

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Deskripsi Desa Jono

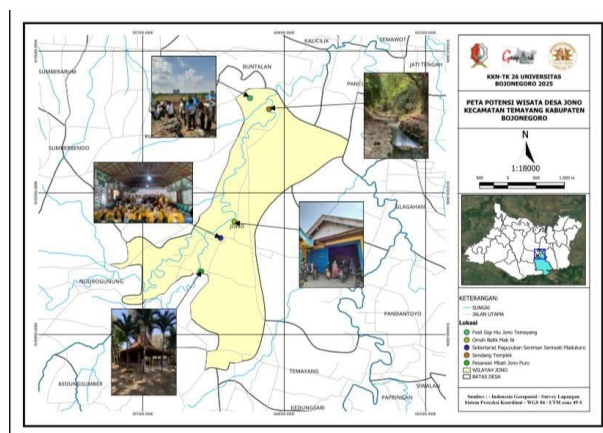
Lokasi penelitian yang sedang diteliti adalah Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro. Dengan luas wilayah 1.401,370 hektar. Desa Jono adalah dataran sedang dengan suhu rata-rata harian tiga puluh derajat dan kemiringan 10%. Karena topografinya yang didominasi pertanian, medan yang landai, dan pergerakan tanah yang tinggi yang seringkali menyebabkan akses jalan terganggu. Selain itu, banyaknya kendaraan yang masuk dan keluar desa yang mengangkut hasil pertanian menyebabkan kerusakan pada jalan dan infrastruktur pendukungnya. Namun mengingat suburnya lahan dan irigasi yang disediakan oleh Waduk Pacal, salah satu fasilitasnya Desa Jono menjadikan daerah tersebut memproduksi padidan jagung yang menjadi salah satu pemasukan sumber pangan di Kabupaten Bojonegoro. Desa Jono terdiri dari 4 Dusun yaitu yaitu Jono, Kricak, Tretes dan Sugihan.

Adapun batas batas wilayah Desa Jono adalah:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Temayang
2. Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Gondang
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Bakulan
4. Sebelah Timur berbatasan dengan Desa Kedungsari.

Kondisi geografis dan sumber daya yang dimiliki menjadikan sebagian besar masyarakat Desa Jono menggantungkan mata pencahariannya pada sektor

pertanian. Selain berprofesi sebagai petani dan buruh tani, masyarakat juga mengembangkan berbagai kegiatan ekonomi lainnya, seperti perdagangan, peternakan, jasa, serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Keberagaman aktivitas ekonomi tersebut menjadi salah satu penopang perekonomian masyarakat sekaligus menunjukkan adanya upaya untuk memanfaatkan potensi lokal sebagai sumber penghasilan.



Gambar 1. Peta desa Jono

Sumber : <https://suarabojonegoro.com>

Salah satu sektor UMKM yang berkembang di Desa Jono adalah industri kerajinan batik. Keberadaan UMKM batik menjadi salah satu bentuk pemanfaatan potensi budaya lokal yang memiliki nilai ekonomi. Usaha batik di desa ini umumnya dikelola dalam skala industri rumah tangga (home industry), dengan melibatkan anggota keluarga maupun masyarakat sekitar dalam proses produksinya. Kegiatan tersebut tidak hanya memberikan tambahan pendapatan bagi pelaku usaha, tetapi juga membuka kesempatan kerja bagi masyarakat di lingkungan sekitar.

Usaha batik di Desa Jono merupakan bagian dari pengembangan Batik Jonegoroan yang menjadi identitas khas Kabupaten Bojonegoro. Motif-motif Batik Jonegoroan banyak mengangkat kekayaan alam, sejarah, dan budaya daerah, seperti motif daun jati, Wayang Thengul, Bengawan Solo, Kayangan Api, serta berbagai motif lain yang mencerminkan karakteristik Kabupaten Bojonegoro. Keberadaan motif-motif tersebut menunjukkan bahwa batik tidak hanya berfungsi sebagai produk sandang, tetapi juga sebagai media pelestarian budaya dan identitas daerah.

B. Hasil Data Penelitian

Data hasil penelitian pada bagian ini disajikan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan penelusuran dokumen yang diperoleh peneliti dari dinas perdagangan, koperasi dan usaha mikro kabupaten bojonegoro serta para pelaku umkm batik di desa jono. Penyajian data disusun mengikuti 4 fokus pada penelitian ini, sebagaimana telah di deskripsikan pada BAB III. Yang mengacu pada undang-undang **pasal 16 nomor 20 tahun 2008** tentang pengembangan usaha, yakni 1. Produksi dan pengolahan, 2. Pemasaran, 3. Sumber daya manusia, 4. Desain dan Teknologi.

1. Pengembangan UMKM Batik di Desa Jono

Pengembangan UMKM Batik di Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro dalam penelitian ini dianalisis berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Berdasarkan Pasal 16 undang-undang tersebut, pengembangan UMKM dilakukan melalui beberapa bidang pengembangan usaha, yaitu produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi. Keempat bidang

tersebut menjadi dasar dalam menganalisis kondisi pengembangan UMKM Batik Desa Jono.

Dalam penelitian ini, pengembangan UMKM Batik Desa Jono dikaji berdasarkan ketentuan Pasal 17 sampai dengan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Pasal 17 mengatur mengenai pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan, Pasal 18 mengenai pengembangan bidang pemasaran, Pasal 19 mengenai pengembangan sumber daya manusia, serta Pasal 20 mengenai pengembangan desain dan teknologi.

Data penelitian diperoleh melalui hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan pihak-pihak yang memiliki keterlibatan dalam pengembangan UMKM Batik Desa Jono, yaitu pelaku UMKM batik, Pemerintah Desa Jono, serta Dinas terkait yang memiliki peran dalam pemberdayaan dan pengembangan UMKM. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan pengembangan UMKM Batik Desa Jono serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat proses pengembangannya.

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui berbagai upaya peningkatan kapasitas usaha. Upaya tersebut meliputi peningkatan kemampuan produksi, penguatan pemasaran, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta pengembangan desain dan pemanfaatan teknologi. Namun, dalam pelaksanaannya masih ditemukan beberapa kendala, seperti keterbatasan penyampaian informasi program pengembangan, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, serta perlunya peningkatan inovasi produk.

Pembahasan mengenai pengembangan UMKM Batik Desa Jono selanjutnya disajikan berdasarkan empat aspek pengembangan UMKM sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, yaitu:

1. Produksi dan Pengolahan
2. Pemasaran
3. Sumber Daya Manusia
4. Desain dan Teknologi

A. Aspek Produksi dan Pengolahan

Produksi dan pengolahan merupakan salah satu aspek utama dalam pengembangan UMKM. Berdasarkan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pengembangan dalam bidang produksi dan pengolahan dilakukan melalui peningkatan teknik dan kemampuan manajemen produksi, kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi, penerapan standarisasi proses produksi, serta peningkatan kemampuan pengembangan produk.

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan produksi dan pengolahan UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui peningkatan keterampilan pengrajin, kegiatan pelatihan dan bimbingan teknis, serta upaya mempertahankan kualitas produk batik sebagai produk berbasis budaya lokal. Proses produksi batik di Desa Jono masih didominasi oleh keterampilan manual pengrajin, sehingga kemampuan

sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam menghasilkan produk yang berkualitas.

Adapun pengembangan produksi dan pengolahan UMKM Batik Desa Jono berdasarkan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dapat dijelaskan melalui beberapa indikator berikut:

a. Meningkatkan teknik dan kemampuan manajemen produksi dan pengolahan bagi UMKM

Peningkatan kemampuan teknik produksi menjadi salah satu upaya penting dalam mengembangkan UMKM batik. Kegiatan produksi batik membutuhkan keterampilan khusus mulai dari tahap pembuatan motif, proses pencantingan, pewarnaan, hingga proses penyelesaian produk. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan pengrajin menjadi bagian penting dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Nanang selaku pelaku UMKM Batik Desa Jono, diketahui bahwa pemerintah telah memberikan dukungan melalui kegiatan pelatihan dan bimbingan teknis bagi pelaku usaha batik.

“Pemerintah sering mengadakan pelatihan-pelatihan atau kegiatan bimtek dan kami pengrajin batik di Desa Jono juga mengikuti kegiatan itu, tapi pemerintah desa tidak selalu menginformasikan.”

Selain itu, Ibu Partini juga menyampaikan:

“Kalau pelatihan-pelatihan atau Bimtek kadang ikut kadang engga, ya karena desa kadang tidak menginformasikan terkait adanya pelatihan.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa pemerintah telah melakukan upaya peningkatan kemampuan produksi melalui kegiatan pelatihan dan bimbingan teknis. Kegiatan tersebut menjadi salah satu bentuk pengembangan UMKM karena dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengrajin dalam menjalankan proses produksi batik.

Namun, pelaksanaan program pengembangan tersebut masih mengalami kendala dalam aspek penyampaian informasi. Informasi mengenai kegiatan pelatihan belum diterima secara merata oleh seluruh pelaku UMKM, sehingga tidak semua pengrajin memiliki kesempatan yang sama untuk mengikuti kegiatan peningkatan kemampuan produksi.

b. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi, bahan baku, bahan penolong, dan kemasan

Berdasarkan hasil penelitian, ketersediaan bahan baku menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kelancaran proses produksi UMKM Batik Desa Jono. Bahan utama dalam proses pembuatan batik berupa kain belum tersedia secara optimal di wilayah Kabupaten Bojonegoro, sehingga pelaku UMKM perlu memperoleh bahan baku dari luar daerah. Kondisi tersebut menyebabkan

kegiatan produksi harus menyesuaikan dengan ketersediaan bahan baku yang dimiliki oleh pengrajin.

Hal tersebut disampaikan oleh Nanang UMKM Batik Desa Jono yang menjelaskan mengenai kendala dalam memperoleh bahan baku produksi sebagai berikut:

”Kalau bahan baku seperti kain untuk dasaran sebelum dibatik. Saya ambil di pekalongan karena di bojonegoro pernah ada kain katun untuk dibatik, namun kualitasnya kurang bagus. Dan kalau pewarna kita beli di bojonegoro dan juga beli online.”

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan ibu Paini

”Pengrajin disini kebanyakan ambil kain dari solo atau engga ya dari pekalongan mbak, soalnya di bojonegoro kainnya ada tapi kualitas kainnya kurang bagus, saya sendiri ambil dari solo kadang ya ambil dari yogyakarta”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa keterbatasan ketersediaan bahan baku menjadi salah satu hambatan dalam proses produksi UMKM Batik Desa Jono. Pelaku usaha masih bergantung pada pemasok dari luar daerah untuk memenuhi kebutuhan produksi, sehingga ketika terjadi keterlambatan atau kendala dalam pengadaan bahan baku, proses produksi juga dapat mengalami hambatan.

Selain itu, kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek kemudahan pengadaan sarana dan bahan baku sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 17 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 masih perlu mendapatkan perhatian. Dukungan terhadap UMKM tidak hanya berupa peningkatan kemampuan pengrajin melalui pelatihan, tetapi juga perlu mencakup kemudahan akses terhadap bahan baku dan sarana produksi agar kegiatan usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

c. Mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan

Penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan merupakan upaya untuk menjaga kualitas produk agar tetap konsisten. Berdasarkan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan produksi dan pengolahan UMKM dilakukan salah satunya melalui penerapan standarisasi dalam proses produksi. Dalam usaha batik, standarisasi dapat dilihat dari bagaimana pengrajin menjaga kualitas mulai dari pemilihan bahan, proses pembuatan motif, pencantingan, pewarnaan, hingga hasil akhir produk.

Berdasarkan hasil penelitian, proses produksi UMKM Batik Desa Jono masih dilakukan secara manual dan belum memiliki standar produksi secara tertulis. Namun, pengrajin telah memiliki cara tertentu dalam menjaga kualitas produk berdasarkan pengalaman dan keterampilan yang dimiliki. Hal tersebut dilakukan melalui ketelitian dalam setiap tahapan produksi serta pengecekan hasil batik sebelum dipasarkan.

Hal tersebut disampaikan oleh partini pemilik UMKM Batik Desa Jono:

”Kalau standar kualitas produk dari kami, proses dari pemilihan bahan baik kain maupun pewarna kita pilih-pilih, selain itu juga kita memperhatikan juga proses membatiknya mulai dari awal pembuatan motif sampai pewarnaan kita perhatikan betul, dan kemasan juga kita usahan yang bagus”

Peneliti juga melakukan wawancara dengan ibu Sriatun

”Untuk cara saya menjaga kualitas dari produk yang kami buat, kami memilih bahan yang berkualitas baik, untuk proses pewarnaan hingga pengemasan juga kami perhatikan betul, karena kami tidak mau mengecewakan pelanggan dengan hasil produk yang jelek, kami selalu melakukan pengecekan sebelum barang sampai ke pelanggan”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa penerapan standarisasi produksi pada UMKM Batik Desa Jono masih bersifat informal, yaitu berdasarkan pengalaman dan kemampuan pengrajin. Meskipun belum terdapat standar produksi yang tertulis, pengrajin tetap berupaya menjaga kualitas produk agar memiliki nilai jual dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Dengan demikian, penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui pengendalian kualitas oleh pengrajin, namun masih perlu dikembangkan agar proses produksi memiliki standar yang lebih terarah dan konsisten.

d. Meningkatkan Kemampuan Pengembangan Produk bagi UMKM

Pengembangan produk merupakan salah satu upaya yang dilakukan UMKM untuk meningkatkan nilai jual dan daya saing produk. Berdasarkan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan produksi dan pengolahan dilakukan melalui peningkatan kemampuan UMKM dalam mengembangkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar.

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan produk pada UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui pengembangan motif dan mempertahankan ciri khas batik lokal. Pengrajin berusaha menghasilkan produk yang memiliki karakteristik tersendiri dengan memanfaatkan unsur budaya dan potensi daerah Bojonegoro.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Nanang, diperoleh informasi sebagai berikut:

"Kalau ciri kahas dari batik yang ada di sisini itu motif jonegoroan namun, kita juga melayani permintaan atau request motif yang diminta pelanggan, namu kita juga tetap mempertahankan ciri khas atau motif khas dari desa jono"

Selaras dengan hasil wawancara peneliti dengan ibu sriatun

"kami mengembangkan batik yang ada di desa jono dengan tetap mempertahankan motif khas jonegoroan dan membuat inovasi atau fariasi di

setiap motifnya, namun kami juga menedengarkan dan mempersilahkan pelanggan untuk pesan motif batik sesuai kebutuhan”



Gambar 2. batik khas jonegoroan

Sumber : dolah oleh peneliti

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa pengembangan produk dilakukan melalui kreativitas dan pengalaman pengrajin dalam membuat motif serta menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen.

Selain dari sisi pengrajin, pengembangan produk juga membutuhkan dukungan dari pemerintah melalui pembinaan dan pendampingan kepada pelaku UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dinas terkait, diperoleh informasi sebagai berikut:

”Usaha yang dilakukan oleh pemerintah daerah salah satunya, melakukan pelatihan dan pendampingan untuk mereka agar mereka bisa meningkatkan kualitas produk dan perajin juga dapat menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa pemerintah memiliki peran dalam mendukung pengembangan produk UMKM melalui kegiatan pembinaan dan pelatihan. Dukungan tersebut diperlukan agar pelaku UMKM mampu meningkatkan inovasi dan mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

Dengan demikian, pengembangan produk UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui kreativitas pengrajin dalam mengembangkan motif dan mempertahankan identitas lokal. Namun, pengembangan inovasi produk masih perlu ditingkatkan agar produk batik memiliki daya saing yang lebih luas.

B. Aspek Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM karena berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengenalkan produk, menjangkau konsumen, serta meningkatkan daya saing usaha. Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pengembangan bidang pemasaran dilakukan melalui penelitian dan pengkajian pemasaran, penyebaran informasi pasar, peningkatan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran, penyediaan sarana pemasaran, dukungan

promosi, jaringan pemasaran dan distribusi, serta penyediaan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian, pemasaran UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui pemasaran secara langsung kepada konsumen, pemanfaatan media sosial, serta mengikuti kegiatan promosi yang diselenggarakan oleh pemerintah. Namun, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital dan keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih luas

a. Melaksanakan Penelitian dan Pengkajian Pemasaran

Penelitian dan pengkajian pemasaran merupakan salah satu upaya dalam mengetahui kebutuhan konsumen serta perkembangan pasar terhadap produk yang dihasilkan. Melalui kegiatan tersebut, pelaku UMKM dapat menentukan produk yang sesuai dengan minat konsumen dan menyesuaikan strategi pemasaran yang dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono belum melakukan penelitian pasar secara khusus dalam menentukan strategi pemasaran produknya. Pelaku UMKM lebih banyak mengetahui kebutuhan pasar melalui pengalaman selama menjalankan usaha serta komunikasi langsung dengan pelanggan. Hal tersebut dilakukan dengan memperhatikan permintaan konsumen terhadap motif, warna, maupun jenis produk batik yang diminati.

Hal tersebut disampaikan oleh bapak Imam pemilik UMKM Batik Desa Jono:

“Biasanya kami mengetahui dari pelanggan yang datang atau yang pesan. Kalau ada motif atau warna tertentu yang diminati, biasanya kami buat lagi. Jadi kami lebih melihat dari permintaan pelanggan”

Sejalan dengan, pendapat nanang

”ya, biasanya kalau ada pesanan dari pelanggan kami sesuaikan dengan permintaan mereka. Misalnya minta motif atau warna tertentu, nanti kami buat sesuai pesanan. Karena setiap pembeli terkadang memiliki selera yang berbeda.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa kegiatan pengkajian pemasaran pada UMKM Batik Desa Jono masih dilakukan secara sederhana melalui pengalaman usaha dan hubungan langsung dengan konsumen. Cara tersebut membantu pengrajin memahami kebutuhan pelanggan, namun belum dilakukan melalui analisis pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pengembangan kemampuan dalam memahami kondisi pasar masih perlu ditingkatkan agar pelaku UMKM dapat menentukan strategi pemasaran yang lebih tepat.

b. Menyebarluaskan Informasi Pasar

Penyebarluasan informasi pasar merupakan upaya untuk mengenalkan produk UMKM kepada masyarakat agar produk dapat diketahui dan memiliki peluang untuk mendapatkan konsumen yang lebih luas. Dalam perkembangan

pemasaran saat ini, penyebarluasan informasi dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti kegiatan promosi, pameran, media sosial, maupun platform digital.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono telah melakukan penyebarluasan informasi produk melalui kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah daerah. Kegiatan tersebut menjadi salah satu sarana bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk batik kepada masyarakat di luar lingkungan sekitar. Selain itu, pelaku UMKM juga mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi, meskipun penggunaannya masih belum optimal.

Hal tersebut disampaikan oleh Nanang

“Kalau untuk pemasaran kita belum menggunakan e-commerce ya karena keterbatasan kami mengenai penggunaan e-commerce, tapi kalau promosi yang disediakan oleh pemerintah daerah seperti adanya kegiatan pameran kita mengikuti.”

Bagitu juga dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan ibu Partini

”Saya belum pernah promosi di media sosial karena saya gaptek dan saya juga tidak ada orang untuk mengelola dan yang paham dengan pemasaran melalui media sosial, dan kalau pameran saya ikut yang diadakan pemerintah”

Berbeda dengan pernyataan dari bapak nanang dan juga ibu Partini, dalam upaya memperluas pemasaran UMKM, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui Dinas perdagangan juga melakukan fasilitasi promosi melalui kegiatan pameran dan kegiatan pengenalan produk UMKM.

”kami memfasilitasi umkm batik dalam upaya memperkenalkan produknya melalui pameran atau event wastra batik yang dilakukan pemerintah bojonegoro, selain itu kami juga membawa produk dari umkm batik untuk ikut serta di berbagai pameran yang di adakan di berbagai daerah, guna memperkenalkan produk umkm serta mempromosikan produk kepada masyarakat luas dan harapan kami pengrajin tidak hanya mengandalkan pemesaran secara langsung saja”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa kegiatan pameran menjadi salah satu bentuk penyebarluasan informasi pasar yang telah dimanfaatkan oleh UMKM Batik Desa Jono. Melalui kegiatan tersebut, produk batik dapat diperkenalkan kepada masyarakat yang lebih luas serta membuka peluang mendapatkan konsumen baru.

Namun, penyebarluasan informasi pasar melalui media digital masih menghadapi kendala karena keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola pemasaran berbasis teknologi. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kemampuan digital marketing agar informasi mengenai produk Batik Desa Jono dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

c. Meningkatkan Kemampuan Manajemen dan Teknik Pemasaran

Kemampuan manajemen dan teknik pemasaran berkaitan dengan kemampuan pelaku UMKM dalam melakukan promosi, memilih cara pemasaran yang tepat, serta mengelola hubungan dengan konsumen. Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan pemasaran UMKM dilakukan melalui peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola

kegiatan pemasaran agar produk dapat dikenal dan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian, kemampuan pemasaran UMKM Batik Desa Jono masih dilakukan secara sederhana. Pelaku UMKM masih mengandalkan pemasaran secara langsung kepada pelanggan, pesanan konsumen, serta kegiatan promosi seperti pameran yang disediakan oleh pemerintah. Sementara itu, pemanfaatan media digital seperti media sosial dan e-commerce masih belum dilakukan secara maksimal.

Hal tersebut disampaikan oleh ibu Painsi:

“Saya belum pernah promosi di media sosial karena saya gaptek dan saya juga tidak ada orang untuk mengelola dan yang paham dengan pemasaran melalui media sosial, dan kalau pameran saya ikut yang diadakan pemerintah.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa salah satu kendala dalam meningkatkan kemampuan pemasaran UMKM Batik Desa Jono adalah keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku UMKM masih lebih banyak menggunakan cara pemasaran secara langsung dan bergantung pada kegiatan promosi yang tersedia.

Dengan demikian, kemampuan manajemen dan teknik pemasaran UMKM Batik Desa Jono sudah dilakukan melalui pemasaran langsung dan kegiatan promosi, namun masih perlu ditingkatkan terutama dalam pemanfaatan teknologi digital agar produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

d. Menyediakan Sarana Pemasaran Yang Meliputi Penyelenggaraan Uji Coba Pasar, Lembaga Pemasaran, Penyediaan Rumah Dagang, dan Promosi Usaha Mikro dan Kecil

Penyediaan sarana pemasaran merupakan salah satu bentuk dukungan dalam pengembangan UMKM agar produk yang dihasilkan dapat lebih mudah dikenal oleh masyarakat. Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan pemasaran UMKM dilakukan melalui penyediaan sarana pemasaran, termasuk kegiatan promosi dan fasilitas yang dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar.

Berdasarkan hasil penelitian, sarana pemasaran yang dimanfaatkan oleh UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui kegiatan promosi dan pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah. Melalui kegiatan tersebut, pelaku UMKM memperoleh kesempatan untuk memperkenalkan produk batik kepada masyarakat yang lebih luas serta memperkenalkan produk sebagai salah satu hasil usaha lokal.

Hal tersebut disampaikan oleh Imam UMKM Batik Desa Jono:

“Kalau untuk promosi yang diadakan oleh pemerintah daerah seperti adanya kegiatan pameran atau event wastra batik, kami selalu mengikuti.”

Selara dengan yang disampaikan oleh ibu Sriatun

”kami kalau ada event wastra batik yang ada di alun-alun kami ikut, karena setiap ada event itu para pengrajin di jono selalu dihadirkan dan di undang untuk mengikuti event tersebut dengan hadirnya saya disana produk kami juga ikut dikenal oleh pengunjung event, dengan begitu juga bisa meningkatkan penjualan produk kami, hehehe”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa kegiatan pameran menjadi salah satu sarana pemasaran yang dimanfaatkan oleh pelaku UMKM Batik

Desa Jono. Selain melalui kegiatan promosi, keberadaan galeri khusus produk batik juga menjadi sarana yang mendukung pemasaran karena konsumen dapat melihat dan memperoleh produk batik secara langsung.

Dengan adanya sarana pemasaran berupa pameran dan galeri produk batik, pelaku UMKM memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Namun, pemanfaatan sarana tersebut tetap perlu ditingkatkan melalui promosi yang lebih luas agar keberadaan produk Batik Desa Jono semakin dikenal oleh masyarakat.

e. Memberikan Dukungan Promosi Produk, Jaringan Pemasaran, dan Distribusi

Dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi merupakan salah satu upaya dalam membantu UMKM memperluas jangkauan pasar. Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan pemasaran UMKM dilakukan melalui pemberian dukungan promosi produk, pengembangan jaringan pemasaran, serta kemudahan distribusi agar produk UMKM dapat dikenal oleh masyarakat yang lebih luas.

Berdasarkan hasil penelitian, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro telah memberikan dukungan terhadap pemasaran UMKM Batik Desa Jono melalui berbagai kegiatan promosi. Dukungan tersebut dilakukan dengan mengikutsertakan produk UMKM batik dalam kegiatan pameran Wastra maupun event UMKM yang diselenggarakan di luar daerah. Melalui kegiatan tersebut, produk Batik Desa Jono

memiliki kesempatan untuk diperkenalkan kepada masyarakat yang lebih luas serta membuka peluang untuk mendapatkan konsumen baru.

Hal tersebut disampaikan oleh Paini

"Kami setiap ada event wastra batik sellau mengikuti, selain di bojonegoro sendiri produk kami juga di tampilkan oleh dinas dan diikuti pada event pameran produk umkm di luar kota, dan tidak hanya produk dari saya (ibu paini) namun juga produk batik dari umkm lain yang ada di bojonegoro khusunya desa jono ."



Gambar 3. kegiatan wastra batik tahun 2026

Sumber : <https://baghumas.bojonegorokab.go.id>

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa pemerintah berperan dalam membantu memperluas pemasaran produk UMKM melalui kegiatan promosi dan pemberian akses kepada pelaku usaha untuk mengikuti berbagai event pemasaran. Keikutsertaan dalam kegiatan tersebut tidak hanya

menjadi sarana memperkenalkan produk, tetapi juga membantu UMKM membangun jaringan dengan konsumen maupun pelaku usaha lainnya.

Selain melalui kegiatan promosi, perluasan jaringan pemasaran juga menjadi bagian penting dalam pengembangan UMKM Batik Desa Jono. Dengan mengikuti kegiatan di luar daerah, produk batik memiliki peluang untuk dikenal oleh pasar yang lebih luas dibandingkan hanya mengandalkan pemasaran di lingkungan sekitar.

Dengan demikian, dukungan promosi, jaringan pemasaran, dan distribusi terhadap UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui fasilitasi kegiatan pameran dan keikutsertaan dalam berbagai event UMKM. Namun, upaya tersebut masih perlu dikembangkan secara berkelanjutan agar produk Batik Desa Jono mampu memiliki jaringan pemasaran yang lebih luas.

f. Menyediakan Tenaga Konsultan Profesional dalam Bidang Pemasaran

Penyediaan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran merupakan salah satu bentuk dukungan dalam membantu UMKM mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Konsultan atau pendamping pemasaran berperan dalam memberikan arahan mengenai cara memasarkan produk, mengembangkan promosi, serta memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono belum mendapatkan pendampingan khusus dari tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

Pelaku UMKM masih melakukan kegiatan pemasaran berdasarkan pengalaman pribadi dan kemampuan yang dimiliki, terutama melalui pelanggan tetap, kegiatan pameran, dan promosi secara langsung.

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Painsi

“Saya belum pernah promosi di media sosial karena saya gaptek dan saya juga tidak ada orang untuk mengelola dan yang paham dengan pemasaran melalui media sosial.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa keterbatasan kemampuan dalam pemasaran digital menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan pemasaran UMKM Batik Desa Jono. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pendampingan atau tenaga yang memiliki kemampuan dalam bidang pemasaran masih diperlukan agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan media pemasaran secara lebih optimal.

Selain itu, dukungan dari pemerintah melalui kegiatan pembinaan dan pelatihan juga dapat menjadi salah satu bentuk upaya dalam meningkatkan kemampuan pemasaran UMKM. Namun, pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan masih diperlukan agar pelaku UMKM tidak hanya mengikuti kegiatan promosi, tetapi juga mampu menyusun strategi pemasaran secara mandiri.

Dengan demikian, aspek penyediaan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran pada UMKM Batik Desa Jono masih perlu ditingkatkan. Pendampingan yang lebih intensif, khususnya dalam pemasaran digital dan

pengelolaan media promosi, diperlukan agar produk batik mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

C. Aspek Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM karena kemampuan pelaku usaha sangat menentukan keberhasilan kegiatan usaha. Dalam usaha batik, sumber daya manusia tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membuat produk, tetapi juga mencakup kemampuan mengelola usaha, berinovasi, dan mengembangkan pemasaran.

Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan sumber daya manusia dilakukan melalui upaya memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan, meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial, serta membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan sumber daya manusia pada UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui pengalaman pengrajin dalam menjalankan usaha serta kegiatan pelatihan yang diberikan oleh pihak terkait. Namun, peningkatan kemampuan pelaku UMKM masih perlu dikembangkan, terutama dalam aspek pengelolaan usaha, pemasaran, dan inovasi produk.

a. Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan

Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan merupakan upaya untuk meningkatkan minat dan kemampuan masyarakat dalam menjalankan kegiatan usaha. Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan sumber daya manusia UMKM dilakukan melalui pembentukan jiwa kewirausahaan agar pelaku usaha mampu mengembangkan dan mempertahankan usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian, keberadaan UMKM Batik Desa Jono menunjukkan adanya kemampuan masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Pengrajin batik tidak hanya menjalankan kegiatan produksi, tetapi juga berupaya mempertahankan usaha melalui kreativitas, inovasi motif, dan pemanfaatan peluang pasar.

Hal tersebut disampaikan oleh bapak imam:

”Upaya yang saya lakukan untuk mempertahankan usaha batik yang saat ini masih saya jalankan salah satunya yakni dengan tetap memproduksi batik dan menyesuaikan permintaan pasar atau konsumen. Dengan mengupayakan dan memaksimalkan permintaan konsumen dengan motif atau warna yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan akan kami buta sesuai apa yang diinginkan konsumen supaya usaha saya tetep berjalan”

Selaras dengan pendapat dari nanang yakni

”Pengembangan usaha dilakukan dengan membuat motif baru dan mencoba mengikuti kegiatan promosi supaya produk lebih dikenal. Harapannya batik ini bisa semakin berkembang dan tidak hanya dikenal di sekitar sini saja”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa jiwa kewirausahaan pada pelaku UMKM Batik Desa Jono terlihat dari kemampuan mereka dalam mempertahankan usaha dan mengembangkan produk batik sebagai salah satu potensi ekonomi lokal.

b. Meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial

Peningkatan keterampilan teknis dan manajerial merupakan salah satu upaya dalam pengembangan sumber daya manusia UMKM. Keterampilan teknis berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan produk, sedangkan keterampilan manajerial berkaitan dengan kemampuan dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, peningkatan keterampilan pelaku UMKM diperlukan agar usaha yang dijalankan mampu berkembang dan memiliki daya saing.

Berdasarkan hasil penelitian, keterampilan teknis pengrajin Batik Desa Jono diperoleh melalui pengalaman dalam proses produksi batik serta kegiatan pelatihan yang pernah diikuti. Kemampuan tersebut terlihat dari penguasaan tahapan pembuatan batik mulai dari pembuatan motif, proses pencantingan, pewarnaan, hingga penyelesaian produk.

Selain keterampilan teknis, pelaku UMKM juga perlu memiliki kemampuan manajerial dalam mengelola usaha. Namun, berdasarkan hasil penelitian, pengelolaan usaha pada UMKM Batik Desa Jono masih banyak dilakukan berdasarkan pengalaman pribadi, terutama dalam pengelolaan produksi dan pemasaran.

Hal tersebut disampaikan ibu Sriatun:

“Untuk membuat batik sebenarnya sudah dari pengalaman, dari dulu belajar mencanting dan membuat motif. Kalau ada pelatihan dari pemerintah biasanya kami ikut untuk menambah pengetahuan dan belajar hal baru.”

Bojonegoro Gelar Pelatihan Keterampilan Membatik dan Handycraft untuk Para Ibu

Diunggah pada 7 Juli 2023, 11:31

2

UMUM



foto : Pemkab Bojonegoro

Gambar 4. pelatihan keterampilan yang dilakukan pemerintah untuk umkm batik

Sumber : <https://kominfo.jatimprov.go.id>

Selain melalui pengalaman pengrajin, peningkatan keterampilan UMKM juga didukung oleh peran pemerintah melalui kegiatan pelatihan dan pembinaan. Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui Dinas perdagangan, upaya

pengembangan kapasitas pelaku UMKM agar memiliki kemampuan yang lebih baik dalam produksi maupun pengelolaan usaha.

”Kami dari pemerintah daerah memberikan pelatihan dan pembinaan kepala pelaku umkm menyesuaikan dengan kebutuhan umkm, melalui kegiatan bimtek agar mereka dapat meningkatkan kemampuan dalam proses produksi maupun pengelolaan usaha”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa peningkatan keterampilan teknis dan manajerial UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui dua aspek, yaitu kemampuan yang diperoleh dari pengalaman pengrajin serta dukungan pemerintah melalui kegiatan pelatihan dan pembinaan. Namun, peningkatan kemampuan manajerial masih perlu dikembangkan, terutama dalam aspek pengelolaan usaha, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi agar UMKM mampu berkembang secara lebih optimal.

c. Membentuk dan Mengembangkan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan untuk Melakukan Pendidikan, Pelatihan, Penyuluhan, Motivasi, Kreativitas Bisnis, dan Penciptaan Wirausaha Baru

Pengembangan sumber daya manusia UMKM tidak hanya dilakukan melalui pengalaman pelaku usaha, tetapi juga melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan yang dapat meningkatkan kemampuan serta kreativitas dalam menjalankan usaha. Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan sumber daya manusia dilakukan melalui pembentukan dan pengembangan lembaga pendidikan dan pelatihan yang bertujuan memberikan

pendidikan, pelatihan, penyuluhan, motivasi, kreativitas bisnis, serta menciptakan wirausaha baru.

Berdasarkan hasil penelitian, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui Dinas terkait telah melakukan upaya peningkatan kemampuan pelaku UMKM melalui kegiatan pelatihan dan pembinaan. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis maupun pengelolaan usaha agar pelaku UMKM mampu mengembangkan usahanya.

Hal tersebut disampaikan oleh bapak Nanang:

“Kalau ada pelatihan dari pemerintah biasanya kami ikut, dari pelatihan itu bisa menambah pengetahuan, seperti peningkatan kapasitas bagi pelaku umkm untuk mengembangkan usaha.”

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa kegiatan pelatihan memberikan manfaat bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan dan memperoleh pengetahuan baru terkait pengembangan usaha. Pelatihan menjadi salah satu sarana bagi pengrajin untuk meningkatkan kreativitas serta memperbaiki kualitas produk yang dihasilkan.

Selain dari sisi pelaku UMKM, Dinas terkait juga memiliki peran dalam menyediakan kegiatan pembinaan dan pelatihan bagi pelaku usaha.

Hal tersebut disampaikan oleh pihak Dinas terkait:

"Kami memberikan pelatihan sesuai dengan kebutuhan pelaku usaha, seperti peningkatan kapasitas pelaku usaha, pengembangan usaha, dan pemasaran. Kegiatan ini bertujuan agar pelaku UMKM memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola usahanya"

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa pemerintah memiliki peran dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui kegiatan pelatihan dan pembinaan. Kegiatan tersebut menjadi salah satu bentuk dukungan dalam mengembangkan kemampuan, kreativitas, serta kemandirian pelaku usaha.

Dengan demikian, pengembangan sumber daya manusia pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan pembinaan yang diberikan oleh pemerintah. Namun, kegiatan tersebut perlu dilakukan secara berkelanjutan agar kemampuan teknis, manajerial, dan kreativitas pelaku UMKM dapat terus berkembang.

D. Aspek Desain dan Teknologi

Desain dan teknologi merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM karena berkaitan dengan kemampuan usaha dalam menghasilkan produk yang memiliki kualitas, inovasi, dan daya saing. Berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, pengembangan dalam bidang desain dan teknologi dilakukan melalui peningkatan kemampuan desain dan teknologi, peningkatan kerja sama serta alih

teknologi, dan pengembangan kemampuan penelitian untuk menghasilkan desain dan teknologi baru.

Dalam usaha batik, aspek desain dapat dilihat dari kemampuan pengrajin dalam menciptakan motif, mengembangkan variasi produk, dan mempertahankan ciri khas daerah. Sementara itu, aspek teknologi dapat dilihat dari penggunaan alat produksi, pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha, serta penggunaan media digital untuk mendukung pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono telah melakukan pengembangan desain melalui kreativitas pengrajin dalam menciptakan motif dan mempertahankan identitas batik lokal. Namun, dalam aspek teknologi masih terdapat beberapa keterbatasan, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital dan pengembangan inovasi produksi.

b. Meningkatkan Kemampuan di Bidang Desain dan Teknologi Serta Pengendalian Mutu

Kemampuan desain dan teknologi merupakan faktor penting dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk UMKM. Dalam usaha batik, kemampuan desain berkaitan dengan kreativitas dalam menciptakan motif, sedangkan pengendalian mutu berkaitan dengan upaya menjaga kualitas produk agar sesuai dengan standar yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan desain pada UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui kreativitas pengrajin dalam membuat motif dan

mempertahankan ciri khas batik lokal. Pengrajin mengembangkan produk berdasarkan pengalaman serta menyesuaikan dengan permintaan konsumen.

Hal tersebut disampaikan oleh ibu Pains pelaku umkm batik

"Kalau untuk motif biasanya kami kembangkan dari ide sendiri dan melihat apa yang diminati pelanggan. Tetap mempertahankan ciri khas batik daerah, tetapi kami juga menyesuaikan dengan permintaan pembeli supaya produknya tetap diminati. Selain itu, dari awal proses sudah harus diperhatikan, mulai dari memilih kain, membuat motif, mencanting, sampai pewarnaan. Kalau ada kesalahan biasanya diperbaiki dulu sebelum dijual, supaya hasilnya tetap bagus."

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa kemampuan desain pada UMKM Batik Desa Jono masih banyak bergantung pada kreativitas dan pengalaman pengrajin. Pengrajin memiliki peran penting dalam menghasilkan motif yang memiliki karakteristik tersendiri serta menjaga kualitas produk sebelum dipasarkan.

Dalam aspek teknologi, penggunaan teknologi dalam proses produksi masih dilakukan secara sederhana karena sebagian besar proses pembuatan batik masih menggunakan keterampilan manual. Namun, pelaku UMKM mulai memanfaatkan teknologi terutama dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk.

Dengan demikian, pengembangan desain dan pengendalian mutu pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui kemampuan pengrajin dalam menciptakan produk berkualitas. Namun, pemanfaatan teknologi masih perlu ditingkatkan agar dapat mendukung pengembangan usaha secara lebih optimal.

c. Meningkatkan Kerja Sama dan Alih Teknologi

Kerja sama dan alih teknologi merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan kemampuan UMKM agar dapat mengembangkan usaha secara lebih baik. Berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan desain dan teknologi dilakukan melalui peningkatan kerja sama dan alih teknologi untuk mendukung peningkatan kualitas serta daya saing produk UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian, kerja sama dan alih teknologi pada UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui dukungan dan pembinaan dari pihak terkait, terutama melalui kegiatan pelatihan dan pemberian pengetahuan baru bagi pelaku usaha. Melalui kegiatan tersebut, pengrajin memperoleh tambahan informasi mengenai pengembangan produk dan pengelolaan usaha.

Hal tersebut disampaikan oleh imam pelaku UMKM Batik Desa Jono:

“Ada pelatihan dari pemerintah, biasanya tentang pengembangan batik atau cara meningkatkan kualitas produk. Dari pelatihan itu kami mendapatkan pengetahuan baru yang bisa diterapkan dalam usaha. Sedangkan kalau untuk membuat batik masih menggunakan cara manual karena memang prosesnya

seperti itu. Tapi untuk membantu usaha, sekarang lebih menggunakan teknologi seperti handphone untuk foto produk dan promosi.”

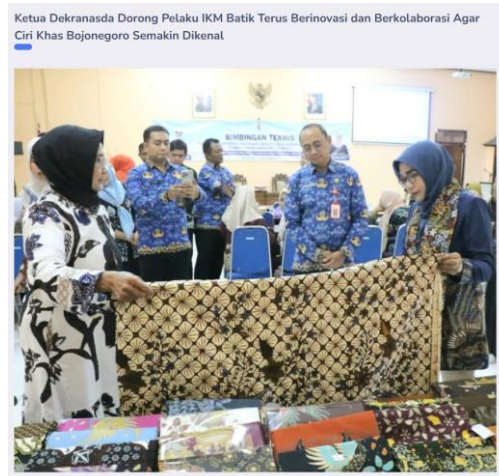
Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat diketahui bahwa kerja sama dan alih teknologi dilakukan melalui proses pembelajaran dan pemberian pengetahuan kepada pelaku UMKM. Meskipun demikian, penerapan teknologi dalam proses produksi batik masih terbatas karena sebagian besar tahapan pembuatan batik masih dilakukan secara manual dan mengandalkan keterampilan pengrajin.

Selain dari sisi pelaku UMKM, pemerintah juga memiliki peran dalam mendukung peningkatan kemampuan melalui kegiatan pembinaan dan kerja sama dengan pihak lain.

Hal tersebut disampaikan oleh pihak Dinas terkait:

”Kami melakukan pembinaan kepada pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan. Selain itu kami juga melakukan kerjasama dengan dekranasda untuk keberlangsungan umkm batik. Tujuannya agar pelaku usaha

mendapatkan pengetahuan baru, baik dalam pengembangan produk, peningkatan kualitas, maupun pemasaran.”



Gambar 5. Kerjasama pemerintah daerah dengan dekranasda

Sumber : <https://baghumas.bojonegorokab.go.id>

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa pemerintah berperan dalam membantu UMKM memperoleh pengetahuan dan kemampuan baru melalui kegiatan pembinaan. Namun, pengembangan teknologi masih perlu ditingkatkan agar dapat mendukung proses produksi maupun pemasaran produk batik secara lebih optimal.

Dengan demikian, kerja sama dan alih teknologi pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan pembinaan. Akan tetapi, penggunaan teknologi dalam kegiatan produksi masih perlu dikembangkan agar mampu meningkatkan efektivitas dan daya saing usaha.

C. Analisi dan Interpretasi Data

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengembangan UMKM Batik di Desa Jono Kecamatan Temayang Kabupaten Bojonegoro, dapat diketahui bahwa pengembangan UMKM batik merupakan proses yang tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga mencakup peningkatan kapasitas pelaku usaha, penguatan pemasaran, pengembangan sumber daya manusia, serta pemanfaatan desain dan teknologi.

Analisis dan interpretasi data dalam penelitian ini mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, khususnya mengenai pengembangan usaha yang meliputi bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi. Keempat aspek tersebut digunakan untuk melihat bagaimana upaya pengembangan UMKM

Batik Desa Jono dilakukan, sekaligus mengetahui berbagai faktor yang mendukung dan menghambat proses pengembangan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Batik Desa Jono memiliki potensi untuk dikembangkan karena didukung oleh keterampilan pengrajin, keberadaan produk batik sebagai identitas lokal, serta adanya dukungan pemerintah melalui pembinaan, pelatihan, dan kegiatan promosi. Namun, dalam proses pengembangannya masih ditemukan beberapa kendala, seperti keterbatasan bahan baku, keterbatasan kemampuan pemasaran digital, belum optimalnya regenerasi pengrajin, serta penggunaan teknologi yang masih terbatas.

1. Produksi dan Pengolahan

Produksi dan pengolahan merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM karena berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Dalam usaha batik, kegiatan produksi meliputi proses pemilihan bahan baku, pembuatan desain motif, pencantingan, pewarnaan, hingga proses akhir produk sebelum dipasarkan.

Berdasarkan hasil penelitian, kegiatan produksi UMKM Batik Desa Jono masih mengandalkan keterampilan manual dari para pengrajin. Kemampuan membatik diperoleh melalui pengalaman dan proses belajar yang dilakukan secara turun-temurun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keterampilan sumber daya manusia menjadi faktor utama dalam menjaga keberlangsungan produksi batik.

Dalam pengembangan produksi dan pengolahan, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 menjelaskan bahwa pemerintah dapat melakukan upaya peningkatan teknik dan kemampuan manajemen produksi, memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana produksi, mendorong penerapan standar produksi, serta meningkatkan kemampuan pengembangan produk.

a) Meningkatkan Teknik dan Kemampuan Manajemen Produksi dan Pengolahan bagi UMKM

Peningkatan teknik dan kemampuan manajemen produksi bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menghasilkan produk yang berkualitas serta mengelola proses produksi secara efektif. Pada UMKM Batik Desa Jono, kemampuan produksi sebagian besar diperoleh melalui pengalaman pengrajin dalam menjalankan usaha batik.

Pengrajin telah memiliki kemampuan dalam melakukan berbagai tahapan produksi batik, mulai dari membuat motif, proses mencanting, pewarnaan, hingga tahap penyelesaian produk. Kemampuan tersebut menjadi modal penting dalam mempertahankan kualitas produk batik yang dihasilkan.

Namun, dari sisi manajemen produksi, pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana berdasarkan pengalaman pemilik usaha. Perencanaan produksi, pengelolaan bahan baku, serta pencatatan kegiatan usaha masih belum sepenuhnya dilakukan secara sistematis. Hal tersebut

menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan manajemen produksi masih diperlukan agar kegiatan usaha dapat berjalan lebih efektif.

Dengan demikian, peningkatan teknik produksi pada UMKM Batik Desa Jono telah berjalan melalui pengalaman dan keterampilan pengrajin. Akan tetapi, aspek manajemen produksi masih perlu dikembangkan melalui pembinaan dan pendampingan agar pelaku usaha mampu mengelola kegiatan produksi secara lebih optimal.

b) Memberikan Kemudahan dalam Pengadaan Sarana dan Prasarana Produksi, Bahan Baku, Bahan Penolong, dan Kemasan bagi Produk UMKM

Ketersediaan sarana produksi dan bahan baku merupakan faktor penting dalam mendukung keberlangsungan kegiatan usaha. Dalam usaha batik, bahan utama seperti kain dan bahan pewarna menjadi kebutuhan utama yang menentukan kelancaran proses produksi.

Berdasarkan hasil penelitian, bahan baku produksi batik di Desa Jono belum sepenuhnya tersedia dari wilayah sekitar. Pelaku UMKM masih memperoleh bahan baku seperti kain dari luar daerah sehingga proses produksi sangat bergantung pada ketersediaan bahan yang diperoleh dari pemasok.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa akses terhadap bahan baku masih menjadi salah satu kendala dalam pengembangan UMKM Batik Desa Jono. Ketergantungan terhadap pemasok dari luar daerah dapat memengaruhi kelancaran

produksi, terutama apabila terjadi keterlambatan pengadaan atau perubahan harga bahan baku.

Selain bahan baku, sarana dan prasarana produksi juga menjadi faktor yang mendukung kegiatan usaha. Meskipun pelaku UMKM telah memiliki peralatan dasar untuk produksi batik, pengembangan fasilitas produksi masih diperlukan agar kapasitas dan kualitas produk dapat meningkat.

Dengan demikian, aspek pengadaan sarana produksi, bahan baku, dan kemasan pada UMKM Batik Desa Jono masih perlu mendapatkan perhatian. Kemudahan akses terhadap bahan baku dan fasilitas produksi dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan kapasitas serta keberlanjutan usaha

c) Mendorong Penerapan Standarisasi dalam Proses Produksi dan Pengolahan

Standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan merupakan salah satu upaya untuk menjaga kualitas produk agar memiliki mutu yang konsisten dan mampu bersaing di pasar. Dalam usaha batik, standarisasi dapat dilihat dari konsistensi kualitas bahan, proses pembuatan, ketepatan motif, penggunaan warna, serta hasil akhir produk yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil penelitian, proses produksi UMKM Batik Desa Jono masih dilakukan berdasarkan keterampilan dan pengalaman masing-masing pengrajin. Pengrajin memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses pembuatan batik, mulai dari pembuatan motif, pencantingan, hingga proses pewarnaan.

Meskipun demikian, pengrajin tetap berupaya menjaga kualitas produk agar sesuai dengan harapan konsumen.

Penerapan standarisasi dalam produksi batik Desa Jono belum sepenuhnya dilakukan dalam bentuk standar tertulis atau prosedur produksi yang baku. Namun, pengendalian kualitas tetap dilakukan melalui pemeriksaan pada setiap tahapan produksi. Hal tersebut dilakukan agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik sebelum dipasarkan.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penerapan standarisasi pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan secara sederhana melalui pengalaman dan kebiasaan pengrajin dalam menjaga kualitas produk. Akan tetapi, diperlukan pengembangan lebih lanjut terkait standar produksi agar kualitas produk dapat lebih terjamin dan mampu meningkatkan daya saing UMKM.

Dengan demikian, penerapan standarisasi proses produksi dan pengolahan pada UMKM Batik Desa Jono telah berjalan melalui upaya menjaga kualitas hasil produksi. Namun, diperlukan peningkatan dalam bentuk standar produksi yang lebih terstruktur agar proses produksi dapat berjalan secara lebih konsisten.

d) Meningkatkan Kemampuan Rancang Bangun dan Pengembangan Produk bagi Usaha Menengah

Kemampuan rancang bangun dan pengembangan produk merupakan upaya untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi produk agar memiliki nilai tambah serta mampu mengikuti perkembangan kebutuhan pasar. Dalam usaha batik,

pengembangan produk dapat dilakukan melalui penciptaan motif baru, pengembangan variasi produk, serta penyesuaian desain berdasarkan permintaan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono telah melakukan pengembangan produk melalui kreativitas pengrajin dalam menciptakan motif dan variasi produk batik. Pengembangan tersebut dilakukan dengan mempertahankan ciri khas batik lokal sekaligus menyesuaikan dengan kebutuhan dan selera konsumen.

Kemampuan pengembangan produk pada UMKM Batik Desa Jono masih banyak bergantung pada kreativitas dan pengalaman pengrajin. Pengrajin berperan penting dalam menghasilkan inovasi motif dan menjaga karakteristik produk agar tetap memiliki identitas lokal.

Namun, pengembangan produk masih perlu ditingkatkan melalui dukungan berupa pelatihan desain, pengenalan tren pasar, serta pemanfaatan teknologi agar produk yang dihasilkan dapat memiliki variasi yang lebih beragam dan mampu bersaing dengan produk batik dari daerah lain.

Dengan demikian, kemampuan pengembangan produk pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui kreativitas pengrajin dalam menghasilkan motif dan produk batik. Akan tetapi, peningkatan inovasi dan pengembangan desain masih diperlukan agar produk batik memiliki nilai tambah dan jangkauan pasar yang lebih luas.

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM karena berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mengenalkan, menjual, dan memperluas jangkauan produk kepada konsumen. Dalam usaha batik, pemasaran tidak hanya berkaitan dengan kegiatan penjualan, tetapi juga mencakup kemampuan memahami pasar, melakukan promosi, membangun jaringan pemasaran, serta memanfaatkan berbagai media untuk memperkenalkan produk.

Berdasarkan Pasal 18 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan dalam bidang pemasaran dilakukan melalui beberapa upaya, yaitu melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran, menyebarluaskan informasi pasar, meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran, menyediakan sarana pemasaran, memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran dan distribusi, serta menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian, pemasaran UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui beberapa cara, seperti pemasaran secara langsung kepada konsumen, mengikuti kegiatan promosi yang difasilitasi pemerintah, serta memanfaatkan keberadaan galeri batik sebagai tempat pemasaran produk. Namun, dalam pengembangannya masih terdapat beberapa kendala, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran yang lebih luas.

a. Melaksanakan Penelitian dan Pengkajian Pemasaran

Penelitian dan pengkajian pemasaran merupakan upaya untuk mengetahui kondisi pasar, kebutuhan konsumen, serta peluang pengembangan produk agar sesuai dengan permintaan pasar. Melalui kegiatan tersebut, pelaku UMKM dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat dan meningkatkan daya saing produk.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono dalam menentukan strategi pemasaran masih dilakukan berdasarkan pengalaman pelaku usaha dan melihat kebutuhan konsumen secara langsung. Pelaku UMKM menyesuaikan produk yang dibuat berdasarkan permintaan pelanggan, tren motif, serta kebutuhan pasar yang berkembang.

Dalam kegiatan pemasaran, pemahaman terhadap selera konsumen menjadi salah satu faktor penting agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh pasar. Pengrajin tidak hanya mempertahankan motif yang menjadi ciri khas daerah, tetapi juga melakukan penyesuaian terhadap permintaan konsumen.

Namun, kegiatan penelitian dan pengkajian pemasaran pada UMKM Batik Desa Jono belum dilakukan secara khusus dan sistematis. Pelaku usaha masih mengandalkan pengalaman pribadi dalam membaca peluang pasar, sehingga diperlukan pendampingan agar pelaku UMKM mampu melakukan analisis pasar secara lebih baik.

Dengan demikian, aspek penelitian dan pengkajian pemasaran pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan secara sederhana melalui pengamatan terhadap kebutuhan konsumen. Akan tetapi, diperlukan peningkatan kemampuan dalam

melakukan analisis pasar agar strategi pemasaran dapat dilakukan secara lebih terencana.

b. Menyebarluaskan Informasi Pasar

Penyebarluasan informasi pasar merupakan upaya untuk mengenalkan produk UMKM kepada masyarakat agar produk memiliki jangkauan pasar yang lebih luas. Penyebarluasan informasi dapat dilakukan melalui berbagai media, baik secara langsung maupun melalui teknologi digital.

Berdasarkan hasil penelitian, penyebarluasan informasi pasar pada UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui kegiatan promosi, pameran, serta pemasaran secara langsung kepada konsumen. Pemerintah Kabupaten Bojonegoro turut mendukung penyebarluasan informasi produk UMKM melalui berbagai kegiatan promosi, seperti pameran Wastra dan kegiatan UMKM yang diselenggarakan di luar daerah.

Selain melalui kegiatan promosi secara langsung, keberadaan galeri khusus produk batik juga menjadi salah satu sarana dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat. Melalui galeri tersebut, konsumen dapat melihat dan membeli produk batik secara langsung.

Namun, penyebarluasan informasi pasar melalui media digital masih belum dilakukan secara optimal. Keterbatasan kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital menyebabkan pemasaran masih lebih banyak dilakukan melalui cara konvensional.

Dengan demikian, penyebaran informasi pasar UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui kegiatan promosi dan fasilitas pemasaran yang tersedia. Akan tetapi, pemanfaatan media digital masih perlu ditingkatkan agar informasi produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

c. Meningkatkan Kemampuan Manajemen dan Teknik Pemasaran

Kemampuan manajemen dan teknik pemasaran berkaitan dengan kemampuan pelaku UMKM dalam mengelola kegiatan pemasaran, menentukan strategi promosi, serta memanfaatkan media pemasaran yang sesuai dengan perkembangan pasar.

Berdasarkan hasil penelitian, kemampuan pemasaran UMKM Batik Desa Jono masih dilakukan secara sederhana. Pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran melalui pelanggan tetap, pesanan langsung, serta kegiatan promosi yang difasilitasi pemerintah.

Dalam pemanfaatan teknologi pemasaran, pelaku UMKM masih mengalami keterbatasan terutama dalam penggunaan media sosial dan platform digital. Kondisi tersebut menyebabkan peluang pemasaran melalui media online belum dapat dimanfaatkan secara maksimal.

Meskipun demikian, pelaku UMKM telah memiliki kemampuan dalam mempertahankan hubungan dengan konsumen melalui pelayanan langsung dan menjaga kualitas produk. Hal tersebut menjadi modal penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha.

Dengan demikian, kemampuan manajemen dan teknik pemasaran UMKM Batik Desa Jono telah berjalan melalui pemasaran konvensional dan kegiatan promosi. Namun, peningkatan kemampuan pemasaran digital masih diperlukan agar produk dapat memiliki jangkauan pasar yang lebih luas.

d. Menyediakan Sarana Pemasaran yang Meliputi Penyelenggaraan Uji Coba Pasar, Lembaga Pemasaran, Penyediaan Rumah Dagang, dan Promosi UMKM

Penyediaan sarana pemasaran merupakan salah satu bentuk dukungan dalam membantu UMKM memperkenalkan dan menjual produknya kepada masyarakat. Sarana pemasaran dapat berupa tempat pemasaran, kegiatan promosi, maupun fasilitas lain yang dapat memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menjangkau konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono telah memiliki beberapa sarana pemasaran yang mendukung kegiatan penjualan produk. Salah satu sarana yang dimanfaatkan adalah keberadaan galeri khusus produk batik yang menjadi tempat bagi konsumen untuk melihat dan membeli produk secara langsung. Keberadaan galeri tersebut memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menampilkan produk serta menjadi media pengenalan batik kepada masyarakat.

Selain itu, pemerintah juga menyediakan sarana pemasaran melalui kegiatan promosi dan pameran yang memberikan kesempatan kepada pelaku

UMKM untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas. Kegiatan tersebut menjadi salah satu bentuk fasilitasi pemerintah dalam membantu UMKM memperluas pasar.

Namun, pemanfaatan sarana pemasaran yang tersedia masih perlu dikembangkan agar tidak hanya bergantung pada kunjungan langsung ke galeri maupun kegiatan pameran tertentu. Penggunaan sarana pemasaran digital dapat menjadi alternatif untuk memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan daya saing produk batik.

Dengan demikian, penyediaan sarana pemasaran pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui keberadaan galeri produk batik dan kegiatan promosi yang difasilitasi pemerintah. Akan tetapi, pengembangan sarana pemasaran berbasis teknologi masih perlu ditingkatkan agar pemasaran produk dapat berjalan secara lebih luas dan berkelanjutan.

e. Memberikan Dukungan Promosi Produk, Jaringan Pemasaran, dan Distribusi

Dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi merupakan salah satu upaya pemerintah dalam membantu UMKM memperluas jangkauan pasar. Melalui dukungan tersebut, produk UMKM tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar, tetapi juga dapat diperkenalkan kepada konsumen dari luar daerah.

Berdasarkan hasil penelitian, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro telah memberikan dukungan terhadap pemasaran UMKM Batik Desa Jono melalui berbagai kegiatan promosi. Dukungan tersebut dilakukan dengan mengikutsertakan produk batik dalam kegiatan pameran Wastra maupun kegiatan UMKM yang diselenggarakan di luar daerah.

Keikutsertaan dalam berbagai kegiatan tersebut memberikan peluang bagi UMKM Batik Desa Jono untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat yang lebih luas serta membangun jaringan pemasaran dengan konsumen maupun pihak lain yang memiliki ketertarikan terhadap produk batik.

Selain kegiatan promosi, dukungan pemerintah juga membantu membuka peluang distribusi produk karena produk UMKM memiliki kesempatan untuk dikenal di luar wilayah Desa Jono. Hal ini menunjukkan bahwa promosi tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan memperkenalkan produk, tetapi juga sebagai upaya memperluas akses pasar bagi pelaku UMKM.

Namun, pengembangan jaringan pemasaran dan distribusi masih perlu ditingkatkan agar UMKM tidak hanya bergantung pada kegiatan pameran. Pelaku usaha perlu didorong untuk memanfaatkan berbagai saluran pemasaran lain, seperti kerja sama dengan pihak swasta, pemasaran digital, dan jaringan penjualan yang lebih luas.

Dengan demikian, dukungan promosi produk, jaringan pemasaran, dan distribusi pada UMKM Batik Desa Jono telah berjalan melalui fasilitasi pemerintah dalam berbagai kegiatan promosi. Dukungan tersebut memberikan peluang bagi produk batik untuk dikenal lebih luas, tetapi masih diperlukan pengembangan strategi pemasaran yang berkelanjutan.

f. Menyediakan Tenaga Konsultan Profesional dalam Bidang Pemasaran

Penyediaan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran merupakan salah satu upaya untuk membantu UMKM meningkatkan kemampuan dalam menyusun strategi pemasaran, mengembangkan promosi, serta memanfaatkan perkembangan teknologi dalam kegiatan pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono masih menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan pemasaran, terutama dalam pemanfaatan media digital dan strategi pemasaran yang lebih modern. Pelaku UMKM masih lebih banyak mengandalkan pengalaman pribadi, pelanggan tetap, serta kegiatan promosi yang disediakan oleh pemerintah.

Keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi pemasaran menjadi salah satu faktor yang menyebabkan pemasaran produk belum berkembang secara maksimal. Oleh karena itu, keberadaan pendamping atau tenaga yang memiliki kemampuan di bidang pemasaran diperlukan untuk memberikan arahan dan membantu pelaku UMKM mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan pasar.

Pemerintah telah melakukan pembinaan dan pelatihan sebagai bentuk dukungan terhadap peningkatan kemampuan UMKM. Namun, pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan masih diperlukan agar pelaku usaha tidak hanya mengikuti kegiatan promosi, tetapi juga mampu mengelola pemasaran secara mandiri.

Dengan demikian, aspek penyediaan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran pada UMKM Batik Desa Jono masih perlu dikembangkan. Pendampingan yang lebih intensif, terutama dalam pemasaran digital, pengelolaan media promosi, dan strategi memperluas pasar, dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing produknya.

3. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM karena keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga kemampuan dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Dalam usaha batik, sumber daya manusia memiliki peran penting karena proses produksi masih banyak mengandalkan keterampilan, kreativitas, dan pengalaman pengrajin.

Berdasarkan Pasal 19 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan sumber daya manusia dilakukan melalui beberapa upaya, yaitu memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan, meningkatkan keterampilan

teknis dan manajerial, serta membentuk dan mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan sumber daya manusia pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui pengalaman pengrajin dalam menjalankan usaha, kegiatan pelatihan, serta pembinaan dari pihak pemerintah. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, terutama dalam pengembangan kemampuan manajemen usaha, pemasaran, dan regenerasi pengrajin

a. Memasyarakatkan dan Membudayakan Kewirausahaan

Memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan merupakan upaya untuk membangun kemampuan dan motivasi masyarakat dalam menjalankan serta mengembangkan kegiatan usaha. Jiwa kewirausahaan diperlukan agar pelaku UMKM memiliki kemampuan untuk mempertahankan usaha, menciptakan inovasi, serta memanfaatkan peluang yang ada.

Berdasarkan hasil penelitian, keberadaan UMKM Batik Desa Jono menunjukkan adanya kemampuan masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Pelaku UMKM tidak hanya menghasilkan produk batik, tetapi juga berupaya mempertahankan keberadaan batik sebagai salah satu produk unggulan daerah.

Jiwa kewirausahaan pada pelaku UMKM Batik Desa Jono terlihat dari kemampuan pengrajin dalam mempertahankan usaha, menciptakan variasi motif,

serta menyesuaikan produk dengan kebutuhan konsumen. Keinginan untuk mempertahankan usaha menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan UMKM batik di Desa Jono.

Namun, dalam pengembangan kewirausahaan masih terdapat kendala berupa keterbatasan regenerasi pengrajin. Sebagian besar pelaku usaha batik masih berasal dari kelompok pengrajin yang telah lama menjalankan usaha, sehingga diperlukan upaya untuk menarik minat generasi muda agar tertarik mengembangkan usaha batik.

Dengan demikian, aspek memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan pada UMKM Batik Desa Jono telah berjalan melalui keberadaan pelaku usaha yang mampu mempertahankan dan mengembangkan usaha batik. Akan tetapi, diperlukan upaya berkelanjutan untuk meningkatkan minat masyarakat, khususnya generasi muda, agar keberlangsungan usaha batik tetap terjaga.

b. Meningkatkan Keterampilan Teknis dan Manajeria

Peningkatan keterampilan teknis dan manajerial merupakan salah satu upaya penting dalam pengembangan sumber daya manusia UMKM. Keterampilan teknis berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk, sedangkan keterampilan manajerial berkaitan dengan kemampuan mengelola usaha agar dapat berkembang secara optimal.

Berdasarkan hasil penelitian, keterampilan teknis pengrajin Batik Desa Jono telah berkembang melalui pengalaman dalam proses produksi batik. Pengrajin memiliki kemampuan dalam membuat motif, melakukan proses pencantingan, pewarnaan, hingga menghasilkan produk yang siap dipasarkan.

Selain kemampuan teknis, pelaku UMKM juga membutuhkan kemampuan manajerial dalam mengelola kegiatan usaha, seperti pengelolaan produksi, pencatatan usaha, pemasaran, serta pengembangan strategi bisnis. Namun, berdasarkan kondisi lapangan, kemampuan manajerial pelaku UMKM masih dilakukan secara sederhana dan lebih banyak berdasarkan pengalaman pribadi.

Dukungan pemerintah melalui pelatihan dan pembinaan menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM. Kegiatan tersebut membantu pelaku usaha memperoleh pengetahuan baru dalam mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas produk, dan memahami aspek pengelolaan usaha.

Dengan demikian, peningkatan keterampilan teknis pada UMKM Batik Desa Jono telah berjalan melalui pengalaman dan pelatihan yang diperoleh pengrajin. Namun, peningkatan keterampilan manajerial masih perlu diperkuat agar pelaku UMKM mampu mengelola usaha secara lebih terencana dan profesional.

c. Membentuk dan Mengembangkan Lembaga Pendidikan dan Pelatihan untuk Melakukan Pendidikan, Pelatihan, Penyuluhan, Motivasi, Kreativitas Bisnis, dan Penciptaan Wirausaha Baru

Pengembangan lembaga pendidikan dan pelatihan merupakan salah satu bentuk dukungan dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM. Melalui kegiatan pendidikan dan pelatihan, pelaku usaha dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, serta motivasi untuk mengembangkan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, Pemerintah Kabupaten Bojonegoro melalui pihak terkait telah memberikan dukungan terhadap pengembangan UMKM melalui kegiatan pelatihan dan pembinaan. Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam berbagai aspek, mulai dari produksi, pengembangan produk, hingga pemasaran.

Pelatihan yang diberikan menjadi salah satu sarana bagi pengrajin untuk memperoleh pengetahuan baru dan meningkatkan kreativitas dalam menjalankan usaha. Selain itu, kegiatan pembinaan juga membantu pelaku UMKM memahami pentingnya pengembangan usaha agar mampu mengikuti perubahan pasar.

Namun, kegiatan pelatihan dan pembinaan perlu dilakukan secara berkelanjutan agar manfaatnya dapat dirasakan secara maksimal. Pelatihan yang diberikan tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan produksi,

tetapi juga perlu mencakup pengelolaan usaha, pemasaran digital, dan inovasi produk.

Dengan demikian, pengembangan sumber daya manusia UMKM Batik Desa Jono telah didukung melalui kegiatan pelatihan dan pembinaan. Akan tetapi, diperlukan peningkatan intensitas dan keberlanjutan kegiatan agar kemampuan pelaku UMKM semakin berkembang.

4. Pengembangan Desain dan Teknologi

Desain dan teknologi merupakan salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM karena berkaitan dengan kemampuan usaha dalam menciptakan produk yang memiliki nilai tambah, kualitas, dan daya saing. Dalam usaha batik, desain memiliki peran penting karena menjadi ciri khas yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Sementara itu, teknologi dapat membantu meningkatkan efektivitas produksi, pengelolaan usaha, maupun pemasaran produk.

Berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, pengembangan dalam bidang desain dan teknologi dilakukan melalui peningkatan kemampuan di bidang desain dan teknologi serta pengendalian mutu, peningkatan kerja sama dan alih teknologi, serta peningkatan kemampuan UMKM dalam mengembangkan desain dan teknologi baru.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono telah melakukan pengembangan desain melalui kreativitas pengrajin dalam menciptakan motif dan

mempertahankan karakteristik batik lokal. Namun, penggunaan teknologi dalam proses produksi masih terbatas karena sebagian besar proses pembuatan batik masih mengandalkan keterampilan manual pengrajin.

a. Meningkatkan Kemampuan di Bidang Desain dan Teknologi serta Pengendalian Mutu

Kemampuan desain, teknologi, dan pengendalian mutu merupakan aspek yang berperan dalam meningkatkan kualitas serta daya saing produk UMKM. Dalam usaha batik, kemampuan desain berkaitan dengan kreativitas pengrajin dalam menciptakan motif, sedangkan pengendalian mutu berkaitan dengan upaya menjaga kualitas produk agar sesuai dengan standar yang diharapkan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan desain pada UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui kreativitas pengrajin dalam menghasilkan motif batik yang memiliki ciri khas lokal. Pengrajin mengembangkan desain berdasarkan pengalaman, ide kreatif, serta menyesuaikan dengan permintaan konsumen. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemampuan desain menjadi salah satu faktor utama dalam mempertahankan keberadaan produk batik Desa Jono.

Selain aspek desain, pengendalian mutu juga menjadi perhatian dalam proses produksi. Pengrajin melakukan pemeriksaan terhadap setiap tahapan pembuatan batik, mulai dari pemilihan bahan, proses pembuatan motif, pewarnaan, hingga hasil akhir produk. Upaya tersebut dilakukan untuk

memastikan produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik sebelum dipasarkan.

Dalam aspek teknologi, penggunaan teknologi dalam proses produksi masih terbatas karena proses pembuatan batik masih dilakukan secara manual. Namun, teknologi mulai dimanfaatkan dalam kegiatan pendukung usaha, seperti dokumentasi produk dan promosi melalui media digital.

Dengan demikian, kemampuan desain dan pengendalian mutu pada UMKM Batik Desa Jono telah berjalan melalui kreativitas dan pengalaman pengrajin. Namun, pemanfaatan teknologi masih perlu dikembangkan agar dapat mendukung peningkatan produktivitas dan pemasaran produk.

b. Meningkatkan Kerja Sama dan Alih Teknologi

Kerja sama dan alih teknologi merupakan upaya untuk meningkatkan kemampuan UMKM melalui pertukaran pengetahuan, keterampilan, maupun penerapan teknologi yang dapat mendukung perkembangan usaha. Alih teknologi dalam UMKM tidak selalu berupa penggunaan mesin atau peralatan modern, tetapi juga dapat berupa peningkatan pengetahuan dan kemampuan dalam menjalankan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian, kerja sama dan alih teknologi pada UMKM Batik Desa Jono dilakukan melalui kegiatan pembinaan dan pelatihan yang diberikan oleh pemerintah maupun pihak terkait. Kegiatan tersebut memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memperoleh pengetahuan

baru mengenai pengembangan produk, peningkatan kualitas usaha, serta strategi pengelolaan UMKM.

Dalam proses produksi, UMKM Batik Desa Jono masih mempertahankan teknik membatik secara manual karena menjadi karakteristik utama produk batik. Oleh karena itu, penerapan teknologi lebih diarahkan pada teknologi pendukung usaha, seperti pemanfaatan media digital untuk promosi dan pengenalan produk.

Kerja sama dengan pemerintah menjadi salah satu faktor pendukung dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM. Melalui pembinaan dan pelatihan, pelaku usaha memperoleh kesempatan untuk mengembangkan wawasan dan kemampuan dalam menghadapi perkembangan usaha.

Dengan demikian, kerja sama dan alih teknologi pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui peningkatan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha. Namun, pemanfaatan teknologi secara lebih luas masih perlu dikembangkan agar mampu mendukung efektivitas produksi dan pemasaran.

c. Meningkatkan Kemampuan UMKM di Bidang Penelitian untuk Mengembangkan Desain dan Teknologi Baru

Kemampuan penelitian dalam pengembangan UMKM berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam mencari inovasi baru, memahami kebutuhan pasar, serta menciptakan pengembangan produk yang sesuai dengan perkembangan zaman. Dalam usaha batik, penelitian dan pengembangan dapat

dilakukan melalui pencarian inspirasi motif, inovasi desain, serta pengembangan produk baru.

Berdasarkan hasil penelitian, UMKM Batik Desa Jono telah melakukan pengembangan desain berdasarkan kreativitas dan pengalaman pengrajin. Pengembangan motif dilakukan dengan mempertahankan karakteristik lokal serta menyesuaikan dengan permintaan konsumen.

Namun, kegiatan penelitian dan pengembangan produk belum dilakukan secara khusus dan sistematis. Pengembangan desain masih lebih banyak dilakukan berdasarkan pengalaman dan kreativitas individu pengrajin, belum melalui kajian pasar atau pengembangan desain secara terencana.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan inovasi UMKM Batik Desa Jono telah berkembang, tetapi masih membutuhkan dukungan dalam bentuk pelatihan desain, pendampingan inovasi produk, dan pengenalan teknologi baru agar mampu menciptakan produk yang lebih beragam dan memiliki daya saing.

Dengan demikian, pengembangan desain dan teknologi pada UMKM Batik Desa Jono telah dilakukan melalui kreativitas pengrajin dan dukungan pembinaan dari pihak terkait. Namun, penguatan inovasi, pemanfaatan teknologi, dan pengembangan desain baru masih perlu ditingkatkan agar UMKM mampu mengikuti perkembangan pasar.