

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara berkembang yang mempunyai jumlah penduduk yang padat. Masalah kemiskinan dan pengangguran merupakan masalah yang terus menerus terjadi dan akan terus menjadi kendala dalam mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya. Kondisi seperti ini menjadi sebuah indikator bahwa masyarakat belum berperan serta dengan adanya pembangunan. Masyarakat berhak berpartisipasi dalam pembangunan dan pembentukan produk-produk nasional. Hal tersebut adalah salah satu indikator bahwa perlu adanya pemberdayaan ekonomi yang berbasis kerakyatan.

Industri merupakan salah satu aktifitas ekonomi yang memiliki peluang besar untuk perluasan lapangan pekerjaan. Mengingat hampir sebagian besar penduduk di Indonesia tinggal di wilayah perdesaan. UMKM merupakan penumbang perekonomian bangsa. Menurut (Nuhung,2012) UMKM berperan sangat penting dalam mengurangi angka pengangguran, menyediakan lapangan pekerjaan dan mengurangi angka kemiskinan. Pengembangan dan pemberdayaan sektor UMKM diartikan menjadi salah satu keberhasilan pembangunan, khususnya bagi negara-negara yang memiliki penghasilan berkapita rendah.

Melalui Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) periode tahun 2016-2021 sebagaimana telah di tetapkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2016, pemerintah telah menetapkan arah kebijakan dan program pemberdayaan bagi Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yaitu pertama melalui revitalisasi peran Koperasi dan Perkuatan Posisi UMKM dalam sistem perekonomian nasional. Kedua, revitalisasi koperasi dan perkuatan UMKM dengan memperbaiki akses UMKM terhadap permodalan teknologi, informasi dan pasar serta memperbaiki iklim usaha. Ketiga, mengoptimalkan pemanfaatan sumberdaya pembangunan. Keempat, mengembangkan potensi sumberdaya lokal.

Kementrian Negara Koperasi dan UKM berkerja sama dengan instasi terkait dan Pemerintah Daerah Propinsi serta Pemda Kabupaten/Madya, telah melaksanakan

program-program pemberdayaan UMKM dan koperasi yang telah difokuskan pada pemberdayaan insititusal UMKM dalam bentuk program, peningkatan akses umkm terhadap sumber-sumber pendanaan, pemberdayaan di bidang produksi melalui bantuan sektor usaha selektif sebagai stimulant, pengembangan jaringan pemasaran, pemberdayaan sumberdaya umkm, pengkajian penelitian dan pengembangan sumberdaya umkm dan koperasi.

Peran penting keberadaan UMKM di Indonesia semakin terasa dalam proses pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Pada awalnya keberadaan UMKM hanya dianggap sebagai sumber penting dalam penciptaan lapangan pekerjaan dan penggerak pembangunan ekonomi daerah di perdesaan, tetapi pada era globalisasi saat ini dan masa mendatang, keberadaan UMKM semakin penting yaitu sebagai salah satu sumber devisa ekspor non migas Indonesia (Tambunan,2002).

Industri batik adalah salah satu industri kecil yang bergerak di bidang kerajinan umum yang mendukung sektor wisata. Selain usaha kecil sektor wisata juga menjadi sektor alternatif yang tidak begitu mengalami dampak dalam krisis ekonomi. Batik Kliwonan juga telah ditetapkan sebagai Produk Unggulan Daerah (PUD) Kabupaten Sragen. Sektor ini dapat dikembangkan dalam upaya untuk meningkatkan pendapatan baik bagi Pemerintah Daerah maupun Pemerintah Pusat. Oleh karena itu setiap daerah yang memiliki potensi berusaha mengoptimalkan sektor tersebut.

Potensi di bidang industri kerajinan batik dan sebagai Desa wisata Industri. Desa Kliwonan sebagai salah satu sentra industri kerajinan batik di Kabupaten Sragen yang sangat berpotensi untuk di kembangkan karena dari adanya kerajinan batik maka membuka lapangan pekerjaan dan akan mengurangi angka pengangguran bagi masyarakat sekitar. Desa wisata batik kliwonan juga menjadi salah satu desa wisata batik di Kabupaten Sragen yang berpotensi sebagai pendukung PAD (Pendapatan Asli Daerah). Menurut Undang-Undang No.22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah yang berasas pada Otonomi Daerah pasal 79 yang menyebutkan bahwa sumber pendapatan daerah berasal dari :

- a. Pendapatan Asli Daerah, yaitu hasil pajak daerah, hasil redistribusi, hasil perusahaan daerah dan pengelolaan kekayaan lain yang dipisah-pisahkan serta lain-lain pendapatan daerah yang sah.
- b. Dana perimbangan keuangan
- c. Pinjaman pemerintah daerah

Dinas Penindustrian Koperasi dan UMKM merencanakan beberapa konsep strategi yang berdasarkan pada Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil dan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu dengan diadakan pembinaan kepada para UKM melalui lima program yaitu Bimtek (bimbingan teknik), Diklat (pendidikan dan pelatihan), Banlat (Bantuan Peralatan), promosi produk dan perkuatan modal usaha.

Dinas penindustrian Koperasi & UMKM di Kabupaten Sragen melakukan pembinaan dan sosialisasi desa wisata industri batik yang diharapkan dapat mengangkat citra Batik Sukowati dan diharapkan akan menjadi salah satu tujuan wisata. Potensi yang harus dikembangkan oleh Pemerintah Daerah dalam mewujudkan desa wisata industri adalah Sentra Industri Batik itu sendiri. Untuk mengembangkan potensi UMKM Desa Wisata Batik Kliwonan maka Pemerintah dan Dinas Penindustrian setempat melakukan beberapa cara diantaranya yaitu; mengupayakan untuk menyediakan sarana dan prasarana pendukung agar dapat mempercepat terwujudnya wisata batik tulis, memudahkan akses masuk ke Desa Kliwonan, mensosialisasikan Desa Wisata Batik dan Batik Sukowati itu sendiri kepada masyarakat umum, serta melakukan pembinaan tentang desain kepada para pengusaha batik Desa Kliwonan.

Pembinaan kepada para pengusaha dan pengerajin batik perlu dilakukan mengingat mereka merupakan komponen pendukung desa wisata batik. Dengan adanya pembinaan yang dilakukan maka diharapkan para pengusaha batik kliwonan mampu mengembangkan diri dan dapat bersaing dengan para pengusaha dari luar daerah, serta dapat menjadi daya tarik wisata yang pada akhirnya dapat menjadi sumber bagi Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Sragen.

Kuantitas produksi batik yang dihasilkan perajin Kliwonan pun paling besar. Oleh sebab itu, kawasan penghasil batik di Sragen kemudian lebih dikenal dengan sebutan sentra batik Kliwonan. Pemerintah Kabupaten Sragen lalu menetapkan sentra batik itu sebagai kawasan wisata terpadu, yang dinamakan Desa Wisata Batik Kliwonan. Desa Kliwonan sekaligus ditetapkan menjadi pusat pengembangan, pelatihan, dan pemasaran batik.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan diatas maka peneliti memilih judul penelitian “STRATEGI DINAS PERINDUSTRIAN PERDAGANGAN DAN DINAS KOPERASI UMKM DALAM MEMPERDAYAKAN UMKM DESA WISATA BATIK TULIS KLIWONAN DI KABUPATEN SRAGEN TAHUN 2017”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah dapat disimpulkan sebagai berikut, yaitu :

1.2.1 Bagaimana Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan & Dinas Koperasi UMKM dalam memperdayakan UMKM Desa Wisata Batik Tulis Kliwonan di Kabupaten Sragen Tahun 2017 ?

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Untuk mengetahui Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan & Dinas Koperasi UMKM dalam memberdayakan UMKM Desa Wisata Batik Tulis di Kabupaten Sragen.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dalam perkembangan ilmu pengetahuan serta dapat meningkatkan pengetahuan penulis dalam aplikasi dan teori.
- b) Diharapkan dapat menambah referensi kepustakaan bagi mahasiswa.

1.4.2. Manfaat Praktis

- a) Sebagai sumber informasi dan bahan masukan dalam meningkatkan pengetahuan dalam pelaksanaan Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan & Dinas Koperasi UMKM dalam pemberdayaan UMKM Desa Wisata Batik Tulis di Kabupaten Sragen.
- b) Sebagai acuan bagi peningkatan kepada pemerintah setempat tentang keberhasilan dalam memperdayakan UMKM Desa Wisata Batik Tulis Kliwonan Kabupaten Sragen.

1.5. Tinjauan Pustaka

Mengambil studi terdahulu, agar berguna untuk membandingkan penelitian satu dengan penelitian yang lain. Ada 10 Literatur yang dideskripsikan, yaitu:

Pertama penelitian berjudul “Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis studi kasus batik tulis di Desa Gulerejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulonprogo”, disusun oleh Felisia Meliana Ratri P.Siltonga, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan yang digunakan UMKM batik tulis yang ada di Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulonprogo. Jenis Penelitian ini adalah penelitian deskriptif, yakni jenis penelitian yang hanya menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi atau berbagai keadaan yang didapatkan pada waktu penelitian dilakukan. Hasil dari penelitian ini, strategi pengembangan yang digunakan pada industri UMKM batik tulis yang berasal dari Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo ialah fokus strategi (kombinasi strategi cost leadership dan strategi diferensiasi). Alasannya karena kombinasi strategi ini disamping memperhatikan keragaman jenis produk tetapi juga memperhatikan biaya produk dari batik tulis. Walaupun biaya rendah merupakan fokus utama dari strategi kombinasi ini akan keragaman dari produk batik tulis menjadi hal yang di unggulkan agar dapat bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan oleh masing-masing pelaku UMKM batik tulis.

Kedua dari tesis yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Industri Kecil Batik Semarang 16 di Bukit Kencana Jaya Tembalang Semarang” Tahun 2010. Di susun oleh Andriyani Pamungkas, Universitas Negeri Semarang. Tujuan dari penelitian untuk mengetahui proses pemberdayaan masyarakat melalui

industri batik dan untuk mengetahui dampak dari pemberdayaan usaha industri batik Semarang 16 terhadap masyarakat Bukit Kencana Jaya Tembalang Semarang. Jenis penelitian ini adalah metode pendekatan deskriptif kualitatif yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/ menuliskan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Hasil dari penelitian adalah Industri Kecil Batik Semarang 16 mempunyai dampak yang bagus untuk perekonomian masyarakat. Masyarakat yang dulu pengangguran, sekarang mereka mempunyai keterampilan membatik dan juga menambah penghasilan sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Ketiga Penelitian berjudul “Peran Pemerintah dalam mengembangkan UMKM Batik di Kabupaten Kebumen”, disusun oleh Nur Arifah, Universitas Diponegoro Semarang. Jenis penelitian ini adalah metode kualitatif dengan tipe deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, menggali data di lapangan dengan narasumber secara langsung dan dokumentasi yaitu pengumpulan data melalui arsip, buku, dan sumber lain. Hasil dari penelitian yaitu Peran yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam memberdayakan industri batik tulis di Kabupaten Kebumen banyak yang telah dilakukan, dalam pemberdayaan terdapat beberapa program yang berhasil, antara lain penetapan klaster unggulan, bantuan alat, pameran, bantuan modal, pemberian hak cipta dan merek. Namun ada juga program yang belum berhasil seperti pelatihan dan pemasaran yang menjelaskan bahwa program tersebut masih belum ada komitmen yang berkelanjutan dari Pemerintah Kabupaten Kebumen.

Keempat Jurnal berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarangan Dikota Semarang, Alfi Amalia, Wahyu Hidayat & Agung Budiarmo. Penelitian ini bertujuan strategi perusahaan yang dilakukan dalam bidang strategi produk untuk mengembangkan usaha Batik Semarangan dan strategi perusahaan yang dilakukan dalam bidang strategi penetapan harga untuk dapat mengembangkan usaha Batik Semarangan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini yaitu dengan

cara memberikan gambaran mengenai data atau kejadian berdasarkan fakta-fakta yang tampak pada situasi yang diselidiki peneliti dan objek yang diteliti terpisah, proses penelitian yang dilakukan melalui pengukuran dengan alat yang baku yaitu matriks SWOT. Hasil dari penelitian ini, hasil analisis lingkungan internal pada UKM Batik Semarang, maka perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan. Adapun faktor-faktor strategi internal yang menjadi kekuatan bagi UKM Batik Semarang adalah (1) Mutu produk yang dihasilkan baik (2) Hubungan baik dengan pelanggan. Sedangkan faktor-faktor strategi internal yang menjadi kelemahan bagi UKM Batik Semarang adalah (1) Saluran distribusi yang kurang efisien (2) Promosi yang masih kurang efektif (3) Permodalan yang kurang (3) Sumber Daya Manusia yang kurang memadai (3) Manajemen yang tidak rapi dan analisis lingkungan eksternal pada UKM Batik Semarang, maka perusahaan memiliki peluang dan ancaman. Adapun faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi peluang adalah (1) Potensi pasar yang masih besar (2) Tingkat pendapatan penduduk yang tinggi (3) Kemajuan teknologi (4) Kebijakan pemerintah. Sedangkan faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi ancaman adalah (1) Inflasi yang fluktuatif (2) Persaingan yang ketat.

Kelima Jurnal berjudul “Pembinaan dan Pemberdayaan Pengerajin Batik (Studi di dinas Koperasi,UKM, dan penindustrian, perdagangan dan ESDM Kabupaten Sidoharjo dan Industri Kecil Kampoeng batik jetis Kabupaten Sidoarjo)”, Yesy Yusro Kumalasari 2014. Tujuan Penelitian, mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis mengenai pembinaan dan pemberdayaan pengerajin batik Kampoeng Batik Jetis yang dilakukan oleh Diskoperindag dan ESDM Kabupaten Sidoarjo. Jenis penelitian ini adalah metode analisis model interaktif yang menurut Miles dan Huberman yang dikutip Sugiyono (2013, h.91) ada tahapan yang harus dilalui yakni: reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian, upaya pemerintah Kabupaten Sidoarjo untuk mendukung pertumbuhan industri kecil terutama pengrajin batik Kampoeng Batik Jetis yaitu dengan melakukan pembinaan dan pemberdayaan. Hasil dari pembinaan dan pemberdayaan yang dilakukan oleh Diskoperindag dan ESDM Kabupaten Sidoarjo sudah memberikan manfaat dan

dampak yang baik bagi pengrajin batik. Akan tetapi, dampak baik tersebut belum merata dirasakan oleh seluruh pengerajin batik dikarenakan pembinaan dan pemberdayaan belum menyeluruh dilakukan kepada semua pengerajin batik di Kampoeng Batik Jetis

Keenam berjudul “Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Peningkatan Perekonomian Lokal (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Pada Sentra Industri Batik di Desa Tanjung Bumi, Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan)”. Di susun oleh Achamd Marzuki, Universitas Muhammadiyah Malang 2011. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi Disperinkop Kabupaten Bangkalan dalam pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah untuk mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Jenis penelitian ini adalah menggunakan jenis penelitian deskriptif, yang dapat diartikan sebagai suatu proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subjek penelitian yang berdasarkan fakta- fakta yang tampak. Hasil dari penelitian, Peran pemerintah Disperindag dalam pemberdayaan UMKM pada sentra Batik di Desa Tanjung Bumi adalah dengan dilakukan studi banding ke Bali sekaligus pelatihan untuk kualitas manajemen SDM dan SDA. Selain itu diberikan pada UMKM berupa peralatan seperti alat produksi sekaligus dibuatkan webset untuk pengrajin dan usaha agar dapat bersaing dengan produk daerah lain, dan yang terpenting para pengrajin batik tidak buta teknologi. Hal ini dilakukan dengan kerja sama dengan Bang Jatim lalu disosialisasikan kepada masyarakat agar dapat mengikuti pameran, seperti diadakan di Gramedia Surabaya, Solo, Semarang, dan Jakarta.

Ketujuh berjudul “Pengembangan Usaha Sentra Pengerajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorego Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban”. Di susun oleh Mariyatul Qibtiyah, Universitas Islam Negeri Malang 2008. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan usaha sentra pengerajin batik tulis godog, kemudian untuk mengetahui faktor pendukung apa saja dari proses pengembangan usaha sentra pengerajin batik tulis Godog serta untuk mengetahui faaktor penghambat dan solusi dari proses pengembangan usaha batik godog tersebut di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Jenis penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif yang

artinya penelitian untuk memahami tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian sebagai contoh perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll. Secara holistic, dan dengan cara deskripsi bentuk kata-kata dan bahasa. Hasil penelitian, perkembangan kondisi usaha industri kerajinan batik Gedog di Kecamatan Kerek dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Upaya pengembangan yang dilakukan pengusaha yang ditinjau dari modal, produksi, tenaga kerja dan pemasaran bertujuan untuk memajukan usaha kerajinan batik Gedog agar lebih berkembang. Peran campur tangan pemerintah dalam upaya mendorong pengembangan usaha industri kerajinan batik Gedog dilaksanakan melalui pengadaan pelatihan serta pameran guna untuk mendukung berkembangnya industri dan tidak kalah saing dengan industri daerah lain.

Kedelapan Jurnal yang berjudul "Peranan Pengerajin Dalam Melestarika Batik Bayat Di Desa Jarum Kabupaten Klaten". Disusun oleh Dwi Arum Sari, Universitas Negri Semarang 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana para pengerajin batik tulis dan seberapa besar peranan pengerajin dalam melestarikan batik tulis Bayat di Desa Jarum Kabupaten Klaten. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yang dapat diartikan sebagai suatu proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subjek penelitian yang berdasarkan fakta-fakta yang tampak. Hasil dari penelitian ini adalah Peranan perajin dalam melestarikan batik Bayat di Desa Jarum Kabupaten Klaten adalah peranan produksi, peranan promosi, dan peranan pemasaran. Besarnya Peranan perajin dalam melestarikan batik Bayat di Desa Jarum Kabupaten Klaten yaitu mendapatkan persentase 71.33% termasuk dalam kategori.

Kesembilan Jurnal yang berjudul "Kajian Pola Pengembangan UMKM Dikampung Batik Laweyan Melalui Modal Sosial dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN". Di susun oleh Alief Rakhman Setyanto, Bhimo Rizky Samudro, Yogi Pasca Pratama, Universitas Diponegoro & Universitas Sebelas Maret 2015. Penelitian ini bertujuan untuk pencatatan pola strategi UMKM, selanjutnya wawancara dilanjutkan ke kantor dinas UMKM dan Koperasi Kota Surakarata.

Wawancara tersebut berguna untuk mengetahui kebijakan yang dikeluarkan dinas UMKM dan Koperasi Kota Surakarta guna membantu memajukan UMKM Batik Laweyan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yang dapat diartikan sebagai suatu proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subjek penelitian yang berdasarkan fakta- fakta yang tampak. Hasil dari penelitian bahwa hubungan modal sosial dengan Inovasi dan kerja sama dalam menciptakan pola strategi pengembangan UMKM sangatlah erat hal tersebut terbukti bahwa sebagian pengusaha telah merumuskannya dalam usaha bisnisnya. 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 ini menekankan agar pengusaha memiliki jaringan dan kemitraan yang luas agar usaha bisnis nya dapat berkembang dan tidak stagnan. Diharapkan pentingnya modal sosial, inovasi dan kerja sama diadopsi oleh para pengusaha UMKM yang lain guna UMKM tersebut siap menghadapi globalisasi di era sekarang terutama di pasar ASEAN. Secara objektif, penelitian ini masih perlu dikembangkan dan memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian ini menggunakan sumber data yang berasal dari keterangan para informan kunci ataupun para informan terpilih di lapangan. Penelitian ini bersifat lokal, terkini, dan unik sehingga tidak bisa di generalisasikan di tempat lain. Perbedaan waktu sangat berpengaruh karena apa yang terjadi di lapangan pada saat penelitian berlangsung tidak dapat dijadikan dasar bahwa yang akan terjadi di waktu yang berbeda. Dengan keterbatasan yang ada diharapkan penelitian ini dapat ditindaklanjuti dan menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya.

Kesepuluh Tesis yang berjudul “Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem”. Di susun oleh Ulfatun Nisa, Universitas Islam Negeri Walisongo 2015. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengusaha Pribumi Muslim dan Pengusaha Tionghoa industri batik tulis Lasem mengembangkan strategi bisnis mereka dalam pangsa pasar. Penelitian ini menggunakan penelitian menggunakan penelitian kualitatif. Peneliti kualitatif mengandalkan pengamatan dan wawancara

dalam pengumpulan data di lapangan. Hasil dari penelitian adalah bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha Batik Tulis Lasem sebagian besar sudah sesuai dengan strategi pengembangan usaha dalam Islam, karena sebagian besar pengusaha menerapkan kejujuran, pertanggungjawaban, menjalin hubungan baik terhadap pelanggan maupun dengan pengusaha yang lain, dan bersaing dalam perdagangan dengan cara yang sehat. Pengembangan usaha yang diterapkan oleh pengusaha tersebut secara garis besar sudah sesuai dengan teori yang ada. Mengenai permodalan, sumber daya manusia, produksi dan pengembangan produk maupun pengembangan pemasarannya. Namun, pengembangan usaha yang dilakukan belum semuanya maksimal. Ada beberapa kendala yang masih dihadapi oleh pengusaha, sebagian besar kendala yang dihadapi karena kurang optimalnya kegiatan pemasaran, serta regenerasi pengusaha Batik Tulis Lasem. Maka peningkatan strategi pemasaran yang tepat diperlukan agar pengembangan pemasaran lebih meningkat.

No	Jenis Penelitian, Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis studi kasus batik tulis di	Mengetahui strategi pengembangan yang digunakan UMKM batik	Penelitian deskriptif, yakni jenis penelitian yang hanya	Strategi pengembangan yang digunakan pada industri UMKM batik tulis yang berasal dari Desa Gulurejo dan Desa

	Desa Gulerejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulonprogo disusun oleh Felisia Meliana Ratri P.Siltonga, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2017.	tulis yang ada di Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulonprogo	menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi atau berbagai keadaan yang didapatkan pada waktu penelitian dilakukan	Ngentakrejo ialah fokus strategi (kombinasi strategi cost leadership dan strategi diferensiasi). Alasannya karena kombinasi strategi ini disamping memperhatikan keragaman jenis produk tetapi juga memperhatikan biaya produk dari batik tulis. Walaupun biaya rendah merupakan fokus utama dari strategi kombinasi ini akan keragaman dari produk batik tulis menjadi hal yang di unggulkan agar dapat bersaing sesuai dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan oleh masing-masing pelaku UMKM batik tulis.
2	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Usaha Industri Kecil Batik Semarang 16 di Bukit Kencana Jaya Tembalang Semarang. Tahun 2010. Di susun oleh Andriyani	Mengetahui proses pemberdayaan masyarakat melalui industri batik dan untuk mengetahui dampak dari pemberdayaan usaha industri batik Semarang 16 terhadap masyarakat Bukit Kencana Jaya Tembalang Semarang	Pendekatan deskriptif kualitatif yaitu prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/ menuliskan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya	Industri Kecil Batik Semarang 16 mempunyai dampak yang bagus untuk perekonomian masyarakat. Masyarakat yang dulu pengangguran, sekarang mereka mempunyai keterampilan membatik dan juga menambah penghasilan sehingga dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

3	Peran Pemerintah dalam mengembangkan UMKM Batik di Kabupaten Kebumen, disusun oleh Nur Arifah, Universitas Diponegoro Semarang	Mengetahui peran yang telah dilakukan pemerintah dalam memberdayakan industri batik tulis di Kabupaten Kebumen.	Metode kualitatif dengan tipe dekriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, menggali data di lapangan dengan narasumber secara langsung dan dokumentasi yaitu pengumpulan data melalui arsip, buku, dan sumber lain.	Peran yang telah dilakukan oleh pemerintah dalam memberdayakan industri batik tulis di Kabupaten Kebumen banyak yang telah dilakukan, dalam pemberdayaan terdapat beberapa program yang berhasil, antara lain penetapan klaster unggulan, bantuan alat, pameran, bantuan modal, pemberian hak cipta dan merek. Namun ada juga program yang belum berhasil seperti pelatihan dan pemasaran yang menjelaskan bahwa program tersebut masih belum ada komitmen yang berkelanjutan dari Pemerintah Kabupaten Kebumen
4	Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarangan Dikota Semarang, Alfi Amalia, Wahyu Hidayat & Agung Budiatmo	Strategi perusahaan yang dilakukan dalam bidang strategi produk untuk mengembangkan usaha Batik Semarangan dan strategi perusahaan yang dilakukan dalam bidang strategi penetapan harga untuk dapat mengembangkan usaha Batik Semarangan	Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini yaitu dengan cara memberikan gambaran mengenai data	Analisis lingkungan internal pada UKM Batik Semarangan, maka perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan. Adapun faktor-faktor strategi internal yang menjadi kekuatan bagi UKM Batik Semarangan adalah (1) Mutu produk yang dihasilkan baik (2) Hubungan baik dengan pelanggan. Sedangkan faktor-faktor strategi internal yang menjadi kelemahan bagi UKM Batik Semarangan adalah (1) Saluran distribusi yang kurang efisien (2) Promosi yang masih

			atau kejadian berdasarkan fakta-fakta yang tampak pada situasi yang diselidiki peneliti dan objek yang diteliti terpisah, proses penelitian yang dilakukan melalui pengukuran dengan alat yang baku yaitu matriks SWOT.	kurang efektif (3) Permodalan yang kurang (3) Sumber Daya Manusia yang kurang memadai (3) Manajemen yang tidak rapi dan analisis lingkungan eksternal pada UKM Batik Semarang, maka perusahaan memiliki peluang dan ancaman.
5	Pembinaan dan Pemberdayaan Pengerajin Batik (Studi di dinas Koperasi,UKM, dan penindustrian, perdagangan dan ESDM Kabupaten Sidoarjo dan Industri Kecil Kampoeng batik jetis Kabupaten Sidoarjo)", Yesy Yusro Kumalasari 2014.	Mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis mengenai pembinaan dan pemberdayaan pengrajin batik Kampoeng Batik Jetis yang dilakukan oleh Diskoperindag dan ESDM Kabupaten Sidoarjo	Metode analisis model interaktif yang menurut Miles dan Huberman yang dikutip Sugiyono (2013, h.91) ada tahapan yang harus dilalui yakni: reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.	Upaya pemerintah Kabupaten Sidoarjo untuk mendukung pertumbuhan industri kecil terutama pengrajin batik Kampoeng Batik Jetis yaitu dengan melakukan pembinaan dan pemberdayaan. Hasil dari pembinaan dan pemberdayaan yang dilakukan oleh Diskoperindag dan ESDM Kabupaten Sidoarjo sudah memberikan manfaat dan dampak yang baik bagi pengrajin batik. Akan tetapi, dampak baik tersebut belum merata dirasakan oleh seluruh pengrajin batik dikarenakan pembinaan dan pemberdayaan belum menyeluruh dilakukan kepada semua pengrajin

				batik di Kampoeng Batik Jetis.
6	Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Peningkatan Perekonomian Lokal (Studi Pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Pada Sentra Industri Batik di Desa Tanjung Bumi, Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan)”. Di susun oleh Achamd Marzuki, Universitas Muhammadiyah Malang 2011	Mengetahui bagaimana strategi Disperinkop Kabupaten Bangkalan dalam pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah untuk mengurangi pengangguran dan kemiskinan	Pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui: Observasi dan wawancara mendalam serta dokumentasi.	Peran pemerintah (DESPERINDAG) dalam pemberdayaan UMKM pada sentra Batik di Desa Tanjung Bumi adalah dengan dilakukan studi banding ke Bali sekaligus pelatihan untuk kualitas manajemen SDM dan SDA. Selain itu diberikan pada UMKM berupa peralatan seperti alat produksi sekaligus dibuatkan webset untuk pengrajin dan usaha agar dapat bersaing dengan produk daerah lain, dan yang terpenting para pengrajin batik tidak buta teknologi. Hal ini dilakukan dengan kerja sama dengan Bang Jatim lalu disosialisasikan kepada masyarakat agar dapat mengikuti pameran, seperti diadakan di Gramedia Surabaya, Solo, Semarang, dan Jakarta. Jika masyarakat atau pengrajin batik memenuhi kriteria langsung diberikan bantuan pengkriditan dengan bunga kecil 6% dalam satu tahun. Walaupun selama ini tidak ada bantuan modal bagi pengrajin batik dari pemerintah dan yang memberi modal adalah pengusaha batik yang melakukan kerjasama

				dengan pengrajin sendiri dan pengrajin mendapatkannya dari pegusaha batik tersebut. Keberadaan UMKM Kabupeten Bangkalan, khususnya di Desa Tanjung Bumi ini sangat membantu untuk mengurangi jumlah penduduk miskin di desa Tanjung Bumi karena adanya pengrajin batik yang merekrut pegawai dan dilibatkan dalam setiap pameran atau pelatihan (ukir dan manajemen).
7	Pengembangan Usaha Sentra Pengerajin Batik Tulis Gedog di Desa Jarorego Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban". Di susun oleh Mariyatul Qibtiyah, Universitas Islam Negri Malang 2008	Mengetahui pengembangan usaha sentra pengerajin batik tulis godog, kemudian untuk mengetahui faktor pendukung apa saja dari proses pengembangan usaha sentra pengerajin batik tulis Godog serta untuk mengetahui faaktor penghambat dan solusi dari proses pengembangan usaha batik godog tersebut di Desa Jarorejo Kecamatan Kerek	Metode penelitian kualitatif yang artinya penelitian untuk memahami tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian sebagai contoh perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll. Secara holistic, dan dengan cara deskripsi bentuk kata-kata dan bahasa.	Perkembangan kondisi usaha industri kerajinan batik Gedog di Kecamatan Kerek dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang signifikan. Upaya pengembangan yang dilakukan pengusaha yang ditinjau dari modal, produksi, tenaga kerja dan pemasaran bertujuan untuk memajukan usaha kerajinan batik Gedog agar lebih berkembang. Peran campur tangan pemerintah dalam upaya mendorong pengembangan usaha industri kerajinan batik Gedog dilaksanakan melalui pengadaan pelatihan serta pameran guna untuk mendukung berkembangnya industri dan tidak kalah saing

		Kabupaten Tuban.		dengan industri daerah lain.
8	”Peranan Pengerajin Dalam Melestarika Batik Bayat Di Desa Jarum Kabupaten Klaten”. Disusun oleh Dwi Arum Sari, Universitas Negri Semarang 2015.	Mengetahui bagaimana para pengerajin batik tulis dan seberapa besar peranan pengerajin dalam melestarikan batik tulis Bayat di Desa Jarum Kabupaten Klaten.	Metode penelitian kualitatif dengan Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yang dapat diartikan sebagai suatu proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subjek penelitian yang berdasarkan fakta- fakta yang tampak	Peranan perajin dalam melestarikan batik Bayat di Desa Jarum Kabupaten Klaten adalah peranan produksi, peranan promosi, dan peranan pemasaran. Besarnya Peranan perajin dalam melestarikan batik Bayat di Desa Jarum Kabupaten Klaten yaitu mendapatkan persentase 71.33% termasuk dalam kategori.
9	Kajian Pola Pengembangan UMKM Dikampung Batik Laweyan Melalui Modal Sosial dalam Menghadapi Perdagangan Bebas Kawasan ASEAN”. Di susun oleh Alief Rakhman Setyanto, Bhimo Rizky Samudro, Yogi Pasca Pratama, Universitas Diponegoro & Universitas	Mengetahui pencatatan pola strategi UMKM, selanjutnya wawancara dilanjutkan ke kantor dinas UMKM dan Koperasi Kota Surakarta.	Metode penelitian kualitatif dengan Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, yang dapat diartikan sebagai suatu proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subjek penelitian yang berdasarkan	Bahwa hubungan modal sosial dengan Inovasi dan kerja sama dalam menciptakan pola strategi pengembangan UMKM sangatlah erat hal tersebut terbukti bahwa sebagian pengusaha telah merumuskannya dalam usaha bisnisnya. Selalu berinovasi dalam berproduksi dan menerapkan modal sosial dalam mengembangkan bisnis dan bekerja sama dengan para rekanan bisnis agar usaha bisnis produksi batik dapat berkembang kemudian Modal sosial ini

	<p>Sebelas Maret 2015.</p>		<p>fakta- fakta yang tampak.</p>	<p>menekankan agar pengusaha memiliki jaringan dan kemitraan yang luas agar usaha bisnis nya dapat berkembang dan tidak stagnan. Diharapkan pentingnya modal sosial, inovasi dan kerja sama diadopsi oleh para pengusaha UMKM yang lain guna UMKM tersebut siap menghadapi globalisasi di era sekarang terutama di pasar ASEAN. Secara objektif, penelitian ini masih perlu dikembangkan dan memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian ini menggunakan sumber data yang berasal dari keterangan para informan kunci ataupun para informan terpilih di lapangan. Penelitian ini bersifat lokal, terkini, dan unik sehingga tidak bisa di generalisasikan di tempat lain. Perbedaan waktu sangat berpengaruh karena apa yang terjadi di lapangan pada saat penelitian berlangsung tidak dapat dijadikan dasar bahwa yang akan terjadi di waktu yang berbeda a- kan sama. Dengan keterbatasan yang ada diharapkan penelitian ini dapat ditindaklanjuti dan menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya.</p>
--	----------------------------	--	----------------------------------	---

10	Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem. Di susun oleh Ulfatun Nisa, Universitas Islam Negeri Walisongo 2015.	Mengetahui bagaimana pengusaha Pribumi Muslim dan Pengusaha Tionghoa industri batik tulis Lasem mengembangkan strategi bisnis mereka dalam pangsa pasar.	Metode Penelitian kualitatif. Peneliti kualitatif mengandalkan pengamatan dan wawancara dalam pengumpulan data di lapangan.	Bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha Batik Tulis Lasem sebagian besar sudah sesuai dengan strategi pengembangan usaha dalam Islam, karena sebagian besar pengusaha menerapkan kejujuran, pertanggungjawaban, menjalin hubungan baik terhadap pelanggan maupun dengan pengusaha yang lain, dan bersaing dalam perdagangan dengan cara yang sehat. Pengembangan usaha yang diterapkan oleh pengusaha tersebut secara garis besar sudah sesuai dengan teori yang ada. Mengenai permodalan, sumber daya manusia, produksi dan pengembangan produk maupun pengembangan pemasarannya. Namun, pengembangan usaha yang dilakukan belum semuanya maksimal. Ada beberapa kendala yang masih dihadapi oleh pengusaha, sebagian besar kendala yang dihadapi karena kurang optimalnya kegiatan pemasaran, serta regenerasi pengusaha Batik Tulis Lasem. Maka peningkatan strategi pemasaran yang tepat

				diperlukan agar pengembangan pemasaran lebih meningkat.
--	--	--	--	---

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu adalah penelitian ini meneliti tentang Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan & Dinas Koperasi UMKM dalam Memperdayakan UMKM Desa Wisata Batik Tulis Kliwonan di Kabupaten Sragen yang menggunakan strategi manajemen, strategi bisnis dan strategi investasi, sedangkan penelitian sebelumnya meneliti tentang Strategi Pengembangan UMKM batik yang berfokus pada strategi cost leadership dan defrensiensi, perbedaan yang mendasar adalah pada Lokasi Penelitian, sedangkan penulis memilih lokasi untuk diteliti di Desa Kliwonan, Kecamatan Masaran Kabupaten Sragen. Persamaan dalam penelitian ini adalah dalam menentukan jenis metode yaitu menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Persamaan kedua dalam penelitian ini terletak pada jenis pokok yang dikaji, yakni tentang strategi dalam memperdayakan UMKM Batik Tulis.

1.6. Kerangka Dasar Teori

Dalam penelitian ini akan membahas terkait dengan Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan & Dinas Koperasi UMKM dalam pemberdayaan UMKM (Usaha,Mikro,Kecil dan Menengah) Desa Wisata Batik Tulis di Kabupaten Sragen, untuk memperjelas pemahaman terkait penelitian ini maka akan adapun teori-teori yang akan dijelaskan berikut :

1.6.1. Teori Strategi

a. Definisi Strategi

Menurut David (2011:18-19) Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi georafis, diversifikasi, akusisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah

sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah ditetapkan.

Tjiptono (2006:3) istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu *strategia* yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer pada daerah – daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Pearce II dan Robinson (2008:2), strategi adalah rencana berskala besar, dengan orientasi masa depan, guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan Perusahaan dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengertian dari Strategi adalah sebuah tindakan proses perencanaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dengan melakukan hal-hal yang bersifat terus menerus sesuai keputusan bersama dan berdasarkan sudut pandang kebutuhan pelanggan.

Berikut ini merupakan Matrik SWOT yang dapat menggabungkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Penentuan faktor-faktor SWOT diperoleh berdasarkan tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).

Alternatif strategi dapat diketahui dari identifikasi faktor kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T). Matrik SWOT sebagai alat pencocokan yang mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO, WO, ST dan WT. Kemudian analisis SWOT diklasifikasikan ke dalam kelompok yang dapat menghasilkan empat kemungkinan strategi alternatif yang dapat dilakukan (Rangkuti 2006: 18-21), yaitu :

a. Strategi *Strengths-Opportunities* (SO)

Strategi SO berupaya untuk menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.

b. Strategi *Strengths-Threats* (ST)

Merupakan kombinasi antara *strengths* (kekuatan) dan *threats* (tantangan), yang berupaya menggunakan seoptimal mungkin kekuatan internal untuk menghadapi tantangan atau hambatan dari luar.

c. Strategi *Weakness-Opportunities* (WO)

Merupakan gabungan antara *weaknesses* (kelemahan) dan *opportunities* (peluang), yang berupaya untuk meminimalkan kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada.

d. Strategi *Weakness-Threats* (WT)

Merupakan gabungan antara *weaknesses* (kelemahan) dan *threats* (tantangan), yang berupaya meminimalkan kelemahan internal dan menghindari tantangan atau ancaman.

Dalam buku Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis, Rangkuti (2013:3-4) mengutip pendapat dari beberapa ahli mengenai strategi, di antaranya :

1. Chandler : Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.
2. Learned, Christensen, Andrews, dan Guth : Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.
3. Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner : Strategi merupakan respons secara terus-menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal yang dapat memengaruhi organisasi.
4. Porter : Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing.
5. Andrews, Chaffe : Strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders, seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan,

konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

6. Hamel dan Prahalad : Strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan pelanggan di masa depan. Dengan demikian, perencanaan strategi hampir selalu dimulai dari “apa yang dapat terjadi”, bukan dimulai dari “apa yang terjadi”. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetensi inti (core competencies). Perusahaan perlu mencari kompetensi inti di dalam bisnis yang dilakukan.(Analisis SWOT Teknis Membedah Kasus Bisnis, Rangkuti 2013:3-4)

Dari definisi-definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan atau keunggulan bersaing dengan melihat faktor eksternal dan internal dalam suatu perusahaan. Perusahaan melakukan tindakan yang dapat menjadikan keuntungan baik untuk perusahaan maupun pihak lain yang berada di bawah naungan perusahaan.

b. Tahapan Strategi

Tahapan strategi dikemukakan oleh Mintzberg dalam James A.F. Stoner dan Charles Wankel (2003:164) yaitu :

1. Cara wiraswasta

Seorang pemimpin yang kuat, umumnya pendiri kegiatan usaha yang bersangkutan, mengambil keputusan yang berani dan penuh resiko secara intuitif yaitu dengan cara mengandalkan pertimbangan pribadi yang dibentuk oleh pengalamannya.

2. Cara adatif

Manajer yang adatif hanya menganggap setiap situasi muncul dan cenderung mengambil sikap bertahan menghadapi para pesaingnya.

3. Cara perencanaan

Cara ini memberikan kerangka pedoman dan petunjuk arah yang tegas yang tidak dimiliki oleh kedua cara yang lain. Para perencanaan tingkat puncak mengikuti suatu prosedur yang sistematis yang mengharuskan mereka menganalisa lingkungan dan organisasi sehingga dapat mengembangkan suatu rencana untuk menyongsong masa depan.

c. Tipe-Tipe Strategi

Menurut Freddy Rangkuti (2006:6-7), pada prinsipnya terdapat tiga tipe-tipe strategi yaitu :

1. Strategi manajemen, meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya : strategi pengembangan produk, strategi penerapan harga, strategi akuisisi, strategi pengembangan pasar, strategi mengenai keuangan, dan sebagainya.

2. Strategi investasi, merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Ada dua tipe strategi yang dijelaskan oleh Tandelilin (2001:199).

a. Strategi pasif

Merupakan tindakan investor yang cenderung pasif dalam saham dan mendasarkan pergerakan sahamnya pada pergerakan indeks pasar. Strategi pasif mendasarkan diri pada asumsi bahwa; pasar modal tidak melakukan mispricing dan meskipun mispricing, para pemodal berpendapat bahwa mereka tidak bisa mengidentifikasi dan memanfaatkannya. Tujuan strategi pasif ini adalah memperoleh return portofolio sebesar return indeks pasar dengan menekankan seminimal mungkin resiko dan biaya investasi yang harus dikeluarkan.

b. Strategi Aktif

Merupakan tindakan investor secara aktif dalam melakukan pemilihan dan jual beli saham. Mencari informasi, mengikuti waktu dan pergerakan harga saham serta berbagai mendapatkan return abnormal. Tujuan strategi aktif ini adalah mendapatkan return portofolio saham yang melebihi return portofolio saham yang diperoleh dari strategi pasif.

3. Strategi bisnis, berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen. Definsi strategi bisnis antara lain :

Tunggal (2004:37) menjelaskan bahwa strategi bisnis merupakan strategi yang harus dijadikan landasan berpikir utama dalam pembuatan strategi teknologi informasi karena dalam strategi tersebut di sebutkan visi dan misi perusahaan berserta target kinerja masing-masing fungsi dan struktur organisasi.

Jatmiko (2004:135) menyatakan bahwa strategi bisnis merupakan serangkaian komitmen dan tindakan yang terintegrasi dan terkordinasi yang dirancang untuk menyediakan nilai bagi pelanggan dan dirancang untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dengan mengeksplorasi kompetensi inti dari pasar produk tunggal atau produk individual dan spesifik.

Dari berberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pengertian strategi bisnis adalah serangkaian tindakan yang terintegrasi dan terkordinasi yang dijadikan landasan berpikir utama dalam pembuatan strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

1.6.2. Teori Pemberdayaan

a. Definisi Pemberdayaan Masyarakat

Secara etimologis pemberdayaan berasal dari kata dasar “daya” yang berarti kekuatan atau kemampuan. Bertolak dari pengertian tersebut maka pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu proses menuju berdaya, atau proses untuk memperoleh daya/ kekuatan/ kemampuan, dan

atau proses pemberian daya/ kekuatan/ kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya.

Pemberdayaan sebagai terjemahana dari empowerment menurut Merrian Webster dalam Oxford English Dicteonary mengandung dua pengertian :

- a. *To give ability or enable to*, yang diterjemahkan sebagai member kemampuan atau kemungkinan
- b. *To give power of authority to*, yang berarti member kekuasaan.

Menurut Carlzon dan Macauley sebagaimana di kutip oleh Wasistiono (1998 :46) mengemukakan bahwa yang dimaksud dengan pemberdayaan adalah sebagi berikut “membebaskan seseorang dari kendali yang kaku, dan member orang kebebasan untuk bertanggung jawab terhadap ide-idenya, keputusan-keputusannya dan tindakantidaknya.”

Sementara dalam sumber yang sama, Carver dan Clatter Back (1995 : 12) mendefinisikan pemberdayaan sebagai berikut ”Upaya member keberanian dan kesempatan pada individu untuk mengambil tanggung jawab perorangan guna meningkatkan dan memberikan kontribusi pada tujuan organisasi”.

Menurut Shardlow (1998 : 32) mengatakan pada intinya : “pemberdayaan membahas bagaimana individu, kelompok ataupun komunitas berusaha mengontrol kehidupan mereka sendiri dan mengusahakan untuk membentuk masa depan sesuai dengan keinginan mereka”.

Bertolak pada kedua pendapat diatas dapat dipahami bahwa untuk konteks barat apa yang disebut dengan *empowerment* lebih merupakan pemberian kekuasaan daripada pemberian daya. Pengertian tersebut sangat wajar terbentuk, mengingat lahirnya konsep pemberdayaan di barat merupakan suatu reaksi atau pergulatan kekuasaan, sedangkan dalam konteks Indonesia apa yang disebut dengan pemberdayaan merupakan suatu usaha untuk memberikan daya, atau meningkatkan daya (Tri Winarni, 1998: 75-76).

Berkenaan dengan makna konsep pemberdayaan masyarakat, Winarni mengungkapkan bahwa inti dari pemberdayaan adalah meliputi tiga hal yaitu pengembangan, (*enabling*), memperkuat potensi atau daya (*empowering*), terciptanya kemandirian (Tri Winarni, 1998: 75).

Pada hakikatnya pemberdayaan merupakan penciptaan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Logika ini didasarkan pada asumsi bahwa tidak ada masyarakat yang sama sekali tanpa memiliki daya. Setiap masyarakat pasti memiliki daya, akan tetapi kadang-kadang mereka tidak menyadari atau daya tersebut masih belum diketahui secara eksplisit. Oleh karena itu daya harus digali dan kemudian dikembangkan. Jika asumsi ini berkembang maka pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya, dengan cara mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Di samping itu hendaknya pemberdayaan jangan menjebak masyarakat dalam perangkap ketergantungan (*charity*), pemberdayaan sebaliknya harus mengantarkan pada proses kemandirian. (Tri Winari, 1998: 76).

Akar pemahaman yang diperoleh dalam diskursus ini adalah:

1. Daya dipahami sebagai suatu kemampuan yang seharusnya dimiliki oleh masyarakat, supaya mereka dapat melakukan sesuatu (pembangunan) secara mandiri.
2. Pemberdayaan merupakan suatu proses bertahap yang harus dilakukan dalam rangka memperoleh serta meningkatkan daya sehingga masyarakat mampu mandiri (Tri Winarni, 1998: 76).

b. Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, prinsip pemberdayaan UMKM antara lain :¹

1. Pertumbuhan kemandirian, kebersamaan dan kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.
2. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan.
3. Pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetisi Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah.
4. Peningkatan daya saing UMKM.
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

c. Indikator Pemberdayaan UMKM

Berikut ini menjelaskan lebih mengenai beberapa indikator pelaksanaan pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah. Beberapa indikator yang menjadi alat ukur tersendiri terhadap pelaksanaan pemberdayaan UMKM antara lain :

1. Tersedianya SDM yang berkualitas dan profesional
Untuk dapat tersedianya SDM berkualitas dapat diperoleh melalui peningkatan pendidikan formal dan non formal, serta peningkatan kompetensi sumberdaya manusianya. Pendidikan merupakan salah satu pilar dalam pembangunan berkualitas. Pendidikan yang baik direfleksikan antara lain dengan indikator kesetaraan pendidikan, demokratis dalam penyelenggaraan pendidikan, populis tidak elitis, dan disesuaikan dengan pemberdayaan masyarakat yang relevan.
2. Tersedianya dukungan regulasi yang kondusif
Peningkatan kompetensi dapat diperoleh antara lain melalui kompetisi dalam membentuk jaringan, kompetisi teknologi informasi, kompetisi tim dan kompetisi mengkomunikasikan ide-idenya.

¹ Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008

1.6.3. Teori UMKM (Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah)

a. Definisi UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang.

1. Menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

a). Usaha mikro, usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 3000.000.000 (tiga ratus juta rupiah)

b). Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.

a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

c). Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS)

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UMKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang samapai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

3. Menurut Kementerian Keuangan

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan /usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya. Rp.600.000.000 atau aset (aktivan) setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya. Dari

berbagai pendapat diatas, pengertian UMKM dilihat dari berbagai aspek, baik dari segi kekayaan yang dimiliki pelaku, jumlah tenaga kerja yang dimiliki atau dari segi penjualan/omset pelaku UMKM.

b. Keunggulan dan Kelemahan UMKM

Menurut Suryana (2003:88), dalam UMKM terdapat beberapa keunggulan dan juga beberapa kelemahan.

1. Keunggulan UMKM

a. Memiliki kebebasan bertindak

Kebebasan untuk bertindak disini dimaksudkan kebebasan bertindak untuk menyesuaikan kekuatan usaha dengan keadaan yang sering kali berubah-ubah.

b. Fleksible

Perusahaan kecil sangat luwes dalam menyesuaikan diri dengan kebutuhan disekelilingnya.

c. Tidak mudah goncang

Karena bahan baku dan sumber daya lainnya kebanyakan lokal maka perusahaan kecil tidak rentan terhadap fluktuasi bahan baku impor. Bahkan bila bahan baku impor mahal dapat dijadikan peluang oleh perusahaan kecil yang menggunakan bahan baku lokal dengan memproduksi barang-barang keperluan ekspor.

2. Kelemahan UMKM

a. Aspek Structural

Kelemahan dalam aspek structural adalah kelemahan di bidang manajemen dan organisasi serta kelemahan dan penegndalian mutu.

b. Aspek Curtural

Aspek curtural menjadi penyebab munculnya kelemahan aspek structural. Aspek curtural mengakibatkan kurangnya akses

informasi dan lemahnya berbagai persyaratan lain guna memperoleh akses permodalan, pemasaran dan bahan baku.

Tabel 1.1.
Kriteria UMKM

No.	Usaha	Asset	Omzet
1	Usaha Mikro	Maks 50 juta	Maks 300 juta
2	Usaha Makro	>50 juta – 500 juta	300 juta – 2,5 miliar
3	Usaha Menengah	>500 juta – 10 miliar	>2,5 miliar – 50 miliar

Sumber : Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah

1.7. Definisi Konseptual

Definisi konsep adalah usaha untuk menjelaskan batasan pengertian antara konsep yang satu dengan yang lainnya. Karena sebuah konsep merupakan unsur pokok dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini, dapat diuraikan beberapa definisi konseptual yang akan digunakan yaitu antara lain:

1.7.1. Strategi

Suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai.

1.7.2. Pemberdayaan

Pemberdayaan (*empowerment*) adalah serangkaian dukungan untuk meningkatkan kemampuan serta memperluasluaskan segala akses kehidupan sehingga mampu mendorong kemandirian yang berkelanjutan terhadap masyarakat.

1.7.3. Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah

Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah diatur oleh undang-undang No 20 tahun 2008. Pengertian UMKM adalah peluang usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh undang-undang. Usaha kecil adalah peluang usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi yang kriteria usaha kecil sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang.

1.8. Definisi Operasional

Berdasarkan kerangka berfikir maka variabel yang diambil yaitu, Tipe Strategi menurut Freddy Rangkuti (2006:6-7) :

1. Strategi Manajemen
2. Strategi Bisnis
3. Strategi Investasi

1.9. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan suatu pengkajian dalam mempelajari peraturan-peraturan yang terdapat dalam penelitian. Dan apabila di tinjau dari sudut filsafat, metode penelitian merupakan epistemologi dari kegiatan penelitian.

1.9.1. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif pada pengumpulan data yang berbasis pendekatan wawancara untuk mengetahui Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan & Dinas Koperasi UMKM dalam memperdayakan UMKM Desa Wisata Batik Tulis Kliwonan di Kabupaten Sragen.

1.9.2. Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diambil dari hasil pengamatan langsung kepada objek dan subyek penelitian untuk memperkuat dan mendukung penelitian ini yaitu menguraikan teori-teori yang diperlukan dalam pembahasan masalah dengan mengumpulkan bahan atau data yang dianggap perlu dan mempunyai kaitan dengan judul yang diambil dari data-data tersebut, kemudian dijadikan sebagai alat bantu dalam penyelesaian penelitian ini.

Tabel 1.2.
Pengumpulan Data Primer

Nama Data	Sumber Data	Pengumpulan Data
Program Pemberdayaan UMKM Batik Tulis Tahun 2017	Disperindag & Dinkop UMKM Kabupaten Sragen	Wawancara
Pelaksanaan strategi UMKM Batik Tulis Kliwonan Tahun 2017	Disperindag & Dinkop UMKM Kabupaten Sragen	Wawancara
Hasil dari Strategi pemberdayaan UMKM Batik Tulis Kliwonan Tahun 2017	Disperindag & Dinkop UMKM Kabupaten Sragen dan Pengerajin Batik Tulis	Wawancara

2. Data Sekunder

Perolehan data sekunder merupakan data yang tidak didapatkan secara langsung, yaitu berupa dokumen-dokumen :

Tabel 1.3.
Pengumpulan Data Sekunder

Nama Data	Sumber Data	Pengumpulan Data
Perbup Tupoksi Disperindag & Dinkop UMKM	Disperindag & Dinkop UMKM Kabupaten Sragen	Dokumen
Renstra Disperindag 2016-2021	Disperindag & Dinkop UMKM Kabupaten Sragen	Dokumen

1.9.3. Lokasi Penelitian

Penelitian Strategi dalam Memperdayakan UMKM Desa Wisata Batik Tulis di Desa Kliwonan, Kecamatan Masaran, Kabupaten Sragen Tahun 2017 yaitu dengan meminta data tentang program dan strategi terkait dengan pelaksanaan strategi yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Perdagangan dan Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Sragen.

1.9.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Wawancara

Pengumpulan data dengan melakukan tanya jawab secara langsung dan langsung tatap muka dengan pihak terkait. Teknik yang digunakan adalah wawancara bebas tertimpin, artinya terlebih dahulu disediakan daftar pertanyaan sebagai pedoman, akan tetapi tidak menutup kemungkinan adanya variasi dan improvisasi pertanyaan yang di sesuaikan dengan situasi dan data yang dibutuhkan pada saat wawancara (Sutrisno dalam Fajar, 2016:50).

Berikut adalah daftar narasumber yang di wawancarai :

Tabel 1.4.

Daftar Narasumber

Jabatan/ Sebagai	Nama Narasumber
Ketua sub Bidang Perindustrian Kabupaten Sragen	Agus Tri Lastomo S.IP.,M.Si.
Ketua Klaster Batik Kabupaten Sragen	Suwanto

Pengrajin Batik	Sunarni
-----------------	---------

1.9.5. Unit Analisis Data

Unit analisis data adalah suatu satuan yang diteliti yang berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial seperti misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian.

Unit analisis data dalam penelitian ini adalah :

Tabel 1.5.

Daftar Subjek Penelitian

No	Jabatan/ Sebagai	Jumlah
1	Kepala Dinas Perindustrian Perdagangan Kabupaten Sragen	1
2	Ketua Klaster Batik Kabupaten Sragen	1
3	Pengerajin Batik	1
	Jumlah	3

1.10. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah membahas mengenai masalah dalam penulisan skripsi ini maka telah disusun sistematika penulisan yakni sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan : bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka dasar teori, definisi konseptual, definisi operasional, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Deskripsi Objek Penelitian : pada bab ini akan membahas mengenai deskripsi tentang profil Wilayah Kabupaten Sragen, profil Dinas Perindustrian Perdagangan & Dinas Koperasi UMKM serta profil Desa Wisata Batik Tulis Kliwonan.

BAB III Pembahasan : dalam bab ini akan dikemukakan hasil dan analisis dari penelitian mengenai Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan & Dinas Koperasi UMKM dalam Memberdayakan Desa Wisata Batik Tulis Kliwonan di Kabupaten Sragen.

BAB IV Penutup : bab ini terdiri dari dua hal yakni Kesimpulan dan Saran mengenai strategi Dinas Perindustrian & Dinas Koperasi UMKM dalam memperdayakan UMKM Desa Wisata Batik Tulis Kliwonan Tahun 2017.