



Analysis of One Village One Product (OVOP)-Based MSME Empowerment Strategy through Business Development (Case Study on UMKM Batik Sentra Dagam Village, Purbalingga Regency)

Della Monika^{1*}, Ratih Pratiwi², Hasan³

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Wahid Hasyim Semarang

ABSTRACT: In the development of the national economy in Indonesia, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have been able to contribute to supporting the people's economy and reducing poverty and unemployment. This study aims to identify and analyze the MSME empowerment strategy based on One Village One Product (OVOP) at the Batik Sentra MSMEs in Dagan Village, Purbalingga Regency through the business development carried out. Data collection techniques in this study through interviews, observation and documentation. Then the data analysis in this research is using data collection methods, data reduction, data display, and data triangulation. The results of the study indicate that the empowerment carried out is the UP2K program in the form of the Tourism Village Program by implementing product innovation and maintaining the quality and uniqueness of the products developed through the potential of village tourism to maintain the existence of the product. Business development is carried out by improving product quality and increasing innovation in motif variations by batik craftsmen, implementing human resource development through regular meetings and training, as well as efforts to maintain the classic characteristics that Dagan Village batik has.

Keywords: MSME Empowerment, Business Development, MSME Batik

Corresponding Author: rara@unwahas.ac.id

Analisis Strategi Pemberdayaan UMKM Berbasis One Village One Product (OVOP) melalui Pengembangan Usaha (Studi Kasus pada UMKM Batik Sentra Desa Dagam Kab Purbalingga)

Della Monika^{1*}, Ratih Pratiwi², Hasan³

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Wahid Hasyim Semarang

ABSTRAK: Dalam pengembangan ekonomi nasional di Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah mampu berkontribusi menopang ekonomi kerakyatan dan mengurangi kemiskinan dan jumlah pengangguran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemberdayaan UMKM yang berbasis One Village One Product (OVOP) pada UMKM Batik Sentra Desa Dagam Kabupaten Purbalingga melalui pengembangan usaha yang dilaksanakan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode pengumpulan data, reduksi data, display data, dan triangulasi data. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan ialah program UP2K berbentuk Program Desa Wisata dengan menerapkan inovasi produk dan mempertahankan kualitas serta kekhasan produk yang dikembangkan melalui potensi wisata desa untuk menjaga eksistensi produk. Pengembangan usaha dilakukan dengan peningkatan kualitas produk dan peningkatan inovasi variasi motif oleh pengrajin batik, dilaksanakannya pengembangan sumber daya manusia melalui adanya pertemuan rutin dan pelatihan, serta upaya mempertahankan ciri khas keklasikan yang telah dimiliki batik Desa Dagam.

Kata Kunci: Pemberdayaan UMKM, Pengembangan Usaha, Batik UMKM

Submitted: 8 September; Revised: 19 September; Accepted: 26 September

Corresponding Author: rara@unwahas.ac.id

PENDAHULUAN

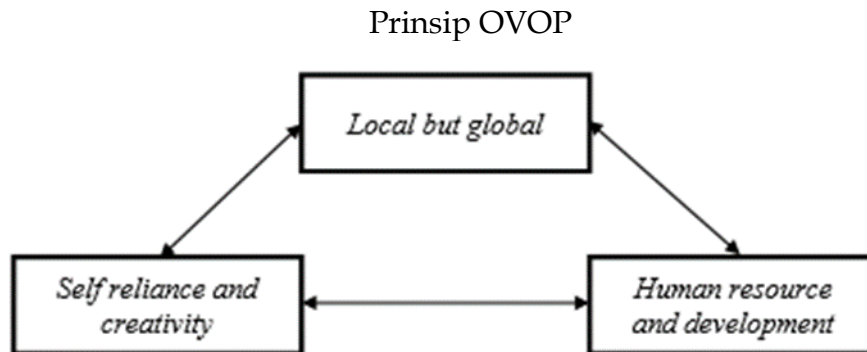
UMKM telah berkembang sejak lama di Indonesia, di tengah kondisi krisis ekonomi yang menimpa dunia sehingga berdampak buruk pada perekonomian negara pada tahun 1997 hingga 1998 silam, UMKM terbukti mampu bertahan menopang perekonomian Indonesia. Data Badan Pusat Statistik merilis keadaan tersebut pasca krisis ekonomi jumlah UMKM tidak berkurang, justru meningkat pertumbuhannya, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun tersebut, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.590 unit atau sebesar 99,99%, sisanya sekitar 0,01% atau sebesar 4.968 unit adalah usaha berskala besar. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk dikembangkan dalam mendukung perkembangan ekonomi secara makro dan mikro di Indonesia dan mempengaruhi sektor - sektor yang lain dapat berkembang.

Pemberdayaan UMKM merupakan langkah yang strategis dalam meningkatkan dan memperkuat kehidupan perekonomian untuk sebagian besar rakyat Indonesia. Pentingnya pemberdayaan UMKM dapat dilihat dari peran dan kontribusi besar UMKM khususnya dalam mengurangi tingkat pengangguran yang tinggi serta kemiskinan melalui penyediaan lapangan pekerjaan serta mengurangi kesenjangan pada berbagai kalangan. UMKM dapat menyerap tenaga kerja yang lebih fleksibel dalam hal usia, jenis kelamin maupun strata pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan & Luluk (2014) mengungkapkan bahwa terdapat beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam upaya pemberdayaan UMKM, faktor pendukung tersebut antara lain SDM yang memadai, bahan baku yang mudah dan murah, modal usaha yang ringan serta faktor penghambat tersebut antara lain infrastruktur kurang memadai dan kurang maksimalnya bantuan pemerintah. Agar upaya pemberdayaan UMKM dapat dilakukan dengan lebih terarah dan terstruktur, pemberdayaan UMKM dapat dilakukan dengan menyesuaikan potensi yang dimiliki oleh suatu daerah, maka untuk meningkatkan efektifitas pengembangan UMKM perlu diterapkan pendekatan dari terobosan ini ialah penerapan gerakan One Village One Product (OVOP).

One Village One Product (OVOP) merupakan bentuk gerakan yang diadopsi dari negara Jepang sebagai gerakan revitalisasi ekonomi regional. Di Indonesia, gerakan OVOP mulai diterapkan pada tahun 2007 berdasarkan Peraturan Kementrian Perindustrian Republik Indonesia Nomor: 78/M-IND/9/2007 Tentang Peningkatan Efektifitas Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (One Village One Product - OVOP) Di Sentra. Melalui gerakan OVOP, penduduk lokal dapat mengembangkan sebuah produk yang akan menjadi produk khas serta produk kebanggaan dari wilayah lokal mereka dan memiliki nilai kompetitif baik di pasar nasional maupun global.

Menurut Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia No 78 Tahun 2007 Tentang Peningkatan Efektifitas Pengembangan Industri Kecil dan Menengah Melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (One Village One Product - OVOP) Di Sentra, OVOP adalah salah satu pendekatan

pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik, khas daerah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Pengembangan OVOP dilaksanakan dengan mendasarkan pada tiga prinsip utama yang saling terkait, seperti bagan berikut :



Sumber : Rakhmawati, 2019

- 1) Local But Global, merupakan prinsip yang berarti UMKM di desa dengan mengoptimalkan potensi lokal yang dimiliki namun menghasilkan produk dengan kualitas dan mampu diterima secara global;
- 2) Self Reliance and Creativity, merupakan prinsip yang berarti dalam pengembangan potensi desa harus berdasarkan kemandirian, inisiatif dan kreatifitas masyarakat setempat;
- 3) Human Resorce and Development, merupakan prinsip yang berarti program OVOP harus mampu mengembangkan sumber daya manusia yang ada agar lebih kreatif dan mandiri.

Banyak produk OVOP yang dapat merepresentasikan negara Indonesia dalam produknya, diantaranya produk OVOP yang telah banyak berkembang di Indonesia yaitu batik.

Batik merupakan kerajinan serta bagian dari kebudayaan Indonesia berbentuk kain yang telah menjadi tradisi turun-temurun sejak zaman nenek moyang. Batik telah dikenal menjadi icon bangsa Indonesia di seluruh penjuru dunia. Keunikan ragam hias dan corak yang memiliki nilai seni dan kreatifitas yang tinggi, membuat batik Indonesia ditetapkan sebagai warisan budaya dunia (World Heritage) oleh United Nations Educational, Scientific, and Culture Organization (UNESCO) pada tanggal 2 Oktober 2009, sehingga tanggal tersebut diresmikan sebagai Hari Batik Nasional. Dilihat dari jenis pembuatannya, batik memiliki beragam jenis diantaranya, batik tulis, batik lukis, batik cap, dan batik print. Jenis kain batik juga dapat dikategorikan sesuai dengan coraknya, diantaranya ialah Batik Keraton, Batik Kawung, Batik Sida Mukti, Batik Sida Luhur, Batik Pringgondani dan sebagainya. Saat ini, di Indonesia telah berkembang berbagai macam jenis batik, baik batik tradisional maupun batik modern. Batik tradisional memiliki beragam motif dan corak yang mempunyai makna tersendiri, yang biasanya susunan motifnya terikat satu sama lain. Sedangkan batik modern susunan motif dan corak lebih menonjolkan sisi keindahan dan tidak terikat pada aturan tertentu. Oleh karena

itu, untuk mempertahankan makna dan ciri khas dari corak batik, batik tradisional umumnya memiliki nama sesuai dengan daerahnya dan mempunyai corak khas yang menjadi keunggulan daerahnya.

Batik Purbalingga adalah bagian dari Batik Banyumasan karena motif dan coraknya memiliki kemiripan serta letak Kabupaten Purbalingga yang masih dalam satu Karesidenan Banyumas. Namun, Batik Purbalingga tetap memiliki ragam corak yang menjadi ciri khas, yaitu motif wayang suket dan motif goa lawa. Ragam corak motif Batik Purbalingga menjadikan tempat wisata Goa Lawa sebagai keunikan dan ciri khas motif corak daerah yang sebelumnya tidak ada. Kabupaten Purbalingga sendiri memiliki beberapa sentra batik resmi yang kemudian tergabung dalam Forum Pengrajin Batik Purbalingga (FPBP). FPBP merupakan kelompok batik pertama di Kabupaten Purbalingga yang didirikan pada tahun 2009 dengan dua tujuan utama yaitu mengembangkan industri batik sekaligus menjaga kelestariannya sebagai salah satu icon budaya khas Purbalingga. Menurut penelitian Wulandari dkk (2020) terdapat 13 (tiga belas) sentra batik resmi di Kabupaten Purbalingga, diantaranya ialah Desa : Limbasari, Dagan, Bobotsari, Metenggeng, Tlahab Kidul, Mrebet, Selabaya, Galuh, dan Gambarsari. Dalam upaya memasarkan dan mengenalkan produk - produk batik di Kabupaten Purbalingga, pemerintah kabupaten telah mendirikan pusat batik di tengah kota dengan nama Wastralingga untuk mempermudah konsumen mencari dan membeli beragam corak batik dari produk sentra-sentra batik tersebut.

UMKM batik sentra Desa Dagan Kabupaten Purbalingga merupakan pencetus awal penghasil produk batik tulis yang cukup berjaya pada masanya. Hingga kemudian keterampilan membatik disalurkan pada masyarakat di desa lain melalui adanya pelatihan-pelatihan. Sehingga warisan budaya ini dapat turun-temurun menghasilkan sentra-sentra batik lainnya sampai saat ini. Pembentukan Kelompok Batik Mekar Wangi Sentra Desa Dagan merupakan upaya melestarikan kerajinan batik agar tidak hilang dari asal daerahnya. Kelompok Batik Mekar Wangi Sentra Desa Dagan terdiri dari 117 orang pengrajin dimana 113 orang berkeahlian menggambar dan menyanting, sedangkan 4 orang lainnya berkeahlian menggambar, menyanting, sekaligus mewarnai. Sistem pengerjaan batik oleh Kelompok Batik Mekar Wangi Sentra Desa Dagan ketika mendapatkan pesanan dari konsumen ialah gotong - royong, hal ini menjadi pembeda pada UMKM sentra batik lainnya yang mendirikan usahanya secara individual. Gotong-royong disini ialah pembagian tugas kepada para pengrajin dari menggambar pola, menyanting, serta mewarnai yang dikoordinir oleh satu orang atau lebih. Sebagian besar pengrajin batik di Sentra Batik Desa Dagan tidak menjadikan batik sebagai mata pencaharian tetap, melainkan hanya sebagai sampingan. Namun, terdapat pengrajin yang menjadikan batik sebagai mata pencaharian tetap dan mendirikan merk dagang tersendiri disamping bersama Kelompok Batik Mekar Wangi.

Cukup berbeda dari yang lain, di Purbalingga batik telah ada sejak lama namun belum dapat berkembang seperti halnya kota sentra yang lain, bahkan banyak masyarakat setempat yang belum mengetahui keberadaan sentra batik

di Purbalingga. Hendaknya pelaku usaha dapat menerapkan beberapa upaya yang dilakukan agar usaha dapat berkembang, seperti hasil penelitian Setyanto dkk (2015) yang dilakukan pada Kampung Batik Laweyan menyebutkan bahwa “selalu berinovasi dalam memproduksi dan menerapkan modal sosial dalam mengembangkan bisnis dan bekerja sama dengan para rekanan bisnis agar usaha bisnis produksi batik dapat berkembang kemudian modal sosial menekankan agar pengusaha memiliki jaringan dan kemitraan yang luas agar usaha bisnisnya dapat berkembang dan tidak stagnan”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana upaya-upaya yang dilakukan oleh sentra dan pemerintahan dalam mempertahankan batik Purbalingga agar dapat bersaing dengan sentra besar yang telah ada di Indonesia dan sejauh mana perkembangannya melalui strategi pemberdayaan UMKM dengan pengembangan usahanya.

METODOLOGI

Secara umum, metode penelitian didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis. Dikatakan sebagai ‘kegiatan ilmiah’ karena penelitian dengan aspek ilmu pengetahuan dan teori. ‘Terencana’ karena penelitian harus direncanakan dengan memperhatikan waktu, dana dan aksesibilitas terhadap tempat dan data, Raco (2010).

Menurut Siyoto & Sodik (2015) Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting), disebut juga metode ethnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya. Tujuan terujung suatu penelitian adalah untuk merumuskan pertanyaan-pertanyaan dan menemukan jawaban-jawaban terhadap penelitian tersebut. Deskriptif berkaitan dengan pengkajian fenomena secara lebih rinci atau membedakannya dengan fenomena yang lain

Apabila ditinjau dari jenisnya, penelitian ini termasuk pada penelitian kualitatif deskriptif. Dikatakan kualitatif karena sumber data utama dalam penelitian ini ialah berupa kata-kata, anggapan dan tindakan dari orang-orang yang diamati atau diwawancarai. Sedangkan penelitian deskriptif, penelitian ini mengeksplorasi dan menjelaskan suatu keadaan kelompok maupun situasi baik data primer maupun sekunder untuk menjawab rumusan masalah penelitian dan memahami studi secara mendalam. Sumber data primer berupa informan diantaranya: Ketua UMKM, Pengrajin Batik sebanyak 7 pembatik dari 117 anggota, Kepala Urusan Perencanaan Desa Dagan, Kepala Bagian UKM DISKOPUKM, Ketua Forum Batik Purbalingga sebagai pengelola reseller dan supplier, serta data sekunder berupa dokumentasi dan kajian literatur. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pola Strategi Pemberdayaan

Terdapat strategi khusus dalam pemberdayaan UMKM berbasis One Village One Product (OVOP) agar dapat eksis dan produknya dikenal oleh

masyarakat, salah satunya ialah menjaga kekompakan masyarakat di daerah tersebut dengan membentuk suatu paguyuban. Dalam hal ini, peneliti menanyakan adakah pola strategi tersendiri yang diterapkan pada UMKM Batik Sentra Desa Dagan dan pola strategi seperti apakah yang dilaksanakan. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Diyatmi selaku Ketua UMKM Batik Sentra Desa Dagan yang dalam wawancara mengatakan bahwa:

“Kita kelompok UMKM dan mengikuti kelompok FPBP di Purbalingga, terus di pasarnya, wastralingga”

Selain mendirikan kelompok batik di desanya sendiri, UMKM Batik Sentra Desa Dagan juga ikut tergabung dalam kelompok batik pada tingkat kabupaten yaitu Forum Pengrajin Batik Purbalingga (FPBP) dan turut memasarkan produknya pada gerai milik forum yang bernama “Wastralingga”. Hal ini diungkapkan pula oleh Kepala Urusan Perencanaan Desa Dagan, Bapak Priyo dalam wawancara yaitu UMKM batik Desa Dagan termasuk ke dalam program UP2K yang rencananya akan dimasukkan ke dalam pengembangan pariwisata desa. Bapak Priyo menyatakan bahwa:

“UMKM Batik sementara ya masih di UP2K ya, kalau rencananya nanti include ke dalam pengembangan pariwisata desa”

Ungkapan tersebut diperkuat oleh Bapak Adi selaku Kepala bagian UKM Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Purbalingga, beliau menyatakan dalam wawancara bahwa:

“Untuk desa di Dagan ini kami lebih banyak mengkolaborasikan dengan wisata, itu hampir sama dengan Limbasari”

Dengan memanfaatkan potensi yang ada dalam setiap wilayah, harapan pemerintah selain Batik Sentra Desa Dagan menjadi kelompok dalam UP2K yang membantu perekonomian masyarakat, sentra batik ini juga mampu mengimbangi dengan potensi yang ada di desanya agar eksistensi Batik Sentra Desa Dagan lebih tinggi.

Dari hasil wawancara 3 informan tersebut memberikan simpulan bahwa Batik Sentra Desa Dagan memiliki pola strategi berbentuk kelompok yang masuk dalam program UP2K dan rencananya akan masuk ke dalam program pengembangan wisata desa.

Kendala Pada Strategi Pemberdayaan

Terjadinya kendala dalam menjalankan suatu program bukan hal yang tidak biasa terjadi, seperti halnya dalam upaya pemberdayaan UMKM Batik Sentra Desa Dagan sebagai sentra batik tertua di Purbalingga. Menurut Ibu Diyatmi sendiri sebagai Ketua UMKM Batik Sentra Desa Dagan terdapat beberapa kendala yang cukup berarti seperti yang diungkapkan pada wawancara bahwa:

“Penghambatnya ya karena adanya kelompok masing-masing ya akhirnya kadang kurang transparannya para pengelola di atasan”

Berbeda dengan anggapan kendala yang dihadapi dalam lingkup pemerintahan desa seperti yang diungkapkan Bapak Priyo bahwa:

“Kendalanya ya itu penjualan, tetap itu kendalanya seperti itu kalau dikatakan produksi, peralatan saya kira tidak terlalu lah”

Sedangkan menurut ungkapan Bapak Adi selaku Kepala Bagian UKM Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Purbalingga yang mengatakan bahwa:

“Jadi kendala yang paling utama satu adalah pelaku usahanya sendiri, jadi disana rata-rata itu sudah tua-tua ya artinya kalau sudah berumur seperti itu, itu sangat sulit sekali untuk dikedangkan”

Dari hasil wawancara oleh informan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kendala dalam melaksanakan pemberdayaan UMKM Batik Desa Dagan berbeda-beda sesuai dengan lingkup yang berbeda dan dari tahapan-tahapan yang berbeda pula. Dari kelompok sendiri memiliki hambatan yaitu kurangnya transparansi dan komunikasi pengelola pusat, sedangkan dalam lingkup pemerintah desa sendiri menyebutkan kurangnya penjualan adalah hambatan paling utama serta oleh pemerintah kabupaten menyebutkan bahwa faktor kondisi sumber daya manusia sebagai dasar hambatan yang terjadi dalam pemberdayaan UMKM Batik Sentra Desa Dagan.

Pengembangan Produk

Menurut Simamora (2000) pengembangan produk adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya kedalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur baru dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan.

Produk merupakan hal utama yang harus memiliki eksistensi karena produk adalah hal pertama yang akan dilihat dalam kualitas suatu UMKM. Maka dari itu, perlu adanya inovasi dan peningkatan kualitas yang terus berjalan dalam setiap produknya. Seperti bentuk-bentuk inovasi dan upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas produk dapat maksimal yang dijelaskan oleh Bapak Suhud yang menyatakan bahwa:

“Yang paling utama sebenarnya inovasi adalah peningkatan produk itu harus ada kualitas untuk lebih baik lagi, yang kedua emang dari segi desain harus ngikutin tren juga harus punya filosofi dari batik itu sendiri, jadi dua itu paling penting sebenarnya”

Hal ini juga dilakukan oleh Ibu Tumini, yang menyatakan bahwa:

“Ya modelnya hanya seperti ini, sudah tidak ada lain-lainnya lagi, paling ya itu motif kawung, ukel, saya memang bisanya ini saja si mbak, dulunya bisa tapi sudah nggak telaten”

Hasil wawancara mengenai bentuk inovasi produk diatas, disimpulkan bahwa sebagian besar pembatik memberikan inovasi variasi motif baru pada produk mereka. Namun terdapat sebagian informan yang memilih untuk tidak melakukan inovasi variasi motif pada produknya, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan masih banyaknya peminat motif batik yang telah mereka kuasai.

Dalam mengembangkan produk, selain memberikan inovasi motif, memberikan kualitas yang maksimal adalah salah satu upaya yang dapat dilakukan. Seperti yang dituturkan oleh Ibu Puji bahwa:

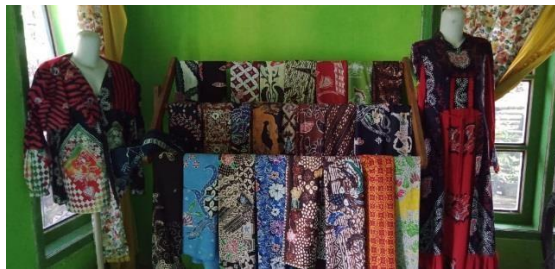
“Kalau untuk saya pribadi itu ya kalau mau mbatik itu nggak dari yang mentah itu, saya masak dulu saya rebus dulu, nanti saya campuri dengan kanji terus saya jemur, terus dari segi motif ya paling nggak ya kita sendikit ada kreasi lah biar menarik”

Sementara itu, Bapak Suhud memiliki upaya yang tidak jauh berbeda, mengungkapkan bahwa:

“Ya kita harus banyak melihat perkembangan pembatik-pembatik lain di beberapa daerah, kita harus rajin-rajin nyari di internet”

Berbeda dengan informan sebelumnya, Bapak Suhud lebih mengeksplor internet dalam upaya mengembangkan kualitas produknya agar tidak kalah saing dengan pasaran dan produk pembatik lainnya.

Dari hasil wawancara di atas mengenai peningkatan kualitas produk dapat diketahui bahwa upaya yang dilakukan oleh para pembatik di UMKM Batik Sentra Desa Dagan dalam meningkatkan kualitas produk tidak jauh berbeda, yaitu seputar mempertahankan kualitas bahan baku, perkembangan variasi motif batik dan memaksimalkan teknik yang digunakan.



Gambar 1. Contoh Variasi Produk UMKM Batik Sentra Desa Dagan

Sumber: Dokumentasi oleh peneliti, 2021

Seperti yang terlihat pada gambar di atas, UMKM Batik Sentra Desa Dagan sendiri telah sedikit demi sedikit melakukan variasi produk batik dengan membuatnya menjadi pakaian jadi dengan ukuran yang standar dan selain memproduksi batik klasik seperti batik sido mukti, batik jahenan, batik jonasan, mereka mencoba variasi warna pada batik yang lebih variatif.

Pengembangan Sumber Daya Manusia

Menurut Silalahi (2000) pengembangan sumber daya manusia adalah upaya berkesinambungan meningkatkan mutu sumber daya manusia dalam arti yang seluas-luasnya, melalui pendidikan, latihan, dan pembinaan.

Adanya produk yang berkualitas, tentu berasal dari keterampilan sumber daya manusia yang berkualitas pula. Untuk menghasilkan SDM yang berkualitas, maka perlu adanya upaya yang dilakukan dalam mengembangkan kinerja SDM dan upaya yang dilakukan agar pengembangan kinerja SDM tersebut dapat terlaksana serta diterapkan secara kontinyu oleh pembatik UMKM Batik Sentra Desa Dagan. Dalam mengembangkan kinerja SDM, UMKM Batik Sentra

Desa Dagan melakukan beberapa upaya yang dijelaskan oleh Ibu Diyatmi dalam wawancaranya bahwa:

“Ada pelatihan, ada ya kita setiap bulan mengadakan pertemuan, jadi setiap bulannya harus diingatkan cara membatik biar kita meningkatkan kualitasnya” Pelatihan dan saran serta masukan-masukan pada pertemuan rutin menjadi upaya kelompok untuk mengembangkan kinerja SDM. Namun dalam melaksanakan hal tersebut tentu memiliki kendala yang cukup berarti bagi kemajuan kelompok, seperti yang dipaparkan oleh Ibu Diyatmi yang mengatakan bahwa:

“Penghambatnya ya kemauan, karena kebiasaan ya lebih cepat mbatiknya biarpun ongkosnya sedikit”

Berdasarkan yang dipaparkan Ibu Diyatmi, bahwa kendala dalam pengembangan kinerja SDM adalah sulitnya pembatik untuk memiliki kemauan membatik dengan kualitas yang lebih baik karena faktor lanjut usia sehingga sudah tidak berkeinginan mengembangkan kualitas keterampilannya lagi.

Setelah dilakukannya upaya pengembangan kinerja yang diadakan untuk para pembatik di UMKM Batik Sentra Desa Dagan, maka keberlangsungan hasil upaya tersebut perlu dijaga agar tetap kontinyu. Terdapat hasil wawancara dimana para pembatik melakukan upaya untuk menjaga hasil pengembangan kinerja agar dilakukan secara terus-menerus, seperti yang dilakukan oleh Ibu Suratmi yang menyatakan bahwa:

“Iya mbatik dengan menggunakan pemikiran saya sudah latihan mau bikin kayak gini, jadi sudah pelatihan sininya dipraktekan”

Hal serupa juga dilakukan oleh Bapak Suhud yang menyatakan bahwa:

“Kita ya nggak cepat puas yang penting, jadi ada kesinambungan antara yang kita upayakan dengan apa yang kita capai”

Ketidakpuasan menjadi hal penting bagi Bapak Suhud agar keterampilannya dapat terus berkembang dan dilakukan bersama dengan evaluasi peningkatan yang terjadi pada diri sendiri.

Terdapat pula upaya oleh Ibu Diyatmi selaku Ketua UMKM Batik Sentra Desa Dagan yang menyatakan bahwa:

“Ya upayanya selalu mengingatkan itu, upayanya kita ya selalu mengingatkan, ya mengarahkan, setiap pertemuan kita mengingatkan, masa udah ikut pelatihan kok hasilnya seperti itu ya sama saja, gitu”

Terdapat berbagai upaya yang dilakukan oleh para pembatik di UMKM Batik Sentra Desa Dagan dalam menjaga pengembangan kinerja SDM yang telah dilakukan, diantaranya dengan mempraktekan ilmu yang sudah didapat dalam pelatihan, terus mengasah kemampuan dengan terus membatik, rajin mengikuti pertemuan rutin dan pelatihan, serta menerapkan rasa tidak pernah puas terhadap apa yang telah didapatkan agar keterampilan terus berkembang.



Gambar 2. Beberapa Pengrajin Batik Anggota UMKM Batik Sentra Desa Dagan
Sumber: Dokumentasi oleh peneliti, 2021

Dapat dilihat pada gambar di atas, para pengrajin batik tampak mengaplikasikan teknik-teknik membatik dengan baik. Observasi peneliti menunjukkan bahwa para pembatik mempraktikkan teknik membatik seperti apa yang telah diajarkan pada pelatihan dan yang selalu diingatkan pada acara pertemuan rutin sebagai upaya yang dilakukan UMKM Batik Sentra Desa Dagan dalam meningkatkan perkembangan sumber daya manusia.

Pengembangan Pasar

Upaya pemasaran menjadi hal yang berkaitan dengan sukses atau tidaknya penjualan dalam suatu produk. Seperti halnya yang terjadi dalam UMKM Batik Sentra Desa Dagan, terdapat upaya pemasaran yang dilakukan agar produk dapat terjual luas dengan menjaga eksistensinya pada pasaran.

Eksistensi produk dapat dilihat melalui bagaimana cara atau upaya dalam memasarkan produk tersebut. Bentuk pemasaran produk sangat berpengaruh terhadap tinggi rendahnya penjualan, seperti halnya pada UMKM Batik Sentra Desa Dagan.

Berdasarkan hasil wawancara penelitian, UMKM Batik Sentra Desa Dagan melakukan beberapa upaya pemasaran dan adanya kendala dalam pemasaran tersebut. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Diyatmi selaku Ketua UMKM Batik Sentra Desa Dagan yang mengatakan bahwa:

“Pemasaran produknya kalau ada pesenan, ya lewat teman-teman, lewat WA kayak gitu, sebenarnya yang murah-murah itu ya lewat pasaran, tapi ya murah banget kainnya murah juga si, tapi saya masukan ke wastralingga sana”

Hal ini dibenarkan oleh Bapak Yoga selaku Ketua Pengelola Pusat Batik Wastralingga dalam wawancaranya bahwa:

“Ya kebetulan di wastralingga ini selain mendistribusikan batik dari sentra, disini juga menyediakan peralatan membatik ya cukup lengkap”

Griya Pusat Batik Wastralingga selain menjadi showroom tempat mendistribusikan produk oleh UMKM Batik Sentra Desa Dagan namun juga menjadi tempat membeli bahan baku produk batiknya. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, bentuk pemasaran produk UMKM Batik Sentra Desa Dagan belum mencakup pasar yang luas. Oleh karena itu, adanya kendala pemasaran bukan hal yang tidak biasa terjadi.

Terdapat kendala-kendala yang cukup berarti pada upaya pemasaran produk oleh UMKM Batik Sentra Desa Dagan, seperti yang diutarakan oleh Ibu Diyatmi dalam wawancara yang menyatakan bahwa:

“Kendalanya pemasaran ya teknologi cara pemasarannya kurang, terus sekarang banyak saingan gitu ya, jadi saya butuh juga untuk operator gitu untuk memasarkan ini”

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan mengenai bentuk pemasaran produk dan kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk dapat disimpulkan bahwa pemasaran produk yang dilakukan oleh UMKM Batik Sentra Desa Dagan masih terbatas dikarenakan adanya kendala pemasaran yaitu kurangnya sumber daya manusia yang melek perkembangan teknologi dan masih mengandalkana adanya stakeholders sehingga perkembangan kelompok menjadi lambat.

Menurut Irawan (2020) Konsep produktivitas kerja dapat dilihat melalui dua dimensi, yaitu dimensi individu serta dimensi organisasi. Dalam dimensi individu, produktivitas dilihat dalam kaitannya dengan karakteristik kepribadian yang dimiliki oleh individu dalam bentuk sikap mental yang mengandung makna keinginan serta upaya individu yang selalu berusaha untuk meningkatkan hidupnya. Sedangkan dimensi organisasi, produktivitas dapat dilihat melalui kerangka hubungan teknis antara masukan (input) dan keluaran (output). Oleh karena itu, produktivitas tidak hanya dilihat secara kuantitas namun juga secara kualitas.

Dalam kesesuaian hal ini, penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa upaya yang dilakukan oleh masing-masing ruang lingkup agar produktifitas UMKM Batik Sentra Desa Dagan dapat dipertahankan diantaranya melaksanakan pertemuan rutin dan pelatihan mandiri oleh kelompok, membuat program desa yang dapat memacu produktifitas kelompok oleh pemerintah desa, serta pelaksanaan kerjasama pemasaran dan menyiapkan marketplace oleh pemerintah kabupaten. Dengan demikian, tentu diharapkan masyarakat, pemerintah maupun stakeholders dapat bersinergi untuk memanfaatkan potensi lokal yang telah ada di Desa Dagan dengan maksimal.

Menurut Wahyudiono, dkk (2019) SDM memiliki peran yang penting dalam tercapainya keberhasilan usaha dikarenakan fasilitas yang canggih dan lengkap saja belum menjadi jaminan akan keberhasilan suatu usaha tanpa diimbangi dengan SDM yang berkualitas dalam memanfaatkan fasilitas yang ada. Namun, pengembangan SDM dalam UKM masih dianggap kurang, hal ini menjadi salah satu penghambat peningkatan kinerja UKM. Seperti yang diungkapkan oleh Leiwakabessy dan Fensca (2018) dalam hasil penelitiannya bahwapermasalahan yang dihadapi oleh UMKM cukup kompleks, diantaranya masih rendahnya kualitas sumber daya manusia khususnya dalam bidang manajemen, teknologi serta pemasaran.

Dalam hal ini, kualitas SDM UMKM Batik Sentra Desa Dagan dan keterbatasan pemasaran produk masih menjadi kendala yang cukup berarti bagi pemerintah daerah dalam upaya mengembangkan usahanya. Dengan berlandaskan pada teori ataupun perspektif serta kondisi potensi yang ada,

maka diharapkan UMKM Batik Sentra Desa Dagan mampu melaksanakan upaya dalam peningkatan SDM tersebut secara maksimal. Pemerintah dan UMKM harus mampu berjalan beriringan dan memberikan kontribusi nyata dalam merealisasikan hal ini.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, untuk menjawab rumusan masalah penelitian maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

1. Strategi pemberdayaan yang dilakukan pada UMKM Batik Sentra Desa Dagan Kabupaten Purbalingga adalah program UP2K berbentuk Program Desa Wisata. Batik menjadi satu kesatuan paket tujuan wisata di Desa Dagan dengan memperjualbelikan produk serta mengadakan pelatihan membatik untuk para wisatawan bersanding dengan potensi desa yang lainnya. UP2K dilakukan dalam bentuk kelompok dimana usaha ekonomi diusahakan oleh perorangan yang dikelola dalam satu wadah. Program ini bertujuan untuk kemajuan batik sentra dalam produksi, kualitas dan pemasaran serta meningkatkan taraf hidup dan perekonomian masyarakat desa. Namun berdasarkan hasil penelitian dan observasi yang dilakukan peneliti, program ini belum dapat memberikan hasil yang maksimal dikarenakan terdapat beberapa faktor penghambat pada pengembangan usahanya.
2. Pengembangan usaha yang dilakukan pada UMKM Batik Sentra Desa Dagan Kabupaten Purbalingga ialah dilaksanakannya peningkatan kualitas produk dan peningkatan inovasi variasi motif oleh pengrajin batik, dilaksanakannya pengembangan sumber daya manusia melalui adanya pertemuan rutin dan pelatihan, serta upaya mempertahankan ciri khas keklasikan yang telah dimiliki batik Desa Dagan oleh para pembatik untuk menjaga eksistensi produk di pasaran, serta dilaksanakannya pemasaran melalui gerai pusat batik yang disediakan pemerintah. Namun, pengembangan usaha dikatakan belum dapat dilaksanakan dengan maksimal karena terbatasnya sumber daya manusia yang kompetitif sehingga berimbas pada kurang maksimalnya inovasi dan pemasaran produk.
3. Permasalahan dan kendala yang dihadapi dalam upaya pemberdayaan yang dilakukan pada UMKM Batik Sentra Desa Dagan Kabupaten Purbalingga diantaranya ialah kurang maksimalnya koordinasi dan komunikasi antara kelompok sentra Desa Dagan dengan pengurus kelompok pusat sehingga kurangnya integritas, pemasaran produk yang masih stagnan dikarenakan beberapa keterbatasan salah satunya ialah kurang fahamnya teknologi oleh para pembatik, serta masih sulitnya keadaan sumber daya manusia untuk dapat berkembang dikarenakan beberapa faktor diantaranya faktor usia para pembatik. Hal ini menjadi faktor yang menghambat kemajuan serta kurang maksimalnya produk dalam bersaing di pasaran.

PENELITIAN LANJUTAN

1. Bagi UMKM

- a. Pemberdayaan berbentuk kelompok tentu diperlukan adanya kekompakan dan kerjasama serta menjalin komunikasi yang lancar. Maka dari itu, hendaknya setiap anggota dari UMKM Batik Sentra Desa Dagan dapat turut aktif untuk memajukan produktifitas kelompok dengan bergerak menjadi pengurus kelompok.
- b. Kurangnya transparansi dan kelancaran komunikasi oleh pengurus kelompok pusat, maka diharapkan komunikasi antar sentra dapat terjalin dengan baik agar setiap sentra batik di Kab. Purbalingga dapat saling bersinergi dan menciptakan kepengurusan yang lebih baik untuk kedepannya dengan adanya pertemuan terjadwal.
- c. Banyaknya pengrajin batik yang telah lanjut usia, maka diharapkan setiap anggota dari UMKM Batik Sentra Desa Dagan dapat meneruskan dan memberikan upaya pelatihan bagi kaum mudanya agar keterampilan membatik dapat terus berjalan turun-temurun.
- d. Kurangnya pengetahuan akan digitalisasi pemasaran produk, diharapkan UMKM Batik Sentra Desa Dagan dapat aktif mengupayakan kemandirian dalam mencari pendampingan kepada pihak stakeholders yang dianggap mampu mendampingi digitalisasi pemasaran produk melalui e-commerce atau sejenisnya.
- e. Sebagian pengrajin batik telah mampu untuk memberikan inovasi produk, namun masih banyak pembatik yang belum dapat memberikan inovasi produknya dalam mencapai kemaksimalan penjualan. Maka dari itu, diharapkan setiap anggota dari UMKM Batik Sentra Desa Dagan dapat lebih peka terhadap persaingan produk di pasaran dengan memberikan inovasi produknya dengan tetap mempertahankan kekhasan Batik Dagan yang telah melekat dan memberikan inovasi pada produknya dengan mengikuti perkembangan trend.

2. Bagi Pemerintah

- a. Adanya kebutuhan pengembangan keterampilan SDM, maka diharapkan pemerintah desa maupun dinas terkait dapat membantu UMKM Batik Sentra Desa Dagan dalam pengadaan pelatihan dalam peningkatan kualitas SDM UMKM.
- b. Kurangnya kemampuan dalam memasarkan produk, diharapkan pemerintah turut membantu mengupayakan pemasaran produk bagi UMKM Batik Sentra Desa Dagan dengan memberikan edukasi pemasaran produk melalui platform marketplace ataupun membantu dalam membuat marketplace terutama digitalisasi pemasaran produk.
- c. Pemanfaatan potensi wisata desa dalam memberdayakan UMKM Batik Sentra Desa Dagan merupakan upaya yang sangat baik dalam mengangkat eksistensi produk dan produktivitas kelompok, maka dari itu hendaknya pemerintah dapat merencanakan, mengelola dan terus melakukan follow up pengembangan tersebut secara maksimal sehingga

mencapai hasil yang maksimal pula serta alangkah lebih baiknya pula pemerintah dapat menggandeng banyak stakeholders baik pemerintahan maupun pihak swasta dalam mengembangkan program ini.

- d. Ketersediaan modal usaha menjadi faktor yang tidak kalah pentingnya dalam berkembangnya suatu usaha. Maka dari itu, diharapkan pemerintah dapat mengalokasikan bantuan pendanaan sehingga produktivitas UMKM dapat mencapai pada batas maksimal.
3. Bagi Stakeholders
- a. Kurangnya kemampuan UMKM Batik Sentra Desa Dagan dalam mengembangkan SDM dan upaya pemasaran secara mandiri, diharapkan para stakeholders dapat membantu kelompok untuk menjaga produktifitasnya dengan mengupayakan adanya pelatihan, pendampingan ataupun bantuan pengarahan secara maksimal dalam pengembangan SDM dan pemasaran produk melalui platform marketplace terutama pemasaran secara online.
 - b. Adanya program pemberdayaan batik yang berkolaborasi dengan pengembangan wisata desa, maka diharapkan para stakeholders dapat tertarik untuk menjadi investor ataupun sponsorship agar dapat saling menguntungkan.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
- Karena terbatasnya waktu dan kesempatan dalam penelitian ini, maka hendaknya peneliti selanjutnya dapat turut berkontribusi dalam terealisasinya program Desa Wisata Dagan dengan menggali informasi dan menemukan ide-ide melalui potensi yang ada dengan mengadakan Focus Group Discussion mengenai monitoring program Desa Wisata Dagan.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, D. 2020. Peningkatan Daya Saing Micro Kecil dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol. XI, No. 2.
- Kurniawan, F D., dan Luluk F. 2014. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Penanggulangan Kemiskinan. *JKPM*. Vol. 2, No. 2.
- Raco, J.R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta : Grasindo.
- Rakhmawati, Ita. 2019. Pemberdayaan UMKM Berbasis "One Village One Product (OVOP)" Sebagai Gerakan Ekonomi Kerakyatan Pada Industri Logam di Desa Hadipolo Kudus. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol.7, No. 1.
- Leiwakabessy, P., dan Frensa, F L., 2018. Pembiayaan Usaha Mikro dan Menengah UMKM Sebagai Solusi Dalam Meningkatkan Produktivitas Usaha Pada UMKM Kabupaten Sorong. *J-DEPACE*. Vol. 1, No. 1.

- Setyanto A.R., Bhimo R.S. dan Yogi P.P. 2015. Kajian Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN (Studi Kasus Kampung Batik Laweyan). *Etikonomi*. Vol.14(2), Hal 205-220.
- Silalahi, Bennett. 2000. *Perencanaan Pembinaan Tenaga Kerja Perusahaan, Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen*. Jakarta : Pustaka Binaman Pressindo.
- Simamora, Henry. 2006. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta : YKPN.
- Siyoto, S., M. Ali S. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.
- Wahyudiono, dkk. 2019. *Manajemen UMKM Orientasi Peran Stakeholders Dalam Membangun Daya Saing UMKM*. Surabaya : CV. Putra Media Nusantara.
- Wulandari, S.Z. Sri M., Sulistyandari. 2020. Pendampingan Penguatan Kelembagaan Melalui Rintisan Koperasi Bagi Forum Pengrajin Batik Purbalingga (FPBP). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Darma Shaba Cendekia*. Vol.2, No.1.