

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Studi Terkait**

Penelitian yang dilakukan oleh Siswanti, (2007) bertujuan untuk mengetahui: 1) faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan industri batik di Kawasan sentra industri batik Laweyan Solo. 2) Seberapa besar faktor-faktor tersebut mempengaruhi perkembangan industri batik di Kawasan sentra industri batik Laweyan Solo. 3) Upaya apa sajakah yang dilakukan pemerintah dalam mengembangkan usaha batik di Kawasan sentra industri batik Laweyan Solo. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner (angket), dokumentasi, observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri batik meliputi faktor manajemen keuangan dan permodalan, faktor Produksi, faktor sumber daya manusia, dan faktor pemasaran. Modal yang digunakan relatif kecil berkisar antara 1-5 juta didapat dari keluarga dan tabungan pribadi. Kekurangan modal yang dihadapi disebabkan karena syarat-syarat peminjaman yang sulit seperti harus adanya barang jaminan, ijin usaha maupun bukti pembayaran pajak. Manajemen keuangan masih dilakukan dengan pembukuan yang sederhana. Keterampilan membatik yang masih mengandalkan warisan leluhur menjadi kendala dalam faktor produksi dan sumber daya manusia. Persaingan dengan produk serupa dalam harga dan kualitas menjadi permasalahan dalam pemasaran. Peran pemerintah dalam pengembangan usaha yaitu: 1) Sebagai

fasilitator bagi para pengrajin dalam memberikan permodalan dengan menyeleksi terlebih dahulu mana pengrajin dan mana yang bukan pengrajin dalam hal ini adalah pengrajin yang aktif berusaha. 2) Memberikan pelatihan yang berkaitan dengan ketrampilan kerja dan desain produk. 3) Pemerintah memberikan perlindungan hak paten motif batik khas daerah. 4) Pemerintah memberikan penerapan standart mutu produk melalui pelatihan Standart Nasional Indonesia untuk menghadapi persaingan dengan produk batik daerah lain. 5) Pemerintah menerapkan patokan keseragaman harga, hal ini dilakukan untuk menghindari persaingan yang kurang sehat antar pengrajin. 6) Pemerintah juga ikut berperan memperluas pemasaran yaitu melalui terobosan pasar dan pameran pada event-event penting seperti PRPP, SIBEx (*Solo Interntional Batik Exhibition*), Pameran di TMII, POLDA EXPO.

Penelitian lain dilakukan oleh Effe Eka Wanty (2006). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi produksi batik. Penelitian ini dilakukan di Kota Pekalongan. Populasi yang ada sebanyak 600 orang & sampel yang diambil sebanyak 60 orang atau sekitar 10% dari total populasi tersebut. Analisa data yang digunakan adalah regresi. Hasil estimasi menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap produksi batik adalah faktor tenaga kerja, modal, obat pewarna dan tempat. Sementara, kain tidak berpengaruh secara signifikan.

Selanjutnya Ida Ayu Nila Wulandhari (2002) melakukan studi mengenai strategi dan kemampuan bertahan industri kecil pasca bom Bali 2002. Riset berdasarkan data tahun 2003 dengan sumber data dari BSEP (*Bali*

*Strategic Environmental Plan*). Metode analisis dilakukan menggunakan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bertahan yang dilakukan industri kecil cinderamata Tegallalang pasca bom Legian, Kuta berbeda antara industri kecil satu dengan yang lainnya, antara lain dengan melakukan strategi pengurangan jam kerja, mengurangi tingkat upah, mengubah komposisi produk, mencari alternatif daerah lain untuk pemasaran, serta merubah distribusi pemasaran dan merubah harga jual. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kemampuan bertahan industri kecil di Tegallalang dipengaruhi oleh keberadaan pelanggan tetap dan orientasi pemasaran yang sebagian besar adalah untuk ekspor.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Definisi Usaha Kecil Menengah**

Industri usaha kecil dan rumah tangga serta industri menengah di Indonesia memberikan peranan yang sangat penting. Perhatian untuk menumbuhkembangkan industri kecil dan rumah tangga dan industri menengah setidaknya dilandasi oleh dua alasan. Pertama, industri kecil rumah tangga dan industri menengah menyerap banyak tenaga kerja. Kecenderungan menyerap banyak tenaga kerja umumnya membuat banyak industri kecil rumah tangga dan menengah juga intensif dalam menggunakan sumber daya alam lokal. Apalagi karena lokasinya banyak di pedesaan, pertumbuhan industri kecil rumah tangga dan industri menengah akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja, pengurangan jumlah orang

miskin, pemerataan dalam distribusi pendapatan dan pembangunan ekonomi di pedesaan (Simatupang, et al., 1994; Kuncoro, 1996 dalam Heribertus Riswido, 2007).

Dari sisi kebijakan, industri kecil rumah tangga dan menengah jelas perlu mendapat perhatian karena tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian besar angkatan kerja di Indonesia, namun juga merupakan ujung tombak dalam upaya pengentasan kemiskinan. Di pedesaan, peran penting industri kecil rumah tangga dan menengah memberikan tambahan pendapatan (Sandee et al., 1994 dalam Heribertus Riswido, 2007), merupakan *seedbed* bagi pengembangan industri dan sebagai pelengkap produksi pertanian bagi penduduk miskin (Weijland, 1999 dalam Heribertus Riswido, 2007). Boleh dikata dia juga berfungsi sebagai strategi mempertahankan hidup (*survival strategy*) di tengah krisis moneter. Kedua, industri kecil rumah tangga dan menengah memegang peranan penting dalam ekspor nonmigas.

Banyak defenisi Usaha kecil menengah yang dipahami baik dari lembaga lokal maupun asing. Namun demikian, perbankan Indonesia menggunakan defenisi UMKM sesuai kesepakatan Menko Kesra dengan Bank Indonesia (BI).

Defenisi usaha mikro secara tidak langsung sudah termasuk defenisi usaha kecil berdasarkan UU No. 9 tahun 1995 namun secara spesifik didefenisikan sebagai berikut :

Usaha mikro adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal dalam arti belum terdaftar, belum tercatat dan belum

berbadan hukum. Hasil penjualan tahunan bisnis tersebut paling banyak Rp.100.000.000,00 dan milik warga Indonesia.

Bank Umum di Indonesia No. 3/9/BKt, tanggal. 17 Mei 2001, usaha kecil adalah usaha yang memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
3. Milik warga negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan penjualan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
5. Berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, termasuk koperasi.

### **2.2.2. Klasifikasi Industri Kecil**

Chotim dan Thamrin (1997) berpendapat bahwa industri kecil masih dapat dibedakan berdasarkan pada teknologi yang digunakan, yaitu:

1. Industri kecil tradisional, yaitu industri yang menggunakan teknologi relatif sederhana namun umumnya berlokasi di pedesaan. Orientasi dari industri tradisional ini biasanya hanya pada pasar lokal saja.
2. Industri kecil modern, yaitu yang menggunakan teknologi yang lebih modern yang terlibat pada penggunaan modal (mesin) khusus.

Thee Kian Wee ( 1992 ) membagi industri kecil berdasarkan pada pola usahanya, yaitu :

Pengrajin, dengan ciri – ciri:

1. Sifat usahanya mandiri, rumah tangga dan sebagai usaha tambahan.
2. Menguasai teknologi produksi dan dibantu tenaga kerja yang tidak digaji.
3. Bahan baku tergantung pada pesanan sehingga produksi juga tergantung pada pesanan.
4. Tidak mempunyai orientasi pasar.

I. Pengrajin Pengusaha, dengan ciri – ciri:

1. Sifat usahanya mandiri, rumah tangga dan sebagai usaha utama.
2. Menguasai teknologi produksi dan dibantu tenaga kerja yang dibayar.
3. Bahan baku diusahakan sendiri.
4. Mempunyai orientasi pasar.

II. Pengusaha, dengan ciri – ciri:

1. Sifat usahanya mandiri, pabrikan dan usaha bersama
2. Berproduksi dengan tenaga kerja yang dibayar.
3. Mampu mendatangkan bahan baku.
4. Mempunyai orientasi pasar serta lembaga keuangan.

### **2.2.3. Ketenagakerjaan**

Beberapa pengertian yang berhubungan dengan ketenagakerjaan, yaitu:

1. Tenaga Kerja (*manpower*)

Adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktifitas tersebut.

2. Angkatan Kerja (*labor force*)

Adalah bagian dari tenaga kerja yang sesungguhnya terlibat, atau berusaha untuk terlibat, dalam kegiatan produktif yaitu produksi barang dan jasa.

3. Tingkat partisipasi angkatan kerja (*labor force participation*)

Adalah menggambarkan jumlah angkatan kerja dalam suatu kelompok umum sebagai persentase penduduk dalam kelompok umur tersebut. Pembahasan mengenai kualitas tenaga kerja berhubungan erat dengan pembahasan mengenai produktivitas. Mengapa demikian. karena dengan tenaga kerja yang berkualitas akan menyebabkan produktivitasnya meningkat. Kualitas tenaga kerja ini tercermin dari tingkat pendidikan, keterampilan, pengalaman, dan kematangan tenaga kerja dalam bekerja. Sehingga jumlah dan kualitas produk sangat dipengaruhi oleh profesionalisme SDM yang terkait. Ketertinggalan SDM lokal juga akan berpengaruh terhadap kelangsungan pengembangan suatu produksi.

Kesempatan Kerja Berdasar Pendidikan Secara umum analisis kesempatan kerja berdasar jenjangnya dibedakan menjadi sembilan (9) : 1. Tidak Sekolah 2. Sekolah Dasar Tidak Tamat 3. Sekolah Dasar

Tamat 4. Sekolah Menengah Pertama Umum. Sekolah Menengah Pertama Kejuruan 6. Sekolah Menengah Umum (SMU) 7. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) 8. Program Diploma 9. Universitas Idealnya analisis berdasar pendidikan ini dilengkapi dengan jenis pendidikannya.

#### **2.2.4. Produktifitas Kerja**

Produktivitas kerja mengandung pengertian secara filosofis kualitatif dan kuantitatif. Secara filosofis kualitatif adalah produktivitas mengandung arti pandangan hidup dan sikap mental yang selalu berusaha untuk meningkatkan mutu kehidupan sehingga dapat mendorong manusia untuk terus mengembangkan diri dan meningkatkan kemampuan kerja. Sedangkan secara kuantitatif adalah merupakan perbandingan antara output dengan input yang ingin dicapai.

#### **2.2.5. Produktifitas UKM Terhadap Kesempatan Kerja**

UKM di Indonesia sangat penting terutama dalam hal penciptaan kesempatan kerja karena jumlah angkatan kerja di Indonesia sangat besar seiring dengan jumlah penduduk yang besar, di pihak lain perusahaan besar tidak sanggup menyerap semua pencari pekerjaan. Ketidaksanggupan perusahaan besar dalam menciptakan lowongan kerja disebabkan mereka relatif menggunakan padat modal, sedangkan UKM relatif padat karya. Selain itu pada umumnya perusahaan besar membutuhkan pekerja dengan pendidikan formal yang tinggi dan pengalaman kerja yang cukup, sedangkan UKM khususnya usaha kecil sebagian pekerjanya berpendidikan rendah.



### 2.2.6. Posisi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia

Faktor penyebab kegagalan sektor usah kecil untuk berkembang diantaranya : (1) lemahnya kemampuan didalam pengambilan keputusan (*poor decision making ability*), (2) ketidakmampuan di dalam manajemen (*management incompetence*), (3) kurang berpengalaman (*lack of experience*) dan (4) lemahnya pengawasan keuangan (*poor financial control*). (Scarborough dan Zimmerer, 1993 : 12; Idrus, 1999:41 dalam Erani, 2005). Sedangkan Brom dan Longenecker (1979:31) dalam Erani, 2005) menyatakan bahwa kegagalan yang dialami usaha kecil disebabkan oleh : (1) kemerosotan dalam sisi modal kerja (*deterioration of working capital*) (2) penurunan volume penjualan (*declining sales*) (3) penurunan laba atau keuntungan (*declining profits*) dan (4) meningkatnya utang (*increasing debt*).

### 2.2.7. Legalitas Perusahaan

Ketentuan tentang pengurusan perizinan usaha industri dan perdagangan telah diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 408/MPP/Kep10/1997 tentang ketentuan dan tata cara pemberian Tanda Daftar Usaha Perdagangan (TDUP) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) yang berlaku selama perusahaan yang bersangkutan menjalankan kegiatan usaha perdagangannya.

Selain itu ada juga Keputusan Menteri Perindag No. 225/MPP/KEP/7/1997 tentang pelimpahan wewenang dan pemberian izin di bidang industri dan perdagangan sesuai dengan Surat Edaran Sekjen No. 771/SJ/SJ/9/1997 ditetapkan bahwa setiap perusahaan yang mengurus SIUP

baik kecil, menengah dan besar berkewajiban membayar biaya administrasi dan uang jaminan adalah 0 rupiah (nihil). Artinya, perizinan tidak dikenakan biaya.

Melalui keputusan ini, Departemen Perdagangan dan Perindustrian menganggap pihaknya telah berupaya untuk meminimalisir biaya-biaya pengurusan perizinan. Persoalannya, pasca Otonomi Daerah, berbagai kewenangan telah dialihkan dari pemerintah pusat ke pemerintah kabupaten/kota. Biaya-biaya pengurusan perizinan menjadi tanggung jawab pemerintah setempat. Bertolak belakang dengan ketentuan tersebut Pemkab/Pemko justru melihat perizinan sebagai sumber bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD). Sehingga dibuatlah ketentuan perizinan dengan tarif tertentu disesuaikan dengan nilai investasi. Selama jangka waktu tertentu, pelaku UMKM juga harus memperbaruinya kembali, artinya harus mengeluarkan biaya kembali untuk perizinan. Ini bertentangan dengan SK Menperindag di atas yang menyebutkan izin usaha berlaku selama kegiatan usaha berlangsung. Selain izin usaha perdagangan/industri dan izin-izin tersebut, pelaku UMKM harus pula memiliki Izin Gangguan (HO). Acuan tarifnya berdasarkan Perda No. 22 Tahun 2002 tentang retribusi Izin Gangguan (HO). Untuk industri makanan dan minuman, UMKM juga harus mendapatkan izin dari Dinkes Kab/Kota. Perizinan ini diperlukan untuk memberikan jaminan kalau produk yang dihasilkan aman dikonsumsi sehingga boleh diedarkan.

Legalitas adalah syarat mutlak bagi UMKM dalam menembus akses permodalan di lembaga keuangan dan akses jaringan usaha. Untuk

memperoleh kredit syaratnya bukan hanya jaminan tapi juga legalitas. Pada gilirannya, syarat sulit aspek legalitas ini membuat UMKM banyak kehilangan kesempatan mengakses modal pada dunia perbankan yang telah mengalokasikan dananya untuk UMKM. Perizinan akan sangat membantu UMKM menguatkan posisinya. Karena hingga kini syarat kredit perbankan bagi UMKM dan usaha besar tidak ada bedanya. Aspek legalitas ini sangat terkait dengan pajak, perizinan dan ketentuan lain.

Penyederhanaan birokrasi ini akan mendorong pelaku UMKM yang memohon perizinan sehingga jumlah UMKM yang memiliki izin usaha nantinya bisa meningkat sebanyak 30 %. Izin usaha ini merupakan salah satu pintu masuk bagi UMKM untuk membuat akses pasar dan permodalan dengan lembaga keuangan. Dari keseluruhan UMKM yang memiliki izin ini, akhirnya 70 % diantaranya diperkirakan mampu meningkatkan laba dan meningkatkan gaji karyawannya.

#### **2.2.8. Strategi Bertahan UKM**

Strategi merupakan suatu proses memenuhi syarat untuk dapat melangsungkan hidup dengan memenuhi kebutuhan. Fungsional berupa sistem menjamin kebutuhannya dari lingkungan dan mendistribusikan sumber-sumber dalam masyarakat fungsional dilakukan oleh sistem ekonomi.

Edi Suharto (Damsar, 2003), menyatakan strategi bertahan (*Coping Strategies*) dalam perekonomian dilakukan dengan berbagai cara yaitu :

### 1. Strategi Aktif

Yaitu strategi yang mengoptimalkan segala potensi untuk melakukan aktivitas sendiri, memperpanjang jam kerja, memanfaatkan sumber atau tanaman liar dan lingkungan sekitar dan sebagainya.

### 2. Strategi Pasif

Yaitu strategi yang mengurangi pengeluaran guna memenuhi kebutuhan. Misalnya: pengeluaran sandang, pangan dan pendidikan.

### 3. Strategi Jaringan

Yaitu strategi yang mencakup dalam menjalin relasi, baik secara formal maupun informal dengan lingkungan sosialnya dan lingkungan kelembagaan. Misalnya: meminjam uang ke Bank, rentenir dan sebagainya.

Dalam strategi penjualan batik agar bisa bertahan diwujudkan dalam tindakan sosial yang dalam arti dilakukan oleh pedagang itu sendiri. Menurut Weber, tindakan sosial adalah tindakan individu sepanjang tindakan itu mempunyai makna atau arti subjek bagi dirinya (Damsar, 2002).

Dalam Teori Ekonomi keberadaan hubungan sosial dan pembeli, penjual dapat dibedakan para ekonom mengasumsikan bahwa aktor ekonomi (penjual dan pembeli) bertindak untuk mencapai kepentingan pribadinya sendiri, dalam isolasi dari setiap factor-faktor hubungan sosial yang ada (Damsar, 2002).

Adam Smith (Damsar, 1976) terlihat bahwa orang mempunyai kecendrungan untuk memindahkan, menukar dan memperjual belikan suatu

barang kepada orang lain. Aktivitas Ekonomi dari seseorang individu hanya jika dan sejauh ia memperhatikan perilaku orang lain. Dalam aktivitas perdagangan dan penjualan adalah orang atau insitusi yang memperjual belikan hasil produk atau barang kepada konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam Sosiologi Ekonomi (Ritzer, Damsar 1980) membedakan pedagang dan penjual berdasarkan penggunaan dan pengelolaan pendapatan yang dihasilkan dari penjualannya dan hubungan dengan ekonomi dapat disimpulkan bahwa penjualan dibagi atas:

1. Penjualan Profesional

Pendapatan yang menganggap aktifitas penjualan merupakan dari hasil penjualan, penjualan merupakan sumber utama dan satu satunya bagi perekonomian penjualan professional contohnya; penjualan secara eceran.

2. Penjualan Semi Professional

Penjualan yang mengakui aktifitasnya untuk memperoleh uang, tetapi pendapatan dari hasil penjualan merupakan sumber tambahan bagi ekonomi.

3. Penjualan Subsistensi

Merupakan pendapatan yang menjual produk atau barang dari hasil aktivitasnya atas subsistensi untuk memenuhi ekonomi (khususnya rumah tangga).

#### 4. Penjualan Semu

Orang yang melakukan aktifitas penjualan karna hobi dan untuk mendapatkan suasana baru atau mengisi waktu lainnya. Penjualan jenis ini tidak mengharapkan kegiatan penjualan sebagai sarana untuk memperoleh uang, malahan mungkin saja sebaliknya ia akan memperoleh kerugian dalam menjual.

Banyak kalangan menganggap bahwa sektor usaha kecil dan menengah cukup signifikan dalam membantu perekonomian Indonesia dan bisa mengatasi krisis ekonomi yang berkepanjangan. Kepercayaan ini didukung gambaran sampai tahun 2002-an bahwa secara umum usaha kecil bisa bertahan sementara usaha besar mengalami penurunan karena membutuhkan bantuan dari pihak lain, seperti suntikan dana dari lembaga-lembaga keuangan maupun pemerintah. Mulyanto (2006) menyatakan bahwa usaha-usaha kecil dan mikro merupakan jentik-jentik usaha yang selama ini berada di posisi paling akhir pembangunan, ternyata memiliki harapan untuk memutar kembali roda-roda ekonomi nasional pada masa krisis. Keyakinan ini pun disepakati oleh berbagai kalangan, baik ekonom kerakyatan, pejuang reformasi, atau peneliti ekonomi dari World Bank. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa kegiatan usaha kecil dan mikro bisa menjadi salah satu sumber penghidupan alternative di tengah menghilangnya penghasilan para pekerja migran. Munculnya kepercayaan terhadap kemampuan usaha kecil untuk “lepas” dari krisis ini didasari oleh fungsi-fungsi sosial, ekonomi dan

politisnya yang sangat strategis sehingga usaha kecil tercatat memiliki proporsi 99% dari seluruh unit usaha dan mempunyai daya serap sangat besar.

Tak dapat dipungkiri mengenai fakta lain menunjukkan usaha mikro, kecil, dan menengah ternyata juga mengalami kesulitan berkembang atau mencapai tahap akumulasi modal. Realita menunjukkan bahwa hubungan antarpelaku usaha, khususnya usaha mikro, dengan aktor lainnya ini menyebabkan terjadinya sentralisasi pasar usaha mikro, mulai dari penyediaan input (sumber modal) sampai pada pemasaran produknya. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha mikro cenderung melakukan kegiatan usahanya sebatas bersifat subsisten dan sulit berkembang atau melakukan akumulasi modal, subsisten yaitu kegiatan usaha yang cenderung hanya memenuhi kebutuhan hidup semata dan belum mampu mengakumulasi modal untuk pengembangan usahanya (Molyoutami & Susilowati, 2003). Keterbatasan pelaku usaha kecil memiliki akses dan kontrol terhadap sumber daya produktif tersebut inilah yang menyebabkan muncul kondisi pengeksploitasian kelompok usaha kecil oleh pihak-pihak lain yang lebih kuat. Namun, perbedaan akses dan kontrol terhadap sumber daya produktif belum tentu menyebabkan eksploitasi, karena eksploitasi baru terjadi ketika kelompok yang menguasai akses dan kontrol terhadap sumber daya produktif itu menentukan aturan main sendiri untuk mengakumulasi keuntungan dirinya dan mengalihkan resiko kepada kelompok lain (Suyudi, dkk 2003; Widyaningrum 2003).

Namun, pada beberapa kondisi, pelaku usaha kecil pun dapat melakukan akumulasi pendapatan rumah tangganya. Mulyoutami & Susilowati (2003) menunjukkan bahwa akumulasi dalam rumahtangga di perdesaan dapat terjadi dengan adanya sumber pendapatan lain dalam rumah tangganya, baik melalui diversifikasi usaha per individu maupun mata pencaharian lain dari setiap anggota rumah tangga, diversifikasi usaha yaitu kemampuan pelaku usaha mikro untuk mencari penghasilan lain (Mulyoutami & Susilowati 2003). Adanya proses subsidi silang dari berbagai pendapatan dalam rumah tangga mendorong terjadinya investasi berupa perbaikan rumah, pendidikan dan kesehatan anak, dan lainnya.

Pada dasarnya usaha kebanyakan UKM, dalam praktek didominasi oleh Usaha Mikro. Kegiatan usaha mereka umumnya banyak berorientasi pada kepentingan *survival* bagi diri dan keluarganya dibanding sebagai suatu usaha atau bisnis. Artinya usaha itu dimaksudkan lebih banyak guna memenuhi lebih dahulu kepentingan untuk bertahan hidup dengan memanfaatkan kemampuan atau kompetensi yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Perhatian kepada kepentingan konsumen masih belum banyak disentuh, kecuali pemahaman bahwa produk yang dihasilkan umumnya dibeli orang. Walaupun demikian sebagian kecil dari UMKM lain, dengan memakai usahanya, sudah mulai bergerak memasuki dinamika ranah usaha/bisnis, guna dapat memenuhi atau membangun kebutuhan pasar (mengembangkan bermacam macam-macam permintaan masyarakat). Tentu saja ada juga dari mereka yang berhasil 'menciptakan' produk-produk, yang



kemudian diinginkan oleh masyarakat luas, dan berkembang menjadi suatu kebutuhan. Yang terakhir itu pada umumnya dapat dilakukan di wilayah-wilayah produksi UMKM tertentu dengan kemampuan menghasilkan komoditas khusus, berupa produk khas dan dikenal sebagai sentra produk 'tertentu'. Misalnya ada sentra produk akar wangi, yang menghasilkan komoditi kriya dari bahan baku akar wangi, atau sentra kerajinan lain yang memanfaatkan sumberdaya lokal untuk menghasilkan produk-produk *handy craft* yang khas desainnya dari lingkungan yang ada. Pada *saat yang bersamaan* sekarang ini, UMKM telah menjadi obyek baru dalam proses pengembangan dan pembenahan lingkungan khususnya dalam kaitan penggunaan berbagai sumberdaya lokal dari wilayah bersangkutan dengan melalui model '*eco product*'.

Kalau diperhatikan, pertumbuhan usaha UKM selalu saja dimulai dari upaya penerapan keterampilan yang secara alami telah dimiliki oleh UMKM bersangkutan. Mereka berupaya menghasilkan berbagai macam produk, yang cukup dipahami dan dikuasainya, dan biasanya kompetensinya diperoleh dari sejarah turunan keluarga (batik, kerajinan dari kayu atau gerabah, sarung atau produk lainnya), walaupun ada penyebaran keterampilan melalui proses 'diperkerjakan', sebagaimana yang banyak kita kenali sebagai pengrajin. Mereka bekerja dengan bertumpu pada kompetensi yang dimilikinya berdasar versi desain '*turun temurun*' atau pola modifikasi dan mengarah pada bentuk pola kontemporer.

‘Desain produk’ saat ini banyak menjadi perhatian dari berbagai pihak, khususnya dalam kaitan upaya untuk mengendalikan penggunaan sumber daya lokal, agar kondisi lingkungan yang ada dapat terpelihara di samping tidak menghasilkan berbagai produk dan dampak yang bisa mencemari kondisi lingkungan. Programnya terkait dengan proses memantapkan konsep *green product*, yang berkaitan dengan penanganan isu internasional ‘*global warming issue*’.

Sumberdaya lokal yang biasanya digunakan sebagai bahan baku utama, umumnya diperoleh dari wilayah-wilayah atau daerah-daerah sekitar pelaksanaan kegiatan operasionalnya (seperti kayu, akar kayu, bambu, eceng gondok, rotan atau tanaman-tanaman khusus), di samping pemanfaatan kombinasi atau pemaduan berbagai bahan baku sumberdaya lokal lainnya atau produk-produk bukan lokal, seperti sintetik atau garmen dan lainnya. Kebanyakan produk-produk yang dihasilkan bersifat asli dengan memakai bahan baku lokal. Desain produk tersebut juga merupakan pengembangan desain produk ‘tradisional’. Karenanya produk bersifat khas, dan umumnya memiliki model kerajinan yang dikembangkan memakai kreativitas atau kemampuan inovatif (kompetensi alami) yang dimiliki pelakunya.

Sementara masyarakat luas sebagai konsumen, memanfaatkan produk-produk yang dihasilkan itu, karena mereka menyukainya, mengaguminya, atau memperoleh manfaat baik dari sisi psikis maupun fisik di samping bentuk manfaat lainnya. Pada waktunya produk-produk yang dihasilkan diharapkan akan dapat tersebar melalui berbagai jaringan usaha atau jalur distribusi,

diantaranya memakai metode promosi yang efektif. Sementara ‘kebertahanan’ desain dan macam produknya akan dapat dijaga dengan cara mengendalikan desain produk berdasar manfaat (dalam arti luas) maupun menurut seni kreatifnya.

Sementara sebagian UMKM lain hanya bertahan untuk menghasilkan komoditi dengan ciri berupa komoditi umum yang ‘diperlukan’ oleh para konsumen (seperti misalnya produk tikar pandan, rotan, akar wangi, payung dari bambu dan kertas, produk gerabah umum seperti asbak, pot bunga, cawan-cawan dan produk lainnya). Sekarang ini misalnya telah ditemukan ada sekelompok mahasiswa dengan kreativitasnya, telah berhasil memanfaatkan *eceng gondok* untuk membuat sandal yang dikombinasikan dengan bahan-bahan lain.

Tentu kita masih dapat mengembangkan desain dan jenis komoditinya, apabila berbicara tentang komoditi-komoditi kuliner, yang telah berkembang lebih pesat apalagi model desain produknya banyak menimbulkan terbitnya selera konsumen. Dalam kaitan itu pembahasan lebih dipusatkan pada pengembangan UMKM sentra produksi barang-barang khusus kerajinan. Orientasinya diharapkan dapat mengembangkan budaya lokal, sehingga komoditinya dapat menjadi komoditi unggulan yang handal juga.

Berdasar gambaran umum tersebut, dapat dicatat bahwa pengembangan usaha dari sebagian besar UMKM dimulai dengan adanya dorongan aspek *survival condition*. Untuk itu masalah kewirausahaan menjadi suatu kebutuhan yang perlu dikembangkan agar dapat mendukung

operasionalisasi pembangunan sentra dimaksud. Hal mana erat kaitannya dengan beberapa isu strategis yang terkait, seperti misalnya dengan: ketersediaan bahanbaku/ sumberdaya lokal, efektifitas proses produksi maupun desain produknya (berhubungan erat dengan masalah green environment atau eco produk yang berkaitan dengan masalah eco label), pengembangan pasar maupun upaya perawatannya.

#### **2.2.9. Pengertian Batik**

Batik sudah berkembang berabad abad di bumi Indonesia. Dari zaman-ke zaman batik berkembang seiring dengan perkembangan mode busana. Dulu batik dipakai dalam upacara-upacara keagamaan atau yang bersifat ritual, sampai sekarang pun masih dipakai dalam upacara-upacara resmi. Misalnya saja upacara pengantin Jawa. Berbagai upaya telah dilakukan pemerintah untuk memasyarakatkan batik. Tidak hanya merupakan seni pakai akan tetapi diangkat kearah seni usaha pemerintah untuk melestarikan batik dengan memasyarakatkan batik pada masyarakat luas yaitu dengan mengharuskan pemakaian batik untuk acara resmi maupun acara biasa seperti pakaian dinas, seragam sekolah, maupun KORPRI. Jadi batik tumbuh dan berkembang baik nilai seninya, polanya (corak) maupun proses pembuatannya.

Menurut Riyanto Didik (dalam Vera Ernawaty,tahun 2006) batik berasal dari kata *mbatik* (jawa) yang artinya membuat titik-titik. Jadi seni batik adalah titik-titik yang diusahakan atau diciptakan manusia sehingga menimbulkan rasa senang atau indah baik lahir maupun batin. Bahan-bahan

yang dibutuhkan dalam pembuatan batik yaitu kain mori, kain sutera, malam, dan bahan pewarna. Sedangkan peralatan yang dipergunakan yaitu canting, gawangan, wajan, dan jegol. Batik berkembang sesuai dengan keinginan pasar. Jenis batik dibedakan dalam dua jenis yaitu:

1. Batik tradisional yaitu: batik yang cara pembuatan dan produksinya masih dilakukan dengan proses yang sederhana dan hasilnya produksinya masih rendah. Batik ini dihasilkan oleh usaha kecil. Batik tradisional ini di bagi menjadi dua antara lain:
  - a. Batik Tulis yaitu batik yang sebelum dibuat, digambar atau diberi motif terlebih dahulu yang kemudian dibatik dengan menggunakan canting dan malam. Jadi yang dimaksud gedog adalah pembuatan kain yang masih menggunakan alat tradisional.
  - b. Batik Cap yaitu: batik yang sebelum dibuat, digambar atau diberi motif terlebih dahulu kemudian dicap dengan sebuah lempengan yang ada cetakan motifnya.
2. Menggunakan malam maupun canting. Proses yang digunakan adalah proses printing atau sablon yang bermotifkan batik. Biasanya di produksi oleh industri-industri besar dengan jumlah produksi yang besar pula.

Selain itu batik dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu:

3. Batik Solo dan Jogjakarta dengan ciri-ciri antara lain:

Ragam hias bersifat simbolis, berlatarkan kebudayaan Hindu-Jawa yang memiliki warna coklat, biru, hitam, dan krem (putih).

4. Batik pesisir (Pekalongan, Cirebon, Indramayu, Madura) Garut, Lasem, Jambi.

Meskipun tidak terletak dipesisir tetapi ragam hias dan warnanya hampir sama. Batik ini memiliki ciri ragam hias yang bersifat naturalistik dan pengaruh berbagai kebudayaan asing terlihat kuat sedangkan warnanya beraneka ragam.

