hambatan Pelaksanaan Strategi Pengembangan Pasar

Dari hambatan yang ada pada pelaksanaan strategi pengembangan pasar antara lain:

1) Untuk persaingan pasar terutama mengenai harga produk lain yang lebih murah, maka pengrajin menghitung kembali biaya produk tersebut kemudian menstandarkan harganya,
2) Untuk mencari daerah pemasaran dilakukan dengan segera mengirim produk baru jika pesanan berkurang.

b. Pemecahan dari hambatan Pelaksanaan Strategi pengembangan produk baru

Adapun yang menjadi penghambat dalam strategi ini adalah antara lain:

1) Bahan penunjang yang tidak tersedia/habis maka para pengrajin batik mengganti dengan bahan yang lain akan tetapi minta persetujuan konsumen/pemesan.
2) Tenaga kerja yang enggan mengerjakan model batik dengan kain yang jatuh maka para pengrajin mencoba memberikan masukan-masukan kepada para tenaga kerja bahwa model natik dengan kain jatuh itu laku dengan cepat dipasaran.

3) Biaya pembuatan produk baru relatif tingga, perusahaan mengkalkulasikan harga pembuatan dengan mempertimbangkan kualitas yang tinggi.

5. Peran Serta Pemerintah dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah

Faktor pendukung dari upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek kabupaten Tuban antara lain adalah:

1) Antusiasnya pengrajin dalam mengikuti programnya INDAGKOP seperti halnya dalam pelatihan pembuatan batik, dari para pengrajin sangat antusias dalam mengikuti pelatihan itu, ini bisa ditunjukkan dengan banyaknya pengrajin yang mengikuti pelatihan.
2) Mendapatkan dukungan dari pihak Lembaga swadaya masyarakat kabupaten Tuban yang menawarkan kerjasama dari pihak INDAGKOP telah bekerjasama dengan Lembaga Swadaya Masyarakat dalam pendampingan pada pengrajin batik tulis gedog di desa Jarorejo kecamatan Kerek Kabupaten Tuban.

Faktor penghambat dari upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog di Desa Jarorejo kecamatan Lerek Kabupaten Tuban adalah

1) Kualitas sumber daya manusia yang masih sangat lemah ini yang menjadi penghambat yang paling mendasar meskipun pemerintah sudah berusaha

maksimal akan tetapi dari pihak pengrajin tidak bisa membuat model batik yang lain.

2) Belum ada peralatan yang modern, kenyataanya pengrajin batik tulis gedog ini masih memakai alat-alat tradisional maka disini INDAGKOP masih mengusahakan untuk menyediakan peralatan yang lebih baik dari yang sekarang dipakai.

Adanya hambatan-hambatan dari upaya pemerintah di atas, maka pemerintah telah mempunyai langkah-langkah untuk memecahkan permasalahan tersebut yaitu antara lain:

1) Pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas, selama ini yang telah dilakukan oleh pihak INDAGKOP yaitu melakukan komunikasi dengan pihak pengrajin, apa-apa yang menjadi kendala dalam proses pembuatan batik tulis gedog dalam pengembangannya, dengan itu pihak pemerintah memberikan jalan pemecahannya, selain itu setiap 3 bulan sekali pemerintah mengadakan pelatihan-pelatihan dalam proses pembuatan batik.
2) Menyediakan peralatan yang sesuai dengan perkembangan zaman, usaha pemerintah yang telah dilakukan selama ini mengajukan dana ke daerah untuk menyediakan peralatan yang dibutuhkan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kec. Kerek Kab. Tuban

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

b. Pelaksanaan strategi pengembangan produk baru diterapkan oleh para pengrajin batik tulis gedog memiliki alasan yaitu: 1) Untuk menyesuaikan dengan selera konsumen yang cenderung berubah-ubah, 2) Pengrajin batik tulis gedog desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban ingin di arena pemasaran produknya tampil beda dibanding dengan batikan dari daerah lain

c. Peran serta pemerintah dalam pengembangan usaha kecil menengah dalam hal pembinaan antara lain: 1) mempertahankan dan mengembangkan produk batik

tulis gedog, 2) Pengembangan produk batik tulis gedog yang mengarah pada peningkatan nilai tambah yang tinggi atau pengembangan ke sektor yang lebih modern, 3) Pengembangan penggunaan zat pewarna yang berasal dari tumbuh-tumbuhan atau pewarna alami secara efektif sebagai pengganti zat pewarna sintetis.

2. Faktor Pendukung dalam proses pengembangan usaha Sentra pengrajin Batik tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

a. Faktor pendukung dari pelaksanaan strategi pengembangan pasar yaitu: 1) banyaknya peminat terhadap hasil batik tulis gedog, 2) mempunyai stock bahan baku yang cukup sehingga mempunyai kemudahan untuk memproduksi barang yang harus dibatik., 3) memiliki SDM yang handal, sehingga melahirkan tangan-tangan yang kreatif.
b. Faktor Pendukung dari pelaksanaannya strategi pengembangan produk baru yaitu: 1) Mempunyai pelanggan yang tetap, 2) Tersedianya bahan dasar, 3) Transportasi yang lancar, 4) Mekanisme yang cepat.
c. Faktor pendukung dari upaya pemerintah dalam pengembangan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog yaitu: 1)Antusiasnya pengrajin dalam mengikuti programnya INDAGKOP, 2) Mendapatkan dukungan dari pihak Lembaga swadaya masyarakat kabupaten Tuban.

3. Faktor Penghambat dan solusi pemecahannya dalam proses pengembangan usaha Sentra pengrajin Batik tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

a. Faktor penghambat dari pelaksanaannya strategi pengembangan pasar yaitu: 1) Persaingan antar pengrajin batik tulis dimana pengrajin di luar sentra juga memproduksi produk yang sejenis dengan harga yang relatif lebih murah, 2) Dikarenakan lambatnya pembayaran pelanggan, 3) Sulitnya pencarian daerah pemasaran.

Solusi pemecahan dari hambatan yang ada adalah: 1) Untuk persaingan pasar terutama mengenai harga produk lain yang lebih murah, maka pengrajin menghitung kembali biaya produk tersebut kemudian menstandarkan harganya, 2) Untuk mencari daerah pemasaran dilakukan dengan segera mengirim produk baru jika pesanan berkurang.

b. Faktor penghambat dari Pelaksanaannya Strategi Pengembangan Produk Baru yaitu: 1) Adakalanya bahan penunjang tidak tersedia/habis, 2) Tenaga kerja yang enggan mengerjakan membatiknya kain yang terlalu rumit, 3) Biaya pembuatan produk baru relatif tinggi.

Solusi pemecahan dari hambatan yang ada adalah: 1) Bahan penunjang yang tidak tersedia/habis maka para pengrajin batik mengganti dengan bahan yang lain akan tetapi minta persetujuan konsumen/pemesan, 2) Tenaga kerja yang enggan mengerjakan model batik dengan kain yang jatuh maka para pengrajin mencoba memberikan masukan-masukan kepada para tenaga kerja bahwa model natik dengan kain jatuh itu laku dengan cepat dipasaran, 3) Biaya pembuatan produk baru relatif tinggi, perusahaan mengkalkulasikan harga pembuatan dengan mempertimbangkan kualitas yang tinggi.

c. Faktor penghambat dari upaya pemerintah dalam mengembangkan usaha sentra pengrajin batik tulis gedog di Desa Jarorejo kecamatan Lerek Kabupaten Tuban yaitu: 1) Kualitas sumber daya manusia yang masih sangat lemah, 2) Belum ada peralatan yang modern.

Solusi pemecahan dari hambatan yang ada adalah: 1) Pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas, 2) Menyediakan peralatan yang sesuai dengan perkembangan zaman.

B. Saran

1. Kepada Pengurus Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Selalu berusaha untuk menemukan strategi pengembangan-pengembangan yang baru lagi, peningkatan SDM yang berkualitas dan siap pakai agar bisa mempertahankan kelangsungan hidup.
2. Kepada Pemerintah Kabupaten Tuban INDAGKOP. Pemerintah harus menentukan arah pembangunan. Pemerintah daerah diperlukan campur tangannya dalam hal pengolahan, pengwasan dan pembinaan terhadap kegiatan penggalian maupun proses pengolahan agar tidak terjadi penyimpangan yang dapat mengganggu keseimbangan
3. Kepada Para Peneliti. Dalam pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk mengkaji secara ilmiah terhadap gejala-gejala ekonomi khususnya dalam Usaha Kecil dan Menengah. Dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pikiran bagi calon peneliti

yang memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dibidang UKM dan pengembangan usaha kecil.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
PUSAT PERPUSTAKAAN

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchori. 2006. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

Al-Quran Dan Terjemahanya, Mujamma' Al-Malik Fadh Li Thiba'at Mushaf Asy-Syarif Medinah Munawwaroh Po.Box 6262 Kerajaan Saudi arabiya, Tahun 1420

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arifin, H.M. *Kapita Selekta Pendidikan Islam (Islam dan Umum*). Jakarta: Bumi Aksara.

Al-Idrus, Salim. 2007. *Kewirausahaan*. Malang: UIN.

Chandra, Gregarious. 2005. *Strategi & Program Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

.....dkk 1996. *Sumber Daya Manusia Untuk Masa Depan*. Jakarta Selatan: PT Cita Putra Bangsa dan Mizan.

Http//.www.geogle. com.Bisnis dan Kewirausahaan.

Ilyas, Yaslis. 2006. *Kiat Sukses Manajemen Tim Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Irawan, M.Suparmoko.1998. *Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta: BPFE.

Irawan, Andi dan Putra, Bayu Airlangga. *Kewirausahaan UKM Pemikiran dan Pengalaman*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Kotler, Philips.2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Intan Sejati Klaten.

Kompas, 17 Desember 2007.

Longenecker, Justin G. dkk. 2001. Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: PT Salemba Empat.

Moelong, J.Lexi. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosadakarya.

Rahardjo, M. Dawan. 1997. *Pembangunan Ekonomi Nasional*. Jakarta: PT Intermasa.

Suryana. 2003. *Kemirausahaan*. Jakarta:PT Salemba Empat.

Sujdana, Nana. 1998. *Tuntutan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar baru.

Setyono, M. Eko. 2006. *Studi Tentang Pengaruh Kualitas Tenaga Kerja dan Kualitas Produk Terhadap Hasil Produksi Pada Industri Kerajinan Batik Tulis Di Desa Prunggahan Kulon Kec. Semanding Tuban.* Skripsi tidak dipublikasikan. Surabaya: UNESA.

Tri Rahayu, Iin dan Ardani, Ardi. Tristiadi. 2004. *Observasi dan Wawancara*. Bandung: Bayu Media Publishing.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*.Yogyakarta: ANDI.

Sartika Partomo, Tiktik dan Soejoedono, Abd. Rachman. 2004. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah & Koperasi*. Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1995 tentang Usaha kecil. Jakarta: Departemen Koperasi. Diperbanyak oleh Biro Bina Perekonomian.

Yusanto, M. Ismail dan Widjajakusuma. M. Karebet. 2003. *Menggagas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani

Wadsworth, Walter J. 2004. *Penetapan dan Pencapaian Sasaran*. Yogyakarta: Tugu Publisher.

Wahid, Zainul. 2005. Upaya Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Kayu Ukir di Desa Karduluk Kec. Pragaan Kab. Sumenep.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
PUSAT PERPUSTAKAAN

DEPARTEMEN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MALANG
FAKULTAS TARBIYAH
Jl. Gajayana 50 Malang Telp. (0341) 553991 Fax. (0341) 572533

BUKTI KONSULTASI

Nama : Mariyatul Qibtiyah

Nim : 04130017

Jurusan : Pendidikan IPS

Dosen Pembimbing : Samsul Susilawati M.Pd

Judul Skripsi : Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban

No.	Tanggal	Hal yang dikonsultasikan	Tanda tangan
1.	12 Januari 2008	Proposal Penelitian	1.
2.	18 Januari 2008	Persetujuan penelitian	2.
3.	1 Februari 2008	BAB I, II, III	3.
4.	7 Maret 2008	Revisi BAB I, II, III	4.
5.	25 April 2008	ACC BAB I, II, III	5.
6.	9 Mei 2008	BAB IV, V dan VI	6.
7.	30 Mei 2008	BAB I, II, III, IV, V, dan VI	7.
8.	25 Juni 2008	ACC keseluruhan	8.

Malang, 25 Juni 2008
Mengetahui,
Dekan,

Prof. Dr. H. M. Djunaidi Ghony
NIP. 150 042 031

Pedoman Interview

A. Untuk Pengurus Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog

1. Apakah sentra pengrajin Batik Tulis Gedog mengadakan pengembangan pasar/konsumen dan apa alasannya?
2. Bagaimana cara yang dilakukan oleh bapak dalam strategi pengembangan pasar?
3. Bagaimana cara pengembangan/perluasan pasar yang selama ini dilakukan oleh sentra?
4. Apa saja yang menjadi faktor pendukung terhadap strategi pengembangan pasar?
5. Bagaimana proses saluran distribusi hasil batik tulis gedog yang diterapkan oleh sentra?
6. Apa saja yang menjadi faktor penghambat terhadap strategi pengembangan pasar?
7. Bagaimana solusi pemecahan terhadap hambatan-hambatan tersebut?
8. Bagaimana alasan bapak terhadap diterapkannya strategi pengembangan produk baru?
9. Bagaimana cara pengembangan produk baru?
10. Apa saja yang menjadi faktor pendukung terhadap strategi pengembangan produk baru?
11. Apa saja yang menjadi faktor penghambat terhadap strategi pengembangan produk baru?
12. Bagaimana solusi yang telah diusahakan bapak terhadap pemecahan dari penghambat strategi pengembangan produk baru

B. Untuk Dinas INDAGKOP Kabupaten Tuban.

1. Usaha apa saja yang telah dilakukan oleh INDAGKOP, dalam proses pengembangan Sentra Usaha Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban?
2. Apa saja yang menjadi tujuan dari usaha tersebut?
3. Bagaimana bentuk-bentuk kegiatan yang diusahakan oleh INDAGKOP?
4. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dari usaha pemerintah dalam proses pengembangan Sentra Usaha Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban?
5. Apa saja yang menjadi faktor pendukung dari usaha pemerintah dalam proses pengembangan Sentra Usaha Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban?
6. Bagaimana solusi yang diusahakan INDAGKOP selama ini, terhadap pemecahan dari penghambat Bagaimana solusi yang diusahakan bapak terhadap pemecahan dari penghambat strategi pengembangan produk baru?

Data Informan

No : 1
Nama : H. M. Sholeh
Tempat Tanggal Lahir: Malang, 10 November 1958
Alamat : Desa Jarorejo Kecamatan Kerek-Tuban
Jabatan : Pimpinan Sentra

No : 2
Nama : Hari Purnomo, S.E
Tempat Tanggal Lahir: Bojonegoro, 24 Desember 1956
Alamat : Desa Beji kecamatan Jenu-Tuban
Jabatan : Kasubdin Perindustrian.

No : 3
Nama : Roesmadji
Tempat Tanggal Lahir: Lumajang, 11 Desember 1960
Alamat : Bukit Karang AA.3 Tuban
Jabatan : Staf karyawan

No : 4
Nama : Mufidah
Tempat Tanggal Lahir: Tuban, 3 Maret 1984
Alamat : Desa Jarorejo Kecamatan Kerek-Tuban
Jabatan : Pengurus Sentra

Foto-foto Peneliti Pada saat penelitian

1. Pengrajin sedang melakukan proses pembatikan

2. Proses pewarnaan pada kain yang sudah dibatik

3. Pendidihan pada batik yang sudah diwarna

4. Batik yang sudah dicuci siap dijemur

5. Penjemuran pada batik sebelum dipasarkan

6. Batik yang siap dipasarkan

7. Peneliti saat melakukan wawancara

8. Peneliti melakukan wawancara dengan Pengurus pengrajin batik

Daftar Riwayat Hidup Peneliti

1. Nama : Mariyatul Qibtiyah
2. Tempat tanggal Lahir : Tuban, 5 April 1986
3. Alamat Rumah : Jl. A. Yani No. 146 Rengel Tuban
4. Alamat Malang : Jl. Joyosuko 60A Merjosari lowokwaru Malang
5. Judul Skripsi : Pengembangan Usaha Sentra Pengrajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban
6. Graduasi Pendidikan : SDN 1 Rengel Tuban tahun 1992-1998
   SLTPN 1 Rengel Tuban tahun 1998-2001
   MAN Tambak Beras Jombang Tahun 2001-2004
7. Pengalaman Organisasi : Sekretaris ASC AHAF Malang tahun 2007-2008
   Sekretaris ORDA Tuban di Malang Tahun 2006
   Sekretaris HMJ Pendidikan IPS 2005
   Pengurus HIMMABA 2005
   Pengurus HMJ Pendidikan IPS 2006