

## **STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BATIK SIDOMULYO KABUPATEN JEMBER**

### ***STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (UMKM) BATIK SIDOMULYO JEMBER DISTRICT***

**Wahyu Setyo Ing Budi <sup>1</sup>**

<sup>1</sup>. Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan

<sup>1</sup>. Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

Email: [setyowhy0@gmail.com](mailto:setyowhy0@gmail.com)

#### **ABSTRAK**

Dalam mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah memerlukan akses informasi yang kuat dimana sebuah sector bisnis ekonomi bisa berkembang di sebuah wilayah. strategi pengembangan ini sangat penting dan dapat memajukan perekonomian Desa dan dapat mensejahterakan masyarakatnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive*, serta Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitan bahwa strategi pengembangan pasar antara lain: Menemukan kelompok pemakaian potensi dalam kawasan pemasaran. Lalu Menemukan jalur distribusi tambahan bagi wilayah saat ini. UMKM Batik Desa Sidomulyo menjual hasil karya batik dengan 2 cara, yaitu secara offline dan online. Dijual secara offline kami memanfaatkan satu tempat yang cukup strategis, namanya Galeri Batik Sidomulyo. Dan dijual secara online UMKM Batik Sidomulyo menjual melalui instagram, facebook dan juga WhatsApp. Dengan nama akun Bhatik Sidomoelyo. Serta menjual produk di daerah baru maupun keluar Negeri. UMKM Batik memanfaatkan bazar-bazar atau pameran yang ada di berbagai daerah di dalam kota maupun diluar kota. Pengembangan produk baru UMKM Batik Sidomulyo Menggunakan dua teknik didalamnya, yaitu batik tulis dan batik cup. Warna dan motif serta corak dari warna bunga pinus, bunga anggrek gumitir, kopi, dan akar piara sebagai ciri khas dari batik Desa Sidomulyo agar dapat dikenal diberbagai daerah karena menggambarkan letak Desa yang berada di bagian paling timur serta di kelilingi oleh hutan. Serta sudah bekerja sama dengan salah satu penjahit. Dan menjadikan sebuah lembaran kain batik menjadi pakaian atau semacamnya yang bisa langsung dugunakan. Seperti baju/kemeja, topi/ikat kepala, rok, dll.

**Kata Kunci :** Strategi, Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah.

#### **ABSTRACT**

*In developing micro, small and medium enterprises, strong access to information is needed where an economic business sector can develop in an area. This development strategy is very important and can advance the village economy and can improve the welfare of its people. This study uses a qualitative approach with a descriptive research type. Determination of research subjects using purposive techniques, and data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The results of the*

*study show that market development strategies include: Finding potential user groups in the marketing area. Then Finding additional distribution channels for the current area. Sidomulyo Village Batik UMKM sells batik works in 2 ways, namely offline and online. Sold offline we utilize a fairly strategic place, called the Sidomulyo Batik Gallery. And sold online Sidomulyo Batik UMKM sells via Instagram, Facebook and also WhatsApp. With the account name Bhatik Sidomoelyo. As well as selling products in new areas and abroad. Batik UMKM takes advantage of bazaars or exhibitions in various areas in the city and outside the city. New product development of Sidomulyo Batik UMKM Using two techniques in it, namely hand-drawn batik and cup batik. The colors and motifs and patterns of pine flowers, gumitir orchids, coffee, and piara roots as the characteristics of Sidomulyo Village batik so that it can be recognized in various regions because it describes the location of the Village which is in the easternmost part and surrounded by forests. And has collaborated with one of the tailors. And making a sheet of batik cloth into clothing or the like that can be used directly. Such as clothes/shirts, hats/headbands, skirts, etc.*

**Keywords :** *Strategy, Development of Micro, Small and Medium Enterprises.*

## PENDAHULUAN

Salah satu kegiatan usaha yang dilakukan oleh orang perorangan atau kelompok dengan tujuan untuk mensejahterakan individu maupun kelompok yaitu melalui usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi Nasional. Dan juga dalam tumbuhnya ekonomi serta tenaga kerja dan distribusi hasil pembangunan. Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di desa dipandang memiliki prospek masa depan yang baik. Manfaat usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bagi perekonomian nasional antara lain: membuka lapangan pekerjaan, menjadi penyumbang terbesar nilai produk domestik, dan salah satu solusi efektif bagi permasalahan ekonomi masyarakat kelas kecil dan menengah.

Di Indonesia batik sudah mulai berkembang sejak berabad abad di bumi manusia. Mulai dari jaman majapahit serta semakin populer hingga akhir abad XVII. Batik yang diciptakan dari awal abad XX seluruhnya ialah batik tulis, serta batik cap baru populer sesudah perang dunia ke-I sekitar tahun 1920. Batik menjadi warisan budaya yang harus dicintai, dilestarikan, dikembangkan dan diturunkan sebagai hasil karya budaya yang unik, menarik dan menjadi ciri khas masyarakat Indonesia. Beragam usaha yang sudah dilaksanakan oleh pemerintah agar memasyarakatkan batik, bukan sekedar menjadi seni pakai saja namun diangkat menuju seni usaha pemerintah dalam melestarikan batik dengan memasyarakatkan batik untuk masyarakat luas yakni dengan mewajibkan pemakaian batik dalam acara resmi ataupun acara biasa misalnya pakaian dinas, seragam sekolah, hingga KORPRI. Sehingga batik tumbuh berkembang dari sisi nilai seninya, polanya (coraknya) serta tahap pembuatan

Batik Desa Sidomulyo Kabupaten Jember merupakan batik yang berbasis kearifan lokal yang mana batik yang di hasilkan memiliki nilai ciri khas tersendiri yaitu bisa dilihat dari letak desa yang berada di ujung paling timur, yang mana dalam setiap batik mempunyai makna untuk menjadi pegangan hidup bagi masyarakat, meskipun batik tersebut memiliki nilai kearifan lokal, nilai yang terkandung didalamnya memiliki sifat yang sangat universal, yang mempunyai nilai-nilai agama, religi, dan adat istiadat dari masyarakat sehingga dapat menjadi pegangan hidup bagi setiap masyarakat yang ada di Desa

Sidomulyo Kabupaten Jember. Warna dan motif yang diambil dari bahan ilmiah yang menjadi ciri khas Batik Sidomulyo Kabupaten Jember yaitu bunga pinus, anggrek gunitir, kopi, dan akar piara. Begitupun dengan pengerjaannya bisa sampai 2 hingga 3 hari atau bahkan bisa sampai 1 minggu sesuai dengan tingkat kerumitan motifnya.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Menurut (Krisnadewara, 2011: 15) Strategi yang dapat diaplikasikan pada pengembangan UMKM ialah melakukan produksi dengan sarana/alat yang terbatas, melakukan produksi dengan jumlah bahan baku yang terbatas, melakukan produksi dengan jumlah pekerja yang terbatas, melakukan produksi dengan modal keuangan yang terbatas, mendirikan show-room/outlet, menjalankan usaha sampingan.

Sedangkan menurut Kolter, dalam strategi pengembangan usaha kecil dan menengah memiliki beberapa strategi pengembangan yaitu:

a. Strategi Pengembangan Pasar

Strategi pengembangan pasar Menurut Kolter merupakan strategi yang merujuk dari upaya dalam menaikkan penjualan dari produk saat ini melalui pencarian pasar baru yang memiliki kebutuhan serta bisa dipenuhi oleh produk yang diproduksi perusahaan.

b. Strategi pengembangan produk baru

Strategi pengembangan produk baru bisa diartikan sebagai produk orisinal, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi, serta produk merek baru yang dapat dikembangkan lewat usaha riset serta pengembangan.

c. Meningkatkan peran serta pemerintah

Umumnya permodalan UMKM terlalu lemah, hal itu ikut menjadi penentu kesuksesan dalam strategi pembinaan serta pengembangan dibidang permodalan termasuk bagaimana pemerintah dan masyarakat melaksanakan konsep permodalan untuk membantu UMKM.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengetahui fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara menyeluruh dan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Tektis analisis data peneliti menggunakan teknik analisis model Miles, Huberman dan Saldana yaitu pengumpulan data, kondensasi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan. Serta tempat penelitian yang akan dilakukan yaitu di Batik Sidomulyo yang berada di Dusun Krajan, Desa Sidomulyo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68184.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil kajian rekomendasi yang berhubungan dengan usaha percepatan pemulihan kembali agar berusaha ialah melalui menjalankan aktivitas produksi kembali yang berfokus dengan tambahan modal. melalui tambahan modal lalu beragam keterbatasan pada aktivitas produksi bisa diselesaikan, maka aktivitas produksi menjadi makin lancer supaya bisa menaikkan penghasilan, pengembangan strategi yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Strategi Pengembangan Pasar

1. Menemukan kelompok pemakaian potensi dalam kawasan pemasaran yang minatnya bisa dibandingkan. Menurut Bapak Sudarmaji selaku Pembina Batik Sidomulyo, mengatakan bahwa:

*“Sebelumnya kami membentuk satu kelompok Batik, langkah pertama yang saya lakukan yaitu dengan cara mencari ibu-ibu rumah tangga yang tidak sedang bekerja /masyarakat yang mempunyai skil membatik dan yang mau bergabung di kelompok kami. Kami mencari di setiap dusun yang ada di Desa Sidomulyo. Tidak hanya ibu-ibu saja kami jugak mengajak pemuda-pemudi yang ada di Desa Sidomulyo agar turut ikut serta dalam mengembangkan dan melestarikan hasil karya Batik. Karena Batik adalah satu peninggalan dari nenek moyang kita sendiri yang harus kita jaga dan kita lestarikan. Batik jugak menjadi ciri khas dari Indonesia. Setelah terkumpul beberapa orang, baru kami mencari nama untuk kelompok kami yang pas”.*

Langkah pertama yang dilakukan yaitu dengan cara mencari ibu-ibu rumah tangga yang tidak sedang bekerja / masyarakat yang mempunyai skil membatik dan yang mau bergabung. Tujuannya untuk mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Desa Sidomulyo. Tidak hanya ibu-ibu, pemuda-pemudi bahkan seluruh masyarakat Desa Sidomulyo agar turut ikut serta dalam mengembangkan dan melestarikan hasil karya Batik buatan Desa. Karena Batik adalah satu peninggalan dari nenek moyang yang harus tetap terjaga dan dilestarikan. Setelah terkumpul beberapa orang, baru dibentuk terkait nama organisasi dengan nama UMKM Batik Sidomulyo. Tujuan di beri nama Desa dibelakang, agar masyarakat luar mengetahui bahwa batik ini hasil karya masyarakat Desa Sidomulyo.

2. Menemukan jalur distribusi tambahan bagi wilayah saat ini, maksudnya yaitu perusahaan bisa memikirkan kembali agar menjalankan penjualan lewat saluran distribusi baru pada area yang ada, untuk menjangkau para konsumen lain. Menurut Ibu Diyah Putri Aisyah selaku ketua Batik Sidomulyo, yang mengatakan bahwa:

*“UMKM Batik kami mempunyai sudah memiliki Galeri Batik Sidomulyo. Yang berada tidak jauh dari Kantor Desa Sidomulyo dan pasar yang disebut dengan pasar selasaan. Disana konsumen dapat melihat secara langsung hasil karya batik buatan kami serta produksinya. Semua dapat melihat proses awal pembuatan batik hingga siap untuk dijual. Proses pembuatannya pun bisa memerlukan beberapa waktu. Tidak hanya itu saja wisatawanpun juga bisa berkunjung ke Galeri Batik Sidomulyo dan hasil karyanya pun bisa dibawa pulang sebagai oleh-oleh. Dan strategi distribusi tambahan yang kami lakukan untuk memperluas penjualan UMKM Batik kami yaitu dengan menjualnya secara online. Dimana teknologi saat ini sudah semakin canggih, sudah bisa melihat produk orang secara jauh, dan*

*sudah bisa mengantarkan produk secara jauh pula hanya dengan melihat gambarnya saja. Di online Kami menjualnya melalui FB, IG bahkan jugak di WhatsApp. Dengan nama akun Bhatik Sidomoelyo”.*

UMKM Batik Desa Sidomulyo menjual hasil karya batik dengan 2 cara, yaitu secara offline dan online. Dijual secara offline kami memanfaatkan satu tempat yang cukup strategis, dekat dengan Kantor Desa Sidomulyo dan pasar Sidomulyo yang dikenal dengan pasar selasaan. Dengan nama Galeri Batik Sidomulyo. Tujuannya agar konsumen dapat melihat secara langsung hasil karya batik yang dibuat. Tidak hanya itu saja konsumen jugak dapat melihat secara langsung saat memproduksi batik, mulai dari langkah pertama saat membatik hingga siap untuk dijual. Semakin bertambahnya zaman, UMKM kami memiliki strategi baru dalam menjual hasil karya batik, yaitu dengan memanfaatkan teknologi yang ada, yaitu dijual secara online. Dimana dijual secara online semua orang/semua kalangan mulai dari anak-anak, remaja, orang dewasa, maupun orang tua sudah bisa menggunakan hp android, dapat melihat jualan UMKM Batik Sidomulyo melalui media sosial. UMKM Batik Sidomulyo menjual melalui Instagram, Facebook dan juga WhatsApp. Dengan nama akun Bhatik Sidomoelyo.

3. Menjual produk di daerah baru maupun keluar Negeri, dimana produk tersebut dijual oleh perusahaan bisa memikirkan peluang dalam melaksanakan ekspansi ke area baru atau luar negeri. Sehingga halangan pada pengembangan pasar umumnya mayoritas konsumen sukar dalam mengenali produk, sehingga konsumen tidak berhasil pada pengenalan kebutuhan dari konsumen misalnya kebutuhan dalam produk, promosi maupun kemasan. Menurut Ibu Siti Aisyah selaku CO Produksi Batik Sidomulyo, mengatakan bahwa:

*“Berbagai strategi kami lakukan, salah satunya yang sudah saya jelaskan tadi. Tidak hanya itu saja kelompok UMKM Batik kami jugak memanfaatkan peluang-peluang yang ada, misalnya mengikuti acara-acara bazar atau pameran yang ada di berbagai daerah di dalam kota maupun diluar kota. Kami selalu mengirimkan produk-produk buatan kami untuk dipasarkan di acara bazar. Tujuannya agar dapat mengembangkan dan melestarikan batik di tengah zaman hingga menembus ke luar negeri”.*

UMKM Batik Sidomulyo memanfaatkan peluang-peluang yang ada, misalnya mengikuti acara-acara bazar atau pameran yang ada di berbagai daerah di dalam kota maupun diluar kota. UMKM Batik Sidomulyo selalu mengirimkan produk-produk hasil karyanya untuk dipasarkan di acara bazar atau pameran. Dengan tujuan agar dapat mengembangkan dan melestarikan batik di tengah zaman hingga menembus ke luar negeri.

b. Strategi Pengembangan Produk Baru

Strategi selanjutnya adalah dengan cara yang berbeda dengan cara produk baru. Menurut Ibu Diyah Putri Aisyah selaku ketua Batik Sidomulyo, yang mengatakan bahwa:

*“Kami selalu melakukan berbagai cara agar selalu menciptakan produk baru untuk Batik Sidomulyo. Salah satunya menjadikan bunga pinus, bunga anggrek gunitir, kopi, dan akar piara sebagai ciri khas Batik Sidomulyo dan menggunakan 2 teknik, yaitu batik tulis dan batik cap. Serta sudah bekerja sama dengan salah satu penjahit dan menciptakan berbagai macam dari lembaran batik mulai dari kemeja, ikat kepala, rok, dll. Serta semua kalangan bisa menggunakannya. Batik Sidomulyo pun sudah mempunyai ciri khas tersendiri. Ada bunga pinus, bunga anggrek gunitir, kopi, dan akar piara. Dengan begitu lebih mudah untuk dikenal di berbagai kalangan”.*

Pengembangan produk baru, UMKM Batik Sidomulyo Menggunakan teknik batik tulis dan batik cup. Warna dan motif serta corak dari warna bunga pinus, bunga anggrek gunitir, kopi, dan akar piara sebagai ciri khas dari batik Desa Sidomulyo agar dapat dikenal diberbagai daerah karena menggambarkan letak Desa yang berada di bagian paling timur serta di kelilingi oleh hutan. UMKM Batik Desa Sidomulyo sudah bekerja sama dengan salah satu penjahit yang ada di Desa Sidomulyo untuk membuat / menjadikan sebuah lembaran kain batik menjadi pakaian atau semacamnya yang bisa langsung digunakan oleh konsumen / pembeli. Seperti kemeja, ikat kepala, rok, dll.

c. Strategi Meningkatkan Peran Pemerintah

Usaha ini juga melakukan strategi dengan peran pemerintah. Menurut Ibu Diyah Putri Aisyah selaku ketua Batik Sidomulyo, yang mengatakan bahwa:

*“Strategi meningkatkan peran pemerintah disini selain produk kami sudah memiliki ciri khas tersendiri kami juga bekerja sama dengan pemerintahan Desa Sidomulyo dibagian BUMDES, gunanya agar kelompok kami dapat support secara langsung melalui modal sehingga kami dapat memajukan UMKM melalui Batik. Cara ini kami lakukan agar UMKM Batik Sidomulyo ini dapat memajukan perekonomian masyarakat Desa Sidomulyo lebih maju lagi dari sebelumnya”.*

UMKM Batik Sidomulyo bekerja sama dengan Pemerintahan Desa Sidomulyo agar mendapatkan support dana langsung untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM Batik Sidomulyo. Serta bekerjasama dengan salah satu kelompok gerakan pemuda pemudi yang biasa disebut dengan GPS (Gerakan Pemuda Sidomulyo).

## PENUTUP KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Batik Sidomulyo Kabupaten Jember”. Dapat disimpulkan bahwa berbagai metode pada strategi pengembangan pasar antara lain: Menemukan kelompok dalam kawasan pemasaran UMKM Batik Desa Sidomulyo dan menjual hasil karyanya melalui online dan offline serta menjual produk di daerah baru memanfaatkan pameran yang ada di berbagai daerah di dalam kota maupun diluar kota. Pengembangan produk baru, UMKM Batik Sidomulyo Menggunakan teknik batik tulis dan batik cup. Warna dan motif serta corak dari warna bunga pinus, bunga anggrek gumitir, kopi, dan akar piara sebagai ciri khas dari batik Desa Sidomulyo agar dapat dikenal diberbagai daerah karena menggambarkan letak Desa yang berada di bagian paling timur serta di kelilingi oleh hutan.

### Saran

Bagi Perusahaan : Lebih memaksimalkan lagi terkait penjualan online. Misalnya menjual hasil karya batik Sidomulyo di tiktok shop dan di shoppe. Dan Memperluas relasi agar Batik buatan Desa Sidomulyo lebih di kenal di kalangan luar.

Bagi Peneliti : Saran bagi peneliti selanjutnya adalah melakukan eksplorasi lebih lanjut terhadap referensi yang relevan. Disadari bahwa masih terdapat kelemahan dan kekurangan dalam pembahasan skripsi ini. Oleh karena itu, diharapkan agar penelitian ini dapat dikembangkan di masa depan dengan ruang lingkup yang lebih spesifik dan terperinci.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Press. 97.
- Assauri, Sofyan. (2013). *Strategi Manajemen Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: Rajawali Pers. 3.
- Bankir. (2016). *Manajemen Risiko*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama. 44.
- Dafid, Hunger J & Thomas L. Wheelen. (2019). *Manajemen Strategis*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. 9.
- Efendi, Usman. (2014). *Asas Manajemen*. (Jakarta: Rajawali Pers. 206.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 29.
- Ishwara, Helen. (2011). *Batik Pustaka Indonesia. KPG (Kepustakaan Populer Gramedia)*. Jakarta. 23.
- Lestari, Suema Dewi. (2012). *Mengenal Batik, PT Balai Pustaka Persero*. Jakarta Timur. 2-4.
- Lexy J. Moleong. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif, Cet.36. Edisi Revisi*. (Bandung: Remaja Rosdakarya). 280.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook, Edition 3*. (United States of America: SAGE Publication). 31.
- Moeleong, Lexy J. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 6-11.
- Sedjati, Retina Sri. (2015). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Deependublish. 15.

- Soejoedono dan Partomo. (2012). *Ekonomi Skala Kecil Dan Menengah, Ghalia Indonesia*. Jakarta. 27.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 145.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. (Bandung: Alfabeta). 273.