EFEKTIVITAS STRATEGI DINAS PERDAGANGAN DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL BATIK DI KABUPATEN KEDIRI PROVINSI JAWA TIMUR

Parino

Institut Pemerintahan Dalam Negeri

E-mail: parino@gmail.com

Emma Firda Happy Kurnia

Kementerian Dalam Negeri

E-mail: hkurnia9@gmail.com

ABSTRACT

The Effectiveness of the Trade Service Strategy in the Development of Batik Small Industries in Kediri Regency, East Java Province. Problems were observed in this paper include: how the effectiveness of the strategy of the Department of Trade in developing small batik industry in Kediri, and what are the factors that support the achievement of the effectiveness of the Department of Trade strategy in the development of small batik industry in Kediri. This observation aims to identify and analyze the effectiveness of the strategy of the Department of Trade to develop small industries batik. Observation method used is descriptive qualitative, while the data collection techniques are participatory observation, semi-structured interviews, and documentation. Data were analyzed using triangulation. The activity in the analysis of the data are data reduction, data display, and withdrawal of the conclusion. Strategies undertaken by the Department of Trade Kediri in developing small industries batik namely: infrastructure development, development, marketing, and human resource development. The observation is based on the size of the effectiveness of the measures of effectiveness in Streers Duncan, implementation strategies Department of Trade in the development of small industries batik based on indicators of goal achievement, integration, and adaptation have not been effective. Factors that hinder the achievement of the effectiveness of the strategy of the Department of Trade in the development of small industrial batik namely: lack of funding, lack of mastery of technology by batik entrepreneurs, lack of manpower batik, raw materials are still being sought from outside Kediri, means Sanri unfavorable, lack of socialization of the Department of Trade about programs that will be conducted, and low skills in batik Kediri Regency society.

Keywords: effectiveness, strategy, small industry

ABSTRAK

Efektivitas Strategi Dinas Perdagangan dalam Pengembangan Industri Kecil Batik di Kabupaten Kediri Provinsi Jawa Timur. Batik merupakan hasil produksi yang menjadi komoditas perdagangan antardaerah dan juga sebagai komoditas ekspor andalan

Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis efektivitas strategi Dinas Perdagangan dalam mengembangkan industri kecil batik di Kabupaten Kediri. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi partisipatif, wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan triangulasi. Adapun aktivitas analisis data, mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan. Strategi yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kabupaten Kediri dalam mengembangkan industri kecil batik yaitu: pembangunan prasarana, pengembangan pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. Hasilnya berdasarkan ukuran efektivitas Duncan dalam Streers, pelaksanaan strategi Dinas Perdagangan dalam pengembangan industri kecil batik berdasarkan indikator pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi belum efektif. Faktor yang menghambat pencapaian efektivitas dalam pengembangan industri kecil batik yaitu: kurangnya dana, rendahnya penguasaan teknologi oleh pengusaha batik, kurangnya tenaga kerja pembatik, bahan baku yang masih dicari dari luar Kabupaten Kediri, sarana Sanri yang kurang mendukung, kurangnya sosialisasi Dinas Perdagangan mengenai program-program yang akan dilakukan, serta rendahnya keterampilan masyarakat Kabupaten Kediri dalam membatik.

Kata kunci: efektivitas, strategi, industri kecil

PENDAHULUAN

Salah satu potensi daerah yang cukup besar untuk dikembangkan adalah industri kecil batik. Adanya batik khas Kediri menunjukkan bahwa Kabupaten Kediri tidak hanya terkenal dengan “tahu” dan Monumen Simpang Lima saja sebagai *icon* daerah. Batik merupakan hasil dari perkembangan *fashion*. Batik adalah kain yang memiliki corak hias khas Indonesia dengan proses pembuatan mulai dari melukis dengan canting, pencelupan warna, hingga pelorotan *malam*. Batik merupakan sebuah hasil karya budaya bangsa Indonesia yang berkembang dan dilestarikan secara turun temurun.

Batik telah mendapat pengakuan secara Internasional. pada 2 Oktober 2009, UNESCO sebagai organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Kebudayaan Dunia, menetapkan batik sebagai warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia. Di Indonesia batik merupakan hasil produksi yang menjadi

komoditas perdagangan antardaerah dan juga sebagai komoditas ekspor andalan Indonesia.

Kabupaten Kediri memiliki beberapa motif batik, antara lain: batik motif SLG (Simpang Lima Gumul), motif *bolleches*, motif garuda muka ukel, motif garuda muka teratai mekar, motif garuda muka mukti, motif daun-daunan, motif bambu sakura, motif garuda muka sekar jagad, motif kuda kepang, motif mangga podang, dan motif ikan koi. Nama-nama pengusaha batik Kabupaten Kediri tahun 2016 terdapat pada Tabel 1.

Tabel 1 Nama-nama Pengusaha Industri Kecil Batik Kediri Tahun 2016

No	Nama Pemilik	Nama Produk/Merek	Jenis Produksi
1	Wiwin Munawaroh	Batik Aulia	Batik Tulis
2	Anik	Batik Bu Anik	Batik Tulis
3	Jumangin	Batik Jumentara Prima	Batik Tulis dan Cap

4	Adi Wahyonono, S.Pd,	Cittaka Domas	Batik Tulis
5	Drs. Suminarwati	Batik Suminar	Batik Tulis, Cap, Printing
6	Herlin Puspita Sari	Batik Esri	Batik Tulis dan Printing
7	Hardini	Batik Hardini	Batik Tulis
8	Hari	Batik Lochtara	Batik Tulis dan Printing
9	Erma	Batik Aura	Batik Tulis
10	Rini Indriani	Batik Lathifa	Batik Tulis

Pekalongan di Jawa Tengah yang tentunya sudah membludak sekali.

Keterbatasan modal juga menjadi penghambat produksi batik. Kesulitan yang dialami pengusaha batik dalam memperoleh modal saat pesanan datang merupakan permasalahan yang sering kali dihadapi oleh para pengusaha batik Kabupaten Kediri. Modal yang dibutuhkan dalam industri batik cukup besar yaitu sekitar Rp10.000.000,00 dan bahkan bisa lebih saat banyak pesanan datang di hari-hari besar seperti bulan Ramadhan.

Selain masalah pemasaran dan pemodalannya, permasalahan industri kecil batik Kabupaten Kediri diakibatkan oleh sulitnya mencari tenaga perajin batik. Budi seorang pengusaha batik memiliki 30 tenaga kerja meskipun yang datang setiap harinya hanya 5 (lima) sampai 6 (enam) orang. Salah seorang perajin kain batik Faricha Chusnawati, mengakui saat ini mencari tenaga untuk membantu usaha kerajinan batiknya agak sulit karena tidak telaten mengerjakan motif-motif batik. Pengusaha batik Herlin lebih memilih merekrut pekerja dari Pekalongan karena lebih ahli dalam kemampuan membatik.

Dalam menghadapi masalah pengembangan industri kecil batik Kabupaten Kediri, dibutuhkan suatu strategi dari Dinas Perdagangan. Adapun strategi yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan Kabupaten Kediri dalam mengembangkan industri kecil batik yaitu: pembangunan prasarana, pengembangan pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. **Pertama**, pembangunan prasarana merupakan sesuatu yang diperlukan dalam mendorong pertumbuhan industri kecil. Dinas Perdagangan Kabupaten Kediri memberikan bantuan prasarana pemasaran melalui tempat pemasaran atau *showroom*

Sumber: Dinas Perdagangan Tahun 2016

Batik Kabupaten Kediri memang tidak sepopuler daerah pengusaha batik seperti: Madura, Lasem, Rembang, Kudus, Pekalongan, Solo, Cirebon, dan Indramayu. Hal ini karena pengusaha batik Kediri terkendala pemasaran. Menurut Suminar seorang pengusaha batik pada Koran Memo, "Minat masyarakat Kediri menggunakan produk lokal kurang. Oleh karena itu para pelaku industri kreatif Kediri harus pintar-pintar melihat pasar. Jangan sampai hanya mengandalkan pasar lokal".

Budi, pengusaha lain, juga mengemukakan pendapatnya:

Selama ini pemerintah menggemborkan prinsip "Aku Cinta Produk Indonesia" namun dalam semangat tersebut belum sampai pada membuat masyarakat greget untuk selalu membeli produk lokal terutama batik. Apalagi untuk daerah sini memang dikenal bukan daerah penghasil batik seperti Solo,

SANRI (Sandang Kediri). SANRI yang merupakan sebuah wadah pusat tempat perajin batik memasarkan produknya. Lokasi SANRI di Jalan Soekarno-Hatta No. 10 Kabupaten Kediri. SANRI yang diresmikan pada 31 Maret 2015 ini merupakan satu-satunya *showroom* khusus konfeksi terutama batik yang ada di Kabupaten Kediri. Kisaran harga batik di SANRI mulai Rp80.000,00 hingga Rp250.000,00. Industri kecil batik yang menempati ruangan SANRI yakni Batik Suminar, Batik Herlin, Batik Locatara, Batik Wiwin Munawaroh, dan Batik Ermawati Dwi Retnani. Dari data tersebut, hanya 5 (lima) dari 10 industri kecil batik yang mau memasarkan produknya di ruangan SANRI. Berikut penuturan Erlin Prasetyorini dan Ratih Pratiwi (2016).

Berdasarkan pengamatan di lapangan, “SANRI” (Sandang Kediri) yang digadang-gadang sebagai salah satu pusat koveksi batik khas Kabupaten Kediri belum memberikan dampak yang cukup signifikan. Setiap harinya *showroom* ini terlihat sepi dari konsumen. Konsumen yang mendatangi “SANRI” (Sandang Kediri) rata-rata adalah pegawai dinas dari sekitar lokasi *showroom* ini. SANRI (Sandang Kediri) belum terlalu dikenal oleh masyarakat secara umum.

Kedua, pengembangan pemasaran pada industri kecil batik dilakukan melalui perluasan jaringan pemasaran dan peningkatan akses teknologi. Jaringan pemasaran adalah dengan mengikutkan perajin batik dalam acara-acara pameran seperti Festival Kelud dan Pekan Budaya Simpang Lima Gumul. Peningkatan akses teknologi oleh Dinas Perdagangan melalui Dinas Komunikasi dan Informatika

Kabupaten Kediri bekerjasama dengan PT. Telkom untuk memberikan pelatihan teknologi kepada perajin batik tulis. Pemasaran batik tulis secara *online* dengan *website* menggunakan internet akan lebih menghemat biaya karena tidak membutuhkan biaya akomodasi dan menghemat waktu karena dapat dilakukan kapan saja. Tidak semua pengusaha batik tulis setuju untuk menggunakan pemasaran secara *online*. Tiga dari mereka masih memilih untuk memasarkan produk batik tulisnya menggunakan cara manual. Pengusaha batik lebih memilih pemasaran menggunakan cara manual karena konsumen dapat melihat batik yang dibeli secara langsung.

Ketiga, pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan yang bekerjasama dengan pengusaha industri kecil batik Kabupaten Kediri adalah dengan memberikan pelatihan kepada ibu-ibu Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dan remaja. Pelatihan membatik dilaksanakan minimal sekali setiap tahun. Pada peringatan Hari Batik Nasional di Desa Sekoto, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, pada 2 Oktober 2015 sejumlah anggota PKK berlatih membatik pada media kain katun. Sedikitnya 100 anggota PKK mengikuti pelatihan membatik dan diharapkan ibu-ibu rumah tangga tersebut nantinya dapat berkontribusi dalam perekonomian keluarga. Pada pelatihan membatik, hanya 25 dari 100 orang terpilih dan 12 orang dipekerjakan di Galeri Batik Suminar sebagai membatik.

Berdasarkan uraian di atas maka fokus penelitian ini yaitu: Bagaimana efektivitas strategi Dinas Perdagangan dalam mengembangkan industri kecil batik di Kabupaten Kediri. Ukuran efektivitas suatu organisasi menurut Duncan dalam Steers (1995: 53) sebagai berikut:

1. Pencapaian Tujuan

Pencapaian tujuan dapat dilihat dengan sasaran yang merupakan target yang konkrit

2. Integrasi

Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi, pengembangan konsensus dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya.

3. Adaptasi

Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu adaptasi dapat dilihat dari peningkatan kemampuan serta sarana dan prasarana.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Biglen (1990: 34) mengatakan bahwa riset kualitatif itu bersifat deskriptif. Moleong (1989: 3) mengatakan bahwa metode kualitatif sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.

Data dikumpulkan teknik wawancara, studi dokumen dan pengamatan dengan cara observasi partisipatif, wawancara semiterstruktur, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan triangulasi. Adapun aktivitas dalam analisa data, yaitu dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Strategi Dinas Perdagangan dalam Pengembangan Industri Kecil Batik

Pembahasan mengenai efektivitas strategi Dinas Perdagangan dalam Pengembangan Industri Kecil Batik di Kabupaten Kediri diukur menggunakan teori ukuran efektivitas menurut Duncan dalam Streers (1985) yaitu pencapaian tujuan, integrasi, dan adaptasi.

Pencapaian Tujuan

Dalam pelaksanaan strategi pengembangan industri kecil batik, Dinas Perdagangan memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan strategi pengembangan industri kecil batik menurut wawancara dengan Kepala Dinas Perdagangan Pak Didi Eko, "Tujuan strategi pengembangan industri kecil batik yaitu untuk membantu pengrajin batik agar memiliki daya saing yang kuat, menunjukkan batik Kabupaten Kediri agar dicari dan disukai masyarakat."

Dinas Perdagangan mengharapkan pengusaha batik memiliki kemampuan untuk mengelola industrinya agar memiliki daya saing yang kuat. Dengan demikian diharapkan dengan meningkatnya kualitas pengusaha batik dalam mengelola industrinya, produksi batik Kabupaten Kediri bisa dicari-cari oleh masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, Dinas Perdagangan melakukan strategi pengembangan industri kecil batik dengan: pembangunan prasarana, pengembangan pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia.

Berdasarkan hasil wawancara di bidang perindustrian oleh Pak Kristiono, "Tujuan pengembangan batik belum semua tercapai, masih perlu dievaluasi

karena masih terdapat keluhan dari pengusaha batik. Salah satunya, saat pameran batik di Kabupaten Kediri ada beberapa industri batik yang produknya tidak terlalu laku karena lokasi pameran yang tidak tepat dan kurang diminati masyarakat.”

Dari hasil wawancara di atas, pelaksanaan strategi pengembangan industri kecil batik masih menjumpai kendala. Kendala ditemukan ketika pengusaha batik sebagai sasaran strategi pengembangan industri kecil batik masih mengeluh terhadap strategi yang dilakukan oleh Dinas Perdagangan.

Menurut hasil wawancara dengan pengusaha batik, 6 (enam) dari 10 pengusaha batik merasa pelaksanaan strategi Dinas Perdagangan dalam pengembangan industri kecil batik belum sesuai keinginan mereka. Salah satu ketidakpuasan pengusaha batik ditunjukkan oleh pengusaha batik Bu Anik yang mengeluh karena pelatihan membatik yang dilaksanakan satu kali tidak menghasilkan pembatik yang halus dalam mencanting. Menurut wawancara dengan pengusaha batik Bu Anik,

“Belum, masih banyak kekurangan. Ketika pelatihan batik, saya menjadi instruktur. Menurut pengamatan saya, walaupun masyarakat sudah mengikuti pelatihan membatik, untuk menjadi tenaga kerja membatik saja susah karena mencantingnya kurang halus”

Berdasarkan pemaparan Bu Ani di atas, beliau yang pernah menjadi instruktur pelatihan membatik mengeluh karena pelatihan tersebut tidak menghasilkan pembatik yang ahli dalam mencanting. Pelatihan membatik seharusnya tidak diadakan setahun sekali karena mengajarkan

masyarakat awam untuk menjadi pembatik bukanlah hal yang mudah. Sehingga dalam hal ini hasil dari pelatihan membatik hanyalah sia-sia.

Empat pengusaha batik yang merasa pelaksanaan strategi Dinas Perdagangan sudah sesuai keinginan mereka adalah Herlin, Suminar, Hardini, dan Hari. Walaupun mereka merasa strategi pengembangan batik sudah sesuai keinginan mereka, mereka masih menemui kendala dalam mencari tenaga kerja dan mencari bahan baku batik. Menurut wawancara dengan pengusaha batik Pak Hari, “Kendala saya dalam memproduksi batik, Kediri memiliki SDM dalam membatik yang kurang karena memang dari nenek moyang kita bukanlah pembatik. Saya harus mengajari mereka sampai berminggu-minggu.”

Menurut pengusaha batik Adi Wahyono, “Bahan baku saya peroleh dari Solo dan Tulungagung. Saya berharap disediakan toko alat-alat dan bahan untuk membatik dengan sistem pembayaran yang dapat dicicil karena selama ini alat-alat dan bahan batik beli dari luar kota sehingga harga batik saya mahal.”

Dari pemaparan para pengusaha batik di atas, rata-rata kendala mereka dalam penyediaan bahan baku dan kurangnya tenaga kerja. Walaupun setiap tahun Dinas Perdagangan sering menyelenggarakan pelatihan untuk membantu pengusaha batik memperoleh tenaga kerja, tapi hasil dari pelatihan tersebut belum dinikmati oleh pengusaha batik. Pengusaha batik harus mencari tenaga kerja sendiri dengan melatih mereka secara pribadi. Hal ini karena untuk menjadi pembatik yang halus mencantingnya butuh waktu berminggu-minggu. Selain kesulitan dalam mencari tenaga kerja, pengusaha batik juga

kesulitan dalam memperoleh bahan baku membatik seperti kain, canting, dan pewarna. Mereka harus mencari bahan-bahan tersebut di luar Kabupaten Kediri. Dinas Perdagangan belum menyediakan toko peralatan membatik.

Berdasarkan hasil pemaparan oleh Pak Kristiono pegawai di bidang perindustrian dan para pengusaha batik, masih terdapat banyak kendala dalam pengembangan industri kecil batik. Tujuan dari pengembangan batik juga belum sesuai harapan pengusaha batik sebagai pelaku sasaran strategi yang dilakukan Dinas Perdagangan. Dalam hal ini diukur dari indikator pencapaian tujuan, pengembangan industri kecil batik belum efektif.

Integrasi

Integrasi yaitu pengukuran terhadap tingkat kemampuan suatu organisasi untuk mengadakan sosialisasi dan komunikasi dengan berbagai macam organisasi lainnya. Dinas Perdagangan sebagai sebuah organisasi pemerintah perlu meningkatkan perannya dalam mengembangkan industri batik dengan mengembangkan kemitraan usaha yang menguntungkan pengusaha industri kecil. Integrasi yang dilakukan Dinas Perdagangan meliputi sosialisasi kepada pengusaha batik dan juga kerja sama dengan organisasi lainnya. Pengembangan industri batik ini perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya.

Sosialisasi dilakukan Dinas Perdagangan dengan datang secara acak kepada pengusaha maupun dengan memberikan informasi langsung pada

pengusaha yang datang. Menurut Kepala Dinas Perdagangan Pak Didi Eko, “Selain melakukan pengawasan, kami juga sekaligus melakukan sosialisasi kepada pengusaha tentang kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dengan mendatangi tempat industri secara acak. Para pengusaha batik dapat langsung datang ke kantor jika ada keluhan dan ingin informasi terbaru.” Sosialisasi dilakukan oleh Dinas Perdagangan dengan mendatangi tempat industri secara acak dan juga dilakukan saat di kantor. Sosialisasi bertujuan agar kegiatan yang akan dilakukan dapat diketahui oleh pengusaha batik, sehingga pengusaha batik mengetahui informasi apa saja yang dibutuhkan mereka untuk mengembangkan industrinya.

Sayangnya, sosialisasi dengan mendatangi pengusaha batik secara acak menjadikan sosialisasi ini tidak efektif. Pengusaha yang tidak kebagian mendapatkan sosialisasi dan tidak datang rutin ke Dinas Perdagangan tidak mengetahui informasi tersebut. Menurut pengusaha batik Herlin,

“Biasanya yang ikut pameran di luar Kediri pembatik yang berani ngomong langsung ke dinas, padahal banyak juga yang ingin ikut. Akhirnya pembatik yang malu untuk ngomong tidak bisa ikut karena terbatas. Harusnya Dinas Perdagangan memberi informasi seperti ini kepada semua pengusaha batik tanpa kecuali.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha batik Herlin, sosialisasi tidak berjalan efektif karena tidak semua pengusaha batik mengetahui kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan Dinas Perdagangan. Dinas Perdagangan kurang terbuka dalam menyampaikan informasi mengenai kegiatan yang akan dilakukan.

Selain melakukan sosialisasi, Dinas Perdagangan mengadakan kerja sama dengan *stakeholder* lain baik dalam penyelenggaraan pelatihan pembuatan *website* untuk pemasaran *online* dan penyelenggaraan pameran batik. Pada penyelenggaraan pelatihan pembuatan *website* untuk pemasaran *online*, Dinas Perdagangan bekerjasama dengan PT. Telkom. Berdasarkan wawancara dengan Kasi Bidang Perdagangan Pak Panggih Heru, “Kami juga bekerjasama dengan PT. Telkom dalam menyelenggarakan pelatihan pembuatan *website* kepada para pemilik industri kecil. Tidak hanya batik saja, tapi juga untuk industri lain seperti makanan dan minuman.” Pemasaran batik tulis secara *online* menggunakan internet akan lebih menghemat biaya karena tidak membutuhkan biaya akomodasi dan menghemat waktu karena dapat dilakukan kapan saja. Meskipun begitu, tidak semua pengusaha batik setuju untuk menggunakan pemasaran secara *online*. Berdasarkan hasil wawancara, 3 (tiga) di antara mereka masih memilih untuk memasarkan produk batik tulisnya menggunakan cara manual.

Pada penyelenggaraan pameran batik, Dinas Perdagangan bekerjasama dengan PT. Gudang Garam dalam penyediaan tenda. Menurut wawancara dengan Kepala Dinas Perdagangan Pak Didi,

“Kami bekerja sama dengan *stakeholder* lain dalam kegiatan pengembangan batik. Kami mengadakan kerja sama dengan PT. Gudang Garam untuk menambah jumlah tenda pada pameran tahunan di SLG. Kalau pelatihan batik kami kerja sama dengan para Camat untuk mengajak warganya ikut pelatihan.”

Kerja sama Dinas Perdagangan dengan PT. Gudang Garam dalam penambahan tenda ini bagus karena semua pengusaha industri batik dapat ikut serta menjual produknya di pameran tahunan SLG. Akan tetapi kerja sama dengan para Camat dalam penyelenggaraan pelatihan batik dalam mengikutsertakan warganya kurang. Menurut Kasi Industri Kimia, Tekstil dan Aneka Industri, Pak Imadudin pada sosialisasi pembangunan Sentra Batik Papar di pembatik Bu Wiwin, beliau mengatakan bahwa pelatihan membuat batik di Papar tahun kemarin hanya diikuti oleh warga di sekitar Desa Papar saja. Hal ini menunjukkan bahwa kerja sama Dinas Perdagangan dengan para Camat belum maksimal karena hanya warga Desa Papar saja yang mengetahui.

Masukan kepada Dinas Perdagangan terkait peningkatan kerja sama untuk meningkatkan pemasaran batik berdasarkan wawancara dengan pengusaha batik Bu Suminar,

“Sayamendukung segala strategi Dinas Perdagangan. Terkait pemasaran, hanya perlu ditingkatkan. Contohnya di Bantul Yogyakarta, tamu pejabat dari luar daerah dikondisikan untuk melakukan jalur kunjungan ke produk-produk kerajinan Bantul. Paling tidak mereka ada kesan setelah berkunjung ke Bantul. Ujung-ujungnya pun nanti juga pasti ada transaksi.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, pengusaha batik menginginkan Dinas Perdagangan bekerjasama dengan tamu pejabat yang datang ke Kabupaten Kediri untuk diajak berkunjung ke produk industri kecil. Hal ini juga sesuai dengan keinginan pengusaha batik Bu Anik. Menurut saran Bu Anik pada acara silaturahmi IMKM se Kabupaten Kediri, “Saya membangun

wisata edukatif membatik. Saya ingin banyak tamu yang datang bisa berkunjung ke wisata edukatif saya. Pinginnya kayak di Kota Kediri kalau ada tamu yang datang diajak ke tempat batik.”

Menanggapi saran dari para pengusaha batik, Kasi Industri Kimia, Tekstil dan Aneka Industri Pak Imadudin pada sosialisasi di rumah Bu Anik tentang pembangunan Sentra Batik Papar,

“Kami sedang merencanakan alur perjalanan untuk mempermudah kunjungan baik dari pejabat di luar daerah ataupun pada wisatawan. Sentra makanan akan kami pusatkan di Pendopo Kabupaten Kediri, sedangkan pernak pernik kerajinan tangan dan batik kami pusatkan di Papar. Jalur tersebut juga sekaligus jalan ke tempat wisata Kabupaten Kediri.”

Menurut wawancara dengan para pengusaha batik di atas, mereka mengharapkan agar Dinas Perdagangan meningkatkan kembali kerja sama khususnya dengan tamu-tamu yang sedang dinas mengunjungi Kabupaten Kediri. Kerja sama yang diharapkan oleh pengusaha batik adalah dengan mengajak para tamu tersebut untuk berkunjung ke tempat-tempat industri yang ada di Kabupaten Kediri khususnya di industri batik, agar batik Kediri dikenal oleh daerah lain. Dinas perdagangan memang sedang merencanakan alur kunjungan tamu-tamu dari luar Kabupaten Kediri. Rencananya akan dibangun pusat makanan dan kerajinan khas Kabupaten Kediri sehingga tamu dari daerah lain dapat mengetahui apa saja oleh-oleh khas ketika berkunjung ke Kediri.

Berdasarkan pembahasan mengenai ukuran efektivitas yang diukur dari

indikator integrasi, dinas perdagangan belum efektif dalam melakukan sosialisasi kepada pengusaha batik maupun kerja sama dengan *stakeholder* lain seperti PT. Gudang Garam, PT. Telkom, dan para camat. Dinas Perdagangan juga kurang bisa memanfaatkan kedatangan tamu dari dinas lain yang sedang bertugas ke Kabupaten Kediri untuk mengajak mereka mengunjungi tempat pemasaran produk industri kecil.

Adaptasi

Adaptasi adalah kemampuan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Untuk itu adaptasi dapat dilihat dari peningkatan kemampuan serta sarana dan prasarana.

1) Peningkatan Kemampuan

Dinas Perdagangan memiliki inovasi untuk menjadikan industri kecil batik berkembang dan menjadi lebih baik lagi. Kegiatan peningkatan kemampuan yang diselenggarakan oleh Dinas Perdagangan antara lain:

Pertama, peningkatan kemampuan dalam membatik. Untuk meningkatkan kemampuan dalam membatik, Dinas Perdagangan menyelenggarakan pelatihan membatik untuk seluruh masyarakat Kabupaten Kediri yang mau mengikutinya. Pelatihan membatik sudah dimulai sejak tahun 2010. Menurut wawancara pada bidang perindustrian Pak Kristiono, beliau mengatakan bahwa pelatihan membatik rata-rata diselenggarakan sekali setiap tahun. Pada tahun 2016 pelatihan membatik diselenggarakan di Pendopo Kecamatan Papar mulai tanggal 26 Agustus sampai dengan 30 September. Dinas Perdagangan dalam pelatihan membatik tahun 2016

bekerjasama dengan pengusaha batik yang sudah ahli untuk dijadikan pelatih.

Pelatihan pada tahun 2016 ini diikuti oleh 40 orang yang merupakan masyarakat di sekitar Papar. Berdasarkan observasi penulis, pelatihan ini hanya menghasilkan 2 (dua) tenaga pembatik yang direkrut oleh pengusaha Hardini dan tidak menghasilkan pengusaha batik baru. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan dari diselenggarakannya pelatihan membatik pada tahun tersebut belum berhasil.

Pelatihan membatik yang selama ini diselenggarakan oleh Dinas Perdagangan menurut wawancara dengan pelatih batik bu Anik,

“Ketika pelatihan batik, saya menjadi instruktur. Menurut pengamatan saya, walaupun masyarakat sudah mengikuti pelatihan membatik mereka mencantingnya kurang halus. Selain itu, untuk mereka mendirikan usaha batik juga susah karena sulit untuk mencari pemasaran batik.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa pelatihan membatik yang diselenggarakan oleh Dinas Perdagangan kurang menghasilkan pembatik yang handal. Masyarakat Kabupaten Kediri memiliki kemampuan yang rendah dalam membatik. Mereka belum bisa membatik dengan halus. Keterampilan masyarakat Kabupaten Kediri yang rendah dalam membatik mengakibatkan pengusaha batik di Kabupaten Kediri hanya 10 orang dan mengakibatkan pengusaha batik yang sudah ada kesulitan memperoleh tenaga kerja.

Kedua, peningkatan kemampuan dalam pemasaran produk batik secara *online*. Dalam pemasaran produk batik

secara *online*, Dinas Perdagangan melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Kediri bekerjasama dengan PT. Telkom untuk memberikan pelatihan teknologi membuat *website* pemasaran batik kepada pengusaha batik. Tujuan dari diadakannya pelatihan ini untuk membantu pengusaha batik dalam memasarkan produknya.

Akan tetapi pada hasilnya, tidak semua pengusaha batik memasarkan produk mereka melalui *website*. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha batik, hanya 7 (tujuh) dari sepuluh pengusaha batik yang memanfaatkan pelatihan pemasaran *online* menggunakan *website*. Walaupun mereka memiliki media sosial untuk membantu pemasaran, akan tetapi pemasaran produk mereka lebih dominan dilakukan secara manual. Dalam hal ini pengusaha batik kurang bisa memanfaatkan strategi Dinas Perdagangan dalam membantu para pembatik untuk memasarkan produknya secara *online*, sehingga peningkatan kemampuan dalam pemasaran produk batik secara *online* belum efektif.

2) *Sarana dan Prasarana*

Dinas Perdagangan Kabupaten Kediri memberikan bantuan prasarana pemasaran melalui tempat pemasaran atau *showroom* Sanri (Sandang Kediri). Sanri yang merupakan sebuah wadah pusat di mana perajin batik bisa memasarkan produknya. Lokasi Sanri di Jalan Soekarno-Hatta No. 10 Kabupaten Kediri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengusaha batik, industri kecil batik yang menempati ruangan Sanri yakni Batik Suminar, Batik Herlin, Batik Locatara, Batik Wiwin Munawaroh, dan Batik Ermawati. Dari data tersebut, hanya 5 (lima) dari 10 industri kecil batik yang

mau untuk memasarkan produknya di ruangan SANRI.

Menurut hasil wawancara pada pengusaha batik Pak Jumangin, beliau tidak menitipkan produknya di Sanri dengan alasan,

“Saya juga tidak memasarkan batik saya di Sanri karena tidak cocok dengan pemikiran saya. Logo di depan Sanri menyebutkan bahwa produk yang dijual adalah produk Kabupaten Kediri. Tetapi, rata-rata pedagang Sanri bukan murni dari pelaku industri Kabupaten Kediri. Saya melihat bahwa 70% yang dijual adalah batik printing dari Solo.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, Sanri yang diklaim oleh Dinas Perdagangan sebagai *showroom* produk Kabupaten Kediri, hanyalah ekspetasi saja. Banyak produk Sanri yang berasal dari luar Kabupaten Kediri, sehingga beberapa pengusaha batik enggan menitipkan batik mereka karena logo Sanri yang mengklaim bahwa Sanri adalah *showroom* produk Kabupaten Kediri tidak sesuai dengan kenyataannya.

Berdasarkan observasi penulis saat penelitian, Sanri yang terletak di samping kantor Dinas Perdagangan terlihat sepi pembeli. Pembeli yang datang hanya PNS di sekitar Dinas Perdagangan dan orang-orang yang berkepentingan datang ke dinas. Sesuai dengan hasil wawancara dengan konsumen batik, hanya 6 (enam) dari 15 konsumen yang mengetahui keberadaan Sanri. Menurut wawancara dengan konsumen batik Ika Ruli Azizah,

“Saya tahu karena pernah penelitian di dinas. Adanya Sanri bagus, tetapi kurang terbuka. Perlu adanya informasi yang lebih agar masyarakat tahu keberadaannya. Tempatnya

kurang terbuka sehingga orang awam yang mau berkunjung sungkan.”

Selanjutnya pendapat tentang Sanri menurut Aziz Fathur,

“Sanri sudah bagus, cuma tempatnya kurang strategis dan kurang diketahui oleh masyarakat kalau itu tempat penjualan produk dari IKM. Masyarakat tahunya itu cuma kantor dinas.”

Berdasarkan pendapat para konsumen di atas, mereka mengetahui Sanri karena mereka adalah mahasiswa yang mendapat tugas dari tempat kuliahnya. Dinas Perdagangan kurang mempromosikan Sanri kepada masyarakat. Masyarakat awam umumnya mengetahui bahwa itu hanya kantor dinas dan tidak terdapat *showroom* yang menjual produk Kabupaten Kediri. Jika masyarakat tidak mengetahui keberadaan Sanri, maka produk yang terdapat di Sanri tidak terjual banyak sehingga kurang membantu pengusaha industri kecil khususnya batik dalam memasarkan produknya. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa penyediaan sarana dan prasarana oleh Dinas Perdagangan belum efektif.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang dikemukakan, penulis menarik simpulan bahwa: efektivitas strategi Dinas Perdagangan dalam pengembangan industri kecil batik belum efektif. Berikut hasil pengukuran pada setiap indikator.

- a. Diukur dari indikator pencapaian tujuan, strategi Dinas Perdagangan dalam pengembangan industri kecil batik belum efektif. Hal ini terjadi karena 6 (enam) dari 10 pengusaha batik merasa pelaksanaan

- strategi Dinas Perdagangan dalam pengembangan industri kecil batik belum sesuai keinginan mereka.
- b. Diukur dari indikator integrasi, strategi Dinas Perdagangan dalam pengembangan industri kecil batrik belum efektif. Sosialisasi dengan mendatangi pengusaha batik secara acak ini malah menjadikan sosialisasi ini tidak efektif karena pengusaha yang tidak kebagian mendapatkan sosialisasi dan tidak datang rutin ke Dinas Perdagangan tidak mengetahui informasi terbaru. Kerja sama yang dilakukan Dinas Perdagangan dengan *stakeholder* seperti perusahaan rokok PT. Gudang Garam, PT. Telkom, perangkat desa dan kecamatan belum maksimal.
- c. Diukur dari indikator adaptasi, strategi Dinas Perdagangan dalam pengembangan industri kecil batik belum efektif karena penyediaan sarana dan prasarana Sanri serta peningkatan kemampuan melalui pelatihan pemasaran online dan pelatihan membuat batik belum berhasil.
- Kountur, Ronny. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: PPM Manajemen.
- Moleong, Lexy. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pusaka Setia.
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariah. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Erlangga.
- Subandi. 2012. *Ekonomi Pembangunan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaryadi, I Nyoman. 2005. *Efektivitas Implementasi Kebijakan Otonomi Daerah*. Jakarta: Citra Utama.
- Streers, Richard. 1985. *Efektivitas Organisasi*, Jakarta: Erlangga.
- Tangkilisan, Hessel Nogi S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arsyad, Lincoln. 2011. *Pengantar Perencanaan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Ilham, Mohammad. 2015. *Kewirausahaan*. Praya: IPDN Kampus NTB.
- Kuncoro, Mudrajad. 2010. *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Peraturan Perundang-Undangan
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Peraturan Bupati Kediri Nomor 49 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Perdagangan Kabupaten Kediri

Lain-Lain

- Ariana, Novita Eka dan Yohanes Hanan. "Perkembangan Motif Batik Suminar Sebagai Upaya Membangun Identitas Daerah Kediri Tahun 1992-2004", *Jurnal Online Universitas Surabaya*, diunduh dari <http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avata/article/view/12500> pada 23 September 2016.
- Juardi, Masjaya, dan Djumandi, "Pengembangan Usaha Industri Kecil Melalui Pemberdayaan Masyarakat di Kecamatan Tering Kabupaten Kutai Barat", *Jurnal Online Universitas Mulawarman*, diunduh dari ar.mian.fisip-unmul.ac.id pada 30 September 2016.
- Ariem Tsuluts, Saiful Mukmin, Agus Suryono, Abdullah Said. "Implementasi Rencana Strategi Pemerintah dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis Tenun Gedok", *Jurnal Online Universitas Brawijaya Malang*, diunduh dari administrasipublik.studentjournal.ub.ac.id pada 11 Oktober 2016.
- Podunge, Robiyati. "Pengembangan Industri Rumah Tangga Pengusaha Kue Tradisional untuk Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga di Desa Putiana Kecamatan Anggrek Kabupaten Gorontalo Utara", *Jurnal Online Universitas Negeri Gorontalo*, diunduh dari <http://repository.ung.ac.id/get/singa/1/93/> Pengembangan-IndustriRumah-Tangga-Pengusaha-KueTradisional -Untuk-peningkatan-Pendapatan-Ibu-Rumah-Tangga-Di-Desa-Putiana-Kecamatan-Anggrek-Kabupaten-Gorontalo-Utara pada 23 September 2016.
- Prasetyorini, Erlin dan Ratih Pratiwi. "Menciptakan Iklim Usaha pada Industri Kreatif Batik Tulis", *Jurnal Online Universitas Brawijaya*, diunduh dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article>, pada 23 September 2016.
- Rini, Dewi Setyo. "Peran Dinas Perdagangan dalam Pemberdayaan Pengusaha Batik Aulya di Desa Surat Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri", *Jurnal Online Universitas Negeri Malang*, diunduh dari <http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/PPKN/article/view/47858/0>, pada 23 September 2016.
- https://kedirikab.go.id/index.php?option=com_content&view=article&id=2567&Itemid=925. *Batik Tulis Bu Anik*. Jumat, 23 September 2016.
- <http://gaul.solopos.com/hari-batik-nasional-ada-workshop-membatik-di-kediri-648272>. *Ada Workshop Membatik di Kediri*. Sabtu, 24 September 2016.
- <https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/170>. Industri Pengolahan. Rabu, 5 Oktober 2016.
- <http://www.antarajatim.com/berita/175326/usaha-kerajinan-batik-di-kediri-terkendala-minimnya-sdm>. *Usaha Kerajinan Batik di Kediri Terkendala Minimnya SDM*. Jumat, 21 Oktober 2016.
- <http://eksplorasi-dunia.blogspot.co.id/2012/05/batik-tulis-kediri.html>. *Batik Tulis Kediri*. Jumat, 21 Oktober 2016.