

**STRATEGI PENGEMBANGAN BATIK BERBASIS EKONOMI KREATIF
KAMPUNG BATIK KAUMAN PEKALONGAN****Anita Listiyaningrum,[✉] Ade Rustiana, Ahmad Saeroji**

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel*Sejarah Artikel:*

Diterima 3 April 2020
Disetujui, 10 Juni 2020
Dipublikasikan, 31
Agustus 2020

Keywords:

*Creative Economy,
Pekalongan Batik, Strategy
of development.*

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan usaha batik dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kampung Batik Kauman Pekalongan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis SWOT. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada aktor penggerak industri kreatif dengan konsep *quadruple helix* yaitu partisipasi akademisi, pemerintah, komunitas serta pembisnis. Dari analisis SWOT diperoleh hasil bahwa aspek sumber daya perlunya generasi penerus pembatik yang memiliki kreativitas dalam membatik. Aspek kedua yaitu industri. Peran terpenting dalam industri batik yaitu tersediannya bahan baku untuk kelancaran proses produksi. Aspek ketiga yaitu pemasaran, guna memperluas pasar penjualan batik. Aspek keempat yaitu pembiayaan, agar keuangan usaha dapat diatur secara terperinci. Aspek kelima yaitu teknologi dan infrastruktur sebagai penunjang pengembangan Kampung Batik Kauman. Saran yang diberikan masyarakat Kampung Batik Kauman dalam mengatasi kendala kelima aspek tersebut perlu adanya keikutsertaan pemerintah maupun swasta, komunitas dan akademisi. Diharapkan pemerintah mengoptimalkan program kerja dalam mendukung batik sebagai produk unggulan Kota Pekalongan.

Abstract

The purpose of this study was to determine the strategy of developing batik business in an effort to improve the competitiveness of the Kauman Batik Village community. This study uses qualitative methods with SWOT analysis. In this study, researcher conducted interviews with the activists of the creative economy with the quadruple helix concept, namely the participation of academics, government, communities and business people. From the SWOT analysis, it was obtained the results that the aspect of the resource needs the next generation of batik who have good creativity. The second aspect is industry. A thing that is being an important role of the industry is raw materials; it is needed to ease the production process. The third aspect is marketing. Batik producer needs to expand the market for batik sales. Then, the fourth aspect is financial. Batik producer needs to regulate the business finances in detail. The fifth aspect is technology and infrastructure; namely the need for infrastructure to support the development of the Kauman Batik Village. The advice given to Kauman Batik Village Community in overcome these five aspects which need participation from the government and private sector, communities and academics. In hope the government will optimize the work program in supporting batik as the superior product of Pekalongan City.

© 2020 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:
Gedung L3 Lantai 1 FE Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: anitalisty12@gmail.com

p-ISSN 2723-4495
e-ISSN 2723-4487

PENDAHULUAN

Peluang usaha kini semakin nyata terlihat dengan adanya ekonomi kreatif. Didukung dengan perkembangan informasi dan teknologi yang semakin canggih sehingga banyak diminati oleh kalangan masyarakat dalam menjalankan usaha. Ekonomi kreatif merupakan sebuah tren ekonomi yang berperan aktif dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Menurut Ruth & Hutabarat (2015) konsep ekonomi kreatif perlu dikembangkan karena mampu memberikan *Multiple-Effect* dalam ekonomi. Keberadaan ekonomi kreatif saat ini mampu meningkatkan PDB, juga banyak menyerap tenaga kerja, serta menghidupkan industri lain, seperti pengolahan, kemasan, distribusi transportasi periklanan, desain produk, jasa dan sewa lahan serta menciptakan lapangan pekerjaan baru.

Menurut Departemen Perdagangan RI (2008) ada enam alasan ekonomi kreatif perlu dikembangkan, yaitu (1) berkontribusi terhadap pendapatan domestik bruto, menciptakan lapangan pekerjaan, dan peningkatan ekspor, (2) berdampak sosial yang dapat meningkatkan kualitas hidup dan peningkatan toleransi sosial, (3) mendorong inovasi dan kreativitas yang dapat menumbuhkan ide dan gagasan serta penciptaan nilai tambah, (4) terdapat sumber daya terbarukan yaitu berbasis pengetahuan, kreativitas serta *green community*, (5) dapat menciptakan iklim bisnis, disebabkan dapat menciptakan lapangan usaha, berdampak pada sektor lain, dan dapat memperluas jaringan pemasaran, (6) dapat meningkatkan citra dan identitas bangsa melalui cara meningkat turisme, mengembangkan ikon nasional, membangun budaya, warisan budaya, serta memelihara dan mengembangkan nilai-nilai lokal.

Permasalahan UMKM digolongkan ke dalam lima aspek, aspek-aspek tersebut merupakan model pengembangan ekonomi kreatif menurut Departemen Perdagangan RI (2008) yaitu terdiri dari sumber daya, industri, pemasaran, pembiayaan, serta teknologi dan infrastruktur. Suryana (2013) mengemukakan sumber daya manusia kreatif adalah sumber daya manusia yang selalu mengasah kepekaan dan kesiapan untuk proaktif dalam menghadapi perubahan-perubahan yang ditemukan dalam dunia nyata. Tujuan pengembangan sumber daya manusia (SDM) menurut Hasibuan (2009) yaitu pengembangan bertujuan dan bermanfaat bagi perusahaan, karyawan, konsumen, atau masyarakat yang mengkonsumsi barang/jasa yang dihasilkan perusahaan.

Ekonomi kreatif subsektor kriya menunjukkan bahwa Jawa Tengah memiliki

kontribusi jumlah pelaku usaha terbesar di Pulau Jawa yaitu sebesar 20,99%. Di provinsi Jawa Tengah terdapat Kota Pekalongan lebih unggul dibandingkan dengan kota-kota lainnya. Terdapat 14,7% usaha berbasis ekonomi kreatif subsektor kriya berasal dari Kota Pekalongan kemudian di peringkat kedua terdapat Kota Surakarta sebesar 9,61%, dan ketiga terdapat Kota Salatiga sebesar 8,99%. Peluang yang besar ini dijadikan Badan Ekonomi Kreatif RI dalam menyelenggarakan bimbingan teknis dan sertifikasi profesi batik di Pekalongan yang diikuti sekitar 200 pengrajin batik pada tanggal 17-19 Oktober 2016. Sebelumnya Badan Ekonomi Kreatif RI telah mendatangi beberapa kota seperti Cirebon, Tegal, Kendal, Temanggung, Lasem, dan Medan. Program ini dilaksanakan untuk meningkatkan daya saing industri batik, baik ditingkat nasional maupun internasional karena batik memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi nasional.

Industri batik Indonesia yang merupakan ikon khas budaya Indonesia di kancah internasional dan merupakan industri yang dikembangkan langsung oleh masyarakat juga termasuk pada industri kreatif. Kategori kelompok industri kreatif dalam industri batik yaitu (1) kerajinan merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi dan distribusi produk kerajinan antara lain barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, aksesoris, pandai emas, perak, kayu, kaca, porselin, kain, marmer, kapur, dan besi, (2) desain merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, interior, produk, industri, pengemasan, dan konsultasi identitas perusahaan, (3) desain fesyen merupakan kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.

Menurut Trimargawati (2010) upaya-upaya pemerintah kota Pekalongan menjadikan batik Pekalongan sebagai komoditas internasional dilakukan dengan mengembangkan potensi batik dengan formulasi yang lebih fokus dan terkonsentrasi melalui pendekatan kluster industri (sentra produksi dan sentra perdagangan), klinik bisnis dan hak kekayaan intelektual, dan Musium Batik Pekalongan, mengusahakan pemberian kredit lunak kepada pengrajin untuk meningkatkan permodalan sehingga keuntungan dapat dinikmati pengrajin/pengusaha, meningkatkan

SDM terutama untuk pengrajin dengan kursus-kursus pelatihan serta pembangunan sentra-sentra grosir.

Menurut Pratiwi (2013) kemakmuran yang dicapai oleh masyarakat Pekalongan pada tahun 1952 sampai dengan tahun 1964 merupakan masa kemakmuran masyarakat batik di Indonesia. Perkembangan batik Pekalongan ini antara lain didukung oleh iklim usaha perdagangan yang memadai dan kondusif. Salah satu penyebabnya adalah kampanye pemerintah untuk menekankan pemakaian hasil produksi dalam negeri khususnya pemakaian batik dan ragam usaha sandang rakyat. Dengan adanya kampanye penggunaan sandang rakyat dan kebutuhan sandang yang meningkat ini mengakibatkan produksi batik menjadi meningkat drastis, imbasnya adalah pembatik Pekalongan kebanjiran pemesanan dan dengan sendirinya pendapatan kemakmuran meningkat.

Kota Pekalongan merupakan kota kreatif di Indonesia dalam kategori kerajinan dan kesenian rakyat yang telah dinobatkan oleh UNESCO kemudian disusul Kota Bandung yang menjadi kota kreatif kedua dalam kategori *design*. Kota Pekalongan terkenal sebagai kota perdagangan batik dan sentra batik. Ekosistem ekonomi batik di kota Pekalongan mempunyai 12.104 tenaga kerja yang tersebar di 760 unit usaha, pada industri canting terdapat 125 tenaga kerja, 50 unit usaha kain mori mempunyai 250 tenaga kerja, 25 unit usaha zat pewarna mempunyai 250 tenaga kerja, terdapat 525 unit usaha konveksi mempunyai 2100 tenaga kerja, pada aksesoris konveksi mempunyai 50 tenaga kerja, produksi printing mempunyai 200 tenaga kerja, bordir mempunyai 50 tenaga kerja, terdapat 1037 kios perdagangan batik mempunyai 3111 tenaga kerja, limbah kain/perca mempunyai 125 tenaga kerja, 29 lembaga keuangan mikro mempunyai 145 tenaga kerja, serta ekspedisi mempunyai 250 tenaga kerja.

Kegiatan industri merupakan salah satu bidang usaha yang menjadi tumpuan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi yaitu menjadi wadah yang baik untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang produktif dengan diiringi produk-produk inovatif sehingga dapat memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu diperlukan strategi pengembangan usaha agar pertumbuhan ekonomi meningkat.

Menurut Sari (2018) strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional

dalam pelaksanaan kegiatan industri. Dalam strategi pengembangan usaha kecil harus mempunyai strategi yang tepat, yang meliputi (1) peningkatan akses kepada aset produktif, terutama modal, di samping juga teknologi, manajemen, dan segi-segi lainnya yang penting, (2) peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha sampai pada informasi pasar, bantuan produksi dan prasarana serta sarana pemasaran, (3) kewirausahaan, dalam hal ini pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting, (4) kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar, (5) Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang diterapkan oleh pelaku industri batik Kampung Batik Kauman Pekalongan melalui aspek sumber daya, industri, pemasaran, pembiayaan, serta teknologi dan infrastruktur.

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Lokasi penelitian di Kampung Batik Kauman Pekalongan. Informan penelitian yaitu Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Pekalongan (1 orang), Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Pekalongan (1 orang), Pengurus Paguyuban Kampung Batik Kauman Pekalongan (1 orang), Pemilik usaha batik di Kampung Batik Kauman Pekalongan (3 orang), Dosen Teknologi Batik Universitas Pekalongan (1 orang), dan Forum Kota Kreatif Pekalongan (1 orang). Data dikumpulkan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui pendekatan konsep manajemen strategis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Kampung Batik Kauman

Dalam analisis sumber daya, masyarakat Kota Pekalongan sudah sejak lama mengembangkan batik bahkan masyarakat menyebut kota Pekalongan merupakan dapur pembuatan batik. Kampung batik Kauman Pekalongan merupakan kampung yang memproduksi batik sudah sejak lama. Adanya kampung Kauman inilah yang memperkuat kota Pekalongan pantas menyandang predikat kota kreatif dunia dengan kategori kerajinan dan kesenian rakyat. Kota Pekalongan layak menjadi kota kreatif karena batik sudah menjadi bidang pekerjaan harian masyarakat Pekalongan.

Sehingga dalam pengembangannya, di kota Pekalongan dalam bidang pendidikan formal sudah terdapat mata pelajaran muatan lokal tentang perbatikan hingga terdapat jurusan batik di perguruan tinggi sehingga para akademisi terus berupaya agar generasi muda mau melestarikan budaya batik dan mengembangkan batik pada ranah internasional.

Dalam aspek industri batik di kampung Kauman dilihat dari analisis 5 kekuatan yang terdiri dari daya tawar pemasok, daya tawar pembeli, ancaman dari produk substitusi, ancaman dari pemain baru, dan intensitas persaingan di dalam industri batik. Daya tawar pemasok dapat dikatakan tinggi karena harga bahan baku yang naik turun serta sangat bergantung pada impor. Dilihat dari daya tawar pembeli sangat tinggi karena calon pembeli selalu membandingkan harga dari industri satu dengan industri lainnya sehingga akan mencari harga yang paling murah. Terkait dengan barang substitusi batik sekarang ini maraknya pembuatan batik printing atau dapat dikatakan kain bermotif batik. Dalam pengembangannya, pelaku usaha di Kampung Batik Kauman bergantung pada pemasok bahan baku namun tetap berusaha untuk menjaga ketersediaan bahan baku di gudang. Kemudian juga mempertahankan ciri khas produksi batik tulis maupun batik cap masing-masing industri batik.

Dari segi pemasaran, pemasaran produk dari pelaku industri batik di kampung Kauman tersebar di Tanah Abang, Thamrin City, Klewer dan Beringharjo. Sedangkan untuk via online beberapa sudah memasarkan di media sosial seperti facebook dan instagram. Paguyuban Kampung Batik Kauman Pekalongan menyediakan leaflet yang berisi sejarah singkat batik Pekalongan dan beberapa produk dari industri batik di Kauman yang memiliki *showroom* (tempat penjualan). Selain itu, paguyuban ini juga menyediakan stiker sebagai oleh-oleh pengunjung atau wisatawan yang datang untuk belajar membatik. Pemerintah kota berupaya mengembangkan industri batik dalam aspek pemasaran melalui online.

Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM Kota Pekalongan telah memberikan fasilitas UMKM yaitu Layanan Cyber UMKM. Fasilitas ini terdapat pendampingan secara gratis untuk meningkatkan usaha diantaranya edukasi pemasaran online untuk meningkatkan keahlian UMKM dalam memperluas pemasaran melalui online. Kedua, akses pemasaran *e-commerce* sebagai sarana pemasaran produk. Ketiga, akses ke lembaga pembiayaan yang dapat menghubungkan UMKM dengan lembaga pembiayaan. Terakhir,

mempublikasikan profil dan keunggulan produk UMKM Kota Pekalongan melalui media sosial. Upaya yang dilakukan pemerintah kota dalam memasarkan produk batik adalah kebijakan yang tepat mengingat bahwa internet merupakan peluang yang besar karena pasaran produknya menjadi luas, tidak hanya dalam lingkup kota namun antar kota maupun antar negara karena internet dapat diakses siapa saja di seluruh penjuru dunia.

Pada aspek pembiayaan, para pelaku industri batik sebagian besar memulai usahanya dengan modal yang berasal dari pribadi seperti tabungan pemilik usaha, bantuan keluarga, maupun dari pembeli atau konsumen dalam bentuk pembayaran dimuka (sebagian atau sepenuhnya) kemudian melakukan pinjaman di bank atau lembaga keuangan lain saat usahanya sudah berjalan. Hanya menggunakan modal pribadi dikarenakan syarat keuangan bank yang terlalu ketat bahkan mengambil untung banyak, menjadikan para pelaku industri batik menggunakan tabungan sendiri. Dalam upaya pengembangannya, Dinas Perdagangan, Koperasi, dan UKM Kota Pekalongan memberikan fasilitas Pekalongan Microfinance Expo yaitu kegiatan yang mempertemukan pelaku UMKM dengan lembaga keuangan guna memfasilitasi modal usaha para pelaku UMKM. Industri batik di kampung batik Kauman Pekalongan juga belum memiliki kemampuan mengolah keuangan dengan baik yaitu dengan pembukuan. Namun ada yang sudah mengolah keuangan tetapi masih sederhana. Prinsip yang selalu melekat dibenak para pelaku industri ini adalah yang penting berkah sehingga tidak memperhitungkan laba maupun kerugian. Para pelaku industri yakin bahwa rejeki sudah ada yang mengatur sehingga mereka tidak perlu khawatir apabila dalam berdagang mengalami kerugian.

Dalam segi teknologi, perkembangan ekonomi kreatif, sentuhan teknologi dalam produksi, distribusi, pengolahan sampai pemasaran sangat diperlukan. Dalam mendukung proses produksi, pemerintah sudah menyediakan IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah) batik sebagai daya pendukung sebagai sarana kebersihan. Selain itu kampung batik Kauman sudah menyediakan tempat belajar membatik namun ketika wisatawan masih diarahkan pada beberapa industri batik yang mempunyai *workshop* (tempat produksi) di Kampung Batik Kauman. Fasilitas *homestay* pada kenyataannya tidak tersedia untuk para pengunjung yang ingin merasakan kehidupan di dalam kampung yang mengangkat suatu budaya warisan leluhur bangsa Indonesia. Akses jalan

yang begitu sempit menjadikan kampung batik Kauman terlihat kumuh, dilihat adanya gerobak-gerobak yang ada dipinggir jalan menjadikan kampung batik kauman perlu adanya penataan ruang agar dapat menarik wisatawan.

Strategi pengembangan Kampung Batik Kauman

Dalam aspek sumber daya, kekuatan yang ada pada kampung batik Kauman adalah terdiri dari sumber daya budaya dan sumber manusia. Batik merupakan sumber daya budaya di kampung batik Kauman. Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia yang telah diakui UNESCO. Batik menjadi identitas bagi bangsa Indonesia, keunikan dan keberagaman motif batik mencirikan keunikan dan keberagaman bangsa Indonesia. Setelah batik sudah diakui dunia sebagai warisan budaya Indonesia, kini kota Pekalongan juga ditetapkan UNESCO sebagai jaringan kota kreatif dunia dengan kategori kerajinan dan kesenian rakyat yang menjadikan industri batik tumbuh dan berkembang pesat karena masyarakat mulai mencintai produk dalam negeri. Kampung batik Kauman sudah memiliki paguyuban sehingga lebih unggul dibandingkan dengan sentra-sentra batik lainnya yang ada di Pekalongan. Paguyuban Kampung Batik Kauman Pekalongan sampai saat ini sudah melakukan berbagai upaya promosi untuk menarik wisatawan berkunjung ke kampung batik Kauman Pekalongan, hal ini dilakukan karena adanya ambisi dari masyarakat Kauman untuk memajukan perekonomian masyarakat kampung batik Kauman.

Kelemahan aspek sumber daya, yang ada pada kampung batik Kauman adalah sumber daya manusia yang masih bersifat empirisme (percaya pada pengalaman) dan manajerial yang masih sederhana. Sumber daya manusia merupakan komponen penting dalam suatu usaha karena sumber daya manusia memiliki keunggulan kompetitif akan mampu mengembangkan suatu kreasi dan inovasi sehingga muncul produk-produk unggulan yang dihasilkan. Dengan adanya sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif sebagai modal utama dalam mengembangkan suatu industri maka para pelaku industri batik di kampung batik Kauman harus mempunyai pola berfikir kreatif. Sumber daya manusia di kampung batik Kauman ini belum bisa dikatakan baik karena pola pikirnya masih mengikuti kehidupan masa lalu sedangkan di era ekonomi kreatif ini sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif sangatlah penting dalam mengembangkan suatu usaha. Para pelaku industri batik perlu melakukan perubahan agar

mampu menciptakan karya yang kreatif dan inovatif. Sehingga akademisi berharap para pelaku industri batik dapat mengubah pemikirannya dari *empirisme* (berdasarkan pengalaman) menjadi *epistemologi* (berdasarkan ilmu pengetahuan). Selain itu, pengelolaan manajemen pelaku industri batik masih bersifat sederhana. Dalam pelaksanaan produksi hanya berdasarkan pengalaman yang mereka kuasai disertai mengandalkan ilmu warisan dari para leluhurnya yang merupakan pengrajin batik. Adanya pola pikir yang masih sederhana dan usaha yang relatif kecil menjadi salah satu penyebab para pelaku industri di kampung batik Kauman tidak berkembang.

Aspek sumber daya, peluang yang ada pada kampung batik Kauman adalah adanya dukungan kebijakan dari pemerintah kota serta dukungan pendidikan seni membuat dari lembaga pendidikan formal maupun non formal. Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Pekalongan dalam melaksanakan program pengembangan industri batik mengacu pada prosedur dan indikator kinerja yang telah tercantum dalam Renstra Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Pekalongan. Dalam Renstra tersebut berupaya untuk meningkatkan jumlah industri batik di Kota Pekalongan dengan beberapa strategi yaitu fasilitasi pembinaan industri kecil, menyusun Rencana Induk Pembangunan Industri Daerah, serta mengoptimalkan peningkatan pengembangan IKM melalui peningkatan kelembagaan sentra dan klaster.

Generasi pembatik di Indonesia pada umumnya sudah berumur lanjut usia. Namun sekarang ini, sudah ada lembaga pendidikan yang bertujuan untuk menggugah minat generasi muda dalam meneruskan tradisi batik. Lembaga pendidikan yang berada di Pekalongan diantaranya pada jenjang Sekolah Menengah Kejuruan di SMK 3 Pekalongan. Jurusan di sekolah ini diantaranya teknik pembuatan benang, teknik pembuatan kain, teknik penyempurnaan tekstil, desain produk dan kriya tekstil, tata busana, serta teknik pendingin dan tata udara. Umumnya yang bersekolah di SMK 3 Pekalongan akan mempelajari peralatan dan perlengkapan dalam produksi batik dan tenun. Sehingga dapat dikatakan bahwa jurusan di sekolah ini dari hulu ke hilir. Maksud dari hulu ke hilir adalah jurusan ini mempelajari tentang dari mulai proses kreasi dan produksi hingga menghasilkan suatu produk yang siap untuk dijual.

Lembaga pendidikan yang kedua adalah Politeknik Pusmanu Pekalongan. Lembaga ini merupakan lembaga kemahasiswaan yang

terdapat prodi teknik batik, akuntansi, dan administrasi perkantoran. Prodi keahlian teknik batik harapannya mampu mencetak tenaga ahli terampil yang profesional dan mandiri dengan kompetensi di bidang seni (desain, filosofi, estetika); proses produksi (pembatikan, pewarnaan dan pengolahan limbah, manajemen produksi), serta kewirausahaan dan sistem pemasaran sehingga profil lulusan prodi Teknik Batik akan menghasilkan SDM juragan batik, entrepreneur batik, marketer Batik, instruktur batik, konsultan batik, pengajar batik di lembaga pendidikan, design grafis batik, technopreneur batik, karyawan perusahaan tekstil, dan lainnya.

Lembaga pendidikan lainnya adalah Universitas Pekalongan yang mempunyai prodi teknologi batik. Banyak lulusan dari Universitas Pekalongan pada prodi ini menjadi pengelola batik di berbagai industri menengah maupun besar. Dengan demikian, makin banyak orang mengenal dan mengerti proses pembatikan. Dari sini diharapkan makin banyak regenerasi muda yang bersedia menekuni usaha pembatikan dan mengembangkannya demi kelestarian batik Indonesia.

Ancaman aspek sumber daya, yang ada pada kampung batik Kauman adalah kesadaran masyarakat mengenai HaKI (Hak Kekayaan Intelektual). Pelaku industri batik di Pekalongan perlu sadar akan HaKI karena sudah banyak daerah yang mengadopsi produk khas Pekalongan sehingga menjadi ancaman bagi industri batik. Pada kenyataannya memang kesadaran masyarakat Pekalongan mengenai HaKI (Hak Kekayaan Intelektual) masih rendah. Batik dianggap warisan budaya dan karya cipta yang diperdagangkan. Oleh karena itu, sebagai produk dagang, batik harus didaftarkan di Ditjen Hak Kekayaan Intelektual baik merk, corak atau teknologinya dan harus dibedakan batik sebagai produk dagang dan batik sebagai warisan budaya.

Faktanya masih banyak perusahaan batik yang tidak mendaftarkan karya seni batiknya ke Ditjen HaKI. Hanya perusahaan batik yang tergolong besar saja yang mendaftarkan karya cipta seni batiknya, mereka hanya mendaftarkan beberapa motif saja yaitu motif yang bersifat jangka panjang dan motif yang dibuat berdasarkan kontrak pesanan. Oleh karena ruwetnya, perlu sosialisasi warisan budaya yang mana saja harus didaftarkan ke Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Diharapkan lembaga pemerintah untuk membantu mendaftarkan mereknya dan mempromosikan batik Pekalongan dengan karakteristiknya ini secara lebih serius, agar dapat diangkat karakteristik batik Pekalongan dan

perlindungan hukumnya. Selain itu peran para akademisi diharapkan mampu menjembatani kesenjangan antara harapan pengrajin batik dengan kondisi yang ada dengan membantu sosialisasi HaKI dan pendampingan dalam pendaftaran HaKI utamanya merek, karena dari kebanyakan produk batik yang dijual, tanpa ada merek terdaftar, bahkan tanda gambar atau cap pun belum tentu ada. Mereka memasang nama hanya pada tokonya saja, atau sebagian ditempelkan pada produk yang sudah berbentuk jadi, misalkan kemeja batik. Mereka belum memahami bagaimana membuat merk yang memiliki daya pembeda, meskipun kebanyakan nama tokonya telah berbeda satu sama lainnya, yang biasanya diberikan nama pemilikinya.

Menurut Nurainun (2008) salah satu masalah yang dihadapi oleh industri batik Indonesia adalah hak paten. Kebanyakan desain dan corak batik Indonesia ditiru oleh Cina, Malaysia dan Vietnam. Terlebih Malaysia telah mematenkan batik sebagai produk Malaysia dan mempunyai hak untuk ekspor. Tentunya sangat merugikan industri batik di Indonesia sehingga masalah hak cipta ini membuat para pengrajin batik dirugikan. Hal ini menjadi polemik jika para pengrajin tidak diarahkan untuk mematenkan desain yang mereka buat untuk menghindari penjiplakan. Namun saat ini batik sudah diakui oleh lembaga PBB yaitu UNESCO sebagai bagian warisan budaya dari Indonesia. Ada kecenderungan bahwa pemilik rumah produksi tidak memandang penting untuk memiliki merknya sendiri, dikarenakan sebagian besar pesanan yang mereka produksi berasal dari pembeli yang sudah memiliki merk sendiri. Sedangkan, para pemilik toko atau *showroom* saja (tidak memiliki *workshop* batik) cenderung untuk membangun merk tokonya, sementara merk produk batiknya (label yang ditempelkan pada produk batik), tidak terlampaui dianggap penting oleh mereka. Merek bukan menjadi faktor yang utama untuk menarik konsumen membeli batik, melainkan berdasarkan pada kualitas dan motif batiknya sehingga merek bukan dianggap sebagai faktor yang utama untuk memenangkan persaingan dan menarik konsumen (Sardjono, 2013).

Kekuatan aspek industri yang ada pada kampung batik Kauman adalah Kampung Kauman memiliki *workshop* (tempat produksi) dan *showroom* (tempat penjualan) sebagai sarana edukasi sekaligus wisata belanja batik. Kampung batik Kauman merupakan desa wisata yang memberikan paket wisata berupa sarana belajar membatik sekaligus berbelanja batik. Hal yang membedakan kampung batik Kauman dengan kampung batik Pesindon yaitu jumlah *workshop*

(tempat produksi) lebih banyak sehingga jika wisatawan ingin belajar membatik maka diarahkan ke kampung batik Kauman, sedangkan di kampung batik Pesindon lebih banyak *showroom* (tempat penjualan) karena pelaku industri batik di Pesindon tidak memproduksi sendiri namun mendatangkan stok batik dari kampung batik lainnya. Namun ada yang perlu dilakukan agar kampung batik Kauman tetap memiliki kekuatan dalam persaingan industri yang semakin ketat di era ekonomi kreatif ini. Tidak hanya menawarkan paket wisata edukasi dan belanja batik saja melainkan mempunyai alternatif lain atau menambah wisata baru agar menarik wisatawan.

Kekuatan lainnya yaitu hampir sebagian besar pengusaha batik di kampung batik Kauman memproduksi batik dengan sistem subkontrak, sehingga mereka memproduksi batik, kemudian dibeli putus oleh pengusaha batik nasional yang namanya sudah terkenal di Indonesia. Sebagian dari produksi mereka, dijual dengan memberi label nama usaha mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, produksi batik di kampung batik Kauman Pekalongan sudah mempunyai standar yang baik dan mendapat kepercayaan dari pengusaha batik besar Indonesia. Konsumen besar yang membeli putus dari pengrajin batik di kampung batik Kauman Pekalongan sudah loyal terhadap pengusaha batik tersebut.

Kelemahan dalam aspek industri yang ada pada kampung batik Kauman adalah ketergantungan bahan baku impor. Tersedianya bahan dasar yang cukup merupakan faktor penting guna menjamin kelancaran proses produksi. Oleh karena itu perlu diadakan perencanaan dan pengaturan terhadap bahan dasar ini baik mengenai kuantitas maupun kualitasnya. Dalam membatik, bahan baku yang dibutuhkan adalah kain, lilin batik, obat pewarna batik dan bahan penunjang lainnya. Industri batik Pekalongan termasuk kampung batik Kauman masih mengimpor obat pewarna batik dari Jerman, India, dan China sehingga ketersediaan bahan baku bergantung pada pemasok. Harga yang tidak stabil juga merupakan kendala yang dihadapi para pelaku industri batik karena untuk bertransaksi dengan pemasok menggunakan kurs dollar sedangkan harga dollar selalu bergejolak naik turun tak pasti. Disini pemerintah sangat berperan penting dalam mendukung pengembangan industri batik dalam regulasinya yaitu mengatur ketersediaan bahan baku.

Analisis aspek peluang aspek industri, yang ada pada Kampung Batik Kauman adalah adanya kesempatan berwirausaha untuk masyarakat sekitar kampung batik Kauman. kampung Kauman sudah diresmikan pemerintah

sebagai wisata belanja batik Pekalongan bersamaan dengan kampung batik Pesindon, Hal yang membedakan adalah *workshop* (tempat produksi) kampung Kauman lebih banyak dibandingkan kampung Pesindon. Hal ini menjadi peluang kampung batik Kauman merupakan desa wisata nasional yang masih aktif memproduksi batik.

Dalam aspek industri, ancaman yang ada pada kampung batik Kauman adalah tidak stabilnya harga dan terbatasnya stok bahan baku. Industri-industri batik yang ada di Pekalongan termasuk kampung batik Kauman mendatangkan bahan baku obat pewarna buatan dari Jerman, India, dan China, sedangkan benang katun didatangkan dari Amerika. Bahan baku impor tersebut menyulitkan para pelaku industri batik dalam kestabilan harga. Pasang surut kurs dollar menyebabkan ketersediaan bahan baku menjadi tidak menentu serta harga batik juga menjadi tidak stabil. Kemunculan batik printing juga menjadi ancaman para pelaku industri batik. Kain bermotif batik ini dijual murah karena produksinya dilakukan secara cepat dan massal sehingga menjadi pesaing ketat para pelaku industri batik tulis dan batik cap. Proses pembatikan printing seperti proses penyablonan dengan cara membuat atau mendesain motif batik terlebih dahulu lalu diberi warna.

Menurut Pratiwi (2013) pada era tahun 1960-an, Indonesia memasuki era baru dalam industri motif batik yaitu mulai munculnya industri tekstil motif batik printing. Batik printing yaitu batik cetak (suatu istilah yang salah jika menamakan teknik printing sebagai salah satu produk batik). Dengan teknik printing maka produktifitas batik printing dapat ditingkatkan dengan efisien artinya dengan tenaga kerja yang sedikit dan dalam waktu yang relatif singkat akan dihasilkan batik dalam jumlah yang banyak. Dengan demikian pengusaha akan mengeluarkan biaya lebih sedikit sebab upah pekerja bisa ditekan. Kondisi demikian jelas merupakan ancaman kelangsungan industri batik yang selama ini berkembang di Pekalongan. Pengusaha-pengusaha mengalami kesulitan dalam persaingan pemasaran batik. Batik printing dengan ongkos produksi yang lebih murah akan dijual dengan harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan batik tulis dan batik cap. Jika pemasaran menjadi kendala dan ongkos produksi yang mahal maka dapat dipastikan jika lama kelamaan industri batik akan mengalami kebangkrutan.

Kekuatan aspek pemasaran yang ada pada kampung batik Kauman adalah sudah mendapat fasilitas dari pemerintah dalam upaya layanan cyber UMKM. Dinas Perdagangan,

Koperasi & UMKM Kota Pekalongan berupaya mengembangkan industri batik dalam aspek pemasaran melalui online. Fasilitas ini terdapat pendampingan secara gratis untuk meningkatkan usaha diantaranya edukasi pemasaran online untuk meningkatkan keahlian UMKM dalam memperluas pemasaran melalui online. Kedua, akses pemasaran *e-commerce* sebagai sarana pemasaran produk. Ketiga, akses ke lembaga pembiayaan yang dapat menghubungkan UMKM dengan lembaga-lembaga pembiayaan. Terakhir, mempublikasikan profil dan keunggulan produk UMKM kota Pekalongan melalui media sosial.

Kelemahan aspek pemasaran yang ada pada kampung batik Kauman adalah belum menggunakan internet secara maksimal sebagai media pemasaran dan promosi. Pemasaran dan promosi yang dilakukan industri batik di kampung batik Kauman belum mengoptimalkan penggunaan internet. Padahal pemerintah kota sudah memberikan fasilitas dalam memasarkan dan mempromosikan produknya melalui layanan cyber UMKM. Upaya yang dilakukan pemerintah kota dalam memasarkan produk batik adalah kebijakan yang tepat mengingat bahwa internet merupakan peluang yang besar karena pasaran produknya menjadi luas, tidak hanya dalam lingkup kota namun antar kota maupun antar negara karena internet dapat diakses siapa saja di seluruh penjuru dunia.

Menurut Tamamudin (2015) mempromosikan batik di Pekalongan dengan cara mengadakan pameran dagang (bazar), peragaan busana (*fesyen show*) produk batik yang terbaik dan terbaru dari batik yang sudah dibuat. Sekarang ini pemerintah Kota Pekalongan setiap tahunnya menggelar berbagai event mulai dari pameran, pagelaran busana, gala dinner dan lainnya, tujuannya untuk memamerkan produksi batik Pekalongan, artinya sekarang pemerintah kota memberikan sarana kepada para pelaku industri batik untuk memamerkan atau mempromosikan produk batik Pekalongan. Namun hambatan yang sering terjadi dalam promosi penjualan adalah karena banyaknya pelaku industri batik yang ada di Pekalongan mengakibatkan semuanya tidak bisa tertampung dalam event-event yang diselenggarakan pemerintah kota, oleh karena itu muncul kecemburuan antar pelaku industri batik. Selain itu, dapat dikatakan kota Pekalongan belum membangun *city branding* sehingga sangat sulit untuk menarik daya wisatawan. Berbeda dengan Yogyakarta, ketika masyarakat menjual aneka produk di Malioboro tentunya akan selalu diminati oleh para pengunjungnya.

Aspek peluang yang ada pada kampung batik Kauman adalah kemajuan teknologi.

Adanya perkembangan teknologi informasi masa kini dapat dijadikan peluang bagi masyarakat dan pemerintah untuk memanfaatkan teknologi tersebut sebagai media pemasaran dan promosi berupa internet. Perkembangan teknologi informasi saat ini membuat manusia sudah tidak lagi mempermasalahakan batas jarak, ruang dan waktu. Internet menawarkan banyak manfaat bagi para pelaku industri untuk meningkatkan pemasaran produknya. Selain itu juga internet memberikan manfaat meningkatkan kesempatan untuk bekerjasama dengan pengusaha lainnya. Salah satu teknologi internet yang sedang berkembang pesat dan sangat berpotensi untuk mendorong pemasaran adalah media sosial. Media sosial memiliki potensi menghubungkan banyak orang dengan mudah dan gratis bahkan kini telah menjadi tren dalam komunikasi pemasaran.

Selain media sosial sebagai sarana pemasaran dan promosi, terdapat *e-commerce* dan *marketplace* yang bisa digunakan sebagai sarana pemasaran. Industri batik di kampung batik Kauman yang sudah menggunakan *e-commerce* adalah Griya Batik Mas dan Batik Nulaba. Sedangkan pada penggunaan *marketplace* masih jarang dilakukan dengan alasan barang yang dijual di online harus selalu ada stoknya di toko. Padahal beberapa layanan *marketplace* yang sudah bersosialisasi dan mengajak untuk bergabung. Dengan adanya *e-commerce*, *marketplace* serta media sosial dapat mendukung para pelaku industri batik di kampung batik Kauman dalam memasarkan produk lebih luas karena internet dapat diakses diseluruh penjuru dunia.

Aspek ancaman yang ada pada kampung batik Kauman adalah adanya perdagangan bebas sehingga batik buatan negara asing mudah memasuki dan menguasai pasar. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia menyatakan bahwa perdagangan bebas tentunya juga memberikan sejumlah manfaat, seperti terbukanya akses pasar barang dan jasa, terpenuhinya bahan baku, bahan penolong, dan barang modal, peningkatan investasi yang akan mempengaruhi struktur industri, mendorong adanya peningkatan kapasitas (*capacity building*) untuk peningkatan daya saing industri domestik, dan peningkatan daya beli masyarakat. Namun, perdagangan bebas tidak akan dapat memberikan manfaat yang besar jika daya saing industri dalam negeri jauh lebih rendah dibandingkan dengan industri luar negeri. Adanya perdagangan bebas menjadi ancaman bagi industri batik karena batik pabrikan luar negeri bisa menjual dengan harga yang murah sehingga persaingan begitu ketat bagi para industri dalam negeri untuk memasarkan produknya. Ketertinggalan teknologi salah satu

faktor industri batik dalam negeri kalah saing dengan pabrikan luar negeri yang sudah menggunakan teknologi modern. Meskipun adanya perdagangan bebas namun tetap saja ekspor masih menjadi kendala para pelaku industri batik dalam negeri untuk memasarkan produknya.

Kekuatan segi pembiayaan yang ada pada kampung batik Kauman adalah pemerintah memang gencar berupaya agar industri batik tidak mati karena diakibatkan kekurangan modal sehingga pemerintah memberikan secara optimal dukungan permodalan melalui Pekalongan Microfinance Expo. Hal ini bertujuan agar UMKM di Kota Pekalongan bisa berkembang dan meningkatkan produksinya. adanya dukungan pemerintah dalam menyelenggarakan acara rutin setiap setahun sekali. Dinas Perdagangan, Koperasi dan UKM kota Pekalongan mengadakan sebuah acara setiap satu tahun sekali yaitu Pekalongan Microfinance Expo. Pemerintah memfasilitasi akses pelaku UMKM dan pedagang pasar serta pedagang kaki lima agar mendapatkan pinjaman modal dari bank guna mengembangkan usahanya. Acara ini mengupayakan pencairan dana ke sektor UMKM yang melibatkan bank dan enam lembaga keuangan mikro contohnya BNI, BRI, Bank Jateng, dan Kospin Jasa. Hal ini menjadi peluang untuk para pelaku industri batik dalam meningkatkan kualitas produknya karena sudah mendapat dukungan dan fasilitas dalam hal keuangan.

Kelemahan aspek pembiayaan, yang ada pada kampung batik Kauman adalah manajemen keuangan yang masih sederhana. Industri batik di kampung batik Kauman Pekalongan belum memiliki kemampuan mengolah keuangan dengan baik yaitu dengan pembukuan. Namun ada yang sudah mengolah keuangan tetapi masih sederhana. Prinsip yang selalu melekat dibenak para pelaku industri ini adalah “yang penting berkah” sehingga tidak memperhitungkan laba maupun kerugian. Para pelaku industri yakin bahwa rejeki sudah ada yang mengatur sehingga mereka tidak perlu khawatir apabila dalam berdagang mengalami kerugian. Hal ini dikarenakan pemikiran sumber daya manusia di kampung batik Kauman masih berprinsip pengalaman di masa lalu. *Mindset* seperti ini perlu dirubah menjadi pemikiran secara teoritis agar bisa menyesuaikan jaman dan bersaing ketat dengan industri baru yang mulai berkembang.

Peluang aspek pembiayaan yang ada pada kampung batik Kauman adalah pada era globalisasi ini, terdapat inovasi dalam bidang jasa keuangan yang disebut dengan fintech. Pinjaman yang diajukan dapat cair dalam waktu relatif

singkat yakni kurang dari seminggu. Perusahaan fintech juga menyediakan pembayaran digital yang lebih mudah dan aman bagi pebisnis. Dengan proses pembayaran yang mudah dana aman, hal ini akan mampu menarik lebih banyak konsumen sehingga memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis. Inovasi layanan mengatur keuangan juga terdapat dalam fintech bertujuan membantu pebisnis UMKM dalam mengatur keuangan perusahaan. Layanan yang diberikan meliputi pencatatan pengeluaran, pemantauan kinerja investasi, dan konsultasi keuangan tanpa dikenakan biaya.

Dalam aspek pembiayaan, ancaman yang ada pada kampung batik Kauman adalah rendahnya literasi keuangan. Hal ini disebabkan karena pemikiran masyarakat Kauman masih bersifat *empirisme*. Pemerintah selalu berupaya dalam menegenalkan sistem keuangan yang baik. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah sosialisasi dan diskusi-diskusi melalui jejaring media sosial baik untuk mendapatkan perhatian masyarakat maupun sebagai upaya mencari masukan demi perbaikan sistem yang ada, akibat rendahnya pengetahuan literasi keuangan, membuat masyarakat tidak mempunyai perencanaan dalam pengelolaan keuangan yang baik.

Kekuatan teknologi dan infrastruktur, kekuatan yang ada pada kampung batik Kauman adalah mempunyai lokasi yang strategis. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Akses menuju lokasi kampung batik Kauman sangat mudah karena berada di pusat kota yang dekat dengan masjid Jami’ dan pusat perbelanjaan. Selain itu banyak kuliner yang diperdagangkan sekitar wilayah Kauman sehingga menjadi paket lengkap ketika berkunjung di kampung batik Kauman.

Kelemahan infrastruktur dan teknologi, k yang ada pada kampung batik Kauman adalah lingkungan yang belum tertata dengan baik. Lokasi yang sempit menjadikan kendaraan roda empat tidak bisa memasuki gang-gang sempit di kampung batik Kauman sehingga perlu dikembangkan adalah transportasi menuju ke rumah-rumah industri tersebut. Maka hal ini sangat penting untuk kampung batik Kauman dalam membangun infrastuktur guna menarik wisatawan untuk berkunjung belajar membuat batik maupun berbelanja batik dengan cara menyediakan lahan parkir dan lahan untuk penitipan gerobak. Perlunya penataan ruang di kampung batik Kauman karena akses jalan yang begitu sempit menjadikan Kampung Batik Kauman terlihat kumuh, dilihat adanya gerobak-

gerobak yang ada dipinggir jalan. Selain akses jalan, *showroom* bersama yang pernah dibentuk kini sudah tidak berjalan lagi. Showroom tersebut

Peluang
 Dalam aspek teknologi dan infrastruktur, peluang yang ada pada kampung batik Kauman adalah pengembangan wisata lain sebagai aspek pendukung seperti wisata kuliner karena pengunjung yang datang ke suatu wisata tentunya juga akan mencari kuliner khas daerah tersebut, atau membangun sebuah taman ramah anak untuk menambah nilai tambah kampung batik Kauman. Kemudian dilengkapi juga dengan fasilitas *homestay* (tempat penginapan) mengingat bahwa yang datang untuk belajar membatik berasal dari luar kota. Selain itu, mengaktifkan kembali *showroom* bersama perlu dilakukan untuk membantu industri kecil di kampung batik Kauman yang tidak memiliki tempat penjualan atau toko.

Sedang ancaman dari aspek teknologi dan infrastruktur yang ada pada kampung batik Kauman adalah Ekosistem akan tercemar oleh limbah batik meskipun sudah ada IPAL (instalasi Pengolahan Air Limbah) yang difasilitasi oleh Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Pekalongan. Tetap saja, semakin lama produksi batik terus dilakukan limbah tidak bisa dihindari. Oleh karena itu perlu ada pantauan secara berkala oleh Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja Kota Pekalongan dalam upaya penanganan limbah.

Pengembangan kampung batik Kauman menggunakan analisis SWOT. Kekuatan Kampung Batik Kauman yaitu (1) Modal budaya. Batik merupakan produk unggulan kota Pekalongan terlebih batik sudah diakui dunia. (2) Wisata batik nasional. Setelah diresmikan menjadi desa wisata oleh Kementerian Pariwisata, kampung batik Kauman menjadi ramai dikunjungi jika dibandingkan dengan sebelum adanya peresmian. (3) Memiliki *workshop* dan *showroom*. Semenjak dijadikan wisata batik nasional, kampung batik Kauman menjadi sarana belajar membatik sekaligus berbelanja batik. Hal ini menjadi kekuatan karena dibanding kampung batik Pesindon, kampung batik Kauman memiliki banyak *workshop* (rumah produksi) sehingga menjadi tempat masyarakat untuk belajar dan mengenal batik. (4) Fasilitas pemasaran online. Hal ini pemerintah selalu berupaya secara optimal untuk pendampingan layanan pemasaran online terhadap pelaku UMKM. (5) Fasilitas permodalan. Pemerintah memberikan akses kepada pelaku UMKM untuk bisa mengembangkan usahanya. (6) Lokasi yang strategis. Letak kampung batik Kauman berada di pusat kota berdekatan dengan Masjid Jami' kota

Pekalongan, Alun-alun kota Pekalongan serta salah satu pusat perbelanjaan.

Peluang kampung batik Kauman yaitu (1) Mendapat dukungan dari lembaga pemerintah kota. Pemerintah berupaya untuk menjaga batik menjadi produk unggulan kota Pekalongan dengan cara mengatur ketersediaan bahan baku, membantu memasarkan produk, memberikan pelatihan, dan lainnya. (2) Mendapat dukungan dari lembaga pendidikan. Kini, pemerintah dan Lembaga pendidikan bekerjasama dalam pendidikan formal seni membatik yang tujuannya untuk mencetak generasi penerus pembatik yang lebih kreatif dan inovatif. (3) Kesempatan wirausaha untuk masyarakat Kauman. Dengan wisatawan yang semakin meningkat, maka kebutuhan pengunjung juga meningkat. (4) Kemajuan teknologi. Kecanggihan teknologi masa kini dapat dijadikan peluang bagi masyarakat dan pemerintah untuk memanfaatkan teknologi tersebut untuk berpromosi. Adanya media sosial yang juga mendukung sangat berpotensi dalam mengajak wisatawan berkunjung ke kampung batik Kauman. (5) Inovasi fintech (Financial Technology). Proses penyediaan pembiayaan melalui sektor jasa keuangan seperti perbankan yang umumnya cukup rumit, adanya fintech sebagai jasa penyedia *platform* pinjam meminjam berbasis teknologi untuk memperoleh pinjaman demi mengembangkan bisnis UMKM justru bisa diatasi. (6) Penawaran wisata baru. Alternatif lain yang bisa ditambahkan adalah wisata kuliner karena wisatawan yang berkunjung tak lepas ingin mencoba juga makanan khas di suatu tempat wisata tersebut.

Hambatannya yaitu (1) pola pikir tradisional. Hal ini yang menjadikan suatu usaha tidak dapat berkembang karena ketertinggalan jaman. (2) Manajemen sumber daya manusia. Pemerintah sudah berkali-kali memberikan pelatihan dan pembinaan manajemen namun hal ini belum diimplementasikan oleh masyarakat Kauman. (3) Ketergantungan bahan baku impor. (5) Manajemen keuangan masih sederhana. Hal ini ditunjukkan pelaku industri tidak melakukan pembukuan secara rinci. (6) Penataan lingkungan yang belum baik. Perbaikan dan pengelolaan juga terus dilakukan untuk menunjang kualitas kampung batik Kauman. Namun, sampai saat ini penataan sarana prasarana di kampung batik Kauman masih kurang baik, sehingga masih kurang enak dilihat disertai dengan kurangnya lahan parkir.

Ancaman dalam pengembangan kampung batik Kauman yaitu (1) kesadaran masyarakat tentang HKI masih rendah. Hal ini menjadi sangat penting mengingat 80% batik

berasal dari kota Pekalongan sedangkan 20% batik berasal dari daerah lainnya. (2) Harga bahan baku tidak stabil. Mengingat bahan baku batik didapatkan dari importir sehingga produksi batik menyesuaikan dengan stok bahan baku. (3) Munculnya batik baru. Kini, ada batik printing yang bersaing ketat dengan para pelaku industri batik karena kemunculan batik printing ini juga tak pernah sepi peminat dikarenakan harga batik printing yang murah. (4) Perdagangan bebas. Batik memang sudah diakui dunia sebagai warisan budaya Indonesia namun kini banyak pabrikan luar negeri yang menjadikan ini sebagai peluang sehingga pabrikan membuat batik dan dijual murah dipasaran. (5) Rendahnya literasi keuangan masyarakat. (6) Limbah batik. Meski produksi batik meningkat, namun tidak akan ada artinya jika menimbulkan imbas buruk bagi lingkungan. Maka dari itu perlu pemanfaatan teknik pengolahan limbah secara optimal.

Strategi yang digunakan untuk pengembangan Kampung Batik Kauman yaitu Strategi SO (1) Memberikan ruang untuk masyarakat sekitar berwirausaha dalam mendukung kemajuan Kampung Batik Kauman, (2) Mengembangkan wisata lain selain wisata edukasi dan belanja batik di Kampung Kauman. Strategi ST (1) bekerja sama dengan Biro Perjalanan dalam menyelenggarakan paket wisata Pekalongan, (2) meningkatkan kualitas produk desain sesuai kebutuhan pasar dalam upaya membentuk brand Kampung Batik Kauman. Strategi WO (1) mengoptimalkan penggunaan internet yang tersedia sebagai media pemasaran dan promosi, (2) memperbaiki sistem manajemen keuangan. Strategi WT (1) bekerja sama dengan pihak swasta untuk menunjang sarana dan prasarana, (2) diadakan pelatihan manajemen usaha pada pelaku industri batik untuk meningkatkan SDM yang ada di Kampung Batik Kauman.

Hasil penelitian menemukan adanya faktor pendukung dan faktor penghambat di Kampung Batik Kauman. Hal ini dibuktikan dalam model pengembangan rencana kebijakan pemerintah yaitu akan diberlakukannya peraturan pemerintah terhadap ketersediaan bahan baku karena saat ini pelaku industri batik sangat bergantung kepada importir dan harga bahan baku juga tidak stabil. Selain itu, pemerintah juga telah menyediakan beberapa fasilitas diantaranya fasilitas pemasaran produk, fasilitas memperoleh modal usaha, dan fasilitas pengelolaan limbah batik.

Disisi lain, terdapat penghambat dalam upaya pengembangannya, yaitu daya pendukung tersebut belum dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat kampung batik Kauman. Terbukti

pada aspek sumber daya manusia, pentingnya peran paguyuban dalam mengelola dan mengembangkan produk batik dari para pelaku industri batik tidak berjalan semestinya. Paguyuban ini terhenti karena kesibukan masing-masing pengurus. Selain pengurus Paguyuban Kampung Batik Kauman Pekalongan, daya pengambatnya terdapat pada kualitas sumber daya manusia masyarakatnya yang masih bersifat tradisional. Masyarakat kampung batik Kauman harus berfikir secara teoritis agar dapat berkembang bukan lagi menggunakan pola pikir berdasarkan pada pengalaman orang-orang terdahulu.

SIMPULAN

Pengembangan pada Kampung Batik Kauman mengacu pada lima aspek. Dalam pengembangannya, ditemukan hambatan-hambatan yang ada dalam pengembangan Kampung Batik Kauman. Hambatan dalam sumber daya yaitu kreativitas yang terbatas karena pemikiran sumber daya manusia yang masih bersifat empirisme. Hambatan dalam industri yaitu ketergantungan pada bahan baku impor serta kemunculan batik printing. Hambatan dalam pemasaran yaitu belum menggunakan internet secara maksimal sebagai media pemasaran dan promosi. Hambatan dalam pembiayaan yaitu manajemen keuangan masih dilakukan secara sederhana. Hambatan teknologi dan infrastruktur yaitu sarana prasana yang belum memadai.

Strategi pengembangan batik berbasis ekonomi kreatif di Kampung Batik Kauman dilakukan dengan memanfaatkan pembatik profesional untuk memberikan pelatihan membatik kepada wisatawan di kampung batik Kauman Pekalongan sehingga dapat menambah pendapatan masyarakat. Adanya kemajuan teknologi seperti sosial media, marketplace, e-commerce dimanfaatkan untuk pemasaran dan promosi usaha. Upaya-upaya yang dilakukan pemerintah dengan mengadakan kegiatan rutin Pekan Batik setiap satu tahun sekali dalam upaya mengenalkan produk unggulan kota Pekalongan dapat menarik pengunjung untuk datang ke kota Pekalongan. Terdapat pula kegiatan yang dilakukan rutin setiap hari koperasi yaitu adanya Pekalongan Microfinance Expo guna mempertemukan pelaku usaha dengan lembaga keuangan sehingga menjadi peluang untuk pelaku usaha mengembangkan usahanya. Selain itu juga terdapat Layanan Cyber UMKM untuk memfasilitasi pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Perdagangan RI. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Dinas Perdagangan Republik Indonesia.
- Hasibuan, Malahayu S.P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nurainun, Heriyana & Rasyimah. (2008). *Analisis Industri Batik Di Indonesia. Fokus Ekonomi*. Volume 7 No.3. Aceh: Universitas Malikussaleh Banda Aceh.
- Pratiwi, Erlita. (2013). *Perkembangan Batik Pekalongan Tahun 1950-1970. Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Ruth, L. B., & Hutabarat, F. W. M. (2015). *Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, Volume 7 No.1. Hal 12–20. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Sardjono, Agus., Prasetyo, Brian A., & Larasati, Desrezka G. (2013). *Pelaksanaan Perlindungan Hukum Merek Untuk Pengusaha UKM Batik Di Pekalongan, Solo, Dan Yogyakarta. Jurnal Hukum Dan Pembangunan*. Hal 1-22. Jakarta : Universitas Indonesia.
- Sari, Septi Diana. (2018). *Strategi Pengembangan Pengrajin Karya Batok Di Desa Sokawera Kecamatan Somagede Banyumas. Economic Education Analysis Journal*. Volume 3 No.1. Hal 1-16. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tamamudin. (2015). *Promosi Industri Batik Pekalongan (Penerapan, Kemudahan, dan Hambatan). Jurnal Hukum Islam*. Volume 13 No.2, Hal 99-107. Pekalongan: STAIN Pekalongan.
- Trimargawati, Nur Endang. (2010). *Penerapan Hukum Hak Cipta Seni Batik Pekalongan sebagai Komoditas Internasional (Studi Upaya Pemerintah Kota Pekalongan Menjadikan*

Batik Pekalongan Sebagai Komoditas Internasional). *Law Reform*, Volume 5 No.1. Hal 1-30. Semarang: Universitas Diponegoro