**STRATEGI MENINGKATKAN MUTU PRODUK UNTUK MEMASUKI
PASAR INTERNASIONAL:
(Studi Pada Batik Tulis Klasik Kampung Giriloyo, Imogiri, Bantul)**

Aftoni Sutanto

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Ahmad Dahlan

Email: aftoni@uad.ac.id

Abstract

The purpose of this study to formulate international business strategies classical batik in Kampung Giriloyo, Imogiri to enter the international market. Methods This study used a qualitative approach with descriptive research. Selection of informants is the snowball method approach. In connection with the problems faced by classical batik artisans to improve the quality of products and markets its products in the international market, there are several strategies to overcome them. Improving product quality through the process of writing to the storage batik cloth batik perfect. Development of classical batik not only by producers but also must be supported by all stakeholders. Support is expected to come from the relevant agencies with policies to encourage the development of classical batik artisans. Support e-commerce facilitation of college related to the development of the international business strategy for a classical batik artisans acceleration phase transformation of traditional batik artisans towards modernization phase of the business.

Keywords: Batik classic, international markets, Giriloyo

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk merumuskan strategi bisnis internasional batik tulis klasik di Kampung Giriloyo, Imogiri, Bantul untuk memasuki pasar internasional. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pemilihan informan dilakukan dengan pendekatan metode snowball. Berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin batik tulis klasik untuk meningkatkan mutu produk dan memasarkan produknya di pasar internasional, ada beberapa strategi untuk mengatasinya.

Meningkatkan mutu produk melalui proses penulisan batik sampai penyimpanan kain batik yang sempurna. Pengembangan batik tulis klasik tidak hanya oleh pengrajin saja, tetapi juga harus didukung oleh stakeholder. Dukungan diharapkan datang dari instansi terkait dengan kebijakan untuk mendorong pengembangan pengrajin batik tulis klasik. Dukungan pendampingan e-commerce dari perguruan tinggi terkait pengembangan strategi bisnis internasional bagi pengrajin batik tulis klasik merupakan percepatan transformasi pengrajin batik dari fase tradisional menuju fase modernisasi bisnis.

Keywords: Batik tulis klasik, pasar internasional, Giriloyo

1. Pendahuluan

Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia yang adi luhung sebagai kerajinan tradisional turun-temurun yang kaya akan nilai-nilai budaya. Setiap motif batik tulis memiliki nilai dan makna yang menggambarkan kehidupan sehari-hari. Pesan yang dituliskan dalam motif batik bukan hanya sekadar sebuah karya seni, melainkan juga merupakan karya seni yang mempunyai nilai-nilai filosofis yang sangat mendalam dan menempati kedudukan yang penting dalam masyarakat. Warisan budaya batik membutuhkan kreativitas, keterampilan, ketelatenan, dengan pola atau motif yang beragam, seperti batik tradisional yang dibuat berdasarkan pakem dan memiliki makna tertentu, batik kontemporer yang merupakan produk inovasi, serta batik futuristik yang merupakan wujud berbagai kreasi busana berbahan batik.

Batik terbagi atas dua golongan besar, yaitu batik pedalaman dan batik pesisiran. Berdasarkan motif dan warnanya, batik pedalaman atau batik klasik motifnya mengandung filosofi kebudayaan Jawa yang sangat kental dan memiliki warna yang bersifat natural, seperti warna coklat, putih, dan biru. Jenis batik ini berkembang di daerah Yogyakarta dan Surakarta atau Solo. Adapun batik pesisiran banyak dipengaruhi oleh kebudayaan luar, seperti Cina, India, dan Arab, motifnya lebih 10 ekspresif dan bebas dengan warna yang lebih terang dan berani. Jenis batik ini berkembang di daerah pesisir pulau Jawa, seperti Cirebon, Pekalongan, dan Madura.

Dahulu, batik tidak terlepas dari kehidupan feodal dengan berbagai simbol-simbol dalam kehidupan. Kini, batik merupakan sebuah hasil karya seni budaya yang mengalami perkembangan yang pesat, batik bahkan memasuki kehidupan masyarakat yang luas sehingga warisan tradisional tersebut menjadi keharusan untuk dimiliki atau dipakai (Normaladewi, 2014). Meluasnya konsumen batik mendorong pengusaha batik untuk dapat memproduksi batik dengan berbagai tingkat kualitas dan harga.

Antariksa (2012). Kepala Sub Bidang Industri Kerajinan dan Sandang Kementerian Perindustrian dan Perdagangan (Kemenperindag), Dulles Sihombing, mengatakan jumlah unit usaha batik meningkat pesat sejak 2005. Berdasarkan data yang tercatat di Kemenperindag ada sekitar 21.600 unit usaha batik di Indonesia. Jika dibandingkan dengan data 2011, unit usaha meningkat hingga 18.000 unit usaha. Pada 2011, jumlah unit usaha batik tercatat sebanyak 39.600. Kementerian Perindustrian dan Perdagangan mengatakan pertumbuhan batik selama lima tahun terakhir menggembirakan.

Perkembangan batik yang sangat luas serta menggambarkan ciri khas budaya Indonesia tersebut, maka batik bisa diakui oleh *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) sebagai warisan budaya dunia asal Indonesia. Badan PBB untuk pendidikan, ilmu pengetahuan dan budaya (UNESCO) mengukuhkan batik sebagai warisan budaya dunia asli Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009. Sejak saat itulah, pada tanggal 2 Oktober diperingati sebagai “Hari Batik” di Indonesia.

Pengakuan yang sangat kuat dari *United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) pada tanggal 2 Oktober 2009, merupakan peluang yang sangat bagus untuk mendorong para pengusaha batik di Indonesia dalam memasarkan produk batik ke pasar internasional. Pangsa pasar internasional sangat menjanjikan bagi kemajuan dan kemakmuran rakyat Indonesia.

Namun sangat disayangkan bahwa sampai saat ini penjualan batik sangat dominan disekitar wilayah Indonesia hanya untuk melayani konsumen lokal dalam negeri saja. Sedangkan penjualan ke pasar internasional masih sangat terbatas dan sebagian kecil saja yang menjual ke pasar internasional. Dengan demikian, perumusan strategi bisnis menjadi penting dan mendesak untuk dikaji dan diteliti lebih mendalam guna memasuki pasar internasional. Perumusan strategi ini juga sangat penting untuk menjaga dan melestarikan batik sebagai warisan budaya bangsa yang memiliki nilai-nilai budaya adi luhung bagi bangsa

Indonesia. Tujuan dari kajian ini adalah untuk menggali dan menganalisis secara mendalam mengenai perumusan strategi bisnis dalam peningkatan mutu produk untuk memasuki pasar internasional bagi pengrajin batik tulis klasik kampung Giriloyo.

2. Tinjauan Pustaka

Batik adalah kerajinan karya seni rupa pada kain yang memiliki nilai seni tinggi yang turun-temurun telah menjadi bagian dari budaya Indonesia. Kerajinan membatik adalah proses penulisan gambar atau ragam hias pada kain dengan pewarnaan rintang yang menggunakan lilin batik sebagai perintang warna (Wijaya, 2012). Batik berasal dari bahasa jawa yaitu *mbatik* yang berasal dari dua kata, yaitu *amba* yang artinya lebar, luas, kain. Kemudian kata *titik* yang berarti titik atau matik (kata kerja membuat batik) yang berarti menghubungkan titik-titik menjadi gambar tertentu pada kain yang luas atau lebar (Wulandari, 2011:4).

Keunikan motif serta corak yang dihasilkan dari batik-batik berbagai daerah merupakan kekuatan yang sangat luar biasa, khususnya bagi kekayaan seni budaya Indonesia. Belum ada di negara manapun yang memiliki kekayaan desain motif batik seperti yang dimiliki oleh bangsa Indonesia. (Sarinastiti, 2011)

Proses membuat batik membutuhkan kreativitas, keterampilan, ketelatenan, dengan pola atau motif yang beragam, seperti batik tradisional yang dibuat berdasarkan pakem dan memiliki makna tertentu, batik kontemporer yang merupakan produk inovasi, serta batik futuristik yang merupakan wujud berbagai kreasi busana berbahan batik (Normaladewi, 2014).

2.1 Manajemen Strategi

Manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana disiratkan oleh definisi ini, manajemen strategis berfokus pada usaha untuk mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasional (David, 2011: 5).

Proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap (David, 2011: 6-7), yaitu perumusan (formulasi) strategi, penerapan (implementasi) strategi, dan (evaluasi) penilaian strategi.

1. Perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternatif, dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan.
2. Penerapan strategi mengharuskan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi-strategi yang telah dirumuskan dapat dijalankan. Penerapan strategi mencakup pengembangan budaya yang suportif pada strategi, penciptaan struktur organisasional yang efektif, pengerahan ulang upaya-upaya pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan serta pemanfaatan sistem informasi, dan pengaitan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi. Menerapkan strategi berarti memobilisasi karyawan dan manajer untuk melaksanakan strategi yang telah dirumuskan. Penerapan strategi merupakan tahap yang paling sulit karena membutuhkan disiplin, komitmen, dan

pengorbanan personal. Penerapan strategi yang berhasil bergantung pada kemampuan manajer untuk memotivasi karyawan yang lebih merupakan seni daripada pengetahuan.

3. Penilaian strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategis. Manajer harus tahu kapan ketika strategi tertentu tidak berjalan dengan baik. Semua strategi terbuka untuk dimodifikasi di masa yang akan datang karena berbagai faktor eksternal dan internal terus-menerus berubah. Tiga aktivitas penilaian strategi yang mendasar, yaitu (1) peninjauan ulang faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi saat ini, (2) pengukuran kinerja, dan (3) pengambilan langkah korektif. Penilaian strategi diperlukan karena apa yang berhasil saat ini tidak selalu berhasil nanti.

Proses manajemen strategi dapat digambarkan sebagai pendekatan yang objektif, logis, dan sistematis untuk membuat keputusan besar dalam organisasi. Inovasi yang dibutuhkan adalah kemampuan wirausaha dalam menambahkan nilai guna atau nilai manfaat terhadap suatu produk dan menjaga mutu produk dengan memperhatikan *market oriented* atau apa yang sedang laku di pasaran. Dengan bertambahnya nilai guna atau manfaat pada sebuah produk, daya jual produk tersebut juga meningkat di mata konsumen (Buchari, Alma: 2000; Arif:2007 dalam Normaladewi: 2014).

2.2 Bisnis Internasional

Bisnis Internasional adalah bisnis yang kegiatan-kegiatannya melewati batas-batas negara. Definisi ini tidak hanya termasuk perdagangan internasional dan pemanufakturan di luar negeri, tetapi juga industri jasa yang berkembang di bidang-bidang seperti transportasi, pariwisata, perbankan, periklanan, konstruksi, perdagangan eceran, perdagangan besar dan komunikasi massa (Charles, W., et al., 2014)

Bisnis internasional dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan dari lingkungan internasional seperti:

1. Politik. Ada kecenderungan terhadap penyatuan dan sosialisasi komunitas global. Kesepakatan AFTA/CAFTA
2. Teknologi. Kemajuan-kemajuan dalam teknologi komputer dan komunikasi memungkinkan aliran gagasan dan informasi yang meningkat melewati batas-batas negara dan memungkinkan para pelanggan mempelajari barang-barang luar negeri.. Internet dan komputerisasi jaringan memungkinkan perusahaan kecil bersaing secara global karena memungkinkan adanya aliran informasi yang cepat tanpa mempedulikan lokasi fisik pembeli dan penjual
3. Pasar. Dengan mendunianya perusahaan-perusahaan mereka juga menjadi pelanggan-pelanggan global. Mengetahui pasar dalam negeri telah jenuh, juga membuat perusahaan-perusahaan mulai merambah pasar-pasar di luar negeri terutama ketika para pemasar menyadari ada suatu kesamaan selera dan gaya hidup pelanggan yang diakibatkan oleh meningkatnya perjalanan wisatawan, TV satelit dan pemakaian merek global.
4. Biaya. *Economic of scale* untuk mengurangi biaya per unit selalu merupakan tujuan manajemen. Salah satu alat untuk mencapainya adalah mengglobalisasi lini-lini produk untuk mengurangi biaya pengembangan produksi dan persediaan. Perusahaan juga dapat menempatkan produksi di negara-negara dimana biaya produksinya lebih rendah.
5. Persaingan. Pesaing harus meningkat secara intensif. Perusahaan-perusahaan baru yang banyak berasal dari negara-negara berkembang dan industri baru, telah memasuki pasar-pasar dunia di bidang permobilan dan elektronik. (Charles, W., et al., 2014)

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yaitu menggali secara mendalam permasalahan yang diteliti. Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti. Penelitian deksriptif bertujuan untuk menggambarkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perkembangan usaha batik tulis kampung Giriloyo, Imogiri, Bantul.

Situs penelitian ini dilakukan di batik tulis kampung Giriloyo. Pemilihan situs dilakukan berdasarkan beberapa tahap, *pertama* batik tulis klasik yang menghadapi kendala dalam peningkatan mutu produk serta kendala dalam penjualan di pasar internasional. *Kedua* dipilih kabupaten Bantul karena memiliki beberapa kelompok pengrajin batik. *Ketiga* dipilih kampung Giriloyo karena memiliki usaha batik tulis klasik yang paling lama menjalankan proses bisnisnya. *Keempat* memilih situs batik tulis klasik yang mempertahankan motif-motif jawa kuno asli.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Lama waktu pengumpulan data dilakukan secara intensive selama dua bulan, yaitu mulai tanggal 9 Juni sampai 6 Agustus 2016.

3.1 Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah semua data yang terkumpul dianggap memenuhi kecukupan data. Analisis data kualitatif bersifat deduktif, yaitu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Teknis analisis yang digunakan adalah analisis model interaktif yang terdiri dari tiga komponen analisis yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Reduksi data yaitu proses pemilihan data, menyederhanakan data penting yang dibutuhkan dari lapangan, dan menyisihkan data yang kurang penting yang muncul dari catatang di lapangan (Sugiyono, 2010:338). Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pemngumpulan data selanjutnya dan mencari data tersebut jika suatu saat diperlukan.

Penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. setelah data direduksi, selanjutnya adalah menyajikan data tersebut. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang biasa dilakukan adalah dengan teks yang bersifat naratif atau uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya (Sugiyono, 2010:341). Sehingga memudahkan pembaca memahami fenomena yang sedang terjadi dan merencanakan apa yang selanjutnya akan dikerjakan berdasarkan data tersebut.

Penyajian data berasal dari hasil reduksi dan hasil selama penelitian berlangsung atau selama proses pengmpulan data agar tidak ada data penting yang tertinggal. Demikian dalam verivikasi data juga memerlukan validitas data tersebut kembali ke proses pengumpulan data.

Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara yang mendalam dengan informan baik pemilik usaha maupun pengrajin batik tulis mengenai strategi bisnis internasional. Sedangkan data yang lainnya diperoleh dari artikel yang tersaji di media massa baik elektronik maupun cetak. Selama proses pengumpulan data ini, peneliti mereduksi data, memilih informasi yang dibutuhkan terkait dengan strategi bisnis internasional batik tulis.

Selanjutnya peneliti menarik kesimpulan atau verivikasi terhadap penyajian data mulai dari proses pengumpulan data sampai pada data dari hasil reduksi yang dilakukan. Proses verivikasi dilakukan selama proses ketiga kegiatan lainnya, yaitu pengumpulan data, penyajian data, dan reduksi data merupakan hasil akhir yang didapatkan oleh peneliti.

Pengecekan keabsahan data atau validitas data adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kehandalan suatu alat ukur. Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data dengan triangulasi.

Triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu (Sugiyono, 2010:369). Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Peneliti melakukan pengecekan informasi yang diperoleh dengan menanyakan hal yang sama kepada beberapa orang yang dianggap paham mengenai stratgei bisnis internasional batik tulis yang diteliti.

4. Hasil dan pembahasan

Kampung Giriloyo Imogiri terletak sekitar 20 kilometer ke arah selatan dari pusat kota Yogyakarta. Daerah Giriloyo berjarak sekitar 1-2 kilometer dari areal makam raja-raja Mataram, Keraton Yogyakarta, serta makam para seniman agung. Wilayah geografis Giriloyo berbukit-bukit dengan jalan sempit serta turunan dan tanjakan yang tajam. Giriloyo masuk ke dalam wilayah Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri. Desa ini terdiri atas 16 dusun, 95 rukun tetangga dan 5.600 kepala keluarga atau sekitar 16.000 jiwa.

Batik Giriloyo mulai berdiri sejak jaman pemerintahan Sultan Agung dari kerajaan Mataram. Pada tahun 1654, Sultan Agung memerintahkan daerah perbukitan Imogiri menjadi areal makam para raja. Sehingga, para abdi dalem kraton pun harus ada yang menjaga daerah tersebut. Selain menjaga makam, para abdi dalem tersebut juga membatik untuk keperluan kraton. Sampai saat ini, generasi penerus para abdi dalem kraton ini terus membatik untuk melestarikan budaya bangsa.

Pada tahun 2006 terjadi bencana alam yaitu gempa yang sangat besar sehingga menghancurkan wilayah ini. Tiap pengrajin mengalami kerugian sampai puluhan juta rupiah akibat rumah ambruk dan hilangnya peralatan batik. Namun demikian, para perajin mendapat bantuan kain dan peralatan dari Pemerintah Daerah Bantul dan beberapa Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Pada tahun 2007-2008, Dukungan dari Pemerintah Daerah juga mengalir dalam bentuk perbaikan sarana transportasi jalan. LSM membantu membuatkan Gazebo, sebuah areal mirip lapangan sebagai tempat pameran dan pelatihan membatik di Giriloyo. Sampai saat ini jumlah kelompok pengrajin batik di Giriloyo ada banyak, seperti yang disampaikan informan "*disini sekarang ada 13 kelompok pengrajin batik*". Sehingga bisnis batik di Giriloyo sangat terkenal di tingkat nasional bahkan di tingkat internasional.

Situs penelitian ini menggunakan batik tulis klasik Bima Sakti. Proses produksi batik tulis klasik Bima Sakti ini merupakan bisnis keluarga yang sudah turun-temurun beberapa generasi. Sedangkan penggunaan nama Bima Sakti baru dimulai sejak tahun 1982. Alasan pemilihan situs Bima Sakti ini karena Bima Sakti memenuhi kriteria penelitian yaitu batik tulis klasik yang terkendala dalam pemasaran internasional. Batik tulis klasik Bima Sakti berkomitmen mempertahankan warisan nilai-nilai budaya jawa yang sudah lama digelutinya. Motif dan kualitas batik juga dipertahankan sehingga tidak menghilangkan nilai filosofi yang melekat dalam motif batik. Seperti yang disampaikan oleh informan yang berkomitmen terhadap wasiat dari Bapak Lurah (Alm) "*Ti besok kamu tetap mempertahankan batik kuno, sebab kalau tidak kamu pertahankan dan kamu hanya ikut-ikutan batik yang lainnya, nanti batik kuno kahawatir hilang*". Hal inilah yang membedakan antara produk batik tulis klasik yang dihasilkan oleh Bima Sakti dengan produk batik tulis yang dihasilkan oleh pengrajin lainnya.

Selain produk batik yang berbeda dengan pengrajin lainnya, rumah yang berbentuk Joglo juga merupakan pembeda dengan pengrajin lainnya. Rumah Joglo ini juga dipertahankan karena merupakan warisan jawa yang memiliki nilai filosofi budaya jawa yang

sangat tinggi. Hal ini juga sesuai dengan yang disampaikan informan yang komit terhadap wasiat dari Bapak Lurah (Alm) *“Rumah mu ini juga tidak usah dirubah, yang buat rumah bagus biar anak-anakmu, kamu mempertahankan seperti ini saja, nanti kalau ada turis yang datang malah heran dan kagum.”* Dengan demikian upaya mempertahankan rumah joglo juga menjadi komitmen kelompok pengrajin batik tulis Bima Sakti ini.

4.1 Peningkatan Mutu Produk Batik Tulis Klasik Bima Sakti

Hasil observasi di beberapa kelompok pengrajin batik di kampung Giriloyo, Imogiri, Bantul menggambarkan bahwa dalam peningkatan mutu produk batik sangat bervariasi, mulai dari proses penulisan batik di kain sampai pada penyimpanan dan penyajian kain batik kepada konsumen. Kebanyakan dalam penulisan batik pada kain dilakukan hanya pada halaman muka saja. Hal ini terjadi karena alasan biaya proses membatik pada kain pada halaman muka saja bisa lebih efisien dalam hal biaya dan waktu proses membatik jauh lebih cepat. Sehingga cara ini banyak yang dilakukan oleh kebanyakan pengrajin kain batik. Seperti yang dituturkan oleh informan sebagai berikut, *“kalau disini dan beberapa tempat pengrajin yang lainnya menulis batik pada kain hanya satu halaman depan saja, sedangkan yang halaman kain bagian belakan tidak di tulis lagi supaya biayanya murah dan waktunya lebih cepat selesai”*. Namun sebenarnya, metode ini kurang tepat karena akan berpengaruh pada mutu produk kain batik. Karena hanya halaman muka saja yang di batik, maka output kain batik kurang bagus pada gaya dan penampilan kain batik pada saat digunakan.

Hasil wawancara yang mendalam kepada beberapa informan mengenai penulisan batik pada kain dapat diperoleh suatu kesimpulan bahwa untuk mempertahankan mutu produk kain batik dalam jangka panjang, maka metode penulisan batik pada kain dilakukan pada kain bagian depan dan juga pada kain bagian belakang. Hal ini akan berdampak pada saat memberikan pewarnaan kain yang lebih bagus dan lebih indah ketika dikenakan oleh pemiliknya. Konsukwensi logis metode ini adalah proses waktu membatik pada kain jauh lebih lama dan biaya menulis kain batik jauh lebih tinggi.

Upaya selanjutnya untuk meningkatkan mutu produk kain batik terletak pada proses penyimpanan atau penyajian kepada konsumen. Hasil observasi dan wawancara kepada beberapa informan diperoleh hasil bahwa kebanyakan para pengrajin batik melakukan penyajian dan penyimpanan produk kain batik kurang diperhatikan. Proses penyajian dan penyimpanan kain batik umumnya hanya digantung pada tempat baju dan diletakan pada display atau etalase, dengan maksud supaya konsumen bisa melihat dan tertarik terhadap produk kain batik dan kemudian berminta untuk membelinya. Ternyata metode ini kurang tepat karena bisa mengurangi kualitas warna kain batik tersebut. Dampak yang langsung bisa berpengaruh pada kain batik yaitu kotoran debu yang menempel pada kain batik sehingga akan berdampak pada produk batik semakin menurun kualitas kain batiknya. Kemudian kalau dimasukan dalam etalase kaca akan berdampak pada kualitas warna batik semakin menurun yang disebabkan oleh pantulan cahaya matahari.

Hasil yang dapat disimpulkan untuk mempertahankan dan meingkatkan mutu produk kain batik dalam hal penyajian dan penyimpanan adalah dengan menggunakan metode penyimpanan yang diletakan dalam almari yang ditutup rapat dan almari diletakan pada tempat yang tidak terkena sinar matahari. Kemudian ketika ada konsumen yang berminat untuk membeli kain batik maka pada saat itu juga produk kain batik dikeluarkan dan ditunjukan kepada konsumen yang akan membelinya. Dengan metode penyimpanan dan penyajian seperti ini dapat dijelaskan secara rinci bahwa kain batik akan terhindar dari kotoran debu yang ada kemungkinan bisa menempel di kain batik tersebut. Selain itu, produk kain batik tidak terkena sinar matahari baik secara langsung maupun secara tidak langsung. Sehingga ada proses pematangan antara penulisan batik pada kain dengan proses

pewarnaannya. Hal ini akan menjadikan kain batik bisa bertahan dan bahkan bisa meningkatkan mutu produk kain batik dalam waktu yang sangat lama.

4.2 Pemasaran Batik Tulis Klasik Bima Sakti

Selama ini penjualan batik tulis klasik tidak dipasarkan di pasar dalam negeri. Karena selain harganya paling tinggi diantara pengrajin yang ada, motifnya juga khusus batik tulis klasik yang dipertahankan dari motif turun-temurun dari keraton. Selama ini batik tulis klasik Bima Sakti hanya melakukan penjualan kepada pembeli yang datang langsung ke lokasi pengrajin batik tulis klasik. Ada beberapa pembeli lokal yang sudah mengetahui batik tulis klasik dan akan melakukan pembelian secara langsung, maka pembeli lokal tersebut bisa datang langsung ke lokasi pengrajin batik tulis. Tetapi tidak sedikit pembeli lokal yang tidak jadi membeli batik tulis motif klasik karena harganya paling tinggi diantara kelompok batik yang ada di Giriloyo. Hal ini seperti yang disampaikan oleh informan *“Dari sekian banyak kelompok pengrajin batik yang harganya paling mahal adalah di sini”*.

Namun demikian motif ini sangat digemari oleh konsumen dari luar negeri. Para pembeli dari manca negara yang datang langsung ke lokasi pengrajin untuk membeli batik tulis klasik. Pembeli dari manca negara yang datang langsung ke lokasi seperti dari Austria, Kanada, Amerika, Jerman, Australia, Jepang dan lain-lain. Namun setelah terjadi bom Jakarta dan bom Bali maka pembeli dari luar negeri mulai berkurang sangat drastis karena ada larangan wisata ke Indonesia. Namun demikian, Sampai saat masih ada satu pembeli loyal, yaitu pembeli dari Jerman yang bernama Brigitta sudah sejak tahun 1999. Seperti yang disampaikan oleh informan, *“Tetapi yang pasti dari Jerman. Selalu melakukan pesanan secara rutin, misal pesan tahun sekarang akan diambil tahun depan. Kemudian pada saat mengambil pesanan, pembeli tersebut melakukan pesanan lagi untuk diambil tahun berikutnya.”* Biasanya pembeli dari Jerman ini setahun sekali sekitar bulan Maret – April setiap tahunnya.

Permasalahan yang dihadapi pengrajin batik tulis klasik saat ini adalah kendala memasarkan batik tulis klasik ke pasar internasional pasca bom Jakarta dan bom Bali. Keterbatasan pengetahuan pengrajin batik mengenai sistem informasi yang diintegrasikan dengan strategi pemasaran menjadi kendala dalam memasarkan batik ke pasar internasional. Dalam hal ini, peran perguruan tinggi menjadi sangat strategis untuk memberikan pendampingan fokus pada upaya memasarkan batik tulis klasik di pasar internasional yang dikemas dalam strategi *e-commerce*. Perumusan strategi ini merupakan percepatan transformasi pengrajin batik dari fase tradisional menuju fase modernisasi bisnis internasional.

4.3 Data Base Katalog Batik Tulis Klasik

Implementasi strategi *e-commerce* diawali dengan perancangan dan pengembangan data base katalog batik tulis klasik yang berbasis pada web. Pada tahap perancangan dan pengembangan ini dirumuskan proses bisnis yang akan digunakan sebagai media transaksi antara penjual batik tulis klasik di Giriloyo Bantul dengan calon pembeli potensial yang berada di pasar internasional. Masing-masing pihak akan dimudahkan dalam melakukan transaksi bisnisnya, pihak pengrajin akan lebih mudah dalam menginformasikan semua produk yang dihasilkan, sedangkan calon pembeli potensial yang berada di luar negeri jauh lebih mudah untuk mendapatkan batik tulis klasik asli dari Giriloyo yang terkenal sangat berkualitas.

Tahap berikutnya adalah melakukan input semua informasi batik tulis klasik secara detail dalam data base katalog sehingga bisa diakses oleh semua calon pembeli potensial yang berada di pasar internasional. Data base katalog batik tulis klasik didesain sistematis

untuk memudahkan semua user sistem informasi dalam proses bisnis ini. Pengembangan model aplikasi ini dapat di benchmark oleh pengrajin batik tulis di seluruh pelosok nusantara untuk percepatan transformasi dari bisnis tradisional menuju bisnis batik yang modern.

Hasil yang bisa dimanfaatkan dari data base katalog ini selain untuk mempermudah proses transaksi bisnis batik tulis ke pasar internasional, data base katalog batik juga bisa dimanfaatkan memberikan informasi yang valid kepada pemerintah daerah atas kinerja pengrajin batik tulis bermotif klasik untuk meningkatkan strategi bisnis internasional. Sehingga nilai-nilai budaya bangsa Indonesia yang memiliki filosofi yang sangat tinggi bisa terjamin kelestariannya.

4.4 Kebijakan yang berpihak pada pengrajin

Keberhasilan perancangan dan pengembangan proses bisnis internasional batik tulis klasik harus didukung oleh peran instansi yang terkait berupa upaya-upaya yang mampu menghasilkan sebuah kebijakan proses bisnis yang berpihak kepada pengrajin batik tulis klasik di Giriloyo. Peran dan sikap instansi sangat strategis untuk mendorong perkembangan batik tulis klasik untuk menjual produknya ke pasar internasional.

Implementasi kebijakan instansi pemerintah yang sangat riil dan tepat sasaran antara lain 1) pelatihan dan pemberdayaan tenaga pengrajin dalam pengembangan kualitas batik tulis bermotif klasik. 2) dukungan pemerintah dalam revitalisasi teknologi dan peralatan yang lebih modern. 3) pemberian kredit yang mudah dan dengan prosedur yang sederhana. Hasil yang akan diperoleh ketika pemerintah mengimplementasikan ketiga program besar tersebut dengan tegas dan konsisten maka akan menciptakan hasil yang sangat luar biasa di pengrajin batik tulis klasik yang nantinya akan berdampak secara nasional .

5. Kesimpulan

Hasil dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa perumusan strategi bisnis batik tulis klasik harus dimulai dengan peningkatan mutu produk kain batik baik mulai dari proses penulisan batik pada kain bagian depan dan pada kain bagian belakang. Sehingga hasil mutu produk jauh lebih baik. Selanjutnya adalah proses penyimpanan dan penyajian kepada calon konsumen yang akan membeli produk kain batiknya.

Selanjutnya dalam perumusan strategi bagi UMKM harus didukung oleh stakeholders, antara lain keberadaan instansi pemerintah yang memiliki peran strategis untuk mendorong perkembangan batik tulis klasik untuk menjual produknya ke pasar internasional. Implementasi kebijakan antara lain 1) pelatihan dan pemberdayaan tenaga pengrajin dalam pengembangan kualitas batik tulis bermotif klasik. 2) dukungan pemerintah dalam revitalisasi teknologi dan peralatan yang lebih modern. 3) pemberian kredit yang mudah dan dengan prosedur yang sederhana. Kemudian peran perguruan tinggi menjadi sangat strategis untuk memberikan pendampingan fokus pada upaya memasarkan batik tulis klasik di pasar internasional yang dikemas dalam strategi *e-commerce*. Perumusan strategi ini merupakan percepatan transformasi pengrajin batik dari fase tradisional menuju fase modernisasi bisnis internasional.

Daftar Pustaka

- Antariksa, Basuki. 2012. Konsep Ekonomi Kreatif: Peluang dan Tantangan Dalam Pembangunan di Indonesia. Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Jakarta.
- Charles W. L. Hill, Chow-Hou Wee, Krishna Udayasankar, 2014. International Business: An Asian Perspective. Penerbit Salemba. Jakarta.
- David, Fred, R. 2011. *Manajemen Strategis Konsep*. Buku 1 Edisi 12. Editor Palupi Wuriati. Salemba Empat. Jakarta.
- Normaladewi, Andi. 2014. Peran lingkungan industri dan fenomena inovasi dalam pengembangan usaha kecil menengah batik. Studi pada batik tulis Raden Wijaya Batu dan Batik tulis Celaket Malang. Tesis tidak dipublikasikan. Malang
- Sarinastiti, Widi. 2011. Perancangan Website Ensiklopedia Batik Untuk Remaja Dengan Konsep Aesthetic Friendly. Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Surabaya.
- Sugiyono, 2010. Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- Tirtaamidjaja, Nurjiswan. 2012. *Fenomena Batik Indonesia*. batiktusta.blogspot.com. September 2014.
- Wijaya, Ekaprana. 2012. Adaptasi motif batik semarang pada industri kaos sebagai upaya menggalakkan industri kreatif berbasis budaya lokal, arsip mawapres UDINUS 2012, Semarang.
- Wulandari, Ari, 2011. Batik Nusantara: Filosofi, cara pembuatan dan industri batik. ANDI, Yogyakarta.