

**STRATEGI PENGEMBANGAN
KELOMPOK PENGRAJIN BATIK DEWI KUNTHI
DESA TRIHARJO KECAMATAN SLEMAN KABUPATEN SLEMAN**

Oktaviana Nur Rohmi¹, Cicuk Kusmarianto²

¹Instalasi Kesehatan Reproduksi Klinik Bayi Tabung Permata Hati

²Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) “AAN” Yogyakarta

Email: oktaviananurrohmi@yahoo.co.id

Abstract

This study aims to Know the business development strategies that must be carried out by the Batik Craftsman group Dewi Kunthi. This research is a qualitative research using two types of data sources, namely primary data and secondary data. The data is obtained using interview, observation and documentation methods. The results of this study indicate that: 1) Working capital owned by the batik craftsman group Dewi Kunthi is still limited; 2) Dewi Kunthi batik craftsmen group has not been able to do online marketing; 3) Limited working capital owned by the batik craftsman group Dewi Kunthi has not been able to provide welfare to members; 4) Equipment owned by the Dewi Kunthi batik craftsman group is still limited and has not been able to keep up with technological developments so that it is only able to produce products that are monotonous and of poor quality; 5) The bookkeeping process of the Dewi Kunthi batik craftsman group is still done improbably and has not used a computerized method because the equipment is still limited and members are still stuttering technology. Based on the results of these studies, the strategies that must be carried out by the Dewi Kunthi batik craftsman group are: 1) Borrowing capital to buy good equipment to be able to produce maximum products; 2) Replacing equipment that is modern and in accordance with technological developments, so as to be able to create products of maximum quality, besides being able to provide welfare to members and attract the attention of the younger generation to join; 3) Creating motifs that are in accordance with current developments so as to attract the attention of consumers; 4) Providing discounts by increasing the price first and deducting 20% as a discount, so as not to cause a loss; 5) Purchase equipment for good waste treatment and for computerized bookkeeping processes for easy input;

Keyword: *Development Strategy; Batik Craftsmen.*

Pendahuluan

Indonesia merupakan negara yang sedang berkembang. Salah satu permasalahan di negara sedang berkembang adalah masalah kemiskinan dan pengangguran. Cara untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan pelaksanaan pembangunan secara nyata dan efektif yang diarahkan untuk menciptakan kesempatan kerja dan meningkatkan serta meratakan pendapatan seluruh masyarakat. Cara lain yang dapat ditempuh untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan membentuk suatu kelompok usaha untuk membantu menambah pendapatan masyarakat.

Desa Triharjo memiliki 12 padukuhan yang hampir di setiap padukuhan memiliki berbagai kegiatan yang dapat dikembangkan, baik kegiatan fisik maupun kegiatan non-fisik. Kegiatan fisik yaitu kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya alam yang ada di desa seperti adanya kelompok tani maupun kelompok peternak. Kegiatan non-fisik yaitu kegiatan yang berkaitan dengan masyarakat desa seperti merti dusun dan kegiatan masyarakat yang lainnya.

Salah satu kegiatan yang berada di Desa Triharjo adalah kegiatan membatik oleh kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi. Batik Dewi Kunthi merupakan kelompok pengrajin batik yang berdiri sejak tanggal 17 Desember 2012. Nama Dewi Kunthi diambil dari salah satu tokoh perwayangan yang mempunyai filosofi “seorang wanita yang gigih di dalam memperjuangkan cita-citanya.”

Kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi terbentuk berawal dari ibu-ibu PKK berkeinginan memiliki kegiatan yang bermanfaat dan dapat membantu untuk mendapatkan penghasilan. Ibu Susanti selaku ketua kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi mengajukan proposal ke Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Desa (LPMD), setelah melalui proses yang panjang akhirnya mendapatkan persetujuan dari pemerintah desa. Selanjutnya ibu-ibu PKK mendapatkan pelatihan dasar tentang membatik selama 3 hari. Selain pelatihan, Pemerintah Desa Triharjo juga memberikan fasilitas berupa kompor minyak, wajan kecil, canting 3 buah, dan kain sepanjang 1 meter. Pelatihan dasar berupa pembuatan taplak yang pada saat itu berlokasi di halaman Kantor Pemerintah Desa Triharjo. Hingga akhirnya dirasa cukup paham mengenai cara membuat batik lalu lokasi kegiatan membatik dipindah ke rumah ibu Susanti yang beralamat di dusun Murangan VIII Rt 02/Rw 26 Triharjo Sleman hingga saat ini.

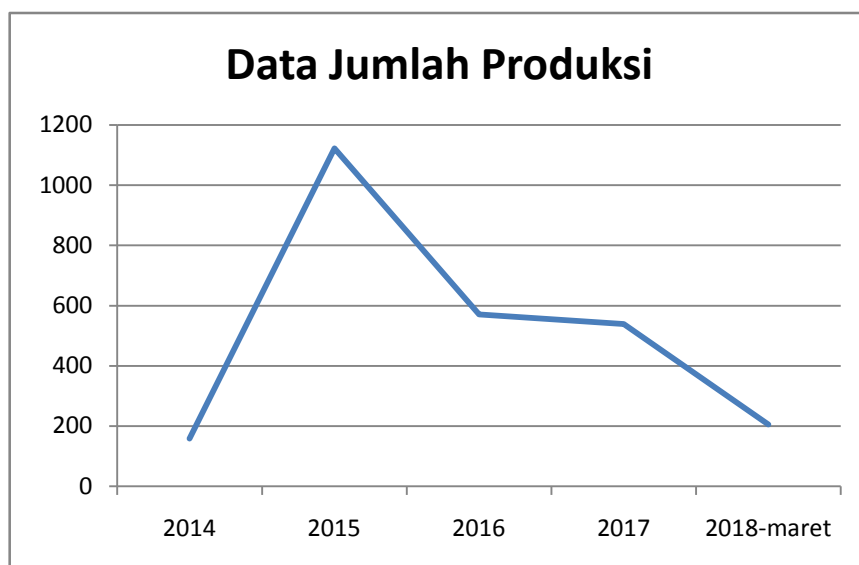
Kelompok batik ini terdiri dari ibu-ibu PKK Desa Triharjo dan sekitarnya berjumlah 21 orang. Berbekal 1 meter kain dan 3 canting, usaha ini telah berkembang hingga saat ini. Batik

Dewi Kunthi menyediakan batik tulis, batik cap hingga batik kombinasi tulis dan cap. Berbagai pewarna telah disediakan, dari pewarna sintetis hingga pewarna alam.

Selain kain batik, kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi juga menghasilkan produk turunan batik seperti baju kemeja, surjan, sinjang, gamis, tas, dompet, kipas, bross, syal, taplak dan dress. Kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi ini juga berkoordinasi dan bekerjasama dengan berbagai tokoh masyarakat, instansi (pemerintah desa, pemerintah kecamatan, Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga (Disdikpora), Dinas Perindustrian dan Koperasi (Disperindakop). Dengan adanya koordinasi dan kerjasama yang luas tersebut kelompok pengrajin batik ini mampu mendistribusikan produknya hingga Jakarta atau bahkan ke luar negeri, yaitu ke Qatar, Perancis dan Amerika.

Proses produksi kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi selain dilakukan di rumah Ibu Susanti, juga bisa dilakukan di rumah masing-masing anggota kelompok. Setiap hari kelompok ini memproduksi batik untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Proses produksi dari awal hingga siap untuk dipasarkan dilakukan oleh anggota kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi tersebut. Namun, kelompok pengrajin batik ini dari tahun 2016 sampai dengan penelitian ini dilakukan, terus mengalami penurunan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar 1.
Data Jumlah Produksi Tahun 2014-2018



Sumber: Diolah dari buku pesanan batik Dewi Kunthi, tahun 2014-2018.

Pada tahun 2014, kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi memproduksi batik sebanyak 159 potong, tahun 2015 sebanyak 1.122 potong, tahun 2016 sebanyak 570 potong, tahun 2017 sebanyak 539 potong, dan tahun 2018 hingga bulan Maret 2018 sebanyak 206 potong. Puncak peningkatan terjadi pada tahun 2015 dengan jumlah produksi sebesar 1.122 potong kain batik, peningkatan ini dikarenakan adanya kebijakan dari pemerintah Kabupaten Sleman untuk Pegawai Negeri Sipil (PNS) daerah Kabupaten Sleman agar menggunakan batik khas Kabupaten Sleman yaitu batik Parijoto Salak untuk bekerja. Adanya kebijakan ini membuat masyarakat khususnya yang bekerja di instansi pemerintah Kabupaten Sleman harus memiliki batik Parijoto Salak.

Penurunan jumlah produksi batik Dewi Kunthi tersebut disebabkan oleh banyak faktor antara lain menurunnya jumlah pesanan, hal ini disebabkan karena persaingan usaha batik yang semakin kuat. Munculnya produk batik dari berbagai daerah seperti Pekalongan, Solo, Cirebon, dan Bali, membuat kelompok batik tersebut harus bisa bersaing dengan perusahaan batik yang sudah berkembang dan terkenal. Persaingan tersebut dapat berupa adanya beragam motif menarik, pewarnaan, harga, mutu dan kualitas.

Permasalahan lain yang dihadapi kelompok batik Dewi Kunthi adalah anggotanya terdiri dari ibu-ibu yang usianya bukan muda lagi. Namun di sisi lain, masyarakat umum khususnya generasi muda belum tertarik untuk ikut menjadi anggota kelompok. Permasalahan pemasaran juga menjadi kendala kelompok ini, sampai saat ini belum mampu melakukan pemasaran secara *online*. Tempat pembuangan limbah juga menjadi salah satu permasalahan. Kelompok batik Dewi Kunthi belum memiliki tempat pembuangan limbah yang baik. Berdasarkan permasalahan di atas, maka rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pengembangan kelompok pengrajin Batik Dewi Kunthi Desa Triharjo, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman?”

Strategi Pengembangan

Strategi merupakan unsur yang penting dalam menghadapi permasalahan usaha dan persaingan usaha. Assauri (2013:3) mengemukakan bahwa:

“Strategi dirumuskan sebagai tujuan yang ingin dicapai, upaya untuk mengkomunikasikan apa saja yang akan dikerjakan, oleh siapa yang mengerjakannya, serta kepada siapa saja hal-hal tersebut akan dikomunikasikan, dan juga perlu dipahami mengapa hasil kinerja tersebut perlu dinilai.”

Dirgantara (2002:78-79) mendefinisikan:

“Strategi merupakan hal sehubungan dengan menetapkan arah bagi perusahaan dalam arti sumber daya yang ada dalam perusahaan serta bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di pasar. Strategi akan meliputi tujuan jangka panjang serta sumber keunggulan yang merupakan pengembangan pemahaman yang dalam tentang pemilihan pasar dan pelanggan atau *customer* oleh perusahaan yang juga menunjukkan kepada cara terbaik untuk berkompetisi dengan pesaing di dalam pasar.”

Barry (2005:17) mengemukakan bahwa: “Strategi adalah rencana tentang apa yang ingin dicapai atau hendak menjadi apa harapan organisasi di masa depan dan bagaimana cara mencapai keadaan yang diinginkan.” Chandler (2009:4) mengemukakan bahwa: “Strategi adalah satu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kekuatan strategi perusahaan dengan lingkungan yang dihadapinya, kesemuanya menjamin agar tujuan perusahaan tercapai.”

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah satu kesatuan rencana perusahaan yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kekuatan perusahaan dengan lingkungan yang dihadapi untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi ini nantinya akan digunakan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang masih menghambat usaha. Adanya strategi ini diharapkan mampu melakukan pengembangan untuk mencapai tujuan usaha yang diinginkan.

Tipe-tipe strategi menurut Rangkuti (2008:6-7) dapat dikelompokkan menjadi:

1. Strategi Manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro.

2. Strategi Investasi

Strategi ini dilakukan dengan kegiatan yang berorientasi pada investasi.

3. Strategi Bisnis

Strategi ini sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen (strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi-strategi yang berhubungan dengan keuangan).

Menurut Porter dalam Rangkuti (2008:14) strategi yang memungkinkan organisasi memperoleh keunggulan kompetitif ditinjau dari 3 perbedaan dasar, yaitu:

1. *Cost Leadership Strategies* (Strategi Kepemimpinan Biaya)

Apabila perusahaan ingin memproduksi dengan biaya murah saja dan target kompetisi luas maka perusahaan tersebut menjadi hulubalang biaya (*cost leadership*). Strategi ini bertujuan untuk menawarkan serangkaian produk atau jasa pada harga yang serendah mungkin dibandingkan dengan produk pesaing, dengan atribut serupa. Sasaran dari tipe strategi ini adalah pasar yang besar.

2. *Differentiation Strategies* (Strategi Diferensiasi)

Apabila kombinasi target persaingan kecil atau sempit dikombinasikan dengan perbedaan produk maka perusahaan harus fokus dalam keragaman produk. Strategi Perbedaan Produk (*differentiation*), mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Keunikan produk (barang atau jasa) yang dikedepankan ini memungkinkan suatu perusahaan untuk menarik minat sebesar-besarnya dari konsumen potensialnya.

3. *Focus Strategies* (Strategi Fokus)

Apabila perusahaan mempunyai target persaingan kecil atau sempit, tapi juga ingin biaya rendah, maka harus fokus pada biaya produksi (*cost focus*) sebagai alat untuk menjadi unggul. Strategi jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil dan dalam pengambilan keputusannya untuk membeli relatif tidak dipengaruhi oleh harga.

Pengembangan usaha adalah salah satu upaya yang dilakukan agar suatu perusahaan dapat mengatasi permasalahan. Pengembangan usaha menurut Hariandja (2002:168) adalah:

“Usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih ditekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, dan dilakukan melalui pendekatan yang terintergrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.”

Affuah (2009:34) mendefinisikan pengembangan usaha adalah “Segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dengan memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha dengan memperbaiki standar serta kualitas produk.” Glos, Steade dan Lawry (2004:56) pengembangan usaha adalah “Jumlah seluruh kegiatan yang diorganisir oleh orang-orang dalam bidang perniagaan dan industri yang menyediakan barang dan jasa untuk kebutuhan mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas.” Dari beberapa pengertian pengembangan di atas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan baik dimasa sekarang maupun yang akan datang dengan memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha. Pengembangan usaha ini sangat dibutuhkan oleh kelompok maupun perseseorang yang melakukan suatu usaha agar tujuan yang diinginkan dapat tercapai.

Berdasarkan kajian teori di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha adalah satu kesatuan rencana perusahaan yang komprehensif dan terpadu, yang menghubungkan kekuatan perusahaan dengan lingkungan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan di masa sekarang maupun yang akan datang dengan memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha untuk mencapai tujuan perusahaan.

Indikator Penelitian

Setiap perusahaan atau organisasi bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik bagi pelanggannya. Oleh karena itu, setiap strategi perusahaan atau organisasi harus diarahkan bagi para pelanggan. Hal ini seperti dijelaskan oleh David (2003:31) bahwa “strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.” Strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi. Strategi itu misalnya mungkin mengarahkan organisasi ke arah pengurangan biaya, perbaikan kualitas, dan memperluas pasar. Terjadinya kecepatan inovasi pasar yang baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (*core competencies*). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Suatu strategi hendaknya mampu memberi informasi kepada pembacanya. Maka oleh Husein (2001:108) dikemukakan enam informasi yang tidak boleh dilupakan dalam suatu strategi, yaitu:

1. Apa yang akan dilaksanakan oleh perusahaan dalam menentukan strategi.
2. Mengapa demikian, suatu uraian tentang alasan yang akan dipakai dalam menentukan strategi.
3. Siapa yang akan bertanggung jawab untuk atau mengoperasionalkan strategi.
4. Berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai strategi.
5. Berapa lama waktu yang diperlukan untuk operasional strategi.
6. Hasil apa yang akan diperoleh dari strategi tersebut.

Strategi pengembangan usaha juga memuat aspek-aspek pengembangan usaha agar dapat mencapai tujuannya. Menurut Fahmi (2014:117-118), aspek pengembangan usaha adalah sebagai berikut:

1. Modal Kerja (Permodalan)

Modal kerja adalah investasi sebuah perusahaan pada aktiva-aktiva jangka pendek seperti, kas, sekuritas, persediaan dan piutang. Oleh karena itu, dalam rangka mewujudkan suatu konsep modal kerja yang sesuai dengan pengharapan pihak perusahaan, maka harus diterapkannya suatu ilmu manajemen yang bisa memberikan arah konsep sesuai dengan yang dimaksud dalam kaidah manajemen modal kerja.

2. Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) bersangkut-paut dengan kebutuhan hidup sehari-hari kebanyakan orang. Melalui proses tersebut, suatu produk atau jasa diciptakan, dikembangkan, dan didistribusikan pada masyarakat. Pemasaran berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat.

3. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yaitu orang-orang yang menyediakan tenaga, bakat kreativitas, dan semangatnya untuk suatu organisasi. Maka penting bagi seorang manajer perusahaan untuk menyeleksi, melatih, dan mengembangkan orang yang akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Karena tanpa orang yang kompeten, perusahaan akan kesulitan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

4. Produksi

Produksi adalah segala kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) sesuatu barang atau jasa, yaitu kegiatan yang dibutuhkan faktor-faktor produksi dalam ilmu ekonomi (berupa tanah, modal, tenaga kerja, dan skill (*organization, managerial, dan technical skills*)). Produksi berkaitan dengan cara bagaimana sumberdaya (masukan) dipergunakan untuk menghasilkan produk-produk perusahaan (keluaran) secara efisien.

5. Administrasi

Administrasi dalam hal ini berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengawasan, dan evaluasi. Administrasi ini juga termasuk pembukuan atau pencatatan seperti pesanan dan produksi. Dengan adanya administrasi ini dapat mempermudah suatu perusahaan dalam melakukan pengendalian, pengawasan hingga evaluasi perusahaan ataupun produksi.

6. Teknologi

Teknologi merupakan suatu alat yang mendukung dalam proses kegiatan menghasilkan barang yang berkualitas. Teknologi pembuatan batik di industri batik yang ada di Indonesia sudah cukup baik, tetapi teknologi yang digunakan tersebut memakan waktu yang lama.

7. Pembeli

Pembeli merupakan konsumen yang menukarkan sumber daya yang dimiliki yaitu uang dengan produk. Konsumen bisa berbentuk lembaga maupun individu.

8. Pesaing

Pesaing adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan. Hal-hal yang perlu diketahui dari pesaing dan terus-menerus dipantau adalah produk pesaing, baik mutu, kemasan, dan label.

Indikator strategi pengembangan usaha yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini didasarkan pada aspek-aspek pengembangan usaha dari Fahmi (2014:117-118) dengan alasan berbagai aspek yang dijelaskan oleh Fahmi tersebut lebih cocok dengan permasalahan yang akan diteliti untuk menemukan strategi dalam pengembangan usaha. Indikator penelitian yang digunakan adalah:

1. Modal kerja diukur dari aset-aset yang dimiliki.
2. Pemasaran diukur dari proses atau cara pemasaran yang dilakukan.
3. Sumberdaya manusia diukur dari produktivitas kerja.
4. Produksi diukur dari mutu dan kualitas produk yang dihasilkan.
5. Administrasi diukur dari prinsip manajemen yang sudah berjalan.
6. Teknologi diukur dari peralatan atau mesin yang dimiliki.
7. Pembeli diukur dari kepuasan pelanggan.
8. Pesaing diukur dari mutu dan kualitas produk yang dihasilkan oleh pesaing.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan menggambarkan secara jelas kenyataan empiris yang terjadi di lapangan serta menuangkannya kedalam pernyataan-pernyataan sesuai dengan fenomena yang terjadi (Moleong, 2006:11). Fenomena yang diamati dalam penelitian ini adalah masalah “Strategi Pengembangan Kelompok Pengrajin Batik Dewi Kunthi Desa Triharjo, Kecamatan Sleman, Kabupaten Sleman?”

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* (sampel bertujuan) yaitu teknik sampel yang digunakan oleh peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya (Sugiyono, 2013:218-219). Tujuan menggunakan teknik sampling ini adalah untuk mendapatkan orang-orang yang dianggap menguasai permasalahan yang diteliti dan nantinya akan dijadikan sebagai informan. Informan dalam penelitian ini bisa dilihat dalam tabel berikut ini

Tabel 1. Informan Penelitian

No.	Nama Informan	Jabatan/Selaku	Jumlah
1.	Susanti	Ketua kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi	1 orang
2.	Ana Khasanah	Anggota kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi	1 orang
3.	Triyana	Anggota kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi	1 orang
4.	Krismulat	Anggota kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi	1 orang
5.	Arif Rusmawan	Masyarakat sekitar kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi	1 orang
6.	Susilo Prasajo	Masyarakat sekitar kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi	1 orang
7.	Sainem	Masyarakat sekitar sekaligus pembeli kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi	1 orang
8.	Eha Yulaeha	Masyarakat sekitar sekaligus pembeli kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi	1 orang

Setelah mengumpulkan data-data yang diperoleh dari lapangan, maka perlu untuk dianalisis hingga penelitian dapat diperoleh solusi serta tersajikan dengan baik. Menurut Moleong (2006:103), analisis data merupakan proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan dan dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini menggunakan teori dari Miles dan Huberman (2001:15) yaitu: pengumpulan data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi. Berikut hasil analisis yang peneliti peroleh berdasarkan indikator yang telah ditetapkan sebelumnya:

1. Modal Kerja

Aspek modal kerja dalam hal ini dilihat dari aset yang dimiliki oleh kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aset yang dimiliki seperti bangunan

rumah untuk proses produksi, peralatan produksi, bahan produksi, hasil produksi, dan anggota kelompok dapat dikategorikan masih terbatas. Modal kerja yang dimiliki terbatas, peralatan dan bahan baku yang dimiliki pun juga terbatas ditambah dengan SDM yang kurang aktif dan rata-rata sudah tua sehingga kualitas hasil produksi kurang maksimal. Karena keterbatasan aset yang dimiliki tersebut hingga saat ini kelompok pengrajin batik hanya mampu menghasilkan beberapa produk batik dan produk turunan batik.

2. Pemasaran

Metode pemasaran yang dilakukan oleh kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi saat ini yaitu mengikuti pameran atau *event*, menggunakan kartu nama atau brosur, mengikuti kegiatan dialog *shooting* di TVRI dan RBTB, dan dari mulut ke mulut. Hingga saat ini masih terkendala dalam sistem pemasaran secara *online* dikarenakan anggotanya masih gagap teknologi dan keterbatasan peralatan yang dimiliki.

3. Sumber Daya Manusia. (SDM)

SDM sangat penting untuk mendukung suatu perusahaan dalam melakukan proses usaha dan untuk membantu dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota yang saat ini bergabung rata-rata adalah ibu-ibu yang sudah tua sehingga kualitas produk yang dihasilkan kurang maksimal. Generasi muda juga belum tertarik untuk bergabung, hal ini terjadi karena modal kerja yang dimiliki masih terbatas sehingga menghasilkan produk yang monoton dengan kualitas yang kurang maksimal. Akibatnya akan sulit untuk memberikan kesejahteraan kepada anggota.

4. Produksi

Kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi selama kurun waktu satu bulan hanya mampu menghasilkan kurang lebih 100 hingga 150 batik. Untuk mempertahankan kualitas produk, hal yang diusahakan oleh kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi ini yaitu:

- a. Menggunakan kain yang bagus dan lebih tebal.
- b. Mempertahankan pada ukuran pewarna.
- c. Memperhatikan *packing* yaitu dengan menggunakan plastik yang tebal.

Ketiga cara dilakukan agar penilaian konsumen ataupun pelanggan terhadap produk batik yang dihasilkan semakin baik. Selain itu untuk memberikan kepuasan kepada konsumen ataupun pelanggan yang membeli produk batik tersebut. Namun, karena hingga saat ini masih

menggunakan peralatan manual dan terbatas, selain itu dengan SDM yang rata-rata sudah tua maka akan sulit untuk mempertahankan kualitas tersebut.

Masalah lain berkaitan dengan produksi adalah pengolahan limbah. Sampai saat ini limbah hanya ditempatkan pada drum dan panci besar serta hanya diolah sederhana dan digunakan untuk menyirami beberapa tanaman obat. Hal ini terjadi karena dengan modal yang terbatas sehingga kelompok ini belum mampu membeli peralatan yang dapat digunakan untuk mengolah limbah dengan baik.

5. Administrasi

Administrasi adalah hal yang berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, pengawasan, dan evaluasi. Administrasi ini juga termasuk pembukuan atau pencatatan seperti pesanan dan produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi sudah melakukan beberapa pembukuan seperti buku presensi, buku notula, buku tamu, buku kas, buku inventaris dan buku jual beli. Selain itu setiap anggota juga telah diberi buku kerja untuk mencatat apa saja pekerjaan yang telah dilakukan oleh masing-masing anggota tersebut. Setiap ada rapat, ada pembeli, ada pemasukan dan pengeluaran sudah dicatat dalam masing-masing buku. Untuk penataan buku telah diletakkan dalam satu rak buku. Namun masih terdapat kendala dalam hal administrasi ini yaitu pembukuan masih seadanya dan masih dilakukan secara manual belum menggunakan komputerisasi dikarenakan anggota masih gagap teknologi komputer.

6. Teknologi

Teknologi merupakan suatu alat yang mendukung dalam proses kegiatan menghasilkan barang yang berkualitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi pernah menerima bantuan peralatan dari Disperindakop dan Desa Triharjo, namun hingga saat ini peralatan yang digunakan terbatas dan masih manual. Keterbatasan modal kerja yang dimiliki maka peralatan produksi pun juga terbatas karena masih menggunakan peralatan manual, sehingga belum mampu mengikuti perkembangan teknologi saat ini.

7. Pembeli

Pembeli batik Dewi Kunthi berasal dari berbagai daerah, baik dari daerah Sleman dan sekitarnya maupun dari luar daerah. Tanggapan dari pembeli sangat baik dan hingga saat ini belum ada komplain terhadap produk yang dihasilkan oleh kelompok pengrajin batik Dewi

Kunthi. Adanya kelompok pengrajin batik tersebut bisa membantu dalam kegiatan seperti kegiatan 17 Agustus, kegiatan kesenian, dan kegiatan kepemudaan. Selain itu juga adanya kerjasama seni dari batik untuk masyarakat sekitar. Masyarakat juga merasa aman dan nyaman dengan keberadaan kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi tersebut karena selama ini proses produksi ataupun kegiatan kelompok pengrajin batik tidak mengganggu masyarakat sehingga masyarakat sangat mendukung dengan kelompok pengrajin batik tersebut.

8. Pesaing

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini terdapat banyaknya kelompok usaha yang bersaing untuk memasarkan produknya agar banyak diminati oleh para konsumen. Pesaing kelompok pengrajin batik yang dimiliki oleh kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi ini begitu banyak, namun kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi dengan kelompok pengrajin batik yang lain bersaing dengan sehat. Hal ini dilakukan dengan membentuk suatu asosiasi batik yang dipergunakan untuk *sharing* mengenai permasalahan membatik. Adanya persaingan sehat ini diharapkan para kelompok pengrajin batik tersebut dapat mengembangkan usahanya dengan baik dan mampu memperkenalkan batik hingga ke berbagai negara di dunia.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pengembangan kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Modal kerja yang dimiliki masih terbatas dan belum mampu untuk membeli peralatan modern dan bahan baku kualitas baik. Sehingga saat ini dalam proses produksi masih menggunakan peralatan manual dan bahan baku sederhana yang menghasilkan produk kurang berkualitas. Selain itu minimnya produk yang dihasilkan karena dalam kurun satu bulan hanya mampu menghasilkan 100-150 kain batik.
2. Keterbatasan dalam pemesanan dan belum mampu melakukan pemasaran secara *online* karena anggota rata-rata sudah tua dan gagap teknologi.
3. Belum mampu memberikan kesejahteraan kepada anggota, sehingga generasi muda enggan untuk bergabung dan kurang tertarik dengan kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi. selain itu dengan peralatan yang masih terbatas sehingga hanya mampu menghasilkan produk yang monoton dan kualitas yang kurang maksimal

4. Proses pembukuan masih dilakukan seadanya dan belum menggunakan metode komputerisasi dikarenakan peralatan yang masih terbatas dan anggota masih gagap teknologi. Belum memiliki tempat khusus yang baik untuk menyimpan produk karena tempat masih terbatas.
5. Belum mampu mengikuti perkembangan teknologi. Karena keterbatasan kemampuan untuk membeli peralatan modern yang sesuai dengan perkembangan teknologi.
6. Dalam bersaing dengan kelompok pengrajin batik yang lain dilakukan persaingan yang sehat dengan membentuk suatu asosiasi batik yang dapat digunakan sebagai *sharing* dan belajar antara kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi dengan kelompok pengrajin batik yang lain.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pengembangan kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi, maka peneliti memberikan saran sebagai strategi pengembangan terhadap kelompok pengrajin batik Dewi Kunthi sebagai berikut:

1. Meminjam modal untuk membeli peralatan yang baik agar mampu menghasilkan produk yang maksimal.
2. Pengadaan peralatan modern yang sesuai dengan perkembangan teknologi, agar dapat menciptakan produk dengan kualitas yang maksimal, sehingga mampu memberikan kesejahteraan kepada anggota dan dapat menarik perhatian generasi muda untuk ikut bergabung.
3. Menciptakan motif yang sesuai dengan perkembangan saat ini sehingga menarik perhatian konsumen.
4. Membeli peralatan untuk pengolahan limbah yang baik, dan meningkatkan kemampuan anggota untuk proses pembukuan secara komputerisasi agar mudah dalam penginputan data.
5. Mengadakan atau mengikutsertakan anggota dalam pelatihan agar lebih terampil dan berwawasan luas. Selain itu juga melakukan perekrutan untuk para generasi muda agar mampu meningkatkan hasil dan kualitas produk.

Daftar Pustaka

- Affuah, Allan. 2009. *Upaya Pengembangan Usaha*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Strategic Management Sustainable Competitive Advantage*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Barry. 2005. *Manajemen Strategis Public Relation*. Jakarta: Ghaila Indonesia.
- Chandler. 2009. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- David, Hunger. 2003. *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.
- Dirgantara, Crown. 2002. *Keunggulan Bersaing Melalui Proses Bisnis*. Jakarta: PT Grasindo.
- Fahmi, Irham. 2014. *Kewirausahaan: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta.
- Glos, Steade dan Lawry. 2004. *Pengembangan Wirausaha Baru*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hariandja, Marihot Tua Efendi. 2002. *Manajemen SDM*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Husein. 2001. *Manajemen Strategis*. Jakarta: PT Grasindo.
- Miles dan Huberman. 2001. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Pers.
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- , 2006. *Teknik Pengumpulan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, Prof, Dr. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.