



## **Membangun *City Image* Kota Batik melalui Penguatan Ekonomi Kreatif Industri Kerajinan (*Craft*)**

***Building the Image of Batik City by Empowering the Craft Creative Industry***

**Catur Ragil Sutrisno, Amalia Ilmiani, Titi Rayahu Prasetyani**

Universitas Pekalongan

[caturunikal@gmail.com](mailto:caturunikal@gmail.com), [am3lhardjo@gmail.com](mailto:am3lhardjo@gmail.com), [titi.unikal@gmail.com](mailto:titi.unikal@gmail.com)

### **Abstrak**

Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi produk-produk kerajinan yang paling populer dan kemudian diikuti dengan mendesain produk-produk. Metode yang digunakan adalah metode *Research and Development* (R&D). Objek penelitian adalah Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kabupaten Pekalongan. Tahapan-tahapan kegiatan meliputi 1) analisis kebutuhan, 2) pengumpulan data, 3) desain produk. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kabupaten Pekalongan memiliki daya saing di sektor industri batik. Produksi kain dan fesyen batik telah melegenda dan menjadi slogan dari Kabupaten Pekalongan, yaitu Bumi Legenda Batik Nusantara. Kerajinan batik masih dapat dikembangkan mengingat bahwa material-material mentah dan tenaga kerja terpenuhi sehingga batik tidak hanya berupa produk fesyen tetapi juga kerajinan tangan yang dibuat dari limbah batik yang kemudian memperkuat identitas Kabupaten Pekalongan sebagai legenda batik.

**Keyword :** kerajinan tangan, IKM, legenda batik

### **Abstract**

*This study aims to identify the most popular craft products and then follow up with designing products. The method used is research and development (R & D) method. The object of research is Small and Medium Industries (IKM) in Pekalongan Regency. Stages of activities include 1) needs analysis, 2) data collection, and 3) product design. The results show that Pekalongan Regency has competitiveness in the batik industry sector. The production of batik cloth and batik fashion has become a legend so that the tagline of Pekalongan Regency that was rolled out was the Bumi Legenda Batik Nusantara. Batik crafts can still be developed considering that raw materials and labor are fulfilled so that batik is not only the main product in the form of fashion, but also handicrafts taken from batik waste and further strengthens the identity of Pekalongan Regency as a legend of batik.*

**Keyword :** *handicraft, IKM, legend of batik*

## **PENDAHULUAN**

Iklim perekonomian Indonesia perlu mendorong pemerintah untuk mengokohkan fondasi ekonomi, terutama pada sektor riil. Salah satu sektor riil yang sangat layak menjadi prioritas adalah ekonomi kreatif. Kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu pada keunggulan sumber daya manusia yang bersumber pada ide-ide kreatif pemikiran manusia. Untuk mewujudkan upaya tersebut pada tanggal 20 Januari 2015 Presiden Joko Widodo melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif membentuk lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif. ([www.bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id)).

Menurut Kepala Badan Ekonomi Kreatif, Triawan Munaf, ada tiga sektor ekonomi kreatif berkembang dengan pesat dan memiliki potensi yang tinggi untuk dikembangkan, yaitu : fashion, kuliner dan *crafts* (kerajinan tangan) (Julianto, 2017). Salah satu subsektor dalam ekonomi kreatif adalah seni kriya. Dilihat dari materialnya seni kriya meliputi segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik dan tekstil. Kerajinan tekstil salah satunya adalah kerajinan batik.



Industri batik tidak terlepas dari nama Pekalongan. Wilayah Pekalongan yang terdiri dari Kota Pekalongan dan Kabupaten Pekalongan merupakan daerah yang memiliki potensi unggulan di sektor industri batik khususnya industri kecil dan menengah (IKM) selain Jogja, Solo, Madura dan Cirebon. Faktor ketersediaan bahan baku yang melimpah dan kreativitas sumber daya manusia menjadi faktor penting majunya industri ini.

Daya kreatif dan inovatif mutlak diperlukan agar produk dapat bersaing di pasaran. Kreatifitas dapat dimulai dari tahap perancangan produk, perancangan proses, sampai dengan tahap promosi dan pemasaran. Industri batik harus mampu merancang suatu produk yang benar-benar menarik tidak hanya berupa fashion batik saja namun juga kerajinan tangan (*craft*) yang terbuat dari batik sehingga dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dan terutama dapat membangun *city image* Kabupaten Pekalongan sebagai salah satu daerah industri batik terbesar di Indonesia.

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana membangun *city image* Kabupaten Pekalongan sebagai kota batik melalui penguatan ekonomi kreatif industri kerajinan (*craft*) batik dengan perancangan dan implementasi produk?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***City Image* atau Citra Kota**

Riset mengenai *city image* atau citra kota dimulai pada tahun 1960-an oleh Kevin Lynch seorang tokoh peneliti kota dari Amerika. Teori-teori mengenai citra kota mengarahkan pandangan perancangan kota terhadap pendapat dan pikiran orang yang tinggal dan hidup di dalam kota tersebut. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, citra berarti 1) rupa, gambar, gambaran, 2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk, 3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan. Sedangkan definisi kota secara umum dapat diartikan tempat bermukimnya warga kota, tempat bekerja, tempat kegiatan dalam bidang ekonomi, pemerintah dan lain-lain. Dengan demikian citra kota dapat diartikan sebagai gambaran mental dari sebuah kota sesuai dengan rata-rata pandangan masyarakatnya (Lynch, 1960 dalam Jannah, *et al* (2014).

Wandari, *et al* (2014) berpendapat bahwa dalam dunia pariwisata, citra kota diasumsikan sama dengan citra merek. Sedangkan citra merek menurut Kotler (2006:266) dalam Wandari, *et al* (2014), adalah penglihatan dan kepercayaan yang terpendam di benak konsumen sebagai cerminan asosiasi yang bertahan di ingatan konsumen.

### **Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Konsep ini biasanya didukung dengan keberadaan industri kreatif yang menjadi pengejawantahannya. Istilah ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins di tahun 2001. Diawali pada tahun 1997 dimana saat itu Howkins menyadari potensi adanya sebuah perubahan industri ekonomi yang berdasar pada kreativitas masyarakat.

Ekonomi kreatif akan menggeser produk-produk hasil industri konvensional dan memberikan solusi baru yang lebih tepat untuk kebutuhan pasar, antara lain : 1) munculnya bisnis startup, 2) Percepatan inovasi, 3) bisnis menjadi lebih kompetitif, 4) menciptakan manusia yang kreatif, 5) peningkatan kualitas produk, 6) membuka lapangan pekerjaan, dan 7) memacu pertumbuhan ekonomi.

Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) merupakan lembaga baru non kementerian yang bertanggungjawab langsung terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Bekraf mempunyai visi membangun Indonesia menjadi salah satu kekuatan ekonomi dunia dalam ekonomi kreatif pada tahun 2030. Bekraf menetapkan 16 subsektor dan industri



kreatif yang menjadi fokus untuk dikelola dan dikembangkan, yaitu : 1) aplikasi dan pengembangan permainan, 2) arsitektur, 3) desain interior, 4) desain komunikasi visual, 5) desain produk, 6) fashion, 7) film, animasi dan video, 8) fotografi, 9) kriya, 10) kuliner, 11) musik, 12) penerbitan, 13) periklanan, 14) seni pertunjukan, 15) seni rupa, 16) televisi dan video. ([www.bekraf.go.id](http://www.bekraf.go.id)).

Penelitian Pahlevi (2017) menghasilkan studi tentang gagasan-gagasan tentang pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis pada model kolaborasi dan gagasan berbasis komunitas khususnya untuk aktivitas *creativepreneurship*-nya. Ekonomi kreatif dipahami tidak hanya mengenai penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial dan mental. Permasalahan mendasar yang menjadi dasar tantangan untuk diselesaikan adalah justru aktivasi secara masif dari upaya ekonomi kreatif menjadi aksi riil oleh sumberdaya manusia (masyarakat) serta membangun model Komprehensif antar aktor yang berperan di dalamnya, sehingga konsep ekonomi kreatif dan kota kreatif tidak menjadi jargon motivasi semata.

### **Kerajinan (*Craft*)**

Kerajinan adalah suatu usaha yang dilakukan secara terus menerus dengan penuh semangat ketekunan, kecekatan, kegigiham, berdedikasi tinggi dan berdaya maju yang luas dalam melakukan suatu karya (Kadjim, 2011). Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kerajinan adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus yang berkaitan dengan perbuatan tangan atau kegiatan tangan yang menghasilkan suatu karya. Kerajinan tangan (*craft*) pada penelitian ini adalah segala bentuk produk baik benda seni maupun barang pakai yang berbahan baku batik. Bahan baku batik bisa berupa kain batik maupun kain perca batik. Perca batik merupakan sisa kain batik yang diolah menjadi pakain batik dan menjadi limbah yang jika dimanfaatkan dapat menjadi permasalahan lingkungan.

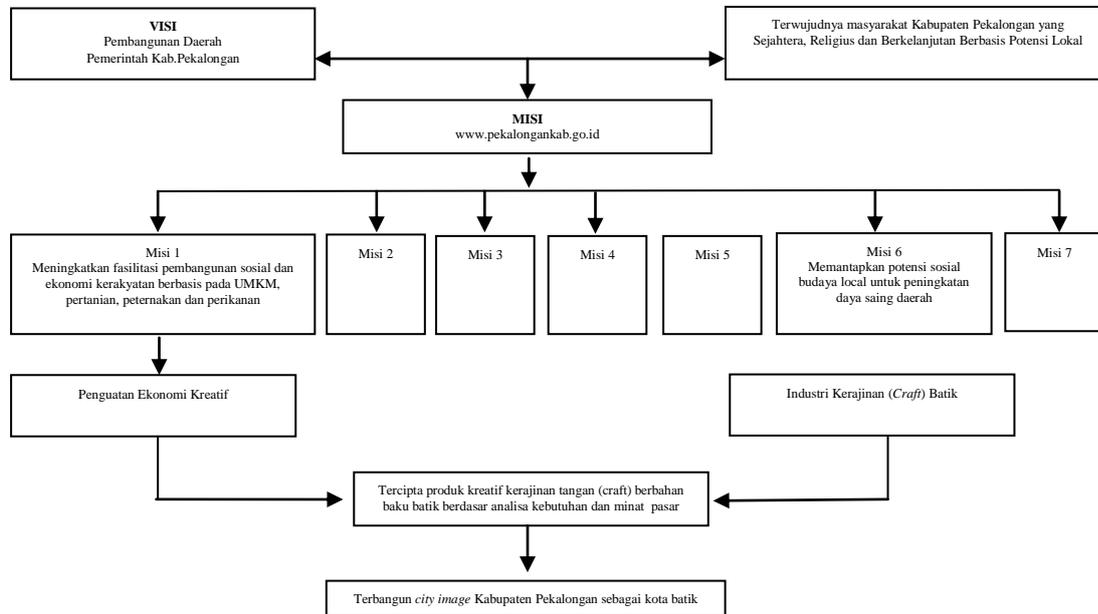
Penelitian Wisesa dan Nugraha (2015) salah satu usaha menanggulangi permasalahan lingkungan ini adalah dengan menghadirkan produk *eco-fashion*, salah satunya penggunaan kembali sisa produksi kain batik sebagai material utama. Penelitian berfokus pada eksperimen teknik pembuatan produk aksesoris fashion dengan memanfaatkan limbah kain batik yang tersedia pada industri kecil. Sementara penelitian Sumanto dan Sukamti (2018) pada pelaku *home industry* kerajinan tangan di Kota Malang. Hasilnya (1) ragam kerajinan akar bambu, anyaman rotan, bunga klobot jagung, sisik ikan, bunga kering, merangkai bunga ucapan duka, gerabah/gerabah pisang, batik tulis, boneka kain, kain flanel, merajut, keramik, meubel, pigura, labunte, ukir batu marmer, patung semen, seni lukis tempat sampah, seni lukis, sanitair, mosaik batu, vandel, kartu undangan, cetak sablon, sandal ukir, sepatu kulit, pasir laut, dan lampion. (2) model kerajinan tangan sebagian besar berwujud tiga dimensi, dan sebagian kecil dua dimensi.



## Kerangka Pikir

Secara garis besar model kerangka pikir penelitian tampak pada gambar berikut:

Gambar 1:  
Kerangka Pikir Penelitian



## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dan pengembangan (*Research & Development*). Menurut Sugiyono (2009) metode penelitian dan pengembangan (R&D) merupakan metode penelitian yang dipakai untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keektifan produk itu. Agar bisa menghasilkan suatu produk tertentu yang dipakai untuk penelitian yang bersifat analisis kebutuhan (digunakan metode survey atau kualitatif) dan untuk menguji keefektifan produk tersebut supaya bisa berfungsi di masyarakat luas, maka diperlukan penelitian guna menguji keektifan produk tersebut (digunakan metode eksperimen).

### Tahapan Penelitian

#### 1. Analisis Kebutuhan

Pada tahap ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi atau data terkait hal apa saja yang dibutuhkan untuk membangun *city image* Kabupaten Pekalongan sebagai kota batik.

#### 2. Pengumpulan Data

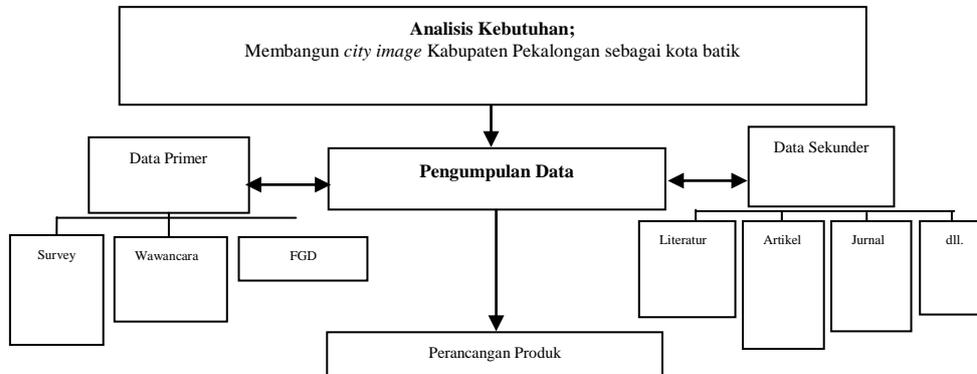
Tahap ini berkaitan dengan pencarian informasi dan data baik data primer maupun data sekunder mengenai produk industri kerajinan (*craft*) batik dalam rangka membangun *city image* Kabupaten Pekalongan sebagai kota batik. Pengumpulan data dan informasi pada tahap 1 dan 2 dilakukan dengan cara : pengamatan langsung (*survey*), wawancara (*interview*), penyebaran kuesioner dan *Focus Group Discussion* (FGD).

#### 3. Perancangan Produk



Tahap perancangan meliputi : menentukan jenis kerajinan (*craft*) apa yang akan dibuat, bahan baku, bahan penunjang, fungsi produk, desain produk, peralatan dan lain sebagainya.

Gambar 2:  
Alur Penelitian



Membangun *city image* Kabupaten Pekalongan sebagai kota batik diwujudkan dengan penguatan ekonomi kreatif industri kerajinan (*craft*) batik melalui pemberian pelatihan kepada masyarakat IKM mengenai pembuatan produk-produk kerajinan berbahan baku batik yang menjadi potensi unggulan Pekalongan. Keterlibatan IKM dimulai pada tahap perancangan produk, pembuatan produk, analisa kelayakan usaha serta evaluasi. Kegiatan pelatihan dapat dilakukan jika penelitian terkait analisis kebutuhan sampai dengan perancangan produk selesai dilakukan.

## HASIL PENELITIAN

### Persepsi Masyarakat

Tahap awal pengumpulan data penelitian dengan melakukan survei ke masyarakat. Tujuan survei adalah untuk menggali pengetahuan, persepsi dan preferensi masyarakat terhadap batik dan kerajinan tangan berbahan batik selain produk utama berupa fashion. Selama ini batik identik dengan pakaian berupa hem, blouse, blazer, jarit dan daster serta dalam perkembangannya muncul sarung dan koko batik selain perlengkapan rumah tangga berupa sprej dan taplak. Hal ini wajar, karena secara umum produk-produk itulah yang dihasilkan perajin batik. Padahal ada produk lain yang sebenarnya juga menarik dan terkadang merupakan hasil pemanfaatan limbah batik berupa kain perca, yaitu kerajinan (*craft*).

Survei dilakukan di 11 kecamatan di Kabupaten Pekalongan dengan total responden 100 orang, laki-laki 49% dan perempuan 51%. Mayoritas usia responden 18-30 tahun yaitu sebanyak 45.83%, 31-40 tahun sebanyak 22.92%, 41-50 tahun 21.88%, dan sisanya < dari 17 tahun dan >50 tahun. Dilihat dari profesi, responden mayoritas wiraswasta dan swasta masing-masing 27.08% dan 23.96%, sisanya berprofesi ibu rumah tangga (19.79%), pelajar/mahasiswa (16.67%), PNS/TNI-Polri (11.46%) dan petani (1.04%). Dilihat dari sebarannya, responden dianggap cukup mewakili populasi, baik dari wilayah, gender, usia maupun profesi.

Berkaitan dengan pengetahuan tentang batik, semua responden telah mengetahui karena Pekalongan merupakan salah satu sentra batik di Indonesia dan menganggap bahwa batik adalah khas Pekalongan disamping merupakan karya seni bernilai tinggi warisan budaya leluhur. Terbukti bahwa mayoritas masyarakat mengenal batik, baik dari keluarga, saudara atau teman. Artinya masyarakat telah mengenal dekat batik dan bisa dikatakan batik adalah tradisi. Hal yang menarik dari batik menurut responden adalah motif yang menarik,



merupakan warisan budaya, nampak anggun bagi pemakaiannya, warnanya indah dan beragam disamping makna dan filosofi dari setiap motif.

Selain sebagai fashion, batik dapat diproduksi menjadi cenderamata berupa kerajinan (*craft*). Bahan bakunya tidak harus dari bahan utama, bahkan dari limbah kain batiknya (perca) dapat dimanfaatkan untuk dibuat kerajinan. Diantara kerajinan yang menjadi pilihan responden antara lain dibuat tas, dopet, gantungan kunci, sepatu, sandal, syal batik, hiasan dinding maupun topi atau blangkon.

Beragamnya batik diiringi beragam motifnya. Terkadang motif bisa menjadi kekhasan daerah penghasilnya. Batik Solo memiliki motif yang khas, demikian juga batik Jogja dan batik dari daerah lain termasuk batik Pekalongan. Berbagai motif batik Pekalongan yang menjadi pilihan utama responden adalah klasik pakem (kawung, parang, dan lainnya). Selain itu, yang banyak menjadi pilihan responden juga adalah motif alam (tumbuhan maupun binatang) dan motif abstrak. Keragaman ini tentunya menjadikan motif menjadi makin semarak dan pilihan yang makin menarik. Sedangkan dari pilihan warna, mayoritas responden memilih soft sebagai pilihan utama diikuti warna sogan, cerah dan kombinasi dengan harga maksimal Rp 200.000,- yang dapat diperoleh di grosir maupun galeri atau toko.

Pekalongan sebagai salah satu daerah penghasil batik memiliki corak, karakter dan kekhasan tentunya memiliki kekuatan dan kelemahan. Hal kuat yang dimiliki batik Pekalongan berdasarkan survei adalah motif yang beragam, corak yang khas dan terkenal. Namun terdapat kelemahan pada pemasaran, warna yang gampang pudar maupun limbah batik yang masih mencemari lingkungan akibat berbahan kimia. Hal ini tentu perlu lebih mendapat perhatian sehingga kekurangan-kekurangan tersebut dapat diminimalisir. Selain itu harus ada upaya untuk mengenalkan, melestarikan dan mengembangkan industri kreatif di Pekalongan. Beragam cara yang dapat dilakukan, diantaranya dengan pameran, media sosial, dikenakan saat acara-acara penting atau acara besar, membuat jalur-jalur distribusi di banyak daerah. Sedangkan pengenalan pada anak-anak bisa melalui jalur pendidikan melalui muatan lokal. Tujuannya tidak hanya mengenalkan tetapi juga menumbuhkan jiwa wirausaha pada siswa.

Gambar 3:  
Mengenalkan Batik di Kalangan Pelajar



Sumber : Dekranasda Kab. Pekalongan

### Focus Group Discussion (FGD)

Kegiatan ini dilakukan dalam rangka menggali informasi dari kelompok atau komunitas potensial yang dapat dilibatkan dalam perancangan produk maupun produksi di masa yang akan datang. Oleh karena itu perlu dipilih kelompok-kelompok potensial tersebut. Setelah kelompok potensial ini didapatkan, langkah selanjutnya adalah melakukan komunikasi intensif disertai pertemuan untuk mendiskusikan program kedepannya.



Diantara kelompok yang dianggap potensial adalah organisasi 'Aisyiyah di wilayah Kabupaten Pekalongan. Hal ini didasarkan pada aktivitas yang telah dilakukan, tidak hanya terlibat dalam kegiatan dakwah, pendidikan dan sosial tetapi juga ekonomi. Organisasi ini melalui kelompok usahanya memproduksi keripik herbal (kribal) EKA. Fakta bahwa tidak semua cabang terlibat dalam produksi kribal EKA membuka peluang sektor bisnis lain yang dapat dilaksanakan cabang-cabang yang tidak terlibat sehingga unit bisnis yang dimiliki menjadi lebih beragam dan terjadi diversifikasi produk. Pembuatan kerajinan tangan (*craft*) menjadi salah satu alternatif produk tersebut. Apalagi semua anggota organisasi adalah wanita.

*Focus Group Discussion* menjadis sarana untuk menggali keinginan dan komitmen anggota organisasi terhadap peluang bisnis kerajinan tangan. Organisasi yang besar dan memiliki cabang di setiap kecamatan menjadi nilai lebih sekaligus kekuatan yang jika dimaksimalkan menjadi modal dasar aktivitas bisnis.

Gambar 4:  
FGD dengan 'Aisyiyah Ranting Sijambe



Berdasarkan pelaksanaan FGD diperoleh data bahwa masyarakat Desa Sijambe, terutama yang bergabung dalam wadah 'Aisyiyah ranting Sijambe tertarik dengan usaha *craft* batik dan sanggup memulai asal ada pendampingan dan pelatihan. Apalagi potensi pendukung juga sudah ada. Sebagian anggota adalah buruh jahit batik sehingga keterampilan menjahit telah dimiliki. Selain itu, ada anggota yang memiliki usaha pengepul kain perca batik yang disetor dan dikirim ke luar kota, utamanya Solo. Di Solo, kain perca batik tersebut menjadi bahan baku kerajinan tangan (*craft*). Artinya, dukungan terhadap usaha kerajinan tangan berupa *craft* batik sebenarnya telah ada, baik berupa bahan baku maupun tenaga kerja. Sangat disayangkan jika potensi tersebut justru tidak dimanfaatkan untuk melakukan *startup* bisnis *craft* batik. Padahal, di Solo perca batik diolah menjadi kerajinan tangan yang memiliki daya jual tinggi.

### **Interview Industri Kecil Menengah (IKM) Batik**

Selain menggali informasi terkait keinginan dan komitmen organisasi atau kelompok potensial di atas, hal lain yang perlu dilakukan dalam penelitian ini adalah memperoleh data dari sektor industri batik melalui wawancara langsung dengan pelaku usaha. Data ini diperlukan untuk mendapatkan gambaran dukungan dan komitmen industri batik dalam mengembangkan produk-produk sampingan yang potensial selain produk fashion batik sebagai produk utama (*main product*). Dukungan tersebut dapat berupa bahan baku, pelatihan maupun pemanfaatan sarana pemasaran. Sinergi tanpa kompetisi, karena produk yang dihasilkan berbeda. Berdasarkan data dari Dekranasda Kabupaten Pekalongan yang



disajikan dalam web pemerintah Kabupaten Pekalongan, ada sekitar 15 industri batik di Kabupaten Pekalongan.

Industri tersebut tidak menyertakan batik printing karena sebagian pihak menganggap bahwa printing bukan termasuk batik. Selain di atas, sebenarnya masih ada industri batik lainnya. Misalnya Batik Atika di Simbang Wetan Buaran, Batik Kokrosono / Keraton di Sijambe Wonokerto dan lain-lain. Hal ini menunjukkan bahwa Kabupaten Pekalongan merupakan sentra industri batik di wilayah pantai utara, selain Kota Pekalongan dan Batang. Masing-masing memiliki corak dan motif yang khas.

Berdasarkan wawancara dengan pelaku usaha batik yang dijadikan sampel, pelaku industri batik memulai usahanya berbeda satu dengan yang lain. Ada yang mengawali usaha dengan terlebih dahulu berdagang batik sejak kuliah, menjualkan produksi orang lain. Ada juga yang memulai dengan terlibat sebagai karyawan di industri batik. Motivasi menggeluti industri batik karena prospek yang bagus, tenaga kerja atau perajin dan bahan baku yang mudah serta desain yang beragam sehingga memudahkan melakukan modifikasi. Meski demikian, kendala pelaku industri yang dihadapi tetap ada. Kendala tersebut berkaitan dengan semakin sedikitnya tenaga kerja terampil, pembayaran dari relasi tidak ada yang tunai, tingkat kompetisi yang tinggi karena banyaknya pelaku industri maupun pedagang. Kendala pengembangan lainnya adalah terbatasnya desainer yang bagus. Sedangkan bagi pemula terkendala akses pasar yang masih terbatas.

Untuk mengatasi kendala dan permasalahan perajin batik perlu dukungan dan bantuan pihak pemerintah. Pemerintah melalui dinas terkait memiliki tanggungjawab atas keberadaan dan keberlangsungan industri batik. Apalagi batik merupakan salah satu daya saing Kabupaten Pekalongan. Artinya, batik menjadi salah satu kekuatan bagi Kabupaten Pekalongan untuk dikenal dan bersaing dengan kabupaten lain. Motifnya yang mencirikan pantai utara atau pesisir, perpaduan budaya jawa arab china serta warna yang kuat dan tegas menjadikan batik Pekalongan khas dibanding batik daerah lain. Bentuk tanggungjawab yang telah dilakukan pemerintah antara lain pendampingan batik ramah lingkungan, pelatihan, permodalan dalam bentuk KUR dan fasilitasi pameran sampai di luar jawa.

### **Interview Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM**

Kabupaten Pekalongan yang berada di pesisir utara (pantura) jawa memiliki potensi beragam. Sebagaimana daerah pantura lainnya memiliki potensi hasil laut dan tambak, sehingga mata pencaharian sebagian penduduknya adalah nelayan. Selain itu, potensi di bidang pertanian dan perkebunan berada di wilayah selatan. Sedangkan potensi yang tersebar dan tidak ditentukan oleh posisi geografis adalah keberadaan industri kerajinan dan tekstil. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya pabrik, baik skala besar maupun rumahan yang berada di banyak kecamatan mulai dari Kecamatan Siwalan, Wonokerto, Wiradesa, Tirto, Bojong, Buaran, Pekajangan, Kedungwuni dan Wonopringgo. Kecamatan-kecamatan tersebut adalah sentra industri batik, tekstil maupun kerajinan tangan. Potensi daerah inilah yang menjadi modal daya saing daerah.

Daya saing daerah tersebut tentunya membutuhkan penguatan dan pengembangan karena tantangan yang juga makin besar, baik berupa tuntutan pasar maupun persaingan. Pemerintah daerah, dalam hal ini Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UKM memiliki tugas dan tanggungjawab dalam hal tersebut. Oleh karena itu beberapa langkah strategis dilakukan, mulai dari promosi, pelatihan peningkatan kapasitas, pembelajaran pemasaran online dan untuk produk-produk makanan dibantu pengurusan sertifikasi halal. Sedangkan khusus industri atau kerajinan batik, pemerintah daerah menggulirkan pendidikan dan pelatihan. Pendidikan berupa TBIG yang merupakan desain akademis dari program *corporate social responsibility* (CSR) di Desa Gumawang Kecamatan Wiradesa. Pelatihan yang telah



dilakukan diantaranya pewarnaan alami dan desain batik yang melibatkan pelaku industri / perajin batik dengan mendatangkan ahli.

### **Interview Dewan Kerajinan Nasional Daerah**

Wilayah Kabupaten Pekalongan masih menjadikan batik sebagai market leader perekonomian daerah. Dari 32.000 tenaga kerja di wilayah ini, 12.000 diantaranya berkecimpung di industri / kerajinan batik. Sehingga wajar jika pemerintah daerah kemudian membuat slogan atau *tagline* Kabupaten Pekalongan sebagai **Bumi Legenda Batik Nusantara** dan direncanakan akan dibuat patung batik di gerbang barat pintu masuk kabupaten.

Namun demikian, bukan berarti tidak ada kendala yang dihadapi. Selain pemasaran yang sebagiannya masih terkendala, terutama bagi pelaku usaha baru, juga persoalan kanibalisme produk. Hal ini biasanya terkait motif batik. Banyaknya industri batik dan tidak adanya regulasi terkait dengan motif sehingga pelaku usaha bebas membuat maupun meniru motif lain, terutama motif yang sedang laku keras. Persoalan lain yang dihadapi dan berdampak negatif bagi lingkungan adalah plimbah batik. Hal ini sebenarnya persoalan klasik, namun sampai sekarang masih terjadi. Pengelolaan limbah belum berjalan baik dan sebagian besar pelaku industri / perajin batik masih membuang limbah di sungai sehingga mengakibatkan pencemaran.

Gambar 5:  
Kunjungan Dekranasda



Sumber : Dekranasda Kab. Pekalongan

### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Berdasarkan data yang diperoleh dapat dibuat analisis SWOT sebagai berikut:

#### **1. Kekuatan (*Strenght*)**

Batik merupakan legenda. Dari sisi budaya adalah hasil karya turun temurun dengan kandungan filosofi tinggi dan makna yang mendalam. Bahkan ada istilah kain yang dapat berbicara karena filosofi dari setiap motif yang dibuat mengandung makna. Dunia pun mengakui sehingga UNESCO secara resmi memasukkan batik ke Daftar Representatif sebagai Budaya Tak-benda Warisan Manusia (*Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*) dalam sidang ke-4 Komite Antar-Pemerintah tentang Warisan Budaya Tak-benda di Abu Dhabi Uni Emirat Arab (Liputan6, 2009). Hal ini menjadikan batik menjadi daya tarik beragam kalangan, dalam dan luar negeri. Kabupaten Pekalongan identik dengan batik dan daya saing ekonomi terbesarnya ada di industri atau kerajinan batik. Batik



Pekalongan mempunyai ciri khas atau karakter yang berbeda dengan batik dari daerah pesisir lainnya. Corak yang berbeda ini karena adanya pengaruh budaya dari etnis-etnis pembuat batik yang berdomisili di Pekalongan, yaitu etnis Jawa, etnis Cina dan etnis Belanda (Salma, 2013).

## 2. Kelemahan (*Weakness*)

Beberapa kelemahan yang masih dihadapi industri / perajin batik:

- Pemasaran, terutama bagi pemula. Mencari pasar yang di dalamnya telah banyak pelakupasar dari kalangan perajin batik tentu bukan hal mudah. Butuh strategi yang tepat maupun produk yang berbeda dari produk yang telah beredar di pasar atau produk memiliki keunikan.
- Kanibalisme motif batik. Banyaknya perajin batik, selain menimbulkan persaingan dalam pemasaran produk, juga dalam produksi. Mereka berusaha memproduksi batik dengan motif yang menarik bagi konsumen. Tidak jarang, produk dengan motif yang sedang laris ditiru oleh perajin lain. Hal ini terjadi karena tidak ada proteksi motif dari masing-masing perajin. Limbah batik juga masih menjadi masalah terkait pencemaran lingkungan. Istilah limbah biasanya identik dengan cairan kimia yang digunakan untuk mencelup batik. Belum ada upaya serius dari masing-masing perajin untuk mengolah limbah batik. Yang terjadi limbah batik dibuang ke sungai sehingga mencemari lingkungan.
- Memulai *start up* bisnis kerajinan (craft) batik membutuhkan modal finansial dan keseriusan. Menentukan model, produksi dan pemasaran seringkali menjadi kendala bagi pemula.

## 3. Peluang / kesempatan (*Opportunities*)

Ketertarikan banyak kalangan dan pengakuan dunia atas batik menjadikan peluang bisnis yang sangat besar. Meski hampir di setiap daerah memiliki batik dengan corak yang khas, Kabupaten Pekalongan merupakan salah satu bumi legenda batik yang tetap di perhitungkan. Peluang bisnis di industri batik masih terbuka lebar. Bukan hanya di fashion, tetapi pengembangan di sektor kerajinan (craft) membuka celah bisnis baru yang menjanjikan jika dikelola dengan baik dan pemasaran dikuasai. Belum banyaknya perajin *craft* batik di Kabupaten Pekalongan merupakan celah usaha bagi masyarakat.

## 4. Tantangan / ancaman (*Threats*)

Banyaknya pelaku industri batik atau perajin batik menjadikan persaingan tinggi. Baik persaingan dalam satu daerah maupun persaingan antar daerah. Persaingan merebut pasar maupun pemilihan motif. Sedangkan bagi industri *craft* batik, tantangannya pada kualitas produk yang belum teruji karena belum banyak usaha kerajinan ini di Kabupaten Pekalongan.

## Rancangan Produk

Rancangan produk dimaksudkan untuk memberikan gambaran produk yang potensial untuk dihasilkan industri kerajinan. Produksi tersebut dengan memperhatikan hasil analisis SWOT di atas, terutama bagi pelaku *startup*. Berikut beberapa contoh rancangan produk kerajinan (*craft*) batik :



Gambar 6:  
Rancangan Produk



## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Batik bagi masyarakat merupakan identitas, warisan budaya dan kekhasan Kabupaten Pekalongan.
2. Produk utama batik selama ini dikenal pada fashion berupa pakaian tetapi menarik untuk dikembangkan produk sampingan berupa kerajinan (*craft*) mengingat bahan baku yang mudah didapat bahkan dapat memanfaatkan kain sisa (*perca*) sehingga tidak membutuhkan biaya besar untuk mendapatkan bahan baku dan tenaga kerja terampil dalam bidang menjahit karena banyak buruh jahit batik.
3. Kerajinan sebagai bagian dari industri kreatif perlu dikenalkan sehingga masyarakat tertarik, baik memproduksi maupun menggunakan. Hal ini perlu mendapat dukungan dari industri batik maupun pemerintah.

### Saran

1. Sinergi dari pihak-pihak terkait, baik dari kelompok potensial, industri batik dan pemerintah mengembangkan industri kreatif. Tidak hanya untuk kepentingan penelitian, tetapi realisasi industri kreatif kedepan sehingga *image* bisa terbangun menguatkan Pekalongan sebagai *city image* batik, baik fashion maupun *craft*.
2. Hasil penelitian dapat ditindaklanjuti dalam kegiatan pengabdian masyarakat melalui kelompok potensial sebagai wadah pembangunan industri-industri kreatif. Hal ini membutuhkan dana, sehingga diharapkan dikti dapat memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat pasca selesainya penelitian ini.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Kemenristikdikti yang telah memberikan dana hibah Penelitian Dosen Pemula (PDP) sehingga penelitian dapat dilaksanakan.



## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_. 2015. Bekraf: Tonggak Baru Ekonomi Kreatif Indonesia. <http://www.bekraf.go.id/profil>. Diakses tanggal 15 April 2017
- \_\_\_\_\_. 2017. Bupati Luncurkan “Bumi Legenda Batik Nusantara”. <http://dekransadapekalongkab.or.id/bupati-luncurkan-bumi-legenda-batik-nusantara/>. Diakses tanggal 29 Agustus 2018
- \_\_\_\_\_. 2009. Batik Indonesia Resmi Diakui Unesco. <http://www.liputan6.com/news/read//246156/batik-indonesia-resmi-diakui-unesco>. Diakses tanggal 28 Agustus 2018
- \_\_\_\_\_. 2017. Visi dan Misi Kabupaten Pekalongan. <http://www.pekalongkab.go.id/visi-misi.html>. Diakses tanggal 15 April 2017
- Howkins, J., & HARTLEY, J. 2005. Creative Industries. *Creative industries*.
- Julianto, PA. 2017. Inilah Tiga Sektor Ekonomi Kreatif yang Sedang Naik Daun. <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2017/04/13/203000326/inilah.tiga.sektor.ekonomi.kreatif.yang.sedang.naik.daun>. Diakses tanggal 15 April 2017
- Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Jannah, B., Arifin, Z., dan Kusumawati, A. 2014. Pengaruh City Branding dan City Image terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Banyuwangi. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 17 No. 1 Desember 2014
- Mulyandari, H. 2011. *Pengantar Arsitektur Kota*. Andi Offset, Yogyakarta
- Pahlevi, Andreas Syah. 2017. Gagasan Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional (Studi Pada Potensi, Peluang Dan Tantangan Ekonomi Kreatif Di Kota Malang). Makalah Seminar Nasional Seni dan Desain: “Membangun Tradisi Inovasi Melalui Riset Berbasis Praktik Seni dan Desain” FBS Unesa, 28 Oktober 2017
- Salma, Irfa’ina Rohana. 2013. Corak Etnik dan Dinamika Batik Pekalongan, Ethnic Pattern and Dynamic Pekalongan Batik). *Jurnal Dinamika Kerajinan dan Batik*. Vol 30 No. 2 Desember 2013
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Jakarta
- Sumanto dan Sukamti. 2018. Keragaman Jenis dan Model Produk Home Industry Kerajinan Tangan Sebagai Sumber Belajar di SD. *Jurnal Sekolah Dasar: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan*. Tahun 27, Nomor 1, Mei 2018. Hal 49-58
- Wandari, LA., Kumadji, S., dan Kusumawati, A. 2014. Pengaruh City Branding “Shining Batu” terhadap City Image dan Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Kota Batu Tahun 2014. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 16 No. 1 November 2014
- Wisesa, Toufiq Panji dan Nugraha, Hari. 2015. Pemanfaatan Limbah Kain Batik untuk Pengembangan Produk Aksesoris Fashion. *Jurnal Universitas Pembangunan Jaya.#2* Volume 2 Maret 2015.