

PERSEPSI PENGRAJIN BATIK TENTANG PENERAPAN *SELF-HELP GROUPS* DALAM RANGKA PENGUATAN SENTRA INDUSTRI BATIK

Dewi Prihatini

Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

E-mail: dewi_kawima@yahoo.com

Jalan Kalimantan 37, Kampus Bumi Tegal Boto, Jember, Jawa Timur 68121 Indonesia

Abstract

***Abstract:** The study aims to analyze the perception of the batik craftsmen toward self-help groups that had been advocated for development and strengthening the center of the batik industry in Tuban District. This study is a descriptive research. The respondents were determined by snowball sampling method consisting of 84 batik craftsmen in the batik industry. Both qualitative and quantitative research approaches were used in this study. Aside from the secondary data, the primary data was collected by ethnographic (unstructured and semi-structured interviews, and direct observation) and participatory methods (key informant interviews). The result of the study shows that the perception of the batik craftsmen toward the contribution of self-help groups for development and strengthening the center of the batik industry in Tuban District is categorized “moderate”. Therefore, improvement in the aspects of raw materials supply, technology applied, and business management in the business performance of batik industries are still needed.*

***Keywords:** perception, self-help groups, strengthening center of batik industry*

PENDAHULUAN

Dunia industri di Indonesia termasuk di dalamnya usaha industri batik menghadapi derasnya arus masuk produk dari negara lain yang akan bersaing dengan produk dalam negeri sebagai dampak dari globalisasi. Di sisi lain permasalahan klasik terkait dengan pasokan bahan baku, teknologi terapan, dan manajemen usaha masih sering ditemui dalam performa bisnis di Indonesia, seperti yang terjadi juga di industri batik. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, para pelaku usaha batik harus menerapkan suatu strategi yang mampu mendorong mereka baik secara individu, organisasi maupun perilaku kolektif masyarakat untuk melakukan perbaikan terus menerus secara mandiri dalam meningkatkan

kualitas produk yang dihasilkan dan pelayanan yang diberikan, serta perluasan akses pasar tanpa ketergantungan yang tinggi kepada pihak lain. Untuk meningkatkan kinerja bisnis, setiap pelaku usaha di sentra-sentra industri batik perlu melakukan perencanaan usaha dengan tepat. Rangkaian kegiatan usaha dapat dievaluasi dengan mengetahui seberapa efektif kegiatan-kegiatan tersebut dalam beradaptasi dengan karakteristik lingkungan yang terus berubah (Schuler dan Jackson, 1999; Sugiantoro, 2010). Dengan demikian jaringan usaha yang kuat di antara mereka sendiri, komunitas pengusaha lokal, maupun dengan lembaga terkait sangat diperlukan.

Oleh karena itu, pemerintah berinisiatif memfasilitasi kegiatan yang mendorong pertumbuhan di sektor riil, salah satunya adalah dengan penguatan sentra-sentra industri, termasuk di antaranya adalah sentra industri batik di Kabupaten Tuban, Provinsi Jawa Timur. Pengembangan/penguatan sentra industri merupakan alternatif pendekatan yang efektif untuk membangun keunggulan daya saing industri khususnya dan pembangun-an daerah (*regional development*) pada umumnya. Penguatan sentra industri batik di Kabupaten Tuban dimaksudkan sebagai langkah awal dibentuknya klaster industri batik. Pembentukan klaster batik ini didasarkan pada keyakinan bahwa pendekatan klaster dinilai strategis karena bersifat terintegrasi, meningkatkan daya saing dan lebih menguntungkan, tidak hanya dalam rangka efisiensi biaya tetapi juga bagi pengembangan ekonomi wilayah. Namun demikian, klaster industri di Indonesia umumnya belum berkembang, walaupun masih potensial untuk dikembangkan. Merujuk pada kondisi klaster yang umum ada di Indonesia, klaster pemula yang sesuai untuk dibentuk adalah berawal dari sentra-sentra yang dihubungkan dengan pola klaster misalnya sentra bahan baku, sentra produksi, sentra pemasaran, dan faktor terkait lainnya. Sentra industri batik dimaksud berpotensi untuk menciptakan lapangan kerja yang pada akhirnya mempunyai kontribusi positif dalam pembangunan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Self-help groups (SHGs) merupakan salah satu strategi yang diterapkan dalam rangka penguatan Usaha Kecil dan Menengah (UKM), seperti pada kegiatan usaha yang ada di sentra industri batik di Kabupaten Tuban Provinsi Jawa Timur. Dalam proses penerapannya, *SHGs* mendasarkan pada tiga asumsi, yaitu bahwa: (1) setiap orang mampu memberikan kontribusi pada grup, (2) setiap orang memiliki kewenangan mutlak terkait kebutuhan pribadinya, dan (3) komunikasi dilakukan dengan cara saling terbuka dan jujur untuk membangun kekompakan grup. Sebagai sebuah strategi, *SHGs* di sentra industri batik Tuban mengarah pada pembentukan kelompok-kelompok pengrajin batik agar mereka mampu mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan baik tujuan ekonomi maupun sosial. Setiap kelompok beranggotakan 15 sampai 20 orang pengrajin batik, kebanyakan adalah kaum perempuan. Penerapan *SHGs* ini diharapkan akan mampu memberdayakan para pengrajin batik dalam hal peningkatan kemandirian, kemampuan dalam proses pengambilan keputusan, kepemimpinan, dan standard hidup. *SHGs* harus merupakan upaya berkelanjutan yang dilakukan secara kolaboratif oleh para pengrajin batik itu sendiri, pengusaha batik dan lembaga-lembaga terkait dalam rangka peningkatan pengetahuan yang berkaitan dengan pengembangan usaha dan bagaimana mempertahankan kesuksesan yang telah dicapai. Upaya berkelanjutan tersebut di antaranya dengan cara menjadikan sentra industri batik yang fleksibel dalam penyesuaian proses produksi utamanya serta memiliki ketergantungan yang kecil pada bahan baku impor, sumber pendanaan kredit, dan permintaan pasar lokal.

Para pengrajin batik memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan dari penerapan *SHGs* karena mereka menjalankan aktivitas produksi yang paling vital dari keseluruhan proses produksi. Seperti kita ketahui bahwa alasan pertama konsumen tertarik membeli produk batik ditentukan dari desain atau motif batik yang dihasilkan oleh para pengrajin batik. Berangkat dari pemikiran tersebut, persepsi pengrajin batik terhadap penerapan *SHGs* akan menjadi informasi penting yang bisa digunakan untuk pengembangan usaha industri batik dan peningkatan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan agar industri batik dapat terus bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Persepsi adalah suatu proses di mana seseorang melakukan pemilihan, penerimaan, pengorganisasian, dan penginterpretasian atas informasi yang diterimanya dari lingkungan (Schiffman & Kanuk, 2004: 137). Pendapat yang hampir sama dikemukakan oleh Simamora (2002:102) bahwa persepsi seseorang merupakan suatu proses di mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan stimuli ke dalam suatu gambaran dunia yang berarti dengan menyeluruh. Karena merupakan suatu proses kognitif yang dialami oleh setiap orang dalam memahami informasi tentang lingkungannya, setiap orang akan memiliki persepsi, kepribadian, dan pengalaman hidup yang berbeda satu sama lain (Hardjo, 2005). Sebagai sebuah strategi yang dapat digunakan untuk memberdayakan para pengrajin batik, *SHGs* lebih merupakan suatu dorongan untuk menumbuhkan keyakinan kepada pelaku usaha di industri batik dan lembaga terkait bahwa mereka mampu berkembang secara mandiri. Pengembangan yang dimaksud berkaitan dengan pendayagunaan sumber daya yang dimiliki baik di level individual (pengrajin batik), organisasi maupun perilaku kolektif masyarakat. Ketiga aspek tersebut (individual, organisasi, dan perilaku kolektif masyarakat) dapat dikembangkan melalui implementasi kebijakan-kebijakan yang memiliki dampak pada kelangsungan hidup dan pertumbuhan usaha industri batik yaitu meliputi peningkatan kemampuan manajemen organisasi, penempatan sumber daya manusia dan material sebagai suatu investasi vital, serta penguatan kolektivitas masyarakat setempat (Grimm, 1999). *SHGs* mengajarkan kepada para pengrajin batik untuk mampu secara mandiri membangun jaringan kerjasama dan koordinasi yang kuat di antara mereka dalam satu sentra industri batik maupun dengan organisasi/lembaga terkait. Pendekatan ini lebih mudah untuk diterapkan karena yang dibutuhkan adalah peningkatan kapabilitas personal para pengrajin batik dan komitmen bersama dalam sebuah organisasi. Dengan pertimbangan-pertimbangan tersebut maka secara teoritis *SHGs* untuk para pengrajin batik lebih sesuai untuk diterapkan di sentra industri batik karena sifat produksinya yang padat karya.

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mendeskripsikan persepsi dari pengrajin batik berkaitan dengan penerapan *SHGs*, kontribusi, kerugian, dan kendala yang dirasakan di sentra industri batik di Kabupaten Tuban Provinsi Jawa Timur; (2) mengidentifikasi permasalahan yang muncul dalam penerapan *SHGs*, dan (3) memformulasikan cara-cara yang bisa dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada.

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai persepsi para pengrajin batik terkait dengan penerapan *SHGs* dalam rangka penguatan sentra industri batik di Kabupaten Tuban ini menggunakan pendekatan kuantitatif (Neuman, 2003) yang bersifat deskriptif (Prasetyo dan Jannah, 2005). Data primer dikumpulkan dengan metode *ethnographic* (wawancara terstruktur dan tidak terstruktur dikombinasikan dengan metode observasi langsung) dan *in-depth interviews* (*focus group discussions* dan *key informant interviews*). Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan dan Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Kabupaten Tuban juga membantu menyediakan data sekunder seperti data historis program pemberdayaan usaha batik, perkembangan produksi, laporan rutin, hasil evaluasi, dan kondisi sosial ekonomi masyarakat pengrajin batik di wilayah tersebut. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif meliputi frekuensi, persentase, rata-rata, standar deviasi, dan interval.

Pemilihan sentra industri batik di Kabupaten Tuban sebagai lokasi penelitian dibandingkan dengan sentra industri batik yang lain dikarenakan adanya: (1) keterlibatan pemerintah daerah; (2) investasi yang signifikan pada sumberdaya lokal (walaupun tidak berarti melarang untuk menggunakan sumberdaya dari luar wilayah); dan (3) pengawasan terhadap kegiatan usaha sebagai bagian dari pelaksanaan strategi *SHGs* dalam upaya peningkatan kemandirian usaha. Sentra industri batik di Kabupaten Tuban merupakan sekumpulan usaha kecil yang telah mampu menembus pasar nasional dan internasional yang diharapkan bisa berdampak positif untuk meningkatkan

ekonomi masyarakat. Usaha sentra industri batik tulis yang unik yaitu “Batik 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.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *snowball sampling* di wilayah kecamatan yang teridentifikasi-kasi merupakan tempat tinggal sebagian besar pengrajin batik. Metode *snowball sampling* digunakan karena kurangnya data yang valid tentang kelompok pengrajin batik di instansi terkait. Hal ini salah satunya disebabkan karena pada umumnya para pengrajin batik merupakan pekerja lepas dan tidak terikat pada satu usaha batik saja sehingga penentuan sampel dilakukan berdasarkan informasi yang diperoleh dari beberapa pengusaha batik dan ketua kelompok pengrajin batik. Sebanyak 84 pengrajin batik dari empat kecamatan (Kerek, Semanding, Palang, dan Tuban) terpilih sebagai responden. Distribusi sampel penelitian dari masing-masing kecamatan ditunjukkan pada Tabel 1 di mana jumlah responden terbanyak berasal dari Kecamatan Kerek yaitu 36 pengrajin batik atau sebanyak 42,86 persen dari total responden yang berjumlah 84 orang. Produk batik yang terkenal dan merupakan ciri khas batik dari Kabupaten Tuban adalah batik tulis gedog. Kecamatan Kerek dikenal sebagai daerah penghasil utama kerajinan batik tulis gedog dan merupakan daerah asal kain gedog itu sendiri.

Tabel 1. Distribusi Sampel Penelitian

Kecamatan	Jumlah	
	n	%
Tuban	16	19,05
Kerek	36	42,86
Semanding	18	21,43
Palang	14	16,66
Total	84	100

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selain dikenal sebagai salah satu kota ziarah Walisanga di Jawa Timur karena terdapat makam Sunan Bonang dan Gua Akbar, Kabupaten Tuban juga dikenal dengan batik gedog-nya. Batik gedog memiliki kekhasan tersendiri yaitu tingginya nilai estetika yang ditampilkan juga kandungan nilai budaya yang tampak jelas. Batik gedog merupakan satu-satunya batik di Indonesia yang paling khas dan unik. Sejarah mencatat bahwa batik gedog mulai dikenal sejak era Kerajaan Majapahit sekitar abad ke-14, seiring dengan ditetapkannya Tuban sebagai kota maritim pada tahun 1293.

Proses kerajinan batik gedog dimulai dari bahan kain yang digunakan untuk membatik yang dipintal langsung dari kapas. Proses selanjutnya, gulungan kapas kemudian dipintal menjadi benang, lalu ditunen, dan setelah jadi selebar kain kemudian baru dibatik. Batik ini kemudian disebut Batik Gedog. Gedog diambil dari bunyi “dog-dog” yang berasal dari alat untuk menenun batik. Perajin batik di Tuban memiliki ketrampilan yang diperoleh secara turun temurun dalam membatik pada kain tenun. Proses pembuatan batik gedog Tuban butuh waktu sekitar tiga bulan karena harus melewati proses panjang mulai dari memintal benang, menenun, membatik dan pewarnaan dengan bahan alami. Metode pembuatannya masih menggunakan cara-cara tradisional dan usahanya masih berskala industri rumahan.

Meskipun batik Tuban telah berhasil memasuki pasar internasional, hal tersebut bukan merupakan inisiatif dari para pengusaha lokal tetapi dilakukan oleh para pedagang dan eksportir di luar komunitas masyarakat penghasil batik. Di sisi lain, masih banyak konsumen diluar Kabupaten Tuban, seperti di Bali dan Yogya yang tidak mengetahui bahwa batik yang mereka beli diproduksi dan didesain oleh para pengrajin batik dari Kabupaten Tuban. Hal ini disebabkan biasanya pengusaha batik di Tuban hanya menerima pesanan kain batik sedangkan merek produk masih menggunakan merek si pemesan.

Data di Kantor Dinas Perekonomian dan Pariwisata Bidang Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tuban menunjukkan bahwa terdapat 12 sentra industri batik yang tersebar di 12 desa di Kabupaten Tuban (satu desa satu sentra batik). Jumlah pengrajin batik terbesar berada di Kec. Kerek yaitu 215 pengrajin yang terdapat di Ds.Gaji, Ds. Jatirejo, Ds. Margorejo, Ds. Karanglo, Ds. Kedungrejo seperti terlihat pada Tabel 2 berikut ini. Namun demikian data tentang jumlah pengrajin dalam tabel tersebut hanya digunakan sebagai perkiraan awal saja karena memiliki perbedaan ketika dilakukan pengam-bilan data lapang. Menurut ketua kelompok pengrajin batik, banyak pengrajin batik yang pekerjaan utamanya di sektor pertanian dan masih menjadikan aktivitas mem-batik hanya sebagai pekerjaan sambilan saja ketika sedang tidak bekerja di sawah/kebun. Kondisi ini menyebabkan data tentang pengrajin batik sering berubah.

Tabel 2. Sentra Industri Batik di Kabupaten Tuban Tahun 2010

No.	NAMA SENTRA	DESA	KECAMATAN	JUMLAH PENGRAJIN
1.	Batik Gedog	Ds. Gaji	Kerek	54
2.	Batik Gedog	Ds. Jarorejo	Kerek	24
3.	Batik Tulis	Ds. Karang	Semanding	55
4.	Batik Tulis	Ds. Gesikharjo	Palang	40
5.	Batik Tulis	Ds. Sumurgung	Tuban	59
6.	Batik Tulis	Ds. Margorejo	Kerek	109
7.	Batik Tulis	Ds. Prunggahan	Semanding	23
8.	Batik Tulis	Ds. Karanglo	Kerek	20
9.	Batik Tulis	Ds. Semanding	Semanding	18
10.	Batik Tulis	Ds. Kedungrejo	Kerek	8
11.	Batik Tulis	Ds. Sugiharjo	Tuban	20
12.	Batik Tulis	Ds. Bejagung	Tuban	20

Sumber: Dinas Perekonomian dan Pariwisata Bidang Perindag Kab.Tuban, 2010

Mayoritas usaha mikro dan kecil yang ada dalam sentra atau klaster industri batik di Kabupaten Tuban memiliki kesamaan seperti kebanyakan UKM yang ada di Indonesia, seperti dijelaskan oleh Kyermaten (1993:6):

1. Usaha mikro dan kecil penghasil batik rata-rata merupakan usaha keluarga, didirikan dengan mengandalkan modal patungan dari kawan dekat atau sanak keluarga.
2. Pemilik usaha dan pengelola (pihak manajemen) sering merupakan orang yang sama (satu orang) sehingga memiliki kekuasaan absolut dan kontrol atas semua isu terkait dengan aktivitas bisnis.
3. Kekayaan pribadi dan keluarga menjadi satu-satunya sumber modal sendiri, dan sebaliknya nilai kreditnya rendah sehingga menghambat pengembangan usaha.
4. Kompetensi manajerial pada umumnya belum dianggap sebagai sesuatu yang penting bagi pemilik usaha dan hanya berdasarkan inisiatif dan ketrampilan yang dimiliki.
5. Teknologi yang digunakan kebanyakan masih tradisional, kurang efisien, dan pemanfaatannya juga masih belum maksimal.
6. Sebagian besar pengusaha batik hanya memproduksi untuk pemenuhan pasar lokal; sangat jarang yang berorientasi ekspor.
7. Akses terhadap fasilitas kredit dari lembaga keuangan sangat terbatas.

Data deskriptif responden pada Tabel 3 berikut menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian yaitu 63,10 persen berada pada usia produktif (31 – 40 tahun), 23,8 persen usia 41 – 50 tahun dan hanya 3,6 persen yang berusia di atas 50 tahun. Pada usaha kerajinan batik ini, peran perempuan sangat dominan dengan 82,10 persen dibanding laki-laki yang hanya 17,9 persen. Dalam hal latar belakang pendidikan, rata-rata responden mengikuti pendidikan formal selama 8,95 tahun atau hanya mengenyam pendidikan sampai kelas 2 Sekolah Menengah Pertama (SMP). Pengalaman berorganisasi responden rata-rata kurang dari dua tahun (1,87 tahun) dan hanya se-perempatnya (21 orang) yang memiliki pengalaman organisasi lebih dari 3 tahun. Sedangkan rata-rata pengalaman mereka sebagai pembatik adalah selama 12 tahun.

Para pembatik dalam hal ini lebih mengedepankan pengalaman dan pengetahuan membatik yang mereka peroleh secara turun temurun. Kreativitas dan inovasi mereka dalam membatik seperti desain dan teknik pewarnaan kurang mampu mengikuti perkembangan zaman di mana tingkat persaingan dalam industri batik ini semakin tajam. Tuban sebagai salah satu gerbang perdagangan Indonesia dengan China dan Timur Tengah, menyebabkan motif batik yang berkembang sangat dipengaruhi budaya Jawa, Hindu, China, dan Islam. Walaupun dalam perkembangannya muncul corak baru, motif batik gedog tidak akan lepas dari burung hong, guci, padi kapas, daun babar, dan barongsai.

Tabel 3. Karakteristik *Socio-demographic* Responden di Sentra Industri Batik Kabupaten Tuban

Karakteristik	Jumlah (N = 84)	
	n	%
Usia responden (tahun)		
Di bawah 30	8	9,5
31 – 40	53	63,1
41 – 50	20	23,8
Di atas 50	3	3,6
Rata-rata	37,37	
Jenis Kelamin		
Perempuan	69	82,1
Laki-laki	15	17,9
Tingkat Pendidikan (lama tahun)		
Tidak sekolah (0)	0	0,0
Sekolah Dasar (1 - 6)	30	35,7
SMP (7 – 9)	29	34,5
SMA (10 – 12)	21	25,0
Universitas (13 – 16)	4	4,8
Rata-rata	8,95	

Tabel 3. (Lanjutan)

Karakteristik	Jumlah (N = 84)	
	n	%
Pengalaman dalam Organisasi Masyarakat (tahun)		
Tidak pernah bergabung	15	17,8
Kurang dari 1 tahun	12	14,3
1 – 2 tahun	36	42,9
3 – 4 tahun	12	14,3
Lebih dari 5 tahun	9	10,7
Rata-rata	1,87	
Pengalaman Membatik (tahun)		
Kurang dari 5 tahun	0	0,0
5 – 10 tahun	42	50,0
11 –15 tahun	22	26,2
Lebih dari 15 tahun	20	23,8
Rata-rata	12,08	

Sumber: Data diolah

Meskipun industri batik di Kabupaten Tuban didominasi oleh usaha mikro dan kecil, industri batik ini telah cukup lama memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap perekonomian di Kabupaten Tuban. Namun demikian, bukan berarti industri ini tidak menghadapi permasalahan serius berkaitan dengan peningkatan produktivitas usahanya. Kondisi ini membutuhkan perhatian khusus karena berhubungan dengan peningkatan kesejahteraan para pelaku usaha dan seluruh pengrajin batik yang hidupnya bergantung pada industri batik ini. Untuk itu dibutuhkan strategi *SHGs* yang dimulai dengan pembentukan kelompok-kelompok pengrajin batik dengan jumlah anggota berkisar antara 15 sampai 20 orang.

Pembentukan kelompok pengrajin batik merupakan bagian proses yang penting dari penerapan strategi *SHGs* ini sehingga pemberdayaan pada kelompok peng-rajin akan memiliki dampak positif di seluruh level baik individu, organisasi, dan aktivitas kolektif masyarakat. Pada prinsipnya strategi *SHGs* mengajarkan pada para pembatik di masing-masing kelom-pok agar memiliki kemampuan untuk mandiri dan tidak tergantung pada bantuan pemerintah atau pihak lain, mampu meningkatkan kualitas produk seperti peningkatan pengetahuan akan teknik membatik yang mutakhir, kemampuan dalam proses pengambilan keputusan, kepemimpinan, dan peningkatan standar hidup yang layak.

Tabel 4 berikut menjelaskan persepsi responden terhadap peran berbagai lembaga terkait seperti pemerintah daerah, lembaga swadaya masyarakat, lembaga keuangan, lembaga penelitian, dan sektor swasta/perusahaan dalam penerapan strategi *SHGs*. Peran penting lembaga-lembaga tersebut diharapkan dapat mempercepat keberhasilan dari strategi *SHGs* sehingga kelompok-kelompok pengrajin batik dapat segera bangkit dengan kekuatan mereka sendiri. Sikap dan motivasi pengrajin untuk mengem-bangkan usaha batik juga dijelaskan dalam tabel tersebut.

Memasuki abad ke-21, konsep Pemberdayaan Ekonomi Lokal (PEL) dengan *SHGs* menjadi strategi yang cukup dominan diterapkan di berbagai wilayah (World Bank, 2003). Pemerintah daerah, sektor swasta, lembaga swadaya masyarakat, dan kelompok masyarakat yang menjadi sasaran merupakan pelaku utama dalam proses pemberdayaan. Namun demikian fakta di lapangan menunjukkan bahwa proses penerap-an *SHGs* ini dilaksanakan dengan cara-cara instan sehingga sering masih bersifat *top-down, macro-level perspective*, dan kurang efektif dalam menciptakan pertumbuhan (Grimm, 1999). Persepsi yang diperoleh dari penelitian ini memberikan gambaran yang hampir sama. Menurut responden, lembaga swadaya masyarakat dan lembaga penelitian (perguruan tinggi) belum berkontribusi nyata dalam implemen-tasi program *SHGs* sehingga peran kedua lembaga tersebut tidak dimasukkan lagi dalam analisis dan pembahasan selanjutnya.

Tabel 4. Karakteristik *Socio-psychological* Responden di Sentra Industri Batik Kabupaten Tuban

KARAKTERISTIK	Jumlah (N = 84)	
	N	%
Peran Pemerintah Daerah		
Bagus (> 33)	0	0
Sedang (21 – 33)	53	63.1
Jelek (< 21)	31	36.9
Rata-rata	21.30	
Peran Lembaga Keuangan		
Bagus (> 14.66)	1	1.2
Sedang (9.33 – 14.66)	71	84.5
Jelek (< 9.33)	12	14.3
Rata-rata	11.0	
Peran Sektor Swasta (Perusahaan Besar)		
Bagus (> 14.66)	0	0
Sedang (9.33 – 14.66)	65	77.4
Jelek (< 9.33)	19	22.6
Rata-rata	10.71	
Sikap terhadap SHGs		
Memuaskan (> 44)	21	25.0
Biasa (28 – 44)	63	75.0
Tidak memuaskan (< 28)	0	0
Rata-rata	42.65	
Motivasi untuk meningkatkan usaha		
Tinggi (> 14.66)	56	66.7
Sedang (9.33 – 14.66)	28	33.3
Rendah (< 9.33)	0	0
Rata-rata	14.90	

Sumber: Data diolah

Lebih dari separuh dari responden (63,1%) menyatakan bahwa peran pemerintah daerah baru dalam kategori “sedang” dan sisanya (36,9%) menyatakan “rendah”. Beberapa kali pemerintah daerah berinisiatif melakukan upaya pemberdayaan kepada para pengrajin namun terkesan tidak dengan perencanaan matang. Peran pemerintah daerah dalam hal ini diukur dari aspek kebijakan dan program pengembangan berbasis kebutuhan lokal, implementasi *SHGs* dalam penciptaan wirausaha-wirausaha baru dalam industri batik, alokasi anggaran bagi pengembangan UKM, penguatan kapasitas dan kualitas produksi batik lokal, peningkatan partisipasi pengrajin batik, penyelenggaraan pelatihan secara reguler, promosi produk batik lokal, dan pengembangan jaringan usaha.

Persepsi yang sama juga disampaikan berkaitan dengan peran lembaga keuangan dan perusahaan besar. Mayoritas responden yaitu 84,5 persen dan 77,4 persen mengatakan bahwa peran lembaga keuangan dan perusahaan besar masih dalam kategori “sedang”. Persepsi umum yang mengemuka dari hasil analisis adalah lembaga keuangan sering hanya mengatakan bahwa sebagian besar UKM tidak *bankable* sehingga mereka sulit untuk mengakses pendanaan dari sektor perbankan tanpa memberi solusi misalnya dengan mengadakan pelatihan agar pelaku usaha di industri batik ini mampu dalam bidang manajemen keuangan, akuntansi, dan pencatatan usaha. Di pihak lain, peran dan kontribusi perusahaan besar belum maksimal dalam membuka pasar industri batik yang lebih luas di luar wilayah Kabupaten Tuban.

Sikap pengrajin batik dengan diterapkannya *SHGs* belum seperti yang diharapkan di mana hanya 25 persen dari responden yang puas sedangkan 75 persen dari responden menyatakan bahwa strategi *SHGs* belum mampu memberikan manfaat nyata dalam meningkatkan usaha batik mereka. Selama ini para pengrajin juga cenderung menjalankan usaha secara individu dan enggan untuk bekerja sama dengan pengrajin yang lain. Namun demikian, dengan tidak adanya responden yang menyatakan tidak puas terhadap penerapan *SHGs* mengindikasikan bahwa program ini mulai bisa diterima dan dirasakan manfaatnya oleh para pengrajin walaupun butuh waktu untuk meyakinkan mereka

akan pentingnya bekerja sama dalam satu kelompok untuk meningkatkan posisi tawar (*bargaining position*) dalam persaingan usaha.

Terkait dengan motivasi pengrajin dalam meningkatkan industri batik yang ada terutama dalam hal respon terhadap kebutuhan pasar, jaringan usaha dalam sentra industri batik, dan peningkatan kapasitas usaha, dari 84 responden, 61,9 persen memiliki motivasi sedang, 34,5 persen memiliki motivasi tinggi, dan 3,6 persen yang motivasinya rendah. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata responden cukup bersemangat untuk berpartisipasi dalam progrm *SHGs* guna meningkatkan kapasitas individunya dalam menjalankan usaha dibidang industri batik ini dan untuk membangun masyarakat yang lebih maju dan sejahtera secara ekonomi.

Kontribusi, kerugian, dan kendala yang muncul dalam penerapan strategi *SHGs* dijelaskan pada Tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Profil Kontribusi, Kerugian, dan Kendala dalam Penerapan *SHGs* di Industri Batik di Kabupaten Tuban

Variabel	Total (N = 84)	
	N	%
Kontribusi		
Tinggi (> 22)	23	27,4
Moderat (14 - 22)	61	72,6
Rendah (< 14)	0	0
Kerugian		
Tinggi (> 18.34)	24	28,6
Moderat (11.67 – 18.34)	59	70,2
Rendah (< 11.67)	1	1,2
Kendala		
Keterbatasan akses kredit	31	36,9
Permintaan yang tidak ada atau tidak stabil	23	27,4
Kapabilitas manajerial yang kurang	17	20,2
Tenaga kerja dengan <i>skill</i> rendah	13	15,48

Sumber: Data diolah

Berdasarkan persepsi responden yang tercermin pada jawaban atas pertanyaan pada kuesioner yang diajukan, tidak ada responden (0 persen) yang menyatakan bahwa penerapan *SHGs* ini kontribusinya rendah dalam penguatan sentra industri batik di Kabupaten Tuban. Sebanyak 72,6 persen responden menyatakan bahwa penerapan *SHGs* pada klaster industri batik usaha batik di Kabupaten Tuban telah mampu memberikan kontribusi yang moderat (layak) bagi pembangunan ekonomi wilayah, dan 27,4 persen yang menyatakan sudah memiliki kontribusi tinggi. Hasil ini menjelaskan bahwa penerapan dari strategi *SHGs* sudah cukup dirasakan dampak positifnya oleh para pengrajin batik walaupun masih terdapat ruang yang sangat luas untuk terus dilakukannya perbaikan agar bisa memberikan kontribusi yang lebih nyata dan langsung dirasakan oleh para pengrajin batik. Kontribusi yang dimaksud antara lain penciptaan lapangan kerja baru, terbukanya kesempatan untuk melanjutkan pendidikan formal, akses kesehatan yang lebih baik, peningkatan nutrisi keluarga, kemampuan pengambilan keputusan, dan berpotensi untuk menambah pendapatan keluarga serta ekonomi lokal.

Selain memberikan kontribusi positif, penerapan *SHGs* juga memiliki dampak negatif yang menyebabkan kerugian, seperti ancaman terjadinya pencemaran air sebagai dampak dari proses pewarnaan kain batik yang semakin meningkat sejalan dengan meningkatnya aktivitas usaha batik. Potensi terjadinya pencemaran air ini dikarenakan hampir semua proses pengerjaan pesanan batik baik dari pengusaha atau pedagang batik dilakukan di rumah masing-masing dengan maksud agar urusan domestik (pekerjaan rumah tangga) para pengrajin tidak ditinggalkan. Karena proses produksi mereka lakukan di rumah dan mereka tidak memiliki sistem pembuangan limbah yang baik dan terstandart maka sangat mungkin air bekas pewarnaan akan meresap ke tanah dan mencemari air sumur yang mereka gunakan untuk kegiatan sehari-hari. Kerugian lain yang mungkin muncul adalah adanya potensi konflik dengan sektor yang lain yaitu berubahnya orientasi pekerjaan dari sektor pertanian ke industri batik sehingga ketahanan pangan di Kabupaten Tuban menjadi taruhannya. Namun demikian data pada Tabel 4 menjelaskan bahwa dampak kerugian yang mereka rasakan masih dalam

taraf moderat di mana 70,2 persen responden mengatakan bahwa kerugian yang ditimbulkan atas penerapan *SHGs* ini masih bisa mereka terima dan tidak sampai mengganggu aktivitas usaha yang mereka jalankan dan juga kegiatan mereka sehari-hari.

Dari beberapa kendala dalam penerapan *SHGs* yang teridentifikasi, keterbatasan akses kredit dari lembaga keuangan menduduki posisi teratas (36,9 persen). Hal ini mengindikasikan bahwa walaupun secara bisnis kegiatan usaha yang mereka jalankan sudah menguntungkan (*feasible*) karena terbukti sudah mampu membantu ekonomi keluarga, usaha kerajinan batik ini belum dikelola dengan manajemen yang baik dan profesional sehingga masih belum *bankable*. Kendala yang lain seperti permintaan yang tidak ada atau tidak stabil, kapabilitas manajerial yang kurang, dan tenaga kerja dengan *skill* rendah juga masih dirasakan oleh para pengrajin batik sehingga perlu mendapatkan perhatian pemerintah dan pihak-pihak terkait seperti perusahaan milik pemerintah dan swasta serta universitas selaku lembaga yang bergerak dalam bidang pendidikan dan riset.

Tujuan kedua dari penelitian ini adalah menemukannya berbagai permasalahan yang berpotensi muncul yang akan berpengaruh terhadap keberlanjutan usaha kerajinan batik di Kabupaten Tuban. Dari hasil *in-depth interview* terhadap beberapa pelaku usaha batik, pada saat ini mereka mengkhawatirkan masa depan industri batik di Kabupaten Tuban karena usia para pembatik rata-rata sudah berusia lanjut yaitu di atas 40 tahun. Bagi sebagian anak muda, aktivitas membatik sangat membosankan, sedangkan membatik sangat membutuhkan ketelatenan dan kreativitas yang tinggi. Permasalahan berikutnya adalah terbatasnya produksi kapas lokal sebagai bahan baku utama batik gedog. Selama ini mereka masih mengandalkan produksi kapas dari daerah lain sehingga tingkat ketergantungannya masih sangat tinggi. Dampaknya adalah terjadi persaingan yang kurang sehat di antara pelaku usaha dalam memperoleh bahan baku tersebut. Persaingan usaha yang kurang sehat ini telah menyebabkan tidak berkembangnya sentra-sentra industri batik yang ada karena mereka tidak bisa bersatu sehingga daya saing mereka di pasaran menjadi lemah.

Selanjutnya, penelitian ini juga mencoba untuk memformulasi-kan berbagai solusi yang diharapkan mampu menjadi jawaban atas berbagai permasalahan yang ada, di antaranya adalah:

1. Memberikan pemahaman pada generasi muda akan pentingnya untuk melestarikan batik;
2. Menjadikan kegiatan membatik sebagai salah satu ketrampilan yang diajarkan di sekolah-sekolah;
3. Memberikan pelatihan kewirausahaan dan peningkatan kemampuan manajerial pada pengrajin batik sehingga mereka mampu menjadikan industri batik sebagai sumber ekonomi keluarga;
4. Meningkatkan kerja sama dan peran pemerintah daerah, lembaga keuangan, lembaga swadaya masyarakat, perguruan tinggi, perusahaan besar, dengan menjadikan kelompok pengrajin batik sebagai mitra dan bukan sebagai obyek dari suatu kebijakan;
5. Mengajak warga untuk menanam kapas sebagai tumbuhan tumpang sari sehingga kebutuhan pasokan bahan baku batik gedog dapat dipenuhi sendiri dengan harga yang lebih murah dan pada akhirnya mampu menjamin kontinuitas usaha.

SIMPULAN DAN SARAN

Sebagai bagian dari proses pengembangan, *self-help groups (SHGs)* fokus pada penguatan kemampuan individual, organisasi, dan kolektivitas masyarakat pengrajin batik yang terbagi dalam kelompok-kelompok. Strategi ini juga mencakup pengembangan kerjasama dan jaringan usaha di antara seluruh lembaga terkait termasuk seperti lembaga pemerintah, LSM, lembaga keuangan, universitas, dan sektor swasta lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, persepsi kelompok pengrajin batik terhadap penerapan *SHGs* cukup positif sehingga *SHGs* ini dapat dilanjutkan untuk mendukung keberhasilan program penguatan sentra industri batik di Kabupaten Tuban. Dampak negatif yang mungkin muncul seperti pencemaran air bekas pewarnaan juga masih bisa mereka terima dan tidak mengganggu aktivitas mereka sehari-hari. Permasalahan terkait sedikitnya generasi

muda yang tertarik untuk membatik dapat di atasi di antaranya dengan sosialisasi intensif di sekolah-sekolah akan pentingnya pelestarian batik serta pemberian pelatihan ketrampilan membatik, kemampuan manajerial, dan kewira-usahaan untuk meyakinkan bahwa usaha batik bisa menjadi alternatif mata pencaharian keluarga. Pembukaan jaringan kontak yang luas mulai dari *stakeholder* hulu hingga hilir, sehingga kelompok/ sentra industri batik mampu melakukan identifikasi, prioritas, dan strategi pengembangan usaha secara sistematis. Pembuatan peta potensi wilayah sekitar Kabupaten Tuban dan Jawa Timur perlu dilakukan, sehingga ada alternatif apakah pembangunan industri pendukung perlu dan harus dilakukan sendiri, atau lebih efisien dengan mengambil pasokan input dari wilayah kabupaten sekitarnya. Pada akhirnya, konsep yang terpenting dari penguatan sentra industri batik melalui penerapan *SHGs* ini adalah bagaimana supaya perputaran uang yang berhubungan dengan input dan output produksi tersebut lebih mengefisienkan penggunaan produk-si lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, A.,E. Rodrigus, dan H. Sandee. 2001. *Small and Medium Enterprise Dynamics in Indonesia*. Bulletin of Indonesian Economic Studies. 363-384.
- Burch, M., P. Hogwood dan S. Bulman. 2003. *Institutions in a Development UK: Charting Routine and Radical Change*. Annual Workshop of the ECPR. Edinburgh.
- Grimm, J. 1999. *Local Economic Development in Regional Planning*. Unpublished Mimeo.
- Hardjo, Rainingsih. 2005. *Mencari Sosok Pemimpin yang Ideal*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Bisnis & Birokrasi, Vol. 13, No. 1 (Januari)
- Humprey, J. and H. Schmitz 1995. *Principle for Promoting Clusters and Network of SMEs*. Paper Commissioned by Small and Medium Enterprise Branch. Institute of Development Studies. University of Sussex. Brighton.

- Kuncoro, M. & Supomo, Irwan D. 2003. *Analisis Formasi Keterkaitan Pola Kluster dan Orientasi Pasar: Studi Kasus Sentra Industri Keramik di Kasongan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta*. Jurnal Empirika. Vol. 16 No. 1.
- Kyermaten, Alan J. 1993. *Small and Medium Enterprises in Ghana, and Selected African Countries*. In Chakradhari Agrawal (ed),. *SMEs Towards 2000*, Beijing.
- Laverack, G.2001. *An Identification and Interpretation of the Organizational Aspects of Community Empowerment*. Community Development Journal 36 (2): 40-52.
- Neuman, W.L. 2003. *Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches*. Allyn and Bacon. USA.
- Prasetyo, Bambang dan Lina M. Jannah. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk,Lesli, L. 2004. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. PT. Gramedia. Jakarta.
- Schmitz, H. 1995. *Collective Efficiency: Growth Path for Small-Scale Industry*. Journal of Development Studies, Vol 31, No. 4, p. 529–566.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia. Jakarta.
- Schuler, Randall S. and Susan E. Jackson. 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi Abad ke-21*. Erlangga. Jakarta.
- Sugiantoro, Billyawan. 2010. *Persepsi Karyawan terhadap Penerapan Analisis Jabatan*. Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Jan-Apr 2010, hlm.61-69, ISSN 0854-3844, Volume 17, Nomor 1.
- Tambunan, Tulus T.H.2000. *Development of Small-Scale Industries during the New Order Government in Indonesia*. Ashgate Publishing. Aldershot.
- _____. 2006. *Development of Small & Medium Enterprises in Indonesia from the Asia-Pacific Perspective*. LPFE – University of Trisakti. Jakarta.
- Williamson, O.E., 1979. *Transaction Cost Economics: The Governance of Contractual Relations*. Journal of Law and Economics, Vol. 22, p. 233–261.

World Bank. 2002. *Poverty Reduction and Economic Management Department*.
2002. *Empowerment and Poverty Reduction: A Sourcebook*. Washington
D.C.

_____. 2003. *Local Economic Development. A Primer: Developing and
Implementing Local Economic Development Strategies and Action Plans*.
Washington DC.