

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Kondisi Umum Wilayah Penelitian

1. Letak Geografis Kampung Laweyan

Laweyan adalah sebuah kampung dagang dan pusat industri batik, yang dimulai perkembangannya sejak awal abad 20. Kampung itu terletak di sebelah barat, kurang lebih 4 kilo meter dari pusat Kota Surakarta. Letak kampung itu sangat strategis posisinya menjadi penghubung dengan kawasan luar kota, terutama dengan wilayah Kartasura dan Sukoharjo. Jalur utama jalan Laweyan adalah jalan protokol kedua setelah jalan Slamet Riyadi yang menjadi penghubung antara kota Surakarta dengan Yogyakarta. Secara administratif kelurahan Laweyan terdiri dari satu Rukun Kampung (RK), delapan pedukuhan dan 12 Rukun Tetangga (RT). Selama pemerintahan Kerajaan, masyarakat Laweyan terdiri dari dua wilayah Laweyan barat dan Laweyan timur yang dipisahkan oleh sungai Laweyan. Karakteristik penduduk sangat berbeda. Penduduk Laweyan barat dalam masalah ekonomi dan kebudayaan lebih banyak berhubungan dengan fasilitas yang disediakan raja karena makam-makam raja. Sebaliknya penduduk Laweyan timur yang dihuni oleh sebagian besar pedagang dan pengusaha batik.

Secara administratif Kelurahan Laweyan termasuk di bawah wilayah Kecamatan laweyan. Kampung ini sejak dihuni oleh sejumlah pengusaha batik, lebih dikenal sebagai kampung dagang. Kampung itu

dibatasi oleh sungai Jenes, Batangan dan Kabanaran yang merupakan batas alamiah antara kota lama Laweyan dengan daerah Kartasura serta memberikan peranannya untuk menampung pembuangan air limbah kota.

2. Keadaan Demografis Kampung Laweyan

a) Jumlah Penduduk

Suatu masyarakat dapat berkembang bila mempunyai skill dan keterampilan untuk berkreasi, perekonomian masyarakat dan daerah dapat pula berkembang bila masyarakatnya memiliki sumber daya dan potensi yang produktif dan potensial. Sumber daya yang seperti inilah yang dapat menentukan kelancaran membangun masyarakat atau daerah.

Pertumbuhan penduduk yang tinggi tidak serta merta menambah suplai kebutuhan akan tenaga kerja, tetapi dihadapkan dengan masalah tanah yang semakin sempit dan kesempatan kerja di sektor-sektor industri maupun pertanian, sehingga membuat tiap penduduk berlomba-lomba mencari peluang untuk mendapatkan pekerjaan dan membuka usaha di tengah era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat. Keadaan semacam ini membuat kawasan Laweyan banyak terjadi pertumbuhan lapangan usaha yang menjadi ciri khas kawasan tersebut, seperti banyak berdiri showroom batik dan bertambahnya industri batik rumahan.

Berdasarkan data monografi tahun 2015 bahwa jumlah penduduk di Kelurahan Laweyan adalah 2110 jiwa, meliputi 1.041 laki-laki dan 1.069 perempuan.

b) Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis

Kelamin dapat dilihat dalam Tabel 4.1. berikut.

Tabel 4.1
Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin
di Kelurahan Laweyan Tahun 2015

No	Kel. Umur (Tahun)	Jenis Kelamin (Orang)		Jumlah (Orang)	Presentase (%)
		Laki-laki	Perempuan		
1.	0 – 4	72	62	134	6,35
2.	5 – 9	73	68	141	6,68
3.	10 – 14	77	85	162	7,68
4.	15 – 19	93	86	179	8,48
5.	20 – 24	78	68	146	6,92
6.	25 – 29	65	67	132	6,26
7.	30 – 39	170	181	351	16,64
8.	40 – 49	158	152	310	14,69
9.	50 – 59	125	134	259	12,27
10.	60+	130	166	296	14,03
	Jumlah	1041	1069	2110	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Laweyan, Tahun 2015

Tabel 4.1. di atas kita dapat melihat bahwa jumlah penduduk terbesar adalah jumlah penduduk usia produktif (30-39 tahun) yaitu 351, jumlah penduduk belum produktif (0-4 tahun) yaitu 134 dan jumlah penduduk tidak produktif (>60 tahun) yaitu 296. Jumlah penduduk perempuan di Laweyan lebih banyak dari pada jumlah penduduk laki-laki.

c) Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian dapat dilihat dalam Tabel 4.2. berikut.

Tabel 4.2
Penduduk Menurut Mata Pencaharian
di Kelurahan Laweyan Tahun 2015

No	Mata Pencaharian	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Pengusaha	65	3,08
2.	Buruh Tani	0	0,00
3.	Nelayan	0	0,00
5.	Buruh Industri	583	27,63
6.	Buruh Bangunan	105	4,98
7.	Pedagang	161	7,63
8.	Pengangkutan	0	0,00
9.	PNS/TNI/Polri	37	1,75
10.	Pensiunan	35	1,66
11.	Belum Bekerja	275	13,03
12.	Lain-lain	849	40,24
	Jumlah	2110	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Laweyan, 2015

Berdasarkan Tabel 4.2. dapat diketahui bahwa buruh industri adalah mata pencaharian yang paling banyak digeluti masyarakat Laweyan yaitu sebanyak 583 orang. Hal ini dikarenakan Laweyan sebagai sentra industri batik yang setiap harinya banyak memproduksi kain batik sehingga membutuhkan banyak tenaga buruh. Mata pencaharian sebagai pengusaha sebanyak 65 orang, hal ini dikarenakan banyak masyarakat Laweyan mempunyai usaha industri batik, biasanya industri batik yang dipunyai merupakan usaha keluarga yang diturunkan ke anak-anaknya.

d) Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Komposisi penduduk menurut tingkat pendidikan dapat dilihat dalam Tabel 4.3. berikut.

Tabel 4.3
Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kelurahan Laweyan
Tahun 2015

No	Mata Pencaharian	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Tamat Akademi/Perguruan Tinggi.	371	18,78
2.	Tamat SLTA	674	34,11
3.	Tamat SLTP	498	25,20
4.	Tamat SD	328	16,60
5.	Tidak Tamat SD	40	2,02
6.	Belum Tamat SD	33	1,67
7.	Tidak Sekolah	32	1,62
Jumlah		1976	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Laweyan, 2015

Berdasarkan Tabel 4.3. dapat diketahui bahwa jumlah penduduk yang tamat Perguruan tinggi yaitu 371 orang, walaupun jumlahnya tidak sebanyak penduduk yang tamat SLTA yaitu 674 orang dan SLTP yaitu 498 orang, hal ini menunjukkan masyarakat Laweyan berkembang serta tingkat perekonomian dan kesejahteraan cukup baik.

e) Komposisi Penduduk Menurut Agama

Komposisi penduduk menurut agama dapat dilihat pada Tabel 4.4. berikut.

Tabel 4.4 Penduduk Menurut Agama di Kelurahan Laweyan Tahun 2015

No	Agama	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Islam	1944	92,13
2.	Kristen Protestan	73	3,46
3.	Kristen Khatolik	93	4,41
4.	Hindu	0	0,00
5.	Budha	0	0,00
Jumlah		2110	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Laweyan, 2015

Berdasarkan Tabel 4.4. dapat diketahui bahwa agama Islam merupakan agama yang paling banyak dianut penduduk Laweyan, karena dari nenek moyang pengusaha batik Laweyan beragama Islam sehingga sampai sekarang sebagian besar penduduk Laweyan beragama Islam, sedangkan agama Kristen Katolik di urutan kedua yaitu 93 orang, agama Kristen Protestan yaitu 73 orang, sedangkan tidak ada penduduk yang menganut agama Budha dan agama Hindu. Banyaknya masyarakat Laweyan yang beragama Islam tidak lepas dari sejarah Laweyan sendiri yang merupakan cikal bakal dari kerajaan Mataram.

3. Sejarah Kampung Laweyan

Sejarah pematikan di Indonesia berkait erat dengan perkembangan kerajaan Majapahit dan penyebaran ajaran Islam di Tanah Jawa. Dalam beberapa catatan, pengembangan batik banyak dilakukan pada masa-masa kerajaan Mataram, kemudian pada masa kerjaan Solo dan Yogyakarta. Kesenian batik di Indonesia telah dikenal sejak zaman kerjaan Majapahit dan terus berkembang kepada kerajaan dan raja-raja berikutnya. Adapun mulai meluasnya kesenian batik ini menjadi milik

rakyat Indonesia dan khususnya suku Jawa ialah setelah akhir abad ke-18 atau awal abad ke-19. Batik yang dihasilkan ialah semuanya batik tulis sampai awal abad ke-20 dan batik cap dikenal baru setelah perang dunia kesatu habis atau sekitar tahun 1920. (Data Forum Pengembangan Batik Laweyan, 2015)

Adapun kaitan dengan penyebaran ajaran Islam. Banyak daerah-daerah pusat perbatikan di Jawa adalah daerah-daerah santri dan kemudian Batik menjadi alat perjuangan ekonomi oleh tokoh-tokoh pedagang Muslim melawan perekonomian Belanda. Kesenian batik adalah kesenian gambar di atas kain untuk pakaian yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia zaman dulu.

Awalnya batik dikerjakan hanya terbatas dalam kraton saja dan hasilnya untuk pakaian raja dan keluarga serta para pengikutnya. Oleh karena banyak dari pengikut raja yang tinggal diluar kraton, maka kesenian batik ini dibawa oleh mereka keluar Kraton dan dikerjakan ditempatnya masing-masing. Laweyan lebih tua dari Solo. Kala Solo masih berupa desa kecil di tepi sungai bengawan Solo, Laweyan sudah merupakan Kota pusat perekonomian Kerajaan Pajang. Desa Solo mulai berkembang setelah dijadikan ibu kota Mataram pada 17 Pebruari 1745, menggantikan Kartasura. (Data Forum Pengembangan Batik Laweyan, 2015)

Laweyan sudah “hidup“ sejak 1500 –an. Pesatnya Laweyan tidak lepas dari kehadiran kerajaan Pajang yang didirikan Sultan Hadiwijoyo

alias Joko Tingkir di tahun 1546, setelah Kerajaan Demak surut. Mulanya Laweyan adalah tanah hadiah dari Raja Pajang untuk Ki ageng Henis. Di Kampoeng inilah Ki ageng Henis dimakamkan, dan salah satu peninggalannya adalah masjid Laweyan yang dibangun tahun 1546.

Laweyan tumbuh sebagai pusat perdagangan, terutama perdagangan Lawe atau benang, untuk bahan tenun. Lawe berasal dari pinilán Kapas yang saat itu dihasilkan oleh petani di Pedan, Juwiring dan Gawok. Di selatan pusat kerajaan Pajang, “ Lawe inilah yang kemudian melahirkan nama Laweyan”. Sungai Kabanaran membelah Laweyan, sehingga ada pasar utara dan selatan sungai. (Data Forum Pengembangan Batik Laweyan, 2015)

Lawe dan tenun di pasar ini kemudian dijual keberbagai daerah dengan memanfaatkan angkutan sungai karena didekat Pasar Laweyan juga terdapat Bandar atau pelabuhan yang bernama Bandar Kabanaran. Dari pelabuhan ini barang dagangan diangkut dengan rakit ke pelabuhan yang lebih besar di Nusupan, di tepi Bengawan Semanggi yang kini dikenal bernama Bengawan Solo. Di Utara Pasar Laweyan bermukim Sutowijoyo, Anak Ki Gede Pemanahan. Ia populer dengan sebutan Raden Mas Ngabehi Loring Pasar, karena bermukim di Lor (Utara) pasar. Anak dan Bapak inilah yang berhasil menyingkirkan musuh Hadiwijoyo, yakni Adipati Jipang, Aryo Penangsang. Atas jasa ini maka sultan Pajang memberikan hadiah berupa tanah di Mentaok untuk Sutowijoyo. Mentaok yang semula hutan ditangan Sutowijoyo berubah

menjadi Pedesaan, dan akhirnya menjadi Kota GEDE (Imogiri) dan disinilah Kerajaan Mataram I berdiri dengan Rajanya Sutowijoyo, yang bergelar Panembahan Senopati.

Seiring berkembangnya Solo sebagai pusat kerajaan, popularitas Laweyan pun mulai surut. Pasar Laweyan makin berkurang kumandangannya, dan Bandar Kabanaran mulai kehilangan fungsi, setelah transportasi beralih memakai jalan darat dan kereta api. Kampoeng Laweyan berkembang sebagai pemukiman, yang sebagian besar warganya menggeluti industri tenun, lalu menjadi industri Batik.

Laweyan kembali tenar di awal abad ke-20, kala itu industri batik tumbuh pesat, hingga melahirkan para saudagar yang kekayaannya melebihi kaum bangsawan keratin. Di tahun 1930-an jumlah industri batik di solo mencapai 230-an dan sebagian besar berada di Laweyan. Tiap tahun Laweyan memproduksi tidak kurang 60.400 potong batik.

Masyarakat Laweyan terdiri dari beberapa kelompok, Kelompok Saudagar (pedagang), Wong cilik (orang kebanyakan), wong mutihan (Muslim) dan priyayi (bangsawan). Saudagar yang paling dominan adalah saudagar Batik. Mereka memiliki usaha batik dengan jaringan pemasaran yang sangat luas. Kaum saudagar menjadi kelas menengah, bukan kelas atas seperti bangsawan, namun memiliki kekuatan ekonomi tak kalah dari bangsawan. (Data Forum Pengembangan Batik Laweyan, 2015).

Kelas menengah ini tidak hanya eksis secara ekonomi, juga secara politis. Mereka melibatkan diri dalam pergerakan menuju Indonesia Merdeka. Ini dibuktikan dengan didirikannya Sarekat Dagang Islam tahun 1911 oleh seorang saudagar batik, KH. Samanhudi, yang kemudian menjadi Sarekat Islam. Juga berdiri Persatoean Peroesahaan Batik Boemipoetra Soerakarta (PPBBS) tahun 1935. Hebatnya, usaha Batik ini justru lebih banyak dikendalikan oleh kaum perempuan. Mereka adalah perempuan – perempuan yang terampil mengelola usaha, sejak dari proses membatik, memasarkan, mengelola keuangan hingga mengembangkan usaha. Sebutan untuk mereka adalah *Mbok Mase*, dan suami adalah *Mas Nganten*.

Peran *Mbok Mase* dalam industri batik Laweyan sangat dominan, sedangkan peran *Mas Nganten* hanya 25%. Keberhasilan perempuan mengangkat batik, sebenarnya juga keberhasilan mengangkat status mereka, bukan lagi perempuan yang terpinggirkan melainkan telah memperoleh posisi secara proporsional. Mereka tetap menghormati suami sebagai kepala rumah tangga, dan memberinya kebebasan. “*Mas Nganten*” boleh melakukan apa saja asal jangan foya-foya dan Poligami“. Mungkin lantaran tingkat ekonominya kuat, para saudagar Laweyan berani membangkang. Saat Keraton Kartasura diduduki pemberontak China (1741), Paku Buwono II melarikan diri ke Ponorogo. Raja Mataram tersebut bermaksud meminjam Kuda milik para Saudagar untuk kepentingan pelarian, para saudagar menolaknya. “ini sebetulnya
commit to user

bentuk perlawanan terhadap kaum ningrat yang suka foya-foya dan poligami“. Penolakan itu jelas membuat Paku Buwono II kecewa. Ia lantas bertitah keturunan ningrat tidak boleh menikah dengan keturunan saudagar Laweyan. Namun mitos ini makin memudar.

Hubungan bangsawan dengan Saudagar tetap berjalan secara baik, karena batik sulit dipisahkan dari keraton. *Mbok Mase* menyiapkan anak-anak perempuannya menjadi penerus usaha. Anak perempuan yang disebut *Mas Roro* ini sejak kecil sudah dilibatkan dalam industri batik. Kemudian dinikahkan, membina rumah tangga dan mengembangkan usaha batik. Hingga menjadi pasangan *Mbok Mase* dan *Mas Nganten*. Alih generasi semacam ini berlangsung hingga beberapa keturunan. Namun, memasuki tahun 1970-an, Industri batik di Laweyan mulai goyah dan surut diterpa oleh teknologi-teknologi modern dengan pemain-pemain baru yang lebih bermodal kuat dengan industri tekstil printing, *Mbok Mase* ternyata tidak berhasil menyiapkan *Mas Roro* memasuki Industri yang lebih Modern. Saksi bisu kejayaan *Mbok Mase* kini bertebaran di Laweyan, berupa rumah-rumah berasitektur *Indische* yang memadukan sentuhan Jawa dan Eropa, bangsal-bangsal pematikan, dan peralatan membatik yang tenggorok kusam.

Sebagian asset tersebut telah berubah menjadi hotel, rumah makan dan tempat kost yang di kelola para ahli waris *Mbok Mase*. Gaya hidup saudagar memang memiliki kelas tersendiri, kalau tak boleh disampaikan dengan kaum ningrat. Penghasilan saudagar setahun bisa mencapai

commit to user

60.000 gulden, jauh melebihi penghasilan kaum ningrat di keraton. Mereka membangun rumah-rumah mewah dengan arsitektur art deco, dan dikelilingi tembok tinggi layaknya benteng. Mereka memiliki kuda, bahkan kereta, seperti kaum ningrat, hingga mobil.

Bangunan rumah saudagar terdiri dari pendopo, ndalem, senthong, gandok, pavilion, pabrik, regol dan halaman depan cukup luas dengan orientasi bangunan menghadap utara-selatan. Hampir tiap rumah memiliki pintu kecil sebagai butulan. Pintu ini menghubungkan dengan lainnya untuk akses silaturahmi selalu terjaga. Selain pintu butulan beberapa rumah saudagar terdapat Bunker bawah tanah, fungsinya untuk sembunyi dari serangan maupun untuk menyimpan kekayaan. Bunker tersebut ada yang tembus ke rumah tetangga yang di hubungkan dengan lorong bawah tanah, ada pula yang buntu. Bunker yang tembus terdapat pada bangunan sebelum abad ke-20 atau pada jaman kerajaan Pajang.

Peninggalan ini masih dapat kita lihat pada rumah kediaman Bp. Harun Muryadi di Setono Rt. 02/II Laweyan. Menurut Harun Muryadi rumah tersebut peninggalan Hangabehi Kertayuda, seorang abdi dalem kerajaan Pajang yang diberikan kepada ayahnya (R. Wilasdi Wiryosupadmo) yang tidak lain adalah keturunan ke tujuh dari Hangabehi Kertayuda. Akses Bunker yang tembus ketempat lain banyak yang ditutup setelah pemberontakan PKI tahun 1948, sering membawa masalah karena Bunker ini sering dioperasi aparat keamanan yang disangka sebagai tempat persembunyian orang PKI.

Sisa-sisa kejayaan saudagar Laweyan hingga kini masih bisa dinikmati, bangunan Ndalem Cokrosumarto misalnya, rumah dibangun tahun 1915 itu masih utuh dan terawat dengan bagus. Pada masa lalu rumah ini sering dipergunakan untuk pertemuan kaum pergerakan. Perundingan antara Gerilyawan RI dengan Belanda juga berlangsung dirumah ini 12 November 1949.

Memasuki tahun 1990-an industri batik di Laweyan kian memprihatinkan, Laweyan masih bisa mengumandangkan batik dengan pembatiknya yang semakin susut, masih banyak pecinta batik yang mau berkunjung ke Laweyan mencari atau memesan batik yang eksklusif apalagi para kolektor batik, tidak mau ketinggalan berburu koleksi batik di Laweyan.

Tak ingin Laweyan tenggelam diterpa jaman maka pada tanggal 25 September 2004 dicanangkanlah Laweyan menjadi Kampung Batik oleh Walikota Solo Bapak Slamet Suryanto dan sekaligus sebagai daerah tujuan wisata di Kota Solo. (Data Forum Pengembangan Batik Laweyan, 2015)

4. Peran Forum Pengembangan Batik Laweyan

Laweyan adalah suatu kawasan yang unik, spesifik dan bersejarah. Sejak jaman kerajaan Pajang tahun 1546 Laweyan telah dikenal sebagai suatu kawasan penghasil tenun dan batik. Desa Laweyan keberadaannya jauh ada sebelum tahun 1546, dan baru berkembang setelah Kyai Ageng

Henis bermukim di Laweyan tahun 1546. Kyai Ageng Henis adalah nenek moyang yang menurunkan raja-raja Mataram.

Laweyan kita kenal adanya tokoh penggerak Kebangkitan Nasional yaitu Kyai Haji Samanhudi. Dari Kyai Haji Samanhudi inilah terbentuk adanya SDI (Serikat Dagang Islam). Sebagai kawasan penghasil batik, Laweyan pernah mengalami masa kejayaan di awal tahun 1900-an sampai dengan tahun 1960-an. Dengan munculnya batik printing pada tahun 1970-an, serta kurang adanya manajemen yang baik di kalangan pengusaha batik, mengakibatkan industri batik tradisional di Laweyan gulung tikar.

Kondisi ini dapat dilihat dari jumlah pengusaha yang semakin tahun semakin menyusut. Semula di tahun 1960-an hampir 90% penduduk Laweyan adalah pengusaha batik. Seiring dengan berkembangnya jaman pada tahun 2000-an yang aktif tinggal 20 persenya atau berjumlah 18 perusahaan. Seiring dengan perubahan fungsi kawasan yang semula didominasi industri batik menjadi non batik berakibat pula pada perubahan bentuk kawasannya.

Laweyan yang semula dikenal sebagai kawasan yang kaya akan bentuk arsitektur rumah tinggal dan lingkungannya yang unik dan indah (bangunan Jawa, Indische, art Deco) lambat laun berubah disesuaikan dengan perubahan fungsi kawasan. Kondisi ini jika dibiarkan berlarut-larut dikawatirkan keunikan Laweyan akan hilang yang berarti hilang pula salah satu identitas kota Surakarta.

FPKBL adalah suatu lembaga berbasis masyarakat yang didirikan pada Laweyan untuk ikut serta melestarikan dan mengembangkan batik, budaya Laweyan khususnya dan budaya Jawa pada umumnya agar tetap eksis, berkembang dan lestari. Tugas pokok FPKBL adalah memelopori terbentuknya Kampoeng Batik Laweyan dan mengorganisir semua unsur atau elemen yang ada di Laweyan agar Kampoeng Batik Laweyan yang sudah terbentuk pada tanggal 25 September 2004 dapat berkembang dengan baik.

5. Letak Geografis Kampung Kauman

Kelurahan Kauman atau lebih sering disebut Kauman terletak di sisi barat depan alun-alun utara. Secara administratif Kauman termasuk wilayah Kecamatan Pasar Kliwon, Kota Surakarta dan terdiri dari 6 Rukun Warga (RW) yang terbagi dalam 21 Rukun Tetangga (RT). Kauman merupakan perkampungan yang luasnya tidak terlalu besar dibandingkan dengan kelurahan lain, dimana penduduknya sangat padat dengan pemukiman yang penuh berdesakkan dan menyisakan gang-gang sempit bagi pejalan kaki.

Kauman juga merupakan salah satu tempat pusat kegiatan ekonomi di Surakarta karena disini banyak sekali terdapat pertokoan. Lokasi Kauman sangat strategis yaitu dekat dengan pusat kota dan pusat-pusat perekonomian seperti Pasar Klewer, serta dekat dengan pusat kebudayaan yaitu Keraton Kasunanan Surakarta. Luas wilayah Kauman adalah 20,10 km².

Wilayah Kauman ini berbatasan dengan jalan-jalan utama yang sering dilalui di Surakarta. Batasan wilayah adalah sebagai berikut :
Sebelah Utara: Jl. Slamet Riyadi, Sebelah Timur: Jl. Pakubuwono,
Sebelah Selatan: Jl. Dr. Radjiman dan Sebelah Barat: Jl. Yos Sudarso.

6. Keadaan Demografis Kampung Kauman

a) Jumlah Penduduk

Modal dasar dari suatu pembangunan perekonomian adalah jumlah penduduk yang besar, bukan hanya besar saja secara kuota tetapi juga lebih menitik beratkan kepada sumber daya manusia yang potensial dan produktif. Sumber daya manusia seperti inilah yang menentukan kelancaran Pembangunan sebuah masyarakat desa atau kelurahan.

Pertambahan penduduk semakin besar dari hari ke hari tidak serta merta menambah suplai kebutuhan akan tenaga kerja, tetapi berhadapan dengan masalah tanah yang semakin sempit dan kesempatan kerja di sektor-sektor industri maupun pertanian, sehingga membuat setiap penduduk berlomba-lomba mencari peluang untuk mendapatkan pekerjaan dan membuka usaha ditengah era *globalisasi* dan persaingan yang semakin ketat. Tidaklah mengherankan jika kita melihat Kauman dengan luas tanah tidak begitu besar, sangat padat penduduknya dan banyak berdiri usaha-usaha bermacam-macam dari yang skalanya mikro sampai dengan makro. Berdasarkan data monografi kelurahan Kauman Tahun 2015,

jumlah penduduk Kauman adalah 3.577 jiwa, yang terdiri dari 1777 orang laki-laki dan 1800 orang perempuan.

b) Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin

Komposisi penduduk dalam kelompok umur dan jenis kelamin ini dapat dipergunakan untuk mengetahui jumlah penduduk usia produktif, non produktif dan belum produktif. Komposisi penduduk Kauman dalam kelompok umur dan jenis kelamin dapat dilihat dalam Tabel 4.5. berikut.

Tabel 4.5.
Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin
Di Kelurahan Kauman Tahun 2015

No	Kel. Umur	Jenis Kelamin		Jumlah (orang)	Presentase (%)
		Laki-laki	Perempuan		
1.	0 – 4	228	275	503	14,06
2.	5 – 9	119	120	239	6,68
3.	10 – 14	166	129	295	8,25
4.	15 – 19	163	152	315	8,81
5.	20 – 24	117	116	233	6,51
6.	25 - 29	143	145	288	8,05
7.	30 – 39	375	377	752	21,02
8.	40 – 49	257	229	486	13,59
9.	50 – 59	187	240	427	11,94
10.	60+	22	17	39	1,09
Jumlah		1777	1800	3577	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Kauman, 2015

Tabel 4.5. kita dapat melihat bahwa jumlah penduduk terbesar adalah jumlah penduduk usia (40-49 tahun) yaitu 486 orang dan penduduk non produktif (> 60 tahun) sebanyak 39 orang. Pada kelompok penduduk usia

produktif yang terbesar adalah penduduk kelompok umur 30-49 tahun yaitu sebanyak 1038 jiwa. Jumlah penduduk perempuan di Kauman sejumlah 1800 orang lebih besar dibandingkan dengan jumlah penduduk laki-laki yaitu berjumlah 1777 orang.

c) Komposisi Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Penduduk Kauman menurut mata pencahariannya dapat kita perhatikan dari Tabel 4.6. berikut :

Tabel 4.6.
Komposisi Penduduk Menurut Kelompok Mata Pencaharian
di Kelurahan Kauman Tahun 2015

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1.	Pengusaha	344	11,77
2.	Buruh Tani	0	0,00
3.	Nelayan	0	0,00
4.	Buruh Industri	173	5,92
5.	Buruh Bangunan	114	3,90
6.	Pedagang	721	24,67
7.	Pengangkutan	65	2,22
8.	PNS/TNI/Polri	52	1,78
9.	Pensiunan	81	2,77
10.	Lain-Lain	1372	46,95
Jumlah		2922	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Kauman, 2015

Tabel 4.6. di atas dapat diketahui bahwa mata pencaharian penduduk Kauman dikatakan heterogen, karena penduduk Kauman tidak terpaku pada satu mata pencaharian saja. Pedagang adalah mata pencaharian yang paling banyak digeluti oleh penduduk Kauman yang sebanyak 721 orang, hal ini dikarenakan Kauman sangat dekat sekali dengan pusat kegiatan perekonomian di Surakarta yaitu Pasar Klewer,

disamping pedagang ada beberapa jenis mata pencaharian lain seperti pengusaha, buruh industri, buruh bangunan, pegawai negeri dan sebagainya.

Peringkat kedua mata pencaharian yang paling banyak digeluti adalah buruh industri sejumlah 173 orang dan buruh pengusaha sebanyak 344 orang. Menjadi seorang pedagang atau seorang pengusaha bagi penduduk Kauman adalah pekerjaan yang paling ideal karena ini terkait dengan etos kerja kaum santri yaitu berdagang atau berusaha merupakan pekerjaan yang paling baik dan disukai oleh Allah SWT, selain itu sebagian besar penduduk Kauman adalah beragama muslim (Islam).

d) Komposisi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan

Distribusi penduduk Kauman menurut tingkat pendidikan adalah pada Tabel 4.7. sebagai berikut.

Tabel 4.7.
Penduduk Menurut Pendidikan (Bagi Umur 5 Th Keatas)
di Kelurahan Kauman Tahun 2015

No	Mata Pencaharian	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Tamat Akademi/Perguruan Tinggi	503	16,32
2.	Tamat SLTA	653	21,19
3.	Tamat SLTP	495	16,06
4.	Tamat SD	397	12,88
5.	Tidak Tamat SD	136	4,41
6.	Belum Tamat SD	562	18,23
7.	Tidak Sekolah	336	10,90
Jumlah		3082	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Kauman, 2015

commit to user

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa secara umum tingkat pendidikan penduduk Kauman tergolong tinggi, hal ini dapat dilihat dari tingkat pendidikan penduduk yang Tamat Akademi/Perguruan Tinggi sebanyak 503 orang atau dan Tamat SLTA sebanyak 653 orang. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat kesejahteraan dan perekonomian penduduk Kauman cukup baik, hal ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan pembangunan di Kauman baik.

e) **Komposisi Penduduk Menurut Agama**

Komposisi penduduk Kauman menurut agama dapat dilihat dalam Tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8.
Penduduk Menurut Agama Di Kelurahan Kauman Tahun 2015

No	Agama	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.	Islam	3298	91,98
2.	Kristen Protestan	83	2,39
3.	Kristen Khatolik	61	1,75
4.	Hindu	39	1,12
5.	Budha	0	0,00
6.	Lain-lain	96	2,76
Jumlah		3577	100,00

Sumber : Data Monografi Kelurahan Kauman, 2015

Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa jumlah penduduk yang memeluk agama Islam merupakan jumlah terbesar di Kauman yaitu sebanyak 3298 orang, kemudian pemeluk agama Kristen protestan yaitu sebanyak 83 orang, pemeluk agama Kristen Khatolik sebanyak 61 orang dan tidak ada pemeluk agama Budha sisanya penganut kepercayaan sebanyak 96 orang. Penduduk Kauman pemeluk agama Islam merupakan komposisi yang paling besar, jika kita telaah

lebih jauh jika kita lihat dari nama Kauman sendiri yaitu sebutan bagi perkampungan kaum santri maka tak heran di Kauman banyak yang beragama Islam.

7. Sejarah Kampung Kauman

Kauman, yang begitu dikenal oleh hampir seluruh masyarakat Jawa, sebagai nama kampung yang terletak ditengah-tengah kota, berdekatan dengan Masjid Agung dan Alun-Alun Keraton Surakarta. Hampir disetiap Kabupaten atau Kotamadya di Propinsi Jawa Tengah dan sebagian Jawa Timur terdapat nama Kampung Kauman. Kampung Kauman yang berada di Kota Surakarta terletak di sebelah barat alun-alun dan dekat dengan Masjid Agung Keraton, dan namanya memiliki cerita tersendiri yang sejarah kelahirannya mempunyai kisah yang panjang.

Nama kauman memiliki keterkaitan dengan keberadaan Keraton Kasunanan Surakarta. Berdiri seumur dengan dibangunnya Masjid Agung Surakarta oleh PB III tahun 1757 M. Masjid ini dibangun oleh raja sebagai bentuk kewajiban raja dalam memimpin rakyatnya dimana raja sebagai *Sayyidin Panatagama Khalifatullah*, yang berarti raja selain menjadi pemimpin Negara (kerajaan) raja juga sebagai pemimpin agama agar rakyat dapat hidup damai dan sejahtera. Setelah Masjid berdiri, maka berfungsi sebagai pusat dakwah Islam bagi keraton Kasunanan Surakarta karena kerajaan Surakarta adalah kelanjutan dari kerajaan Mataram Islam, yang diawali dari kerajaan Islam Demak kemudian pindah ke kerajaan Pajang, Mataram Islam (Sultan Agung), kerajaan Kartasura dan yang terakhir

kerajaan Surakarta Hadiningrat. Raja untuk melaksanakan tugasnya sebagai Sayyidin Panatagama Khalifatullah ini, maka raja mengangkat dan menempatkan seorang Penghulu (seorang ahli dibidang agama sekaligus penasehat raja) di masjid tersebut. (Sumber: *Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman, 2015*).

Penghulu ini diberi hak pakai atas sebidang tanah yang terletak disebelah utara Masjid. Tanah disekitar masjid ini oleh keraton hanya boleh ditempati oleh rakyat yang beragama Islam, maksudnya adalah bahwa Masjid Agung dan sekitarnya, tanahnya adalah milik Keraton yang disebut *Bumi Pamijen Keraton* atau Domein Keraton Surakarta (*DKS*). Sedangkan Kauman disebut *bumi mutihan* atau *bumi pamethakan*, yaitu wilayah yang hanya boleh dihuni oleh rakyat (*kawulo dalem*) yang beragama Islam (Musyawaroh 2000).

Lahirnya kampung Kauman dimulai dengan adanya penempatan abdi dalem *pamethakan* yang bertugas dalam bidang keagamaan dan kemasjidan yaitu Kanjeng Kyai Penghulu Mohammad Thohar Hadiningrat (*Penghulu dalem ing keraton dalem Surakarta*), yang bermukim di sekitar masjid Agung. *Penghulu* membawahi tanah disekitar masjid yang warganya terdiri dari *Abdi dalem pamethakan* dan ulama sebagai pembantu atau mewakili tugas *Penghulu* apabila berhalangan. (Sumber : *Paguyuban Wisata Kampung Batik Kauman, 2015*)

Tanah yang beliau tempati adalah pemberian dari Sunan PB III dengan status tanah *anggaduh*, yang berarti hanya berhak menempati atau

nglungguhi dan tidak punya hal milik. Tanah yang ditempati *penghulu* dan para *abdi dalem pamethakan* tersebut oleh keraton diberi nama *Perkauman*, artinya tanah tempat tinggal para kaum dan sampai sekarang menjadi Kauman (dikenal dengan sebutan Kauman).

Nama kampung Kauman ini dijelaskan juga oleh RM Sajid dalam kutipan *Babad Sala*: “*Panggenahing abdi dalem ngulama, saking pangkat bupati sakandhahanipun sadaya, dumugi kaum, naminipun kampung kauman*”. Jadi penduduk pertama kali kampung Kauman adalah seorang penghulu yang membawahi beberapa jabatan dibawahnya yang mengurus dan membantu tugas *penghulu* dalam bidang kemasjidan khususnya Masjid Agung Adapun *Abdi dalem* dan *ulama* tersebut antara lain:

- a. *Ketib* atau *Khotib*, yaitu ulama yang bertugas memberikan khotbah pada saat sholat jumat dan sebagai Iman sholat rowatib.
- b. *Modin*, yaitu orang yang bertugas memukul *bedhug* atau *kenthongan* saat tanda waktu sholat wajib telah tiba, kemudian mengumandangkan adzan.

(Sumber: *Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman, 2015*).

Namun dalam kehidupan sehari-hari *modin* juga melaksanakan tugas untuk mengurus hal-hal yang berkaitan dengan perkawinan dan kematian, memberikan doa dalam acara selamatan, memandikan jenazah dan sebagainya.

- a. *Qoyyim*, yaitu orang yang bertugas membantu tugas dan pekerjaan *modin*.

- b. *Merbot*, yaitu orang yang bertugas sebagai juru bersih dan mengelola fisik masjid, seperti menyediakan air, tikar dan alat-alat perkakas masjid.

(Sumber: *Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman*).

Sejarah Kauman dapat dikatakan bahwa keberadaan kampung Kauman ada karena memang dikehendaki keraton sebagai bagian dari 4 (empat) komponen pola kota pemerintahan kerajaan Mataram Islam, yang terdiri dari keraton, alun-alun, masjid dan pasar. Para *abdi dalem pamethakan* inilah yang mencitrakan kauman sebagai kampung yang didominasi oleh para *Priyayi* dari golongan *Ulama* atau *Santri* yang ditempatkan oleh pihak kerajaan (atas kehendak raja) yang mengemban tugas mulia untuk “meng-Islamkan” masyarakat dan mereka menempati tanah disekitar masjid kerajaan. Namun tidak menutup kemungkinan sebelum ditempatkannya para *abdi dalem pamethakan* oleh raja pada tanah yang berada disekitar masjid tersebut, yang jauh sebelumnya telah berpenghuni. (Sumber: *Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman, 2015*).

Kampung Kauman sebagai bagian integral dari keberadaan Keraton Surakarta, merupakan suatu bentuk komunitas. Komunitas adalah konsep Sosiologi yang menunjuk pada bentuk kesatuan sosial. Warga suatu komunitas biasanya mempunyai perasaan kesatuan sedemikian kerasnya sehingga rasa kesatuan itu menjadi sentiment persatuan, hal ini dapat diwujudkan dengan rasa kepribadian kelompok serta rasa bangga dan cinta pada wilayah dan kelompok (Koentjaraningrat, 1984).

Kampung Kauman menurut tulisan tentang sejarah Kauman diatas, pada awalnya khusus diperuntukkan bagi *abdi dalem pametahakan* yang berada dibawah otoritas Penghulu (*Reh Pengulon*) yaitu yang mengurus masalah keagamaan keraton. Masyarakat Kauman dulu, sebagian besar berprofesi sebagai *abdi dalem pamethakan* menampakkan dirinya sebagai komunitas muslim. Mereka ini ditempatkan di Kauman untuk menyelenggarakan kegiatan keagamaan dari keraton. Sebagai suatu bentuk komunitas masyarakat Kauman memiliki perasaan yang begitu kuat mempertahankan komunitas tersebut. Perasaan tersebut mengandung unsur : seperasaan, sepenanggungan dan saling memerlukan (Soekanto, 1982).

Dalam masyarakat Kauman perasaan-perasaan sosial individu diorganisasikan untuk menciptakan ikatan-ikatan sosial. Ikatan-ikatan itu dapat berupa ikatan keagamaan dan pertalian darah. Ikatan keagamaan masyarakat Kauman merupakan mayoritas masyarakat Kauman beragama Islam. (Clifford Geertz, 1981)

Santri menurut Geertz adalah mereka yang mendasarkan diri pada etika Islam dalam kehidupan sehari-harinya. Kauman sebagai kampung santri keberadaannyapun dikehendaki oleh raja sebagai tempat domisili para *abdi dalem pamethakan* dan pusat dakwah atau syiar Islam, sehingga kampung Kauman punya hukum atau aturan khusus yang ditetapkan oleh raja. Peraturan tersebut seperti disebutkan dalam naskah No 86 b yang berupa undang-undang bagi para buruh dan Pangindhung yang tinggal di tanah Pakauman Surakarta untuk tidak berbuat maksiat dan menyembunyikan

gamelan pada saat hajatan. Peraturan ini dikeluarkan oleh Paku Buwana VII ditujukan kepada penghulu sebagai orang yang dipercaya untuk melaksanakan hukum Islam di Kauman. (*Sumber: Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman, 2015*)

Adanya peraturan-peraturan tersebut menjadikan kehidupan di kampung Kauman pada masa lalu lebih religius dibandingkan dengan kampung lain. Simbol lain yang menunjukkan kampung tersebut adalah kampung santri adalah Masjid Agung. Masjid Agung adalah salah satu Masjid Kerajaan yang ada di pulau Jawa. Masjid kerajaan adalah sebagai salah satu dari 4 (empat) komponen yang membentuk suatu pola kota tradisional di Jawa, komponen yang lain adalah keraton, alun-alun dan pasar. Masjid Agung Surakarta didirikan oleh PB III pada tahun 1757 M. (*Sumber: Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman*).

Kenyataan bahwa masyarakat Kauman mayoritas Islam, tidak mengherankan karena pada awalnya penduduk pertama disana adalah para *abdi dalem pamethakan* bertugas mengurus segala macam kegiatan keagamaan di Kauman dan Masjid Agung milik kerajaan. Pertalian darah maksudnya disini adalah seperti telah dikemukakan diatas bahwa sebagian besar masyarakat Kauman pada saat itu atau awalnya adalah abdi dalem pamethakan, sebagai abdi dalem keraton Surakarta maka mereka dapat dikategorikan sebagai golongan priyayi yang didasarkan atas tingkatan jabatan dalam birokarasi administarasi keraton dan atas dasar keturunan.

Gambaran ikatan keagamaan dan pertalian darah tersebut dapat dikatakan bahwa masyarakat Kauman terbentuk oleh simpul ikatan tali keagamaan, darah keluarga dan birokrasi keraton. Perkembangan masyarakat Kauman selanjutnya terus mengalami perubahan sesuai perkembangan peradaban, dan sampai saat ini nilai keislaman dari masyarakat Kauman tetap menonjol dibandingkan dengan masyarakat di kampung lain.

8. Peran Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK)

Pada awal mulai tumbuh dan berkembangnya industri batik Kauman sampai sekarang pengusaha-pengusaha batik dan pedagang batik Kauman tidak terhimpun dalam suatu wadah atau asosiasi, akan tetapi sejak diadakannya festival 1200 pembatik anak di Kauman tanggal 12 Februari 2006 yang digagas oleh salah satu pengusaha batik di Kauman dengan menggandeng Karang Taruna (mudamudi) pemikiran untuk membentuk Paguyuban Batik mulai terbangun.

Sejak pertengahan tahun lalu, sejumlah pengusaha batik di Kampung Kauman mulai menampakkan eksistensinya kembali. *Follow up* dari pemikiran pembentukan paguyuban tersebut akhirnya dapat terealisasi yaitu pada tanggal 07 April 2006 masyarakat Kauman yang terdiri dari pengusaha dan pedagang batik serta pengusaha yang lain telah membentuk dan melantik kepengurusan Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman Surakarta.

Paguyuban berasal dari kata *Guyub* yang berarti rukun. Istilah paguyuban sebagai nama organisasi karena masyarakat kampung Kauman yang memiliki ikatan kekeluargaan dan gotong royong yang cukup kuat.

Guyub menjadi salah satu modal sosial untuk mengembangkan Kampung Wisata Batik Kauman Surakarta. Paguyuban memiliki logo yang hampir serupa dengan lambang Keraton Kasunanan Surakarta karena adanya sejarah hubungan Kampung Kauman dengan Keraton.

Perkembangan muncul paguyuban ini semakin banyak tumbuh pedagang-pedagang batik di Kauman, para pedagang batik ini memanfaatkan rumah-rumah mereka yang kosong untuk dijadikan *show room* atau toko dan mereka mengambil produk batik yang mereka jual sebagian juga berasal dari pengusaha-pengusaha batik yang memproduksi di Kauman. Tujuan utama dari terbentuknya paguyuban ini adalah untuk mempromosikan Kauman terutama dikalangan masyarakat Solo bahwasanya Kauman ini mempunyai potensi dan keunikan serta mewadahi para pengusaha batik kauman dan landasan dasarnya adalah meningkatkan taraf ekonomi masyarakat kauman di dalam bidang sektor batik. Dengan berdirinya paguyuban ini cita-cita menjadikan kampung Kauman sebagai kampung wisata batik Kauman seperti halnya Laweyan akhirnya dapat terwujud melalui kerjasama yang terbangun antara paguyuban, departemen pariwisata kota Surakarta, pemerintah kota, Kelurahan Kauman, dan agen-agen biro perjalanan wisata.

Dalam perkembangannya muncul paguyuban ini semakin banyak tumbuh pedagang-pedagang batik di Kauman, para pedagang batik ini memanfaatkan rumah-rumah mereka yang kosong untuk dijadikan *showroom* atau toko dan mereka mengambil produk batik yang mereka jual sebagian juga berasal dari pengusaha-pengusaha batik yang memproduksi di Kauman.

Program-program yang selama ini dilakukan paguyuban, dari awal mulai terbentuk sampai sekarang lebih mengarah ke promosi, yaitu mempromosikan kampung batik Kauman, kegiatannya sebagai berikut.

- a. Diawali dengan pameran-pameran foto kauman tempo dulu.
- b. Mengajukan proposal-proposal yang diajukan ke dinas-dinas, dimana ini disetujui dan mendapat perhatian.
- c. Tahun 2006 kelurahan memberikan bantuan *blockgrant* pemerintah daerah untuk pengembangan Kampung Wisata Batik Kauman.
- d. Dengan adanya bantuan dana dari Pemerintah Kota dan para pengusaha batik Kauman, pameran foto-foto mulai sering dilakukan.
- e. Mengikuti pameran-pameran perdagangan baik yang diselenggarakan oleh pemerintah ataupun pihak swasta.
- f. Pembuatan dan pemasangan MMT (poster besar) di salah satu jalan sentral di Kauman yang merupakan jalan yang banyak terdapat pengusaha dan pedagang batik, serta pengusaha lain.
- g. Pembuatan leaflet dan buklet yang berisi daftar dan peta wisata batik di Kauman.
- h. Mengikuti pelatihan-pelatihan dan seminar yang diadakan oleh Dinas Pariwisata, Perindustrian dan Perdagangan Kota Surakarta. Pelatihan ini diikuti oleh pedagang dan pengusaha batik yang terhimpun dalam Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman.

- i. Pembuatan buku tentang Kauman yang dibiayai oleh dana *block grant*, dimana pembuatan buku ini di dukung oleh para ekspert dosen-dosen UNS yang tertarik pada pengembangan Kauman.
- j. Launching buku Kauman : *Religi, Tradisi dan Seni*, pada bulan Februari 2007. (Sumber: *Koran dan kesekretariatan Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman*)



Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK) selain berfungsi sebagai wadah untuk menjembatani antar anggota paguyuban juga berfungsi sebagai media publikasi dari industri-industri batik yang ada di Kauman dan media informasi serta sebagai wadah aspirasi para anggotanya. Dalam mengatur jalannya paguyuban ada anggaran dasar dan anggaran rumah tangga yang telah dibuat dan disepakati bersama.

Struktur organisasi paguyuban ini terdapat ketua, sekretaris, bendahara, tim pameran dan publikasi. Namun paguyuban ini sifatnya tidak mengikat atau mengekang, jadi untuk pertemuan rutin setiap bulannya saat ini belum ada karena mengingat aktivitas dan kesibukan yang sangat padat dari anggotanya yang berprofesi sebagai pengusaha dan pedagang, sehingga jika diadakan pertemuan rutin nanti takutnya mengganggu kesibukan mereka. Pengaturan pertemuannya lebih bersifat informal, yaitu jika bertemu dalam acara-acara tertentu lalu membicarakan masalah paguyuban, atau komunikasi via telepon dan jika akan ada kegiatan yang berhubungan dengan Kampung Wisata Batik Kauman.

Perkembangan industri batik di kota Surakarta terkonsentrasi di sentra-sentra industri batik Laweyan dan Kauman serta lainnya di Pasar Kliwon dan industri batik mandiri lainnya tersebar di berbagai wilayah Surakarta. Industri Batik masih menjadi andalan ekonomi yang dapat memberi peluang kerja dan pendapatan bagi ribuan tenaga kerja di kota Surakarta dan sekitarnya.

Tabel. 4.9. Jenis Produk Batik di Kampung Laweyan dan Kauman

No	Lokasi Industri di Surakarta	Jenis Produk Batik			Jumlah Industri
		Tulis	Cap	Printing	
1.	Sentra Industri Laweyan	34	117	19	170
2.	Sentra Industri Kauman	7	18	-	25
Jumlah		41	135	19	195

Sumber: Wawancara dengan Forum Pengembangan Batik Kampung Laweyan dan Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman Tahun 2015

Tabel 4.9. di atas menggambarkan perkembangan jumlah industri batik yang terdapat di kampung batik Laweyan dan Kauman masing-masing kampung batik Laweyan sejumlah 170 industri dan Kauman sejumlah 25 industri. Jenis produk batiknya pun beragam ada batik tulis, batik cap dan batik printing.

Tabel 4.10. Usaha Berdasarkan Lokasi Industri dan Skala Usaha di Surakarta

No	Jenis	Skala Usaha (Omset)			Jumlah
		Mikro (Maks.300 Juta)	Kecil (> 300juta – 2,5 M)	Menengah (>2,5 M – 50 M)	
1.	Koperasi	-	-	-	563
2.	UMKM	41.431	2.187	82	43.700

Sumber: Wawancara dengan Forum Pengembangan Batik Kampung Laweyan dan Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman Tahun 2015

Tabel 4.10. Jumlah Industri berdasarkan lokasi industri dan skala usaha di Surakarta adalah Koperasi yang ada di surakarta adalah 563 unit, sedangkan UMKM dengan skala usaha mikro adalah 41.431, skala usaha kecil adalah 2.187 dan Skala usaha menengah adalah 82. Total UMKM di Surakarta sebanyak 43.700 unit.

B. Kepemimpinan Generasi Pendahulu dalam Bisnis Keluarga di Kampung Batik Laweyan dan Kauman

Kepemimpinan merupakan salah satu topik yang paling banyak diteliti dan komprehensif dalam ilmu perilaku. Kepemimpinan dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif dan kemampuan kepemimpinan sangat penting bagi keberhasilan organisasi. Kepemimpinan dalam perusahaan keluarga sedikit berbeda dengan kepemimpinan di perusahaan non-keluarga. Yang lebih membedakan, tugas pemimpin pada perusahaan keluarga pada umumnya jauh lebih berat dibandingkan dengan pemimpin pada perusahaan non-keluarga. Penyebabnya pemimpin harus rangkap tugas yang tidak mudah dijalankan memimpin keluarga sekaligus secara simultan memimpin bisnis. Padahal bisnis dan keluarga adalah dua sistem sosial yang berbeda domain dan seringkali tidak sejalan. (Kotter, 2001: 35)

Bisnis keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian negara dan sekaligus menjadi motor penggerak bagi tumbuh kembangnya industri nasional. Dalam beberapa penelitian tentang perusahaan keluarga telah mencatat peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian suatu Negara yaitu mampu memberi sumbangan

commit to user

antara 45% sampai 70% dari produk domestik bruto dan banyak menyerap tenaga kerja di berbagai negara (Marpa, 2012: 45)

Isu-isu tentang kepemimpinan bisnis keluarga seperti digambarkan diatas tentu saja sangat menarik untuk dipelajari lebih jauh lagi mengenai bagaimana terbentuknya gaya kepemimpinan pada bisnis keluarga. Di Indonesia banyak sekali perusahaan keluarga baik itu industri kecil maupun industri besar. Isu kepemimpinan kerap menjadi masalah pada industri kecil kita salah satunya yaitu pada industri batik. Selain isu kepemimpinan terdapat hal lain yang menjadi permasalahan yaitu mengenai generasi pembatik umumnya sudah berusia relatif lanjut, sehingga perlu upaya khusus untuk menggugah minat kalangan muda untuk terjun ke usaha batik.

Batik merupakan bisnis unggulan kota Surakarta dimana banyak bisnis keluarga yang berperan aktif dalam industri ini. Mengingat betapa pentingnya industri batik untuk kota surakarta maka dibutuhkan kajian tentang faktor apa saja yang membentuk gaya kepemimpinan bisnis keluarga di sentra batik Surakarta. Industri Batik milik keluarga di Kampung Laweyan dan Kauman merupakan fenomena bisnis yang menarik untuk ditelaah karena berbagai macam isu dan tantangan yang harus dihadapi oleh industri. Ini merupakan proses suksesi yang harus dilakukan secara tepat untuk melanjutkan ke generasi penerus. (Marpa, 2012: 56)

Hasil wawancara yang dilakukan, maka peneliti berusaha menjelaskan masing-masing dari karakteristik informan-informan yang berasal dari 4 (empat) informan, berikut rinciannya:

commit to user

1. Kampung Batik Laweyan

a) Bapak H. Achmad Sulaiman

Bapak H. Achmad Sulaiman yang beralamat Kampung Batik Laweyan, beliau adalah seorang pengusaha batik dan toko batiknya diberi nama batik Puspa Kencana, selain sebagai pengusaha batik beliau juga sebagai pengurus paguyuban yang aktif dan kreatif.

Bapak H. Achmad Sulaiman dalam menggeluti usaha batik adalah selalu menciptakan corak dan motif yang baru dan berbeda dengan batik yang lainnya. Bapak H. Achmad Sulaiman merupakan generasi ke-6 (enam) yang meneruskan usaha keluarganya yang turun temurun dalam bidang batik yang kini sedang melakukan suksesi kepada Putrinya Ibu Diana yang sebagai penerus usaha Batik Puspa Kencana sehingga Ibu Diana merupakan generasi ke-7 (tujuh).

Hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak H. Achmad Sulaiman tentang kepemimpinan di Batik Puspa Kencana adalah.

“Dalam memimpin bisnis batik ini kepemimpinan yang saya tanamkan adalah dari hati ke hati atau ”nguwongke” semua orang yang terlibat dalam industri batik. Peran orang tua sejak kecil sudah memberikan gemblengan agar mempunyai kematangan jiwa untuk menjadi seorang pemimpin. Sehingga perpaduan antara faktor keturunan, bakat, dan lingkungan serta faktor pendidikan, latihan dan pengalaman-pengalaman yang memungkinkan bakat tersebut dapat teraktualisasi dengan baik”.

Perusahaan Batik Puspa Kencana merupakan perusahaan keluarga yang dikelola oleh seorang pemimpin yang mempunyai visi dan misi yang kuat yaitu H. Achmad Sulaiman dan dibantu anaknya Ibu Diana yang

commit to user

selalu berinovasi untuk membuat motif batik yang menjadikan ciri khas batik Puspa Kencana. Bapak H. Achmad Sulaiman sebagai *leader* mampu menampilkan pribadinya memiliki visi/misi serta mampu berkomunikasi dan mengambil keputusan. Sifat-sifat Bapak H. Achmad Sulaiman, telah menunjukkan sikap sebagai seorang pemimpin yang “*nguwongke*” misalkan: dalam mengambil keputusan, selalu didasarkan pada hasil musyawarah dengan semua komponen dan mau mendengarkan suara-suara yang dari tingkat bawah. Dan hal-hal kepemimpinan yang telah ditanamkan diajarkan kepada Ibu Diana sebagai generasi penerus.

b) Bapak H. Muhammad Nurudin Ardani

Bapak Nurudin yang beralamat di kampung Batik Laweyan, beliau adalah seorang pengusaha Batik dan toko Batiknya di beri nama Batik Pria Tampan. Bapak Nurudin merupakan pimpinan di Batik Pria Tampan. Selain sebagai pengusaha batik Bapak Nurudin juga melakukan industri Batik. Bapak Nurudin merupakan generasi ke 3 dari keluarganya yang meneruskan usaha batik yang dimiliki oleh keluarganya. Pada saat ini Bapak Nurudin telah melakukan suksesi kepemimpinan Batik yang dimilikinya kepada Putranya Bapak Andri yang merupakan generasi ke 4 (empat).

Hasil wawancara dengan Bapak Nurudin mengatakan bahwa

“Dalam hal memimpin saya mempunyai *insting* yang kuat yaitu mampu melihat peluang yang sempit namun menjadi pangsa pasar yang luas. Saya selalu memperhatikan kesejahteraan karyawan dan mendengarkan ide-ide dari anak maupun karyawan”.

commit to user

Kepemimpinan ini ditunjukkan dengan kemampuan beliau untuk memilih memproduksi batik dengan motif yang menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang sedang berkembang, misalnya sedang dalam acara piala dunia maka batik pria tampan juga memproduksi batik yang diberikan corak tambahan yaitu gambar negara-negara yang ada berpartisipasi dalam piala dunia. Produk unggulan Batik Pria Tampan perlahan mampu menembus pasar dunia. Bapak Nurudin menurunkan ke generasi selanjutnya yaitu anaknya Bapak Andri yang juga mempunyai pemikiran yang sejalan dengan bapaknya sehingga kepemimpinan yang dijalankan di industri batiknya dengan baik, dapat menyatukan kelompok, bekerja keras untuk membangun kesepakatan dan komitmen kelompok.

Persiapan suksesi yang dilakukan adalah generasi penerus mengikuti persiapan suksesi dengan strategi. Strategi tersebut penting karena generasi penerus sebagai pemimpin harus mengidentifikasi hal-hal apa yang dapat membuat perusahaan tetap sukses di masa depan dan perubahan apa yang perlu dilakukan ketika melakukan suksesi kepemimpinan. Selain itu, generasi penerus perlu menyesuaikan strategi industri batik dengan talenta dan kemampuan calon suksesor. Transisi kepemimpinan dalam berjalan dengan baik jika persiapan dilakukan dengan matang. Faktor keluarga juga dapat mempengaruhi proses persiapan suksesi. Sebagai generasi pendahulu Bapak H. Achmad Sulaiman masih melakukan pendampingan terhadap industri batik yang

dijalankan dengan anaknya sebagai generasi penerus. Begitupula dengan bapak Nurudin masih melakukan pendampingan terhadap anaknya Bapak Andri dalam melakukan usaha bisnis keluarga di bidang batik.

2. Kampung Batik Kauman

a) Bapak Gunawan Setiawan

Bapak Gunawan beralamat di Kampung Batik Kauman, Bapak Gunawan adalah seorang pengusaha batik yang diberi nama Batik Gunawan Setiawan. Bapak Gunawan adalah ketua paguyuban forum batik kampung Kauman. Bapak Gunawan merupakan generasi keempat dari keluarganya. Merintis usaha batik milik orang tuanya Muhammad dan Siti Badriyah.

Pemilik dari batik ini adalah bapak Gunawan Setiawan, seorang lulusan Sarjana Ekonomi. Usaha batik ini merupakan usaha batik yang berawal dari sebuah keprihatinan pemiliknya dikala menempuh bangku kuliah. Pada awalnya berjualan batik bagi Bapak Gunawan Setiawan ini merupakan upaya demi mempertahankan usaha batik milik keluarganya. Hal ini tidak serta merta menjadi hal yang tiba-tiba saja digeluti oleh beliau.

Hasil wawancara dengan Bapak Gunawan Setiawan adalah.

“Tipe kepemimpinan yang ada dalam diri saya adalah juga merupakan tipe kepemimpinan yang diajarkan orang tua saya dulu yaitu bimbingan dari orang tuanya untuk menjadi pemimpin yang baik serta didukung dengan ilmu pengetahuannya sehingga saya menekuni ilmu ekonomi yang akhirnya mendukung beliau untuk menjadi pemimpin yang profesional. Saya menanamkan sifat kepemimpinan secara modern dengan mempertimbangkan adanya kemampuan sumberdaya manusia dan teknologi.

Selain itu ilmu manajemen juga digunakan sebagai ilmu yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Batik Gunawan Setiawan telah menggunakan atau mengelola perusahaannya dengan baik dimana telah dibentuk manajer produksi, manajer keuangan dan manajer pemasaran.

b) Bapak H. Muhammad Afrosin

Bapak Afrosin beralamat di kampung Batik Kauman, beliau adalah seorang pengusaha batik dan toko batiknya diberi nama Batik Dakon Mas. Bapak Afrosin merupakan generasi ke-4 (empat) yang menurunkan usaha Batik keluarga yang turun temurun. Saat ini usaha batiknya diturunkan ke putrinya yang bernama Isnaeni Nur Ulfa sebagai generasi ke-5 (lima). Batik Dakon Mas generasi ke empat yang dipegang oleh Bapak Afrosin sebagai penerus kedua dan sedang dalam mempersiapkan untuk generasi ke-5. Untuk mencapai sukses maka seorang pemimpin harus menjalankan amanahnya dengan cinta.

Hal inilah yang dilakukan oleh Afrosin selaku pimpinan Batik Dakon Mas. Penekanan dari kepemimpinan perusahaan ini adalah terletak dari adanya jiwa kewirausahaan. Hasil wawancara dengan Bapak Afrosin adalah.

“Memimpin Dakon Mas pada prinsipnya adalah mau untung atau rugi tetap terus melanjutkan bisnis dan tidak boleh putus asa. Usaha keras saya dilakukan hanya untuk mempertahankan bisnis batik sambil mengajarkan ke anak. Yang penting adalah saya menumbuhkan rasa cinta yaitu cinta terhadap pekerjaan, dimana jika

sudah cinta, maka bisnisnya akan dijaga, dipertahankan dan dikembangkan sekuat tenaga untuk menjadi perusahaan yang berdaya saing. Jika dengan karyawan saya melakukan dorongan intelegensi atau spiritual lebih banyak melakukan dorongan kepada para pegawai atau karyawan untuk maju dan berkembang”.

Bapak Afrosin berpendapat bahwa walaupun rugi tetap tidak boleh putus asa karena untung dan rugi adalah implikasi dari berbisnis. Bapak Afrosin adalah pemimpin yang tidak serta merta langsung diberikan perusahaan orang tuanya untuk dikelola melainkan melalui usaha yang sangat keras, dimana beliau sejak kecil harus mempunyai jiwa kewirausahaan. Didikan dan bimbingan orang tua merupakan faktor yang sangat besar dalam menjadikan beliau seorang pemimpin. Sejak kecil beliau sangat senang untuk berwirausaha walau tidak mendapatkan upah sekalipun. Hal ini dengan tekad bahwa kunci sukses dalam berbisnis yaitu ”cinta”. Cinta disini adalah cinta terhadap pekerjaan, dimana jika sudah cinta maka akan dijaga, dipertahankan dan dikembangkan sekuat tenaga untuk menjadi perusahaan yang berdaya saing. Seorang pemimpin yang baik harus memiliki integritas (kepribadian), intelektual (pengetahuan), intelegensi (spiritual), *skill* atau kemampuan/keahlian, memiliki *power* atau dapat mempengaruhi orang lain, mau belajar, mendengar dan siap dikritik.

Bapak Afrosin dalam kepemimpinannya dominan dalam pendekatan intelegensi atau spiritual lebih banyak melakukan dorongan kepada para pegawai atau karyawan untuk maju dan

berkembang. Selain itu juga menyadari akan usia dan kemampuannya maka Bapak Afrosin sudah mendelegasikan kepada anaknya yang kini anaknya sudah mulai mengembangkan usahanya dengan memiliki *showroom* batik sendiri selain usaha batik yang dimiliki oleh bapaknya.

Hasil penelitian maka dapat dilihat bahwa generasi penerus dalam pengembangan Industri batik keluarga sudah mulai melibatkan calon suksesornya dalam melakukan kegiatan bisnisnya. Keterlibatan calon suksesor harus dipersiapkan sejak dini sehingga ia mampu mendapat banyak pengalaman dari keterlibatannya dalam kegiatan di dalam perusahaan tersebut. Karena pengalaman merupakan salah satu hal yang penting dalam meneruskan perusahaan. Calon suksesor harus diberikan kesempatan untuk menjalankan area penting dalam bisnis sehingga ia mendapatkan tanggung jawab yang lebih. Tanggung jawab yang lebih akan menghasilkan kualitas yang lebih baik bagi calon pemimpin di kemudian hari.

Generasi penerus harus memberikan pengetahuan dan nilai-nilai kepemimpinan kepada calon suksesornya, sehingga apa yang didapatkan oleh calon suksesor bukan hanya kemampuan teknis, tetapi hal-hal psikologis juga. Calon suksesor juga harus mendapatkan jejaring bisnis dari pemimpin sebelumnya agar hubungan dengan rekan bisnis tetap terjalin meskipun telah terjadi

pergantian pemimpin dalam perusahaan tersebut. Lalu pemimpin yang baru harus mengembangkan keahlian, kharisma, dan reputasinya di dalam industri bisnis keluarga batik.

Beberapa sumber informan maka tipe kepemimpinan yang dimiliki oleh para pemilik industri batik baik di kampung Laweyan dan Kauman adalah termasuk dalam tipe kepemimpinan demokratis berorientasi pada manusia atau karyawan dan memberikan bimbingan yang efisien kepada para pengikutnya. Terdapat koordinasi pekerjaan pada semua bawahan, dengan penekanan pada rasa tanggung jawab internal (pada diri sendiri) dan kerjasama yang baik.

Kekuatan kepemimpinan demokratis tidak terletak pada pemimpinnya akan tetapi terletak pada partisipasi aktif dari setiap warga kelompok. Kepemimpinan demokratis menghargai potensi setiap individu, mau mendengarkan nasehat dan sugesti bawahan. Bersedia mengakui keahlian para spesialis dengan bidangnya masing-masing. Mampu memanfaatkan kapasitas setiap anggota seefektif mungkin pada saat-saat dan kondisi yang tepat.

Dinamika hubungan dalam keluarga dipengaruhi oleh pola kepemimpinan. Karakteristik seorang pemimpin akan menentukan pola komunikasi bagaimana yang akan berproses dalam kehidupan yang membentuk hubungan-hubungan tersebut. Kepemimpinan

adalah komunikasi yang secara positif mempengaruhi kelompok untuk bergerak ke arah tujuan kelompok.

Kepemimpinan adalah faktor yang paling menentukan keefektifan komunikasi kelompok. Dinamika kelompok bagaimana akan terjadi ditentukan oleh gaya-gaya kepemimpinan. Tetapi bisa juga sebaliknya, kelompok bagaimana yang dipimpin, akan mempengaruhi pola kepemimpinan. Ternyata lahirnya gaya-gaya kepemimpinan tidak semata-mata karena pengaruh dari yang memimpin secara vertikal, tetapi juga karena pengaruh dari yang dipimpin secara horisontal. Tipe-tipe kepemimpinan itu pula yang melahirkan bermacam-macam sikap dan perilaku seseorang dalam memimpin kelompoknya. Karenanya, cara-cara kepemimpinan yang berlainan yang ditunjukkan oleh seorang pemimpin kepada bawahannya mempunyai akibat-akibat berlainan terhadap interaksi kelompok.

Kepemimpinan di Kampung Laweyan dan Kauman menunjukkan bahwa kemampuan memimpin dan mempengaruhi generasi penerus agar mau bekerjasama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dengan cara berbagai kegiatan yang akan dilakukan ditentukan bersama antara generasi sebelumnya dengan generasi penerus. Gaya kepemimpinan yang diterapkan pada kepemimpinan demokratis menunjukkan bahwa keputusan dan kebijakan yang dibuat bersama antara pimpinan dan bawahan, komunikasi dapat

berlangsung timbal balik, suasana saling percaya, menghormati dan menghargai serta tanggungjawab menjadi tanggungjawab bersama.

Generasi penerus dalam melaksanakan tugas sehari-hari didasari oleh orientasi kepemimpinan yang mewarnai perilaku yang diajarkan oleh orang tuanya sebagai generasi sebelumnya. Efektivitas kepemimpinan sebagai seseorang bergantung pada interaksi yang terjadi antara generasi sebelumnya dengan generasi penerus sehingga sejauh mana interaksi tersebut mempengaruhi perilaku pemimpin yang bersangkutan. Maka generasi sebelumnya telah mengajarkan kepada generasi penerus tentang bagaimana cara mengelola, bagaimana cara memberitahukan dan memberikan instruksi dan mengawasi pelaksanaan tugas dan kinerja bawahan, melakukan pemasaran serta menyampaikan ide-ide sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.

Salah satu karakteristik yang melekat dalam industri batik di kedua kampung batik Laweyan dan Kauman dalam bisnis keluarga adalah keinginan agar kepemimpinan perusahaan dipegang oleh anggota keluarga. Karakter ini secara umum bertumpu pada peran keluarga dalam sebuah bisnis keluarga, yakni memanfaatkan dan mengawasi sumber-sumber daya yang tersedia, menentukan tingkat spesialisasi dan integritas, memfasilitasi komunikasi dan koordinasi, serta mengatur kewenangan dan kepercayaan, termasuk menentukan siapa pemegang pimpinan perusahaan.

commit to user

Kepemimpinan telah diserahkan penuh kepada generasi penerus anggota keluarga yang duduk dalam kepemimpinan perusahaan memegang peran yang sedemikian penting sehingga kalangan professional harus berkonsultasi dengan anggota keluarga dalam pengambilan keputusan. Pemimpin dalam menjalankan industri bisnis keluarga yang bukan anggota keluarga akan meminta persetujuan dari anggota keluarga yang memimpin.

Pada awal-awal berdirinya, kepemimpinan dalam bisnis keluarga biasanya bersifat informal. Pendiri menentang adanya struktur dan sistem organisasi. Belum ada pemisahan yang tegas antara isu perusahaan dengan isu pribadi atau keluarga. Pada tahap ini, pemimpin cenderung tidak mau bergantung kepada orang-orang selain anggota keluarga. Bahkan mereka juga enggan melibatkan generasi penerus. Kalaupun dilibatkan, perannya masih minimal. Kekuasaan mengambil keputusan berada sepenuhnya di tangan pendiri. Namun seiring dengan tumbuh kembangnya perusahaan keluarga, yang ditandai dengan meningkatnya pendapatan, keuntungan, jumlah aset, pangsa pasar, jumlah pelanggan, jumlah karyawan, jumlah lokasi operasi, kompleksitas operasi bisnis, dan jumlah anggota keluarga yang aktif dalam perusahaan, model kepemimpinan macam ini tentu tidak bisa lagi dipertahankan.

Industri batik milik keluarga yang diciptakan membentuk model kepemimpinan yang mampu menghadirkan stabilitas, keberlanjutan, dan perubahan sekaligus. Harus diakui perubahan adalah masalah sulit bagi bisnis keluarga. Untuk mengatasi perubahan dari generasi pendahulu ke generasi penerus, bisnis keluarga dapat membangun konsekuensi tentang pentingnya membangun dan mendukung kepemimpinan; menetapkan hak, tanggung jawab, dan proses kepemimpinan; memanajemeni proses tata kelola bagi pengambilan keputusan yang efektif dan penyelesaian perselisihan secara adil; membangun rencana suksesi kepemimpinan; mengimplementasikan perencanaan secara strategis; membangun proses guna memberikan edukasi tentang pentingnya peninggalan (*legacy*), membangun proses guna mengukur keberhasilan kepemimpinan.

Seiring dengan tumbuh kembangnya industri batik di kampung Laweyan dan Kauman, kepemimpinan tidak mungkin lagi bergantung hanya kepada satu generasi sebelumnya ataupun pemimpin sebelumnya seperti pada masa-masa awal berdirinya industri batik milik keluarga. Kepemimpinan yang lebih bersifat kolektif akan membantu anggota keluarga mengatasi kejenuhan, terlibat lebih dalam, dan mempercepat proses pengambilan keputusan.

Kebersamaan ini ditunjukkan oleh mekanisme keputusan kolektif dalam pengambilan kebijakan strategis oleh anggota keluarga yang duduk dalam kepemimpinan dalam industri batik. Industri batik milik keluarga yang sukses umumnya memiliki model kepemimpinan yang mengakui dan

commit to user

menghargai setiap pendekatan, serta berusaha mengakomodasi kelompok-kelompok informal melalui pemahaman dan pelibatan yang lebih luas. Kelompok informal adalah kelompok yang tidak memiliki jabatan dalam industri batik milik keluarga.

Perselisihan atau konflik terjadi, dalam bisnis keluarga batik terjadi di antara sesama anggota keluarga. Oleh karena itu, generasi penerus sebagai pemimpin keluarga hendaknya mampu melakukan penyelesaian perselisihan guna menghindari makin membesarnya konflik yang mengancam keharmonisan keluarga dan keberlangsungan hidup bisnis keluarga. Suksesi dan pemahaman salah satu tanggung jawab pemimpin perusahaan keluarga adalah memahami kekuatan dan kelemahan diri, keluarga, dan orang-orang yang bekerja dengannya.

Demi keberlanjutan bisnis pada masa depan, perencanaan suksesi yang baik wajib menjadi bagian dari model kepemimpinan industri batik yang merupakan bisnis keluarga secara turun temurun termasuk menentukan calon-calon yang berpotensi menjadi pemimpin masa depan untuk kemudian mempersiapkan mereka sejak dini. Gaya kepemimpinan dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal (karakteristik) dan eksternal (lingkungan). Internal meliputi beberapa perilaku yang dimiliki oleh para pemimpin perusahaan sedangkan eksternal meliputi lingkungan kerja, pegawai dan tuntutan pasar.

Penelitian ini ditemukan bahwa seorang pemimpin tidak harus dilahirkan tetapi dapat dibentuk oleh lingkungan, kepemimpinan yang terbentuk di kampung batik Laweyan dan Kauman mempunyai gaya kepemimpinan yang hampir sama. Gaya kepemimpinan yang ada tidak ada yang sesuai karena ada beberapa hal yang lebih prinsip ditekankan dalam perusahaan keluarga yaitu “*sikap nguwongke*” terhadap karyawan. Implikasi kepemimpinan dalam pengambilan keputusan baik secara pengelolaan bisnis keluarga maupun cara pengambilan keputusan penting, kepemimpinan yang dilakukan cenderung memberikan kepercayaan kepada orang lain baik itu istri maupun anaknya dalam hal gaya kepemimpinan.

Pembahasan sumber informan tersebut di atas dapat disimpulkan sebagai berikut :

Tabel 4.11. Sumber Informan dalam Penelitian

No	Nama Informan	Nama Industri	Generasi	Generasi Penerus
1.	Bapak H. Achmad Sulaiman	Batik Puspa Kencana Laweyan	Ke-6	Anak Perempuan generasi ke-7
2.	Bapak H. Muhammad Nurudin Ardani	Batik Pria Tampan	Ke-3	Anak laki-laki generasi ke-4
3	Bapak Gunawan Setiawan	Batik Gunawan Setiawan	Ke-4	Sedang mempersiapkan anak perempuannya (masih SMA)
4.	Bapak Muhammad Afrosin	Batik Dakon Mas	Ke-4	Anak perempuan generasi ke 5

Sumber : Data diolah, 2015

Tabel. 4.12. Persamaan dari Kepemimpinan di Kampung Batik Laweyan dan Kauman

Kepemimpinan	Tipe
Karakteristik Personal	Kampung Batik Laweyan dan Kauman menerapkan kepemimpinan yang dibangun berdasarkan karakteristik personal individu sebagai generasi penerus sesungguhnya telah tertanam jauh di dalam kepribadiannya sehingga sulit untuk diubah walaupun dengan aneka cara yaitu menerapkan tentang bisnis keluarga yang dimiliki turun temurun. Kuncinya adalah pengikut harus menerima secara legowo karakteristik seorang pemimpin, memahami dampak kepribadiannya tersebut diri mereka, dan menerima keistimewaan yang melekat pada seorang pemimpin.
Motivation Capability	Individu memiliki sejumlah motif dan perasaan yang berada di bawah alam sadarnya. Motif dan perasaan ini tidak mereka sadari. Sebab itu, perilaku individu tidak hanya merupakan hasil dari tindakan dan respon yang bisa diamati, melainkan juga emosi dari pengalaman sebelumnya yang telah mengendap sekian lama di alam bawah sadarnya. Hal ini karena melihat dan ikutserta terlibat dalam usaha batik milik keluarganya dengan sendirinya tanpa ada paksaan dari siapapun
Personality	Kepemimpinan yang diterapkan di Kampung Batik Laweyan dan Kauman tumbuh dari bakat dan perilaku. Kedua pendekatan ini menjelaskan bahwa generasi penerus merupakan seseorang yang memiliki bakat yang cocok atau memperlihatkan perilaku yang sesuai dan muncul sebagai pemimpin dalam situasi kelompok (organisasi). Selain itu terbentuknya sikap generasi penerus untuk meneruskan usaha batik ini adalah karena situasi dan kondisi yang membawa ke arah mempertahankan usaha bisnis keluarganya. Sehingga personality yang dibentuk adalah menurut situasi tugas yang harus diselesaikan, keterampilan, pendidikan.

Tabel 4.13. Karakteristik Kepemimpinan, Usaha di Kampung Batik

KARAKTERISTIK	LAWEYAN	KAUMAN
Acceptable yaitu Pemimpin yang menerima pendapat orang lain untuk membuat keputusan	Generasi pendahulu memiliki sikap yang konsultif dalam mengambil keputusan, selalu didasarkan dengan musyawarah dengan semua komponen dan mau mendengarkan pendapat orang lain sampai ketingkat bawah.	Generasi pendahulu dalam pengambilan keputusan memiliki kepemimpinan yang modern tidak selalu melalui musyawarah serta mempertimbangkan adanya teknologi dan kemampuan sumberdaya manusia
Kharismatik yaitu mempunyai visi ke depan, menarik dan menyenangkan	Generasi pendahulu di Laweyan memiliki jiwa kepemimpinan yang lebih besar, menjadi panutan dalam berperilaku sebagai seorang pemimpin sehari-hari dalam berbisnis maupun dalam kehidupan sosial.	Generasi pendahulu di Kauman memiliki jiwa kepemimpinan yang mengutamakan prinsip-prinsip agama yang patut untuk ditiru karyawannya.
Energetic yaitu memiliki banyak gagasan dan mampu memanfaatkan peluang	Memiliki gagasan pengembangan produk batik yang tidak hanya pada baju, namun juga pada produk sepatu, tas, dan kerajinan lainnya. Serta mampu memanfaatkan peluang dari kebutuhan konsumen batik yang semakin luas	Memiliki gagasan pada cara marketing dengan memanfaatkan peluang melalui berpartisipasi aktif dalam kegiatan pameran maupun promosi bersama oleh paguyuban

Tabel 4.13. Lanjutan

<i>Managing</i> yaitu mampu mengelola dan menerima tanggungjawab	Sebagai pemimpin bisnis di Laweyan lebih mampu mengelola bisnis dengan hal baik,hal ini ditunjukkan dengan cara pemimpin mempersiapkan perencanaan, melaksanakan, mengawasi serta mengevaluasi seluruh kegiatan bisnis.	Di Kauman lebih mengutamakan pelaksanaan dan pengawasan kegiatan bisnis sedangkan tidak ada perencanaan secara khusus, sehingga saat melakukan evaluasi tidak terdapat perbandingan apa yang direncanakan dan yang telah dilaksanakan.
<i>Achieving</i> memiliki pengalaman kesuksesan	Pencapaiannya mampu mengangkat nama batik dan mendapat pengakuan di Dunia Internasional. Batik merupakan perpaduan antara keturunan, bakat, lingkungan.	Pengalaman sukses di Kampung Batik Kauman adalah mempergunakan modal untuk ekspansi usaha. Peran orang tua yang merupakan aspek turun temurun, pendidikan, pelatihan dan pengalaman bekerjasama dengan orang lain.
<i>Networking</i> yaitu pemimpin yang mempunyai jejaring yang luas (dibangun melalui pertemuan, pendekatan dan kerjasama)	Laweyan secara mandiri, mampu bekerjasama dengan pihak luar negeri dan memiliki banyak jejaring yang dibangun melalui kerjasama dengan perusahaan, ataupun melalui forum pengembangan batik dan pemerintah	Kauman bekerjasama melalui pendampingan dengan pihak pemerintah seperti kegiatan dan kunjungan wisatawan asing, sehingga membentuk jejaring dengan pihak yang lain.

C. Suksesi Kepemimpinan dalam Bisnis Keluarga di Kampung Batik Laweyan dan Kauman

Suksesi yang dilakukan oleh generasi sebelumnya yaitu dari orang tua perlu dilanjutkan untuk mempertahankan keberlangsungan industri batik milik keluarganya. Sehingga ada beberapa hal yang perlu diperhatikan melalui beberapa indikator suksesi kepemimpinan yang dilakukan di kampung batik Laweyan dan Kauman. Beberapa indikator tersebut akan diuraikan berdasarkan hasil penelitian di kampung batik Laweyan dan Kauman adalah sebagai berikut.

1. Intervensi

a) Lingkup Kegiatan Industri Batik

Kegiatan dalam industri batik merupakan suatu wujud kegiatan kerajinan batik yang merupakan salah satu sumber kegiatan ekonomi di dalam masyarakat yang telah membudaya. Kerajinan membuat batik tersebut bukan hanya kegiatan suatu kegiatan ekonomi, tetapi juga merupakan kebudayaan suatu daerah yang menjadi tradisi penduduk setempat. Seperti halnya di Kampung Batik Laweyan dan Kampung Batik Kauman. Kedua kampung tersebut merupakan kampung batik yang telah berkembang sejak lama. Lingkup kegiatan Industri Batik meliputi cara pengambilan keputusan, perencanaan yang dilakukan, pelaksanaan kegiatan yang dilakukan, pemantauan dan evaluasi hasil dan pemanfaatan hasil dari industri batik.

b) Kinerja Industri Batik

Kinerja merupakan hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri. Kinerja industri batik dalam kaitannya dengan ekonomi memiliki banyak aspek tetapi para pelaku industri memusatkan pada efisiensi kemajuan teknologi dan pendistribusian produk yang dihasilkan. Pertumbuhan industri batik yang terjadi secara cepat di kampung batik Laweyan dan Kauman telah membawa perubahan-perubahan terhadap masyarakat.

Industri Batik yang dimiliki di kedua kampung tersebut rata-rata adalah milik keluarga atau merupakan bisnis keluarga. Generasi lama melakukan suksesi kepemimpinan terhadap generasi penerus dengan cara melakukan transfer pengetahuan baik hal yang telah lama dilakukan maupun permasalahan yang baru dihadapi. Generasi penerus melakukan pembelajaran secara terus menerus terhadap industri batik milik keluarganya agar dapat membawa perubahan-perubahan terhadap industrinya.

c) Pola Pikir

Perubahan dalam industri batik ini ditandai dengan adanya keinginan generasi penerus untuk maju dan berubah. Dari awalnya tidak pernah mengikuti kegiatan yang diadakan pemerintah, pameran kegiatan, promosi bersama saat ini sudah mulai sosialisasi mengikuti kegiatan-kegiatan bersama dengan industri batik yang lain. Pola

sukses kepemimpinan dari generasi pendahulu ke generasi penerus telah menurunkan hal-hal pembelajaran mulai dari proses produksi sampai dengan penjualan. Dengan perkembangan teknologi yang ada maka upaya-upaya yang dilakukan oleh generasi penerus dengan industri batiknya adalah mulai melakukan penjualan melalui media-media *online*, selain itu aktif di berbagai organisasi terutama dibawah forum pengembangan batik dan ikut peran serta dalam kegiatan yang diadakan pemerintah.

Pengembangan wawasan dan tingkat pengetahuan, peningkatan kemampuan dalam pengelolaan industri batik maka menciptakan kemampuan generasi penerus dalam peningkatan skill, peningkatan akses informasi maupun peningkatan akses dalam proses pengambilan keputusan, dengan demikian perubahan yang terencana, yang direncanakan adalah bagaimana memberikan rangsangan dan dorongan agar masyarakat terbangun dan berkembang kapasitasnya.

d) Tanggungjawab dan Kepercayaan

Tanggung jawab dan kepercayaan yang diberikan oleh generasi pendahulu kepada generasi penerus menciptakan pola pikir generasi penerus agar dapat menumbuhkembangkan industri batik yang dimilikinya. Selain itu agar industri batiknya tetap bertahan sampai nanti ke generasi selanjutnya. Upaya pemberdayaan yang dilakukan adalah dengan keterlibatan dalam pendidikan dan pelatihan keterampilan yang merupakan salah satu cara yang cukup

commit to user

efektif dalam peningkatan kualitas sumberdaya manusia agar mampu melakukan kegiatan ekonomi. Generasi penerus terus berupaya terlibat dalam pelatihan keterampilan yang diselenggarakan instansi pemerintah maupun pihak luar yang masih mengutamakan pembatik dan pelaku usaha UMKM.

e) **Pelaku**



Upaya pemberdayaan yang telah dilakukan dalam suksesi kepemimpinan dari generasi pendahulu ke generasi penerus bahwa proses pemberdayaan masyarakat merupakan perubahan terencana agar industri batik yang berbasis bisnis keluarga mampu bersaing. Dalam rangka proses peningkatan mutu produk yang dilakukan oleh generasi penerus sebagai pelaku usaha terjadi perubahan menuju industri batik yang mampu bertahan dalam situasi apapun. Karena bekal yang dimiliki oleh generasi penerus sebagai pelaku usaha yaitu kemampuan untuk merespons tuntutan peningkatan pengetahuan, merespons peluang yang ada, dan merespons potensi yang ada. Maka dari itu proses regenerasi atau suksesi kepemimpinan yang terencana adalah tindakan yang penting untuk membangun industri batik agar lebih baik.

2. Dukungan Organisasi

a) **Motivasi Generasi Penerus**

Motivasi merupakan hal yang penting bagi kinerja industri batik karena motivasi merupakan bagian yang sangat mendukung dalam

commit to user

proses suksesi kepemimpinan yang ada. Motivasi tersebut dibagi menjadi dua yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik.

1. Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik yang dimiliki oleh generasi pendahulu untuk melakukan suksesi kepemimpinan kepada generasi penerus adalah berupaya agar generasi penerus mampu untuk melakukan pengembangan dan memperbaiki pribadinya sebagai calon pemimpin untuk industri batik yang dimiliki keluarganya. Generasi penerus memiliki motivasi intrinsik ini agar mampu melihat potensi pribadi yang dimiliki yaitu kekuatan dan kelemahannya, serta peluang yang tersedia untuk pengembangan potensi secara optimal melalui industri batik yang dimilikinya.

Pada saat wawancara dengan Bapak Soelaiman pemilik Batik Puspa Kencana beliau mengatakan,

“Memulai Usaha Batik yang merupakan bisnis keluarga di mulai dari tahun 1976 sebelumnya pada Tahun 1970 saya kuliah di Institut Agama Islam Muhammadiyah Solo dan kerja di Jakarta di bidang ekspedisi. Namun pada tahun 1976 kembali ke Solo untuk meneruskan usaha keluarganya dibidang batik”. (Wawancara dengan Pak Soelaiman 27 April 2015)

Hasil wawancara yang diperoleh maka usaha batik yang ditekuninya tidak langsung di jalankan setelah menyelesaikan kuliah namun sempat bekerja di Jakarta dengan berbeda bidang yaitu bidang ekspedisi. Karena dukungan orang tua yang minim dan menginginkan bekerja tidak di bidang Batik. Namun karena

melihat peluang usaha yang ada maka Motivasi yang tumbuh sebagai generasi penerus sebagai berikut.

“Awalnya tidak terlalu yakin mampu meneruskan perusahaan, tapi adanya peluang bisnis batik. Dengan meninggalkan pekerjaan Ekspedisi di Jakarta. Dengan kerjasama tim dan kemauan serta kemampuan dari diri sendiri akhirnya berhasil”. (Wawancara dengan Pak Sulaiman, Batik Puspa Kencana)

Selanjutnya dikatakan bahwa:

“Rasa ingin tahu mempertahankan kelangsungan bisnis batik keluarganya sangat besar. Karena melihat peluang Batik yang sangat besar pada tahun 1985”.(Wawancara dengan Pak Sulaiman, Batik Puspa Kencana Tanggal 27 April 2015).

Hasil wawancara dengan Bapak Afrosin pemilik Batik Dakon Mas sebagai berikut.

“Motivasi untuk meneruskan bisnis batik milik keluarga memang sudah ada sejak kecil. Karena mulai kecil sudah dikenalkan, diajari membatik, diajak berdagang di pasar klewer. Sehingga pada saat meneruskan usaha batik milik keluarganya saya sudah terbiasa dengan rutinitas yang dilakukan oleh orangtua saya. (Wawancara dengan bpk Afrosin 06 Mei 2015)

Sedangkan hasil wawancara dengan Bapak Gunawan pemilik Batik Gunawan Setiawan tentang Motivasi mengatakan:

“Motivasi untuk berdagang batik, tidak hanya sekadar berbisnis atau soal untung rugi. Bagi saya, batik merupakan kekayaan budaya yang harus dilestarikan, dikembangkan dan dilindungi sampai kapanpun.

Motivasi dari generasi penerus sangat tinggi karena melihat peluang bisnis di bidang batik walaupun arahan orang tua untuk tidak melanjutkan bisnis batik yang dianggap kecil. Namun apabila generasi penerus tidak melanjutkan bisnis keluarga maka

commit to user

keberlanjutan akan bisnis keluarga terancam berhenti ataupun bisa beralih bidang tidak di bidang batik. Selain itu salah satu cara melindungi dan menghargai batik adalah menanamkan kebanggaan menggunakan batik kepada setiap orang.

Pengembangan industri batik yang secara turun menurun perlu dikembangkan oleh generasi penerusnya secara optimal, diantaranya sebagai berikut.

- a. Kesadaran diri dalam dirinya untuk melanjutkan usaha keluarganya yaitu industri batik yang pada awalnya bukan merupakan bidang yang dikuasainya.
- b. Berupaya untuk meningkatkan serta mengembangkan usaha agar usahanya bisa terus bertahan dan mampu bersaing dengan industri batik yang lainnya.
- c. Mengembangkan dan memperbaiki mutu pribadinya sebagai generasi penerus untuk dapat mempertahankan usaha batik yang dimilikinya.
- d. Generasi penerus harus memiliki kemauan dan niat yang kuat dalam menjalankan usaha batik yang dimilikinya.
- e. Upaya pengembangan potensi diri yang dilakukan dengan mengikuti pelatihan dan ketrampilan yang diadakan baik pihak forum pengembangan batik maupun instansi swasta dan pemerintahan.

Motivasi intrinsik adalah motivasi yang ada dari dalam diri generasi penerus sehingga apabila hasil usaha industri batiknya mengalami peningkatan produktifitas maupun profit serta keberlanjutan usahanya tetap berjalan secara turun temurun.

2. Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik merupakan motivasi yang mendukung generasi penerus dalam melakukan aktivitas industri batik. Generasi penerus memiliki motivasi untuk terus dapat mempertahankan usaha yang diturunkan. Kemampuan mempertahankan nilai-nilai budaya organisasi yang telah ditanamkan oleh generasi sebelum adalah hal yang terpenting. Sebagai generasi penerus selalu berupaya untuk memanfaatkan sumber daya yang telah dimiliki seperti aset, pengetahuan, kemauan, sarana dan prasarana pendukung. Kepercayaan yang telah diberikan kepada generasi penerus untuk memegang kekuasaan industri batiknya maka terdapat kemandirian, kebebasan dalam bertindak, dalam mengambil keputusan dan menjalankan perannya sebagai pemimpin.

Motivasi ekstrinsik dari beberapa industri batik yang mejadi penelitian dapat dilihat beberapa hal.

1. Tersedianya fasilitas kerja dan kesempatan belajar sebagai faktor penunjang industri batik dalam mengembangkan pengetahuan prosesing batik dan ketrampilan produktifnya.

commit to user

Pengembangan kapasitas individu ini mengakibatkan peningkatan produktivitas industri batik yang dimilikinya.

2. Tersedianya sarana dan prasarana (manusia), kelembagaan, tatanan kerja) yang membangun daya itu, dengan cara mendorong, memotivasi, dan menanamkan kesadaran akan potensi industri batik yang dimiliki dan menanamkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya. Dengan cara ini, industri batik mampu untuk memberdayakan diri, baik untuk kepentingan pribadi, pengusaha maupun untuk keluarga.
3. Terjadinya penguatan potensi atau daya yang dimiliki industri batik melalui sistem produksi dan sistem kerjasama dengan pihak eksternal.
4. Industri batik yang berbasisan bisnis keluarga memiliki harapan untuk dapat melakukan dalam penambahan jenis produk dan macam corak batik dan meningkatkan upaya kerjasama pemasaran sehingga dapat menampung produk-produk yang dihasilkan.

Perencanaan suksesi yang efektif dalam perusahaan keluarga antara lain merencanakannya sedini mungkin dengan melibatkan anggota keluarga. Hal yang sangat penting yaitu sebelum bergabung dengan perusahaan, pemimpin (generasi lama) harus dapat mengidentifikasi motivasi generasi penerus mengembangkan alasan pribadi untuk tetap dalam bisnis karena

commit to user

penerus dalam bisnis keluarga memiliki peran yang sulit. Mereka sering tidak bisa memenuhi harapan orang tua mereka karena mereka tidak seperti orang tua mereka. Generasi baru telah memiliki motivasi yang kuat untuk meneruskan perusahaan. Itu terlihat dari usaha generasi penerus untuk belajar dan menekuni bidang Batik.

Motivasi yang dimiliki oleh generasi pendahulu ke generasi penerus dalam melakukan suksesi ditanamkan motivasi yang tinggi. Selain usaha yang dimiliki merupakan usaha batik milik bisnis keluarga yang telah dirintis secara turun menurun maka diperlukan motivasi yang tinggi sebagai generasi baru yang akan meneruskan perusahaan. Namun tidak hanya bergantung pada itu, tapi juga adanya peluang serta kemauan dari diri sendiri untuk mempelajari dan menekuni bidang batik untuk dapat meningkatkan pengetahuannya.

Proses suksesor dalam melakukan suksesi kepada generasi penerus adalah sebelum para generasi penerus bergabung di industri batik milik keluarga maka generasi pendahulu tidak mengetahui secara pasti apa yang menjadi motivasi mereka untuk dapat meneruskan bisnis keluarga. Namun pada saat peneliti melakukan wawancara kepada generasi penerus, motivasi untuk dapat ikut bergabung di industri batik milik keluarganya yaitu berasal dari motivasi yang kuat, ingin membantu dan membalas

budi kepada orang tuanya Orang tuanya telah bekerja keras untuk memenuhi kebutuhan keluarga dan membangun industri batik tersebut agar tetap bisa bertahan dan bersaing. Selain itu industri batik yang telah dibangun tersebut tetap bertahan dan tidak tutup.

b) Pendidikan Formal dan Informal

Salah satu strategi untuk generasi penerus pada bisnis keluarga dilakukan melalui pendidikan dan pelatihan. Pendidikan dibagi menjadi dua yaitu formal dan non-formal. Untuk pendidikan formal dilakukan melalui perguruan tinggi atau sekolah kejuruan dengan program beasiswa, CSR, pengabdian masyarakat, Kuliah Kerja Nyata.

Pendidikan informal dilakukan dengan mengadakan pelatihan manajerial dan kewirausahaan, pengelolaan produksi, pemasaran dan distribusi. Selain itu juga dapat dilakukan penyuluhan/program kampanye yang bekerjasama dengan industri mitra. Pendidikan dan latihan non formal dapat dilakukan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan dengan mengadakan latihan/simulasi proses produksi batik (desain, *input* produksi, proses produksi, dan pengepakan) serta distribusi pemasaran. Pihak-pihak yang terlibat dalam strategi pemberdayaan industri kecil diantaranya adalah pemerintah, swasta, LSM dan Akademisi. Agar strategi pemberdayaan industri batik skala kecil dapat berjalan sesuai dengan harapan maka diperlukan prioritas pelaksanaannya. Prioritas jangka

pendeknya adalah melakukan pelatihan manajerial, kewirausahaan, pemasaran dan distribusi serta memetakan peluang CSR secara intensif. Untuk jangka panjang, pemerintah dapat menyediakan tenaga penyuluh dan tim kreatif guna membantu pelaku usaha batik skala kecil dalam memperkaya motif dan desain batik serta membuka lembaga pendidikan ketrampilan yang terkait seperti Sekolah Kejuruan Industri Kreatif dan lain sebagainya.

Proses suksesi dilakukan untuk generasi penerus untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian yang dimiliki sebagai modal yang dapat dimanfaatkan bagi kesuksesan generasi penerus menjalankan tugas-tugas strategis, pengalaman bekerja di luar perusahaan sebelum bergabung dalam perusahaan keluarga juga akan memberi nilai tambah. Oleh karena itu, sebelum benar-benar masuk dalam bisnis keluarga, generasi penerus harus memaksimalkan kesempatan belajar dan diharapkan mendapatkan kesempatan kerja di luar perusahaan.

Bapak Afrosin mengatakan tentang persiapan pendidikan generasi penerus di dalam bisnis keluarganya yaitu

“Pada saat anak saya SMA belum saya kenalkan tentang usaha Batik yang saya tekuni namun pada saat kuliah saya arahkan untuk mengambil pendidikan di bidang tekstil di Fakultas Seni Rupa Universitas Sebelas Maret.”

Selanjutnya Bapak Soelaiman mengatakan bahwa:

“Putri saya sudah saya kenalkan sejak lama dengan cara menerima setiap ada orderan batik di tokonya. Setelah menyelesaikan pendidikannya sebagai sarjana. Saya mulai memberikan

tanggungjawab untuk mulai membantu dalam usaha batik milik keluarga”.

Wawancara dengan Bapak Gunawan Setiawan:

“Pendidikan yang saya tekuni tidak khusus di bidang Batik. Batik berdasarkan pengalaman yang sudah ditanamkan oleh orangtua saya. Saya belajar manajemen di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Itu adalah salah satu tujuan saya untuk memahami ilmu manajemen.”

Beberapa sumber informan bapak H Achmad sulaiman bekerja di perusahaan lain kemudian meneruskan usaha milik keluarganya, namun ketiga informan yang lain langsung bertanggungjawab memegang industri batik yang dimiliki keluarganya. Generasi pendahulu memberikan pendidikan formal yang cukup untuk menunjang generasi baru.

c) Visi dan Misi dalam Bisnis Keluarga

Generasi penerus menyatakan bahwa visi dan misi dalam industri batik berbasis bisnis keluarga tidak dituliskan secara formal namun tetap ditanamkan oleh para generasi pendahulu tentang aktivitas dalam industri batik yang telah menjadi budaya dalam menjalankan bisnis keluarga. Visi dan misi yang ditanamkan dalam usaha industri keluarga adalah mampu mempertahankan industri batik milik keluarganya dan melestarikan budaya bangsa.

Komunikasi dan sosialisasi visi merupakan masalah yang krusial, karena jika komunikasi yang kurang tepat dan sosialisasinya gagal, maka visi yang terbentuk dalam bisnis keluarga tidak dapat

dijalankan sesuai dengan tujuan visi tersebut. Generasi pendahulu menanamkan visi dan misi bisnis keluarga kepada generasi penerus. Hasil wawancara sejarah visi misi yang dipegang oleh generasi pendahulu sebelumnya, generasi penerus mengaku bahwa :

“Visi tidak dituliskan secara nyata dan jelas, namun semua hanya di jalankan untuk keberlanjutan bisnis keluarga di bidang Batik. Maka visi yang dijalankan oleh generasi penerus adalah keberlangsungan bisnis keluarga agar tetap berlanjut”.(Hasil wawancara dengan Bapak Soelaiman (Puspa Kencana, Laweyan) dan Bapak Afrosin (Dakon Mas Kauman).

Visi dan misi yang dimiliki oleh bisnis keluarga adalah bagaimana agar bisnis keluarga itu dapat berlanjut secara turun temurun. Untuk melihat kemampuan generasi baru, maka generasi pendahulu yang masih melakukan pendampingan untuk berjalannya bisnis keluarganya. Visi dalam industri batik merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan cita-cita atau impian sebuah organisasi atau perusahaan yang ingin dicapai di masa depan. Namun dalam menurunkan visi dari generasi pendahulu ke generasi penerus di industri batik Laweyan dan Kauman maka diperkenalkan visi yang telah dijalankan melalui keyakinan-keyakinan dan asumsi-asumsi dasar tentang segala hal, tentang kemanusiaan, ilmu dan teknologi, ekonomi, politik, seni budaya, dan etika dalam menjalankan industri batik.

Dalam bisnis keluarga batik visi yang dijalankan generasi penerus berdasarkan pelajaran yang diturunkan dari generasi

pendahulu yaitu suatu *statement* yang berisikan arahan yang jelas tentang apa yang akan diperbuat oleh industri batik di masa yang akan datang. Bisnis keluarga batik generasi pendahulu menerapkan misi yang merupakan rangkaian kalimat yang menyatakan tujuan atau alasan *eksistensi* organisasi yang memuat apa yang disediakan oleh perusahaan kepada masyarakat, baik berupa produk ataupun jasa. Pernyataan misi merupakan sebuah petunjuk yang membantu untuk menemukan arah dan menunjukkan jalan yang tepat dalam menjalankan bisnis keluarga. Generasi pendahulu menjelaskan kepada generasi penerus tujuan dari pernyataan misi adalah mengkomunikasikan kepada *stakeholder*, di dalam maupun luar organisasi, tentang alasan pendirian perusahaan dan ke arah mana perusahaan kan menuju.

3. Penguatan Generasi Penerus

Penguatan merupakan cara memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pemberdayaan harus mampu menumbuhkembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat yang memiliki industri batik untuk menunjang kemandirian dalam berbisnis. Upaya penguatan yang akan dilakukan melalui model alternatif pemberdayaan adalah meningkatkan pengetahuan, ketrampilan produktif dan pengelolaan usaha sesuai dengan kebutuhan.

Tahapan yang dilakukan dalam rangka penguatan bisnis keluarga batik dilakukan dengan beberapa hal antara lain sebagai berikut:

a) Pelatihan Generasi Penerus

Proses suksesi, pelatihan dan pengembangan yang dilakukan untuk mempersiapkan generasi penerus menjadi seorang pemimpin. Dalam pelatihan dan pengembangan ini, ada beberapa orang dalam bisnis keluarga yang menjadi mentor generasi penerus, yaitu orang tua generasi penerus, anggota keluarga lain yaitu ibu generasi penerus.

Dari wawancara generasi penerus juga mengatakan bahwa :

“Kami sering mengikuti beberapa pelatihan yang diadakan oleh Dinas Perindustrian, Dinas UMKM ataupun yang diadakan oleh forum pengembangan batik kampung Laweyan dan Paguyuban Batik Kauman” (Bapak Soelaiman, Puspa Kencana dan Bapak Afrosin, Dakon Mas)

Pelatihan yang diikuti oleh generasi penerus adalah dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan dan wawasan yang berhubungan dengan pengembangan bisnis keluarga batik.

Tabel. 4.14. Pelatihan di Kampung Batik Laweyan

No	Jenis Pelatihan	Pelaksana
1.	Pelatihan Pewarnaan Batik Alam	Forum Pengembangan Kampung Batik Laweyan (FPKBL) bekerjasama dengan Disperindag Solo
2.	Pelatihan Ekspor dan Impor	FPKBL bekerjasama dengan Kadin Solo
3.	Pelatihan Kewirausahaan	FPKBL bekerjasama dengan Disperindag Solo
4.	Pelatihan Pembuatan Handycraft Batik	FPKBL bekerjasama dengan Disperindag Solo dan DED Germany

Tabel 4.14. Lanjutan

5.	Pelatihan Eco Effisien	FPKBL bekerjasama dengan KLH dan GTZ Pro LH Germany
6.	Pelatihan Modiste dan Design Batik	FPKBL bekerjasama dengan Disperindag Solo
7.	Pelatihan Permodalan dan Manajemen Perusahaan	FPKBL bekerjasama dengan Disperindag Solo
8.	Pelatihan Pembuatan Website	FPKBL bekerjasama dengan Disperindag Solo
9.	Pelatihan Pembuatan Batik (design dan Pewarnaan Kimia Handycraft)	FPKBL bekerjasama dengan UNICEF
10.	Pelatihan Manajemen Perusahaan	FPKBL bekerjasama dengan Disperindag Solo
11.	Pelatihan Manajemen Pembukuan	FPKBL bekerjasama dengan Disperindag Solo dan Dinas Perpajakan
12.	Pelatihan Kewirausahaan	FPKBL bekerjasama dengan Disperindag Solo
13.	Mendirikan Laweyan Batik <i>Training Center</i>	FPKBL

Sumber : Data Sekunder dari FPKBL, 2015

Tabel 4.15. Pelatihan di Kampung Batik Kauman

No	Jenis Pelatihan	Pelaksana
1.	Pelatihan Penanganan Limbah	Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK) dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan
2.	Pelatihan tentang pematenan motif-motif Batik terkait dengan HAKI	PKWBK dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan
3.	Pelatihan Bahasa Inggris dan <i>Guiding</i> dari Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI)	PKWBK dengan Dinas Pariwisata
4.	Pelatihan Pewarnaan Alam di Yogyakarta	Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK) dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan
5.	Pelatihan Kuliner	Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK) dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan

Tabel 4.15. Lanjutan

6.	Pelatihan Ekspor Impor	Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK) dengan KADIN
7.	Pelatihan Website di Jakarta	Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK)

Sumber : Data Sekunder dari FKWBK, 2015

b) Pengembangan Inovasi dan Kreatifitas Generasi Penerus

Pengembangan inovasi dan kreativitas yang dilakukan oleh generasi penerus yaitu mampu melihat adanya peluang usaha, seperti pola kerjasama dengan berbagai pihak, pemanfaatan keterampilan mendesain motif batik yang menjadikan ciri khas dalam industri batik bisnis keluarga. Selain itu industri batik yang ada melakukan pemanfaatan teknologi yaitu melalui *web site* melakukan penjualan, ataupun melalui media *online*. Langkah yang dilakukan untuk pengembangan tidak hanya dilakukan melalui:

- a. Pengembangan jaringan penjualan dan pemasaran produk batik yang dihasilkan melalui pemanfaatan teknologi informasi seperti internet.
- b. Peningkatan produktivitas melalui penambahan produksi dalam industri batik dalam pemenuhan permintaan masyarakat yang meningkat.
- c. Pengelolaan kerjasama dalam peningkatan strategi pemberdayaan yang dilakukan untuk memperoleh keahlian melalui pelatihan ICT, *website* yang bekerjasama dengan perguruan tinggi *commit to user*

- d. Menjalin kerjasama dengan berbagai instansi dan pemerintah yang dipandang tepat memberikan ilmu tentang ketepatangunaan sesuai dengan kebutuhan kegiatan organisasi.
- e. Menjalin kerjasama dengan sesama komunitas industri batik yang ada sehingga dapat bersosialisasi dan berkomunikasi baik langsung dan tidak langsung.

c) Tanggungjawab Generasi Penerus

Generasi penerus yang melanjutkan bisnis keluarga tugas utama yang harus dilakukan generasi penerus saat itu adalah memperbaiki ketidakstabilan perkembangan industri Batik yang terjadi di perusahaan. Ini bukan sesuatu yang mudah, butuh komitmen yang tinggi agar tetap bertahan.

Hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, bahwa generasi penerus belajar dengan baik tentang peran dan fungsi seorang pemimpin. Kemampuannya dalam melakukan inisiatifnya untuk merubah beberapa sistem bisnis keluarga dan membuatnya lebih efektif serta memberikan dampak positif bagi bisnis keluarga. Hal ini dapat menunjukkan bahwa generasi penerus mampu menjalankan perannya sebagai *entrepreneur*.

Kemampuannya menjalankan tanggung jawab untuk membantu bisnis keluarga yang dalam kondisi kritis saat itu dan juga selalu memberi masukan ketika karyawan mengalami kesulitan dalam melakukan suatu tugas, menunjukkan bahwa generasi penerus

mampu untuk menjalankan perannya. Selain itu, generasi penerus juga dapat menjalankan fungsinya untuk *monitoring*. Hal itu generasi lakukan terutama saat menerima masukan, ide, gagasan dari karyawan yang menuntun generasi penerus dalam mengambil keputusan.

d) Dukungan Orang Tua

Keberlanjutan bisnis keluarga memerlukan perencanaan suksesi yang baik. Karakteristik yang melekat dalam bisnis keluarga terutama bisnis keluarga Batik yang secara turun temurun dilakukan antar anggota keluarga adalah dukungan orang tua. Dukungan orang tua sebagai generasi pendahulu ke generasi penerus sangat penting dilakukan mulai dari keterlibatan dalam bisnis keluarga, pengelolaan, dan keberlangsungan bisnis keluarga batik.

Menurut Bapak Sulaiman pemilik Batik Puspa Kencana bahwa:

“Orang tua saya dulu tidak menginginkan saya untuk melanjutkan bisnis keluarga di Bidang Industri Batik karena orang tua menginginkan saya kuliah yang tinggi untuk menjadi pegawai atau dokter“.

Senada dengan penuturan Bapak Afrosin pemilik Batik Dakon Mas bahwa:

“Keinginan orang tua ya jangan seperti bapak yang hanya bisa menjalankan bisnis kecil menjadi pembatik tapi berusaha untuk menjadi pekerjaan yang lebih baik”

Hasil wawancara dari informan maka dapat disimpulkan bahwa dukungan orang tua dalam melanjutkan bisnis keluarganya memang tidak ada karena dianggap bahwa bisnis keluarga yang di

tekuni dalam bidang industri Batik kurang memiliki peluang usaha yang bagus.

Pemberdayaan dalam bisnis keluarga memerlukan dukungan orang tua agar bisnis keluarganya dapat berkelanjutan.

Berbeda dengan hasil wawancara diatas untuk Batik Pria Tampan sudah menginginkan agar salah satu dari anaknya dapat meneruskan bisnis keluarganya.

Bapak Nurudin (Pria Tampan) mengatakan bahwa:

“Pada awalnya saya membagi beberapa jenis usaha kepada empat anak saya diantaranya usaha property, rumah makan dan jenis usaha yang dipegang masing-masing berbeda. Kemudian saya menawarkan usaha batik ini kepada salah satu anak saya. Ternyata ada yang mau namun pada awalnya tidak terfokus pada usaha batik. Tapi sekarang sudah mulai fokus menekuni bisnis batik milik keluarga.”

Dukungan orang tua ini dirasakan oleh Bapak Gunawan sebagai generasi penerus bisnis batik milik keluarganya. Dari hasil wawancara mengungkapkan bahwa:

“Saya lahir dari keluarga pembatik maka saya sangat paham dengan proses membatik. Sejak tahun 1981, saya bersama kakak saya Muhyidin dan Uswatun Hasanah, melanjutkan usaha batik orang tua (Muhammad dan Siti Badriah)”

Dalam pengungkapannya maka dapat dilihat jelas bahwa dukungan orang tua dari Bapak Gunawan sangat kuat untuk dapat melanjutkan bisnis keluarganya. Saat ini Bapak Gunawan belum melakukan suksesi kepemimpinan kepada anaknya karena anaknya masih duduk di SMA. Namun dalam pengembangan industri

Batiknya mulai memperkenalkan salah satu kekayaan budaya adalah batik.

e) Kerjasama dengan Stakeholders

Generasi penerus mampu bekerjasama dengan pihak eksternal sehingga perlu adanya intervensi dari stakeholder seperti pemerintah, forum pengembangan kampung batik, paguyuban kampung wisata batik dan masyarakat yang mampu mendukung keberlangsungan bisnis keluarganya melalui kegiatan-kegiatan.

1. Perkuatan Kelembagaan

Kegiatan kerjasama pemerintah dengan kampung batik Laweyan adalah sebagai berikut.

- a. Pemerintah melakukan pendataan tentang fasilitas-fasilitas pendukung sentra industri batik di Laweyan. Kepala Bidang Perindustrian Disperindang Surakarta dan Tim Survey Kementerian Perindustrian pada bulan Agustus 2015 berkunjung ke Kampung Batik Laweyan guna mencari data-data terkait Pengelola Sentra Industri Kampung Batik Laweyan, fasilitas-fasilitas pendukung sentra industri yang sudah tersedia maupun yang belum tersedia namun mendesak untuk dibangun.
- b. Ketua Forum Pengembangan Batik Kampung Laweyan (FPBKL) Bapak Alpha Fabela Priyatmono menjelaskan secara detil perkembangan Kampung Batik Laweyan dari 25

September 2004 sampai sekarang. *Grand Design* Kampung Batik Laweyan tahun 2005 setahap demi setahap telah direalisasikan yang dimulai dari wilayah kelurahan Laweyan dan diteruskan ke berapa wilayah sekitar yaitu wilayah kelurahan Sondakan, kelurahan Bumi, kelurahan Pajang dan kelurahan Purwosari. Salah satu rencana proyek bersama 4 kelurahan tersebut adalah penyelenggaraan *Laweyan Night Market* pada akhir bulan Agustus 2015. Selain pelaksanaan *Laweyan Night Market* untuk kawasan kelurahan Laweyan dan sekitarnya

c. FPKBL juga punya wacana untuk menjadikan Kota Solo sebagai *The World of Green Batik*. Gagasan besar ini telah didiskusikan antara Ketua FPKBL dengan Menteri Perdagangan Rahmat Gobel di *Beteng Vastenbergh*, pada saat berlangsungnya Pameran Pangan Nusa dan Produk Dalam Negeri Regional. Segera setelah diskusi tersebut akan dibuat *Grand Design* tentang Surakarta sebagai *The World of Green Batik* dan Kampung Batik Laweyan sebagai proyek percontohnya. *Grand Design* akan dibuat bersama antara FPKBL, SCCN, UMS dan UNS.

d. Sosialisasi Pemberdayaan UMKM 2015 Oleh DINKOP Surakarta pada bulan Juni 2015 Dinas Koperasi & UMKM Surakarta yang bekerjasama dengan FPKBL mengadakan
commit to user

kegiatan Sosialisasi “Strategi Pemberdayaan Koperasi dan UMKM Di Kota Surakarta” dengan pembicara utama adalah Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surakarta.

- e. Hal-hal yang masih menjadi materi dalam diskusi di Kampung Batik Laweyan adalah kendala-kendala yang dihadapi adalah lemahnya akses terhadap pemasaran produk, sumber permodalan, kualitas manajemen, teknologi dan kemitraan usaha.

2. Akses Modal

Program Pemberdayaan UMKM Kota Surakarta yaitu melalui beberapa program melalui perkuatan permodalan antara lain:

- a. Fasilitasi dana bergulir APBD Kota Surakarta (2015), melalui PD. BPR Bank Solo dengan bunga 6%/th. Jenis Kredit : Kredit Berseri Persyaratan KTP Solo, Usaha Produktif
Agunan : Sertifikat/BPKB. Jk Waktu : 3 tahun
- b. Fasilitasi Dana Bergulir melalui kerjasama dengan BUMN (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) dengan bunga 6%/th. PT. Telkom, PT. Angkasa Pura I, BRI, Bank Mandiri, BNI, dll.
- c. Fasilitasi Akses Pembiayaan melalui Program Kredit Usaha Rakyat (KUR).

- d. Fasilitasi Pinjaman Dana Bergulir melalui LPDB Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- e. Program pemberian Dana Hibah RT dan Kelompok Simpan Pinjam.
- f. Pembiayaan Usaha dengan Pola Penjaminan (Sosialisasi PT. Jamkrida Jateng).
- g. Penyaluran Dana Bergulir pada Koperasi, KUB dan UMKM dengan bunga 6%/tahun. Tahun 2002 s/d 2012 melalui PD. BPR BKK Pasar Kliwon, Tahun 2013 melalui PD. BPR Bank Solo.

Peranan Pemerintah Kota Surakarta dalam Pengembangan dan Pemberdayaan UKM. Kota Surakarta selain dikenal sebagai kota budaya, juga merupakan kota jasa dan perdagangan. Di Surakarta terdapat sentra perdagangan besar pakaian/tekstil (Pasar Klewer) dan batik yang sangat dikenal di Indonesia. Dalam pertumbuhan dan perkembangan pasar-pasar modern yang pesat, pasar-pasar tradisional tetap dapat bertahan dengan baik karena budaya dan kebijakan Pemerintah Daerah yang sangat mendukung.

3. Akses Pasar

Peranan pemerintah Kota Surakarta kaitannya dengan pengembangan dan pemberdayaan UKM antara lain adalah :

- a. *Entrepreneur*: Pemerintah daerah bertanggung jawab untuk merangsang jalannya suatu bisnis.
- b. *Koordinator* : Pemerintah daerah sebagai koordinator dalam penetapan suatu kebijakan atau strategi-strategi pembangunan daerah.
- c. *Fasilitator*: Pemerintah Daerah mempercepat pembangunan melalui perbaikan lingkungan attitudinal di daerahnya.
- d. *Stimulator*: Pemerintah Daerah menstimulasi penciptaan dan pengembangan usaha melalui tindakan-tindakan khusus yang akan mempengaruhi investor baru agar masuk dan mempertahankan serta menumbuhkembangkan investor yang telah ada di daerahnya

Peran Pemerintah Daerah untuk usaha kecil, upaya yang dilakukan melalui pemberdayaan ekonomi kerakyatan meliputi:

- a. Pembinaan usaha kecil dengan membentuk kelompok-kelompok yaitu sentra-sentra industri maupun kelompok usaha bersama.
- b. Memfasilitasi pameran-pameran yang digunakan sebagai ajang promosi usaha kecil.
- c. Pendampingan manajemen sehingga usaha kecil mampu memisahkan antara kebutuhan modal usaha dan kebutuhan Rumah Tangga.

Upaya-upaya yang telah dilaksanakan tersebut, juga direncanakan akan dilakukan hal-hal sebagai berikut.

- a. Membentuk suatu rumah usaha industri sehingga ada tempat bagi pengusaha untuk saling berkomunikasi diantara berbagai pihak.
- b. Peningkatan pembangunan pada sektor ekonomi kerakyatan sangat diperlukan karena sesuai dengan kondisi dan potensi yang ada di Kota Solo.
- c. Mayoritas pelaku usaha baik sektor industri, jasa maupun perdagangan adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Kota Solo disamping untuk menciptakan peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah, meningkatkan kesempatan berusaha masyarakat juga merupakan sarana menciptakan demokratisasi ekonomi. Untuk merealisasikan misi tersebut, maka dalam rangka pengembangan UKM diperlukan adanya peran serta *stakeholder* secara luas yang merupakan wujud kemitraan antara pelaku usaha, masyarakat dan birokrat dalam proses penentuan kebutuhan pengembangan, perencanaan dan pelaksanaan serta monitoring evaluasi.

UKM (Usaha Kecil Menengah) memegang peranan yang sangat besar dalam memajukan perekonomian. Selain sebagai salah satu alternatif lapangan kerja baru, UKM juga berperan

commit to user

dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi. Pemerintah Kota Surakarta banyak berperan dalam pemberdayaan UKM di wilayahnya. Antara lain sebagai *entrepreneur*, *fasilitator*, *koordinator* dan *stimulator*. Hal ini bertujuan agar UKM mampu meningkatkan perekonomian Kota Surakarta.



Dalam rangka pengembangan UKM di wilayah Kota Surakarta diperlukan adanya peran serta *stakeholder* secara luas yang merupakan wujud kemitraan antara pelaku usaha, masyarakat dan pemerintah daerah dalam proses penentuan kebutuhan pengembangan, perencanaan dan pelaksanaan serta monitoring evaluasi. Sehingga tujuan pengembangan UKM untuk meningkatkan perekonomian daerah khususnya Kota Surakarta dapat terwujud.

Berdasarkan hasil wawancara dengan generasi penerus, wawancara mendalam dengan *informan* menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelaku usaha skala kecil belum melakukan usaha secara efisien. Apabila dilihat dari tingkat keberdayaannya (akses usaha, pasar, SDM dan teknologi), masih relatif kurang berdaya. Untuk itu masih diperlukan usaha-usaha peningkatan keberdayaan dengan keterlibatan *stakeholders*. Peningkatan keberdayaan usaha batik skala kecil dapat dilakukan dengan upaya dalam bentuk pertumbuhan iklim usaha seperti lebih banyak menciptakan peluang pasar produk batik, melakukan

commit to user

pelatihan, penyuluhan, pembinaan dan pengembangan usaha sehingga mampu mandiri dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Upaya pengembangan usaha batik skala kecil dengan meningkatkan keberdayaan menuntut adanya partisipatif aktif dari semua pihak yang terkait, antara lain pemerintah, swasta, lembaga keuangan maupun paguyuban masyarakat. Strategi yang dirancang dalam penelitian ini ditinjau secara keseluruhan (holistik) dan secara parsial yang terperinci. Strategi secara holistik yang memasukkan semua aspek dalam pemberdayaan (aspek usaha, pasar, SDM dan teknologi), aksi tindak, pihak-pihak yang terkait serta prioritas dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

4. Penguatan Sumber Daya Manusia

Untuk masing-masing strategi menurut akses yang dilakukan oleh generasi penerus dalam upaya mempertahankan keberlangsungan bisnis keluarga di industri batik akan dibahas secara parsial dengan lebih rinci sebagai berikut.

a. Strategi pemberdayaan berdasarkan akses usaha

Pengembangan industri batik skala kecil di Kampung Laweyan dan Kampung Kauman berdasarkan akses usaha dapat dilakukan melalui permodalan dan produksi. Dari analisis efisiensi pada sisi produksi diketahui, bahwa ada

penggunaan faktor produksi yang efisien (bahan penolong, tenaga kerja, minyak tanah, serta kayu bakar), dan yang tidak efisien (bahan baku, peralatan serta luas usaha). Aksi tindak yang perlu dilakukan dalam akses usaha dalam rangka untuk menindaklanjuti masalah efisiensi di atas, maka diusulkan beberapa hal seperti Pelatihan dalam usaha, menggalang kerjasama dan peningkatan teknik produksi.

Pihak-pihak yang terkait dalam pemberdayaan antara lain adalah pemerintah, swasta, lembaga keuangan dan paguyuban masyarakat batik. Prioritas yang perlu dilakukan dalam jangka pendek adalah pelatihan manajemen dan kreativitas dalam produksi serta pengawasan dan monitoring proses produksi. Prioritas jangka panjang antara lain membuat perencanaan proses produksi secara efisien dan merealisasi perlindungan HAKI/paten.

b. Strategi pemberdayaan berdasarkan akses pasar

Berdasarkan hasil penelitian industri batik skala kecil di kampung batik laweyan dan kauman memiliki diperlukan usaha pengembangan industri batik skala kecil di kedua kampung tersebut melalui strategi pemberdayaan. Strategi pemberdayaan yang dapat dilakukan diantaranya adalah.

- 1) Informasi dan pameran perdagangan dengan membuat agenda/tracking event pameran (dalam negeri maupun

luar negeri) dan membangun jaringan dengan institusi mitra (dalam/luar negeri) untuk pertukaran program pameran.

2) Menyediakan rumah dagang usaha kecil (*outlet*), mengoptimalkan lokasi sentra khusus usaha batik skala kecil.

3) Membuka peluang pasar dengan melakukan kerjasama dengan *stakeholders* lokal, nasional yang berkaitan dengan pemasaran produk.

Strategi pemberdayaan usaha batik skala kecil dari akses pasar melibatkan berbagai pihak di antaranya adalah pemerintah (instansi terkait seperti Dinas Koperasi, Dinas Perindustrian dan Perdagangan), Swasta (perusahaan batik, perusahaan tekstil, bengkel) dan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) serta Paguyuban Masyarakat Batik. Pelaksanaan strategi pemberdayaan industri batik skala kecil dilakukan dengan prioritas jangka pendek dan jangka panjang. Untuk prioritas jangka pendek strategi pemberdayaan yang dilakukan adalah:

1. Merintis rumah dagang
2. Menyediakan outlet usaha kecil
3. Menyediakan agenda even pameran (dalam/luar negeri)
4. Menyediakan *leaflet, booklet, catalog, layer, web*

5. Memberikan informasi pasar, informasi pameran perdagangan baik lokal maupun internasional
 6. Pelatihan Manajemen dan pengelolaan limbah
 7. Memberikan konsultasi bisnis
- c. Strategi pemberdayaan berdasarkan akses teknologi

Dalam pengembangan industri batik, generasi penerus melihat usaha batik yang dikembangkan dari sisi teknologi yang digunakan, dapat dibedakan menjadi dua.

a. Teknologi tepatguna

Pada umumnya, usaha yang dilakukan menggunakan teknologi tepatguna. Teknologi tepat guna yang dimaksudkan di daerah penelitian adalah teknologi sederhana yang diterapkan oleh produsen untuk keperluan produksi batik.

Strategi pemberdayaan dalam akses teknologi lebih difokuskan pada peningkatan penggunaan teknologi. Aksi tindak pada akses ini meliputi:

1. Fasilitasi penyuluhan dan penggunaan teknologi inovatif, misalnya: proses pencampuran warna agar didapatkan hasil pewarnaan yang baik dan pembuatan desain dengan menggunakan teknologi elektronik.
2. Persiapan perlindungan HaKI/ paten, yang pada saat ini belum ada yang memiliki HaKI/ hak paten.

3. Memaksimalkan pemanfaatan peluang CSR yang sudah/sedang/akan direalisasikan, antara lain melakukan pelatihan terhadap produsen, terutama yang berkaitan dengan proses produksi dan manajerial.
4. Pelatihan penerapan teknologi baru

b. Teknologi modern



Pihak yang terkait dalam pemberdayaan, khususnya dari akses teknologi adalah pemerintah, swasta dan akademisi. Untuk prioritas jangka pendek meliputi pelatihan penerapan dan informasi teknologi baru, sedangkan jangka panjang adalah bimbingan konsultasi HaKI/ paten dan fasilitasi peralatan produksi.

Berdasarkan penjelasan di atas dari aspek usaha, pasar, SDM dan teknologi dapat disimpulkan bahwa strategi pemberdayaan industri batik skala kecil di daerah penelitian diperlukan peran aktif dari berbagai pihak untuk meningkatkan industri batik skala kecil dan melakukan tindakan nyata pemberdayaan yang didasarkan pada prioritas/ kritikal jangka pendek dan jangka panjang.

Strategi pemberdayaan yang dilakukan dalam rangka proses Pemanfaatan Teknologi Jaringan dan Internet Untuk "Bisnis Networking". Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, didapatkan bahwa penggunaan internet dalam bisnis industri batik

sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis. Mereka dapat bertransaksi menembus batas ruang dan waktu, menekan biaya-biaya yang biasanya dikenakan pada perusahaan, seperti: biaya sewa gedung, biaya operasional gedung, dan lain-lain, mereka juga dapat berinteraksi secara langsung antara pembeli dan penjual. Penggunaan internet dalam bisnis batik di Kota Solo memang belum mengalami perkembangan; dari pertukaran informasi secara elektronik ke aplikasi strategi bisnis, seperti: pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan.

Pemanfaatan teknologi Internet dapat dijadikan sebuah solusi inovasi teknologi dalam memanfaatkan TIK. Internet mendukung komunikasi dan kerja sama global antara pegawai, konsumen, penjual, dan rekan bisnis yang lain. Internet memungkinkan konsumen atau pemasok (supplier) dari lokasi yang berbeda dapat mengakses secara langsung para pengusaha atau pebisnis batik. Dan antar sesama pebisnis batik dapat bekerja sama sebagai satu tim virtual untuk mengembangkan, memproduksi, memasarkan, dan memelihara produk atau pelayanan. Dengan memanfaatkan teknologi internet, pemasaran terhadap produk batik dan pelayanan dapat menjadi proses yang interaktif. Situs Web perusahaan bukan hanya sekedar menyajikan katalog produk dan media promosi, melainkan digunakan untuk berdialog, berdiskusi, dan berkonsultasi dengan

commit to user

konsumen secara *on-line*, pemesanan produk secara elektronik, *mailing lists*, dan pengiriman surat elektronik.

Keuntungan yang diperoleh dari berbisnis lewat internet dapat disebabkan karena aplikasi yang diterapkan pada teknologi internet lebih murah untuk dikembangkan, dioperasikan, dan dirawat, jika dibandingkan dengan sistem tradisional. Adapun keuntungan yang dapat diraih, antara lain:

1. Menarik konsumen baru melalui pemasaran dan periklanan web.
2. Memperbaiki pelayanan konsumen yang sudah ada melalui fungsi pelayanan dan dukungan web konsumen.
3. Mengembangkan saluran pemasaran dan distribusi berdasarkan web yang baru untuk produk yang sudah ada.
4. Mengembangkan informasi baru dari produk yang dapat diakses lewat web.

Pengembangan dapat dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa akses sebagai berikut.

1. Akses Usaha: melakukan pelatihan manajemen dan kreativitas dalam produksi, mempermudah pengadaan bahan baku, pemberian kredit dengan bunga lunak.
2. Akses Pasar: menyediakan rumah dagang dan pemasaran usaha kecil, membuka peluang pasar, menurunkan pajak penjualan bagi industri kecil.

3. Akses SDM: melakukan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan teknis, memberikan pelatihan dalam upaya membudayakan kewirausahaan, menyediakan tenaga penyuluh/ pendamping batik, membuka lembaga pendidikan perbatikan.
4. Akses teknologi: memberikan bantuan teknologi dengan harga terjangkau, memberikan bimbingan dan konsultasi HAKI, memberikan bantuan teknologi pengolahan limbah.

Prioritas pemberdayaan untuk pengembangan usaha batik skala kecil dilakukan dengan membuka peluang pasar, melakukan pelatihan dalam upaya membudayakan kewirausahaan serta menyediakan rumah dagang dan pemasaran usaha kecil (*workshop*). Pengembangan usaha batik skala kecil dapat dilakukan melalui Strategi pemberdayaan yang melibatkan secara aktif pemerintah, LSM, akademisi, swasta, dan pelaku usaha batik.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh strategi pemberdayaan industri batik skala kecil di Laweyan dan Kauman dengan melakukan tindakan nyata yang didasarkan pada prioritas/kritikal jangka pendek dan jangka panjang.

Untuk prioritas yang perlu dilaksanakan adalah memberikan pelatihan manajemen dan kreatifitas berproduksi, merintis rumah dagang, memetakan peluang CSR, pelatihan penerapan teknologi tepat guna dan melakukan kegiatan pameran dagang produk batik skala nasional dan internasional.

Hasil studi ini memberikan area baru penelitian tentang produksi dan efisiensi produksi serta strategi pemberdayaan industri batik, khususnya untuk usaha skala kecil. Dalam penelitian ini ditemukan empat strategi

pemberdayaan yang perlu dilakukan, meliputi: akses usaha, pasar, SDM dan teknologi. Masing-masing akses dalam proses perancangan strategi ditinjau secara keseluruhan dan secara parsial, dengan melibatkan *stakeholders/* pelaku dan pengguna batik secara terintegrasi. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa untuk mengembangkan dan meningkatkan keberdayaan industri batik skala kecil di Laweyan dan Kauman perlu dilakukan strategi pemberdayaan yang didasarkan pada empat akses (usaha, pasar, SDM dan teknologi).

Strategi tersebut diwujudkan dalam prioritas, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang sebagai berikut.

a. Jangka pendek

1) Akses usaha

Prioritas yang perlu dilakukan dalam jangka pendek adalah pelatihan manajemen dan kreativitas dalam produksi serta pengawasan dan monitoring proses produksi. Syarat keberhasilan dalam akses ini dilihat dari tingkat partisipasi pelaku usaha batik skala kecil dalam mengikuti program-program pelatihan.

2) Akses pasar

Prioritas jangka pendek strategi pemberdayaan yang dilakukan adalah merintis rumah dagang, menyediakan outlet usaha kecil, menyediakan agenda even pameran (dalam/luar negeri), menyediakan leaflet, booklet, catalog, layer, web, memberikan informasi pasar, informasi pameran perdagangan baik lokal maupun internasional,

Pelatihan ISO, *clean production*, dan pengelolaan limbah, memberikan konsultasi bisnis. Keberhasilan dalam akses pasar dapat dilihat dari besarnya peningkatan pangsa pasar produk batik.

3) Akses SDM

Prioritas jangka pendek melakukan pelatihan manajerial, kewirausahaan, pemasaran dan distribusi serta memetakan peluang CSR secara intensif. Akses ini berhasil apabila peran perusahaan yang melaksanakan CSR meningkat dan kemampuan manajerial serta jiwa wirausaha pengusaha batik skala kecil meningkat.

4) Akses teknologi

Untuk prioritas jangka pendek meliputi pelatihan penerapan dan informasi teknologi baru. Keberhasilan akses teknologi dapat dilihat dari semakin efisiennya penggunaan faktor produksi pada usaha batik skala kecil.

b. Jangka panjang

1) Akses usaha

Prioritas jangka panjang antara lain membuat perencanaan proses produksi secara efisien dan merealisasi perlindungan HaKI/paten. Keberhasilan akses ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produk yang di patenkan.

2) Akses pasar

Untuk prioritas jangka panjang adalah menyediakan lokasi sentra khusus usaha kecil batik, menyelenggarakan pameran

perdagangan tingkat nasional dan internasional, melakukan kerja sama dengan *stakeholders* lokal, nasional maupun internasional yang berkaitan dengan pemasaran produk batik. Syarat keberhasilan akses pasar antara lain tersedianya lokasi sentra khusus usaha batik skala kecil dan terselenggaranya pameran perdagangan tingkat nasional maupun internasional.

3) Akses SDM

Untuk jangka panjang, pemerintah dapat menyediakan tenaga penyuluh dan tim kreatif guna membantu pelaku usaha batik skala kecil dalam memperkaya motif dan desain batik serta membuka lembaga pendidikan ketrampilan yang terkait seperti Sekolah Kejuruan Industri Kreatif dan lain sebagainya. Akses ini dikatakan berhasil apabila tersedia tenaga penyuluh dan tim kreatif yang membantu pelaku usaha batik skala kecil.

4) Akses teknologi

Dalam jangka panjang perlu dilakukan bimbingan konsultasi HaKI/ paten dan fasilitasi peralatan produksi. Syarat keberhasilan akses teknologi apabila semakin banyaknya pengusaha yang mengajukan HaKI/ paten untuk proses produksi maupun hasil produksi.

Perekonomian Indonesia belum kokoh saat ini, sehingga mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sektor ini mampu menyerap tenaga kerja cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan perusahaan yang

lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Disisi lain, UMKM juga menghadapi banyak sekali permasalahan, yaitu terbatasnya modal kerja, Sumber Daya Manusia yang rendah, dan minimnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi. Kendala lain yang dihadapi UMKM adalah keterkaitan dengan prospek usaha yang kurang jelas serta perencanaan, visi dan misi yang belum mantap. Hal ini terjadi karena umumnya UMKM bersifat *income gathering* yaitu menaikkan pendapatan, dengan ciri-ciri sebagai berikut: merupakan usaha milik keluarga, menggunakan teknologi yang masih relatif sederhana, kurang memiliki akses permodalan (*bankable*), dan tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi. Pemberdayaan UMKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UMKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Pasar bebas ASEAN yang akan efektif diberlakukan pada tahun 2015 merupakan titik rawan perjuangan UMKM dan ekonomi kerakyatan. Berbagai kemudahan perdagangan antar negara seperti pembebasan bea impor dan kemudahan birokrasi akan mendorong meningkatnya impor komoditas ke negara-negara ASEAN. Iklim perdagangan tidak hanya akan

commit to user

didominasi oleh negara-negara ASEAN saja, akan tetapi juga perlu dipertimbangkan kehadiran China dengan produk-produknya yang memiliki daya saing tinggi dilihat dari harga dan kandungan teknologi. Oleh karena itu dibutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan sumber daya manusia khususnya untuk menghadapi pasar bebas ACFTA.

Pembahasan tersebut di atas dapat disimpulkan dalam tabel 4.16 dibawah ini:

Tabel 4.16. Aspek Sukses Kepemimpinan di Kampung Laweyan dan Kauman.

ASPEK	LAWEYAN	KAUMAN
a. INTERVENSI		
Pembentukan Pola Pikir Generasi Penerus	<p>Untuk menjaga, mempertahankan dan mengembangkan bisnis batik ini maka generasi penerus secara aktif sejak generasi penerus dinilai mampu mengelola bisnis batik tersebut.</p> <p>Beberapa kegiatan keterlibatan generasi penerus seperti :</p> <ol style="list-style-type: none"> Berpartisipasi aktif dalam kegiatan yang diadakan pemerintah. Pameran kegiatan Promosi bersama Aktif dalam sosialisasi dan mengikuti kegiatan-kegiatan bersama dengan industri batik yang lain. 	<p>Di Kauman sejak kecil diperkenalkan dalam aktivitas bisnis batik sehingga pembentukan pola pikir cenderung dilakukan generasi penerus secara mandiri, untuk:</p> <ol style="list-style-type: none"> Bekerjasama dengan pihak luar dengan melakukan pengembangan jaringan penjualan dan pemasaran produk batik Pemanfaatan teknologi informasi seperti internet. Peningkatan produktivitas melalui penambahan produksi dalam industri batik dalam pemenuhan permintaan masyarakat yang meningkat. Pengelolaan kerjasama dalam peningkatan strategi pemberdayaan yang dilakukan untuk memperoleh keahlian melalui pelatihan ICT, <i>website</i> yang bekerjasama dengan perguruan tinggi. Menjalin kerjasama dengan berbagai instansi dan pemerintahan

Tabel 4.16. Lanjutan

Penanaman Tanggung jawab dan Kepercayaan	<p>Generasi penerus diberi kepercayaan penuh yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> Dalam melakukan inisiatif strategi bisnis. Merubah beberapa sistem bisnis keluarga dan membuatnya lebih efektif serta memberikan dampak positif bagi bisnis keluarga. Generasi penerus mampu menjalankan perannya sebagai <i>entrepreneur</i>. Membantu bisnis keluarga yang dalam kondisi kritis. 	<p>Generasi pendahulu masih dilakukan pendampingan dalam berbagai kegiatan seperti pengambilan keputusan bisnis serta keterlibatan dalam pendidikan dan pelatihan keterampilan yang diselenggarakan instansi pemerintah maupun pihak luar yang masih mengutamakan pembatik dan pelaku usaha UMKM.</p>
Perencanaan Pelaku Suksesi	<p>Intervensinya melalui pendidikan informal untuk penerus, sehingga memiliki:</p> <ol style="list-style-type: none"> Kemampuan untuk merespons tuntutan peningkatan pengetahuan, Merespons peluang yang ada Merespons potensi yang ada 	<p>Intervensinya melalui pendidikan formal (spesifik pada pendidikan desain tekstil) untuk penerus. Serta melakukan:</p> <ol style="list-style-type: none"> Melibatkan anggota keluarga sebelum bergabung dengan perusahaan, pemimpin (generasi pendahulu). Mengidentifikasi motivasi generasi penerus sehingga terlihat dari usaha generasi penerus untuk belajar dan menekuni bidang Batik serta kemuan untuk melakukan diversifikasi usaha

Tabel 4.16. Lanjutan

b. DUKUNGAN ORGANISASI

Motivasi	Termotivasi	Termotivasi melanjutkan bisnis
Generasi	melanjutkan bisnis	keluarga karena:
Penerus	keluarga karena:	a. Batik merupakan budaya turun
	a. Peluang bisnis batik	temurun yang diwariskan sejak
	yang masih luas	dulu.
	b. Kesamaan bidang	b. Generasi penerus mendalami
	ilmu yang dimiliki	ilmu kesenian yang bisa
	generasi penerus	digunakan untuk
	untuk	mengembangkan bisnis
	mengaktualisasi diri	batiknya.
	dalam bidang	
	manajerial.	
	c. Didukung oleh	
	adanya sumberdaya	
	bisnis yang	
	mencukupi dari segi	
	sumberdaya manusia	
	dan keuangan.	
Pendidikan	Lebih ditekankan	Lebih ditekankan melalui
Formal dan	melalui pendidikan	pendidikan Formal :
Informal	Informal yaitu	a. Pendidikan Formal yang
	Pendidikan	diberikan untuk Batik Dakon
	managerial bukan	Mas diarahkan untuk
	pada bangku kuliah	mengambil desain tekstil
	(generasi penerus	b. Batik Gunawan masih dibangku
	kuliah bidang	SMA.
	hukum) karena	
	pendidikan	
	formalnya tidak	
	spesifik mengarah ke	
	bidang batik	
Pemahaman	Penerus memahami visi	Generasi penerus tidak fokus pada
Visi dan Misi	misi perusahaan sebagai	visi dan misi yang kuat. Dalam
	suatu organisasi.	mengembangkan bisnis, penerus
	Generasi Penerus di	lebih transaksional pada keuntungan,
	Laweyan memegang	dan menyesuaikan kebutuhan yang
	teguh, menjalankan dan	berkembang.
	memahami visi dan	

Tabel 4.16. Lanjutan

	<p>misi yang merupakan tradisi turun menurun dari generasi sebelumnya.</p>	
Pelatihan Calon Suksesor	<p>Generasi penerus di Laweyan lebih mengarah pelatihan di bidang Batik dan produksi yang bertujuan untuk peningkatan industri.</p> <p>Mengikuti berbagai pelatihan pewarnaan Batik Alam, Ekspor dan impor, Kewirausahaan, pembuatan handycraft batik, eco efisien, Modiste dan design batik, pemodaln dan manajemen perusahaan, pembuatan website</p>	<p>Generasi Penerus di Kauman lebih mengarah ke pelatihan di bidang manajerial yang bertujuan untuk peningkatan perdagangan atau pemasaran batik.</p> <p>Pelatihan penanganan limbah, pematenan motif-motif Batik terkait dengan HAKI, Bahasa Inggris dan Guiding dari Himpunan Pramuwisata Indonesia, Pewarnaan Alam, Ekspor Impor, Website, Kewirausahaan</p>
Pengembangan Inovasi dan Kreatifitas Generasi penerus	<p>Penerus diperbolehkan untuk melakukan inovasi dan kreatifitas.</p> <p>Laweyan lebih kreatif dalam produksi batiknya. Baik dari segi motif maupun kainnya. Kreatifitas pemasaran juga diberikan untuk meningkatkan penjualan melalui media online yaitu melalui website</p>	<p>Kauman lebih mengikuti apa yang ada di pasaran. Penerus kurang adanya penguatan untuk melakukan inovasi dan kreasi batik. Kreatifitas yang ada karena aktif dalam aktifitas dengan pihak luar untuk pengembangan inovasi</p>

Sumber : Data diolah, 2015

5. Kegiatan Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan salah satu kegiatan perencanaan pemasaran yang sangat penting untuk mencapai tujuan industri batik. Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari kemampuan suatu perusahaan dalam membaca keinginan konsumen dan menawarkan produk yang istimewa ke pasar atau konsumen secara terus menerus dengan volume penjualan yang semakin meningkat. Peningkatan volume penjualan yang tinggi diperlukan usaha yang sungguh-sungguh dalam bidang pemasaran, antara lain dengan mempertahankan mutu produk, harga yang bersaing serta didukung dengan berbagai promosi.

Pemasaran merupakan salah satu sistem dari keseluruhan kegiatan bisnis yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang memuaskan kebutuhan konsumennya. Agar suatu produk dapat diterima oleh pasar maka perlu dilakukan berbagai tindakan yaitu mengenalkan produk kepada konsumen, karena tanpa dikenal oleh pasar maka suatu produk tidak akan diterima apalagi disenangi konsumen. Selain itu, produk harus dapat memberi kepuasan kepada konsumen agar konsumen mempercayai dan melakukan kerjasama selamanya. Pemasaran dan produksi merupakan fungsi pokok bagi suatu perusahaan. Semua perusahaan berusaha memproduksi dan memasarkan produk atau jasa.

Keberhasilan pengusaha industri batik Laweyan dan Kauman tidak lepas dari adanya Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman dan forum pengembangan batik Laweyan terbentuknya Paguyuban Kampung Wisata

Batik banyak pengusaha batik yang meningkat baik dari produksi, pemasaran dan pendapatan. Dalam usaha meningkatkan promosi batik Kauman. Paguyuban Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman mengikut sertakan pengusaha batik Laweyan dan Kauman dalam pameran, produk-produk yang dipamerkan harus mempunyai produk yang spesifik dan unik sehingga mempunyai nilai jual bila dipamerkan.

Usaha tersebut diharapkan dapat menjadi sebuah penompang pemenuhan kebutuhan pengusaha batik Kauman, sehingga kelangsungan yang baik menjadi hal yang pokok dimana strategi promosi yang dapat ditempuh dengan sosialisasi usaha kerajinan batik yang unik dan spesifik serta penetapan harga dan promosi ke wilayah lain yang memang merupakan wilayah pemasaran produk ini. Pengembangan produk (desain, produk, keanekaragaman hasil), promosi, distribusi untuk memenuhi kebutuhan barang jasa oleh konsumen maupun industri pengguna (jaringan pemasaran), penetapan harga, pelayanan. Pada konsumen dan persaingan, merupakan segala sesuatu aktivitas yang berhubungan dengan keberhasilan pemasaran.

Mekanisme pemasaran produknya, para pengusaha ini menyetorkan produk-produk batik mereka ke pedagang-pedagang batik di Kauman yang termasuk pengusaha kecil yang membuka showroom batik saja. Pengusaha batik Laweyan dan Kauman juga menyebarkan produk batiknya di luar Kauman seperti di Jakarta, Semarang, Kalimantan dan di luar Jawa, ataupun banyak pelanggan yang datang langsung ke *showroom-showroom* di Laweyan dan Kauman untuk membeli langsung produk batik.

Pameran adalah suatu kegiatan penyajian produk untuk dikomunikasikan sehingga dapat diapresiasi oleh masyarakat luas, pameran merupakan suatu bentuk dalam usaha jasa pertemuan yang mempertemukan antara produsen dan pembeli, namun pengertian pameran lebih jauh adalah suatu kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu produsen, kelompok, organisasi, perkumpulan tertentu, dalam bentuk menampilkan display produk kepada calon relasi atau pembeli. Dalam pameran Paguyuban membuat brosur dan leaflet yang juga dilengkapi dengan peta Laweyan dan Kauman demi mempermudah bagi para pengunjung yang berkunjung ke kampung Laweyan dan Kauman.

Macam pameran itu adalah *show*, *exhibition*, *expo*, pekan raya, bazar, pasar murah. Untuk memajukan sebuah industri dibutuhkan kerjasama semua pihak, seperti Paguyuban Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman bekerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Pemerintah Kota Surakarta dan Biro Jasa Transportasi. Pameran dan promosi bersama sangat mendukung dalam memasarkan suatu produk, pameran merupakan usaha yang menyertakan produk-produk unggulan untuk dipamerkan dengan harapan akan mendapat keuntungan dengan dibelinya produk oleh konsumen.

Usaha pelestarian budaya memang harus lebih digalakkan lagi agar kita sebagai bangsa yang memiliki kekayaan budaya tidak kehilangan identitas nasional di karenakan pengaruh budaya luar. Terhadap seni tradisional, gerakan pencarian identitas nasional ini banyak dikaitkan dengan usaha memperkecil pengaruh kebudayaan asing sebagai akibat pergaulan manusia yang semakin kompleks. Kondisi seperti ini menjadikan para pengusaha

Laweyan dan Kauman yang peduli akan budaya batik tradisional tergerak untuk mengadakan suatu bentuk kegiatan yang dapat melestarikan sekaligus menanamkan *image* kepada masyarakat, khususnya anak-anak, akan uniknya budaya batik tradisional sehingga muncullah ide kegiatan ”1000 Anak Membatik”. Kegiatan pemasaran sangat terkait dengan kebijaksanaan pemasaran yang dikenal dengan bauran pemasaran (*marketing mix*), yang merupakan inti dari proses pemasaran perusahaan. Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Keberhasilan suatu perusahaan dalam pemasaran sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memilih produk yang tepat, harga yang pantas, saluran distribusi yang baik, dan promosi yang efektif.

Melalui promosi, diusahakan informasi yang diberikan mengenai keberadaan produk dapat menarik perhatian dan minat khalayak sasaran dari penjualan produk itu sendiri. Promosi merupakan sarana alternatif atau cara baru yang lebih baik dalam penyampaian informasi. Selain itu, tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Promosi yang dilakukan pengusaha bisnis keluarga industri bisnis keluarga merupakan bagian dari kegiatan bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan atau lembaga dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara industri

commit to user

batik dengan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Pengertian promosi sebagai bentuk strategi komunikasi dalam bidang pemasaran juga seringkali diidentikkan hampir sama dengan komunikasi pemasaran, terutama perangkat dalam promosi yang biasa digunakan adalah sama dengan perangkat bauran komunikasi pemasaran. Seluruh kegiatan promosi yang direncanakan, dijalankan oleh Kampung Laweyan dan Kauman. Kedua kampung batik tersebut yaitu Laweyan dan Kauman dibantu oleh paguyuban dan forum batik untuk melakukan kegiatan pemasaran yaitu melakukan upaya promosi kepada khalayak. Sejah ini, Kampung Wisata Batik Kauman memiliki tujuan promosi yang dijalankannya yaitu awalnya adalah untuk menciptakan kesadaran (*awarness*) kepada pasar sasarannya akan kesadaran Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman sebagai kampung atau kawasan penghasil batik dari Solo.

Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman berusaha untuk memberikan pengetahuan tentang produk-produk yang ada di dalamnya, khususnya batik, yang mana merupakan produk khas Solo, yang saat ini wajib dilestarikan dikarenakan keberadaannya yang cukup memprihatinkan, melihat semakin berkembangnya model pakaian yang lebih menarik dan simpel.

Beberapa kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman dapat terlaksana dengan baik sehingga kegiatan tersebut berjalan dengan efektif. Kegiatan promosi yang dilakukan mampu menarik

wisatawan untuk mengunjungi Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman Surakarta. Kegiatan promosi yang dilakukan Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman melalui beberapa bentuk promosi, sebagai berikut.

a. Advertising (Periklanan)

Penggunaan iklan sebagai alat promosi perlu dipertimbangkan secara hati-hati. Advertising/periklanan sebagai alat promosi juga berimplikasi pada terbentuknya *image* negatif tentang industri batik. Pada dasarnya tujuan periklanan adalah komunikasi yang efektif dalam rangka mengubah sikap dan perilaku konsumen. Iklan juga memiliki tujuan pemantapan (*reinforcement advertising*) yakni berusaha untuk meyakinkan pembeli bahwa mereka telah mengambil pilihan yang tepat. Menurut pengamatan peneliti, penyajian iklan, baik dalam bentuk brosur, leaflet oleh batik milik bisnis keluarga di Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman telah sesuai standar dan tampilannya cukup menarik.

Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman telah memperhatikan sasaran yang dituju. Brosur juga dilengkapi dengan peta wisata batik Kauman sebagai penunjuk lokasi wisata. Hal ini untuk memudahkan para wisatawan yang berkunjung, menuju ke lokasi yang ingin di tuju/ mengetahui keberadaan mereka di kampung tersebut.

b. Kegiatan Melalui Media Elektronik

Usaha mempromosikan batik di Kauman. Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman juga bekerja sama dengan media massa. Kerjasama ini sangat penting karena mempromosikan batik Kauman membutuhkan

commit to user

sarana pendukung dan itu harus disesuaikan dengan kondisi yang akan dipasarkan. Televisi adalah media telekomunikasi yang memiliki daya penyampaian langsung, membawakan gambar beserta suara. Selaku media massa, televisi merupakan media yang menggunakan cara komunikasi dengan gambar-gambar bergerak serta disertai suara dan diproyeksikan pada layar.

Menurut pengamatan peneliti untuk tayangan melalui media televisi sudah cukup efektif. Begitu banyak stasiun televisi swasta yang tertarik untuk meliputi Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman terlebih pada kerajinan batiknya. Untuk keaktifan Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman itu sendiri untuk mempromosikan Kampung Wisata Batik melalui media televisi masih kurang. Hal ini dikarenakan keterbatasan dana yang dimiliki.

Dilihat dari segi pembiayaan memang kegiatan melalui media televisi termasuk mahal, akan tetapi dibandingkan dengan respon yang bagus dari masyarakat, hal ini tetap menguntungkan sejauh ini sasaran yang diinginkan cukup memenuhi target. Seperti halnya dengan televisi, radio merupakan salah satu media lokal yang sangat bagus. Radio mempunyai daya penyampaian langsung, membawakan suara di tempat-tempat yang berjauhan jaraknya dengan pengiriman dan penerimaannya terjadi pada saat yang hampir bersamaan. Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman juga menggunakan salah satu media ini untuk mempromosikan Kampung Batiknya.

Kegiatan ini tidak berlangsung secara rutin, yang juga dikarenakan keterbatasan dana. Sejauh ini, untuk promosi melalui media elektronik, khususnya televisi, Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman lebih sering menerima permohonan ijin dari beberapa stasiun televisi yang ingin meliput tentang Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman Surakarta tanpa harus meminta untuk diliput atau bisa dikatakan bersifat insidental. Liputan di media elektronik dilakukan apabila adanya kunjungan dari pemerintah ataupun acara dari pusat.

c. Kegiatan melalui media cetak

Generasi penerus melakukan kegiatan pemasaran melalui media cetak dengan menjalin hubungan dengan media cetak seperti surat kabar. Setiap surat kabar yang beredar umumnya dibaca oleh lebih dari satu orang dalam waktu yang lebih lama dari masa berlakunya surat kabar tersebut. Sejauh ini, Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman telah menjalin hubungan kerjasama, baik dengan surat kabar nasional maupun lokal dan telah melaksanakan kegiatan tersebut meskipun sifatnya insidental dan eventual. Hal ini lebih bernilai apabila dilakukan secara rutin.

d. Promosi Penjualan

Salah satu perangkat bauran komunikasi pemasaran yang mendukung aktivitas promosi batik bagi Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman adalah dengan menjalankan kegiatan *sales promotion* atau yang biasa dikenal dengan promosi penjualan. Promosi Penjualan adalah *commit to user*

kegiatan-kegiatan pemasaran selain *personal selling*, periklanan, dan publisitas, yang mendorong efektifitas pembelian konsumen dan pedagang dengan menggunakan alat-alat seperti pameran, demonstrasi, dan sebagainya. Kegiatan promosi penjualan yang dilaksanakan oleh Paguyuban Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman adalah sebagai berikut.

a. Pameran



Keikutsertaan Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman dalam pelaksanaan pameran dinilai efektif oleh peneliti. Kegiatan pameran, baik yang diadakan sendiri, paguyuban maupun organisasi atau dinas-dinas terkait, merupakan ajang publikasi yang baik bagi Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman. Pembukaan pameran yang biasanya dengan atraksi-atraksi menarik dan mengundang beberapa pejabat atau tokoh masyarakat yang akan mengundang kedatangan pers. Disinilah Kampung Wisata Batik Kauman memanfaatkan pameran untuk memperoleh *publisitas* yakni petugas humas negosiasi pejabat atau tokoh masyarakat yang diminta membuka pameran untuk mengunjungi stand perusahaan.

b. Public Relation

Public Relation atau publisitas merupakan kiat pemasaran penting lainnya, dimana perusahaan tidak harus berhubungan hanya dengan pelanggan, pemasok, dan penyalur.

c. *Personal Selling*

Personal Selling adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai, atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. Salah satu cara yang dipakai oleh Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman adalah dengan mengadakan presentasi kepada para konsumen ataupun para pengusaha lain, yang mana kegiatan ini biasa disebut kontak dagang. Kegiatan ini adalah kegiatan yang sering dilakukan selain pameran. Kampung Wisata Batik Kauman merasa perlu menjalin hubungan dengan pihak lain demi menciptakan hubungan yang lebih baik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa paguyuban berusaha untuk mempengaruhi konsumennya agar membeli batiknya. Dalam hal ini produk, pengusaha memilih merek yang mudah diingat oleh konsumen, menawarkan batik dengan berbagai macam motif yaitu motif-motif tradisional dan menciptakan motif baru sesuai dengan keinginan pasar, warna batik disesuaikan dengan ciri khas warna batik Solo, yang mengikuti selera pasar, menjaga kualitas jahitan dan kualitas kain, pengusaha juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Yang mempengaruhi dalam keputusan menetapkan harga yaitu harga bahan baku, pesaing dan permintaan.

Usaha yang dilakukan pengusaha untuk mempromosikan produk batiknya yaitu dengan menawarkan ke toko-toko, mengikuti pameran-pameran, serta membuat brosur dan leaflet, dan memasang iklan di surat kabar, majalah,

televisi, dan internet. Proses pendistribusian dilakukan dengan beberapa cara yakni langsung didistribusikan ke konsumen pemakai, pengusaha lain yang ada di Kauman dan Laweyan, melalui perantara yakni toko-toko baik di Solo maupun di luar kota Solo.

Kerjasama merupakan suatu usaha bersama antara orang perorangan atau kelompok manusia untuk mencapai tujuan bersama yang diinginkan. Kerjasama yang dilakukan Paguyuban wisata batik dan Forum pengembangan Batik antara lain dengan :

a. Sistem Produksi

Produksi merupakan suatu proses yang penting bagi suatu usaha. Pengusaha melakukan produksi atau kegiatan mengubah nilai suatu barang dan jasa untuk memperoleh keuntungan. Kerjasama produksi yang dilakukan pengusaha batik Kauman adalah dengan meminjam barang jadi (mori) atau dengan meminjam barang berupa kaos gambar batik, kemeja, asesoris-asesoris yang terbuat dari batik seperti sandal batik, dan gantungan kunci.

b. Pemasaran

Pemasaran suatu kegiatan yang dilakukan pengusaha dalam memasarkan produk mereka kepada konsumen agar barang yang diproduksi terjual. Kerjasama pemasaran yang dilakukan pengusaha batik Laweyan dan Kauman adalah dengan melakukan pameran. Pengusaha batik Laweyan dan Kauman juga melakukan pemasaran dengan menitipkan produk mereka ke pengusaha batik yang lain. Dari analisis di

atas kerjasama yang dilakukan mempunyai kecenderungan yang sama dalam melakukan kerjasama produksi maupun kerjasama pemasaran. Kerjasama setiap pengusaha batik Laweyan dan Kauman tidak hanya melalui Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK) dan Forum Pengembangan Batik Laweyan, tetapi sudah ada sejak mereka sudah terbentuk, kekeluargaan dan turun temurun.

D. Budaya Organisasi Bisnis Keluarga di Kampung Batik Laweyan dan Kauman

Budaya diciptakan oleh generasi pendahulu fenomena ini bisa dikatakan mirip dengan fase pertumbuhan organisasi, khususnya pada fase pertumbuhan yang ke dua dimana suatu organisasi itu tumbuh atas dasar petunjuk (*direction*) dari seorang pemimpin yang telah disepakati oleh organisasi tersebut. Fenomena bisa berbalik, artinya bisa jadi pemimpin diciptakan oleh budaya organisasi manakala pemimpin tersebut lahir sebagai penerus (*succession*) sedangkan budaya organisasi telah mengakar dan telah menjadi bagian dari kehidupan organisasi tersebut. Lahirnya seorang pemimpin baru sebagai generasi penerus pimpinan sebelumnya akan melanjutkan asumsi dasar tersebut sehingga pemimpin baru sebagai penerus berpegang dan melestarikan asumsi dasar dari budaya organisasi maka pemimpin baru tersebut dapat dikatakan terciptakan oleh budaya organisasi.

Budaya organisasi, semangat dalam menjalankan bisnis keluarga menentukan nilai, norma, dan sikap yang berlaku dalam perusahaan keluarga. Nilai anggota keluarga mengekspresikan penciptaan suatu tujuan umum bagi

commit to user

para generasi penerus untuk membantu terbentuknya rasa identifikasi dan komitmen. Dalam perusahaan keluarga yang berjalan secara berkesinambungan. Nilai-nilai budaya organisasi yang ditanamkan dalam bisnis keluarga batik di kampung batik Laweyan dan kampung batik Kauman, memberikan karakteristik budaya sebagai berikut:

1. Inovasi

Inovasi pada UKM batik perlu dilakukan agar batik dapat terus bertahan. Inovasi batik dapat dilakukan dalam hal inovasi motif, teknis atau proses pembuatan dan manajerial. Inovasi pada motif batik ini adalah sebagai upaya agar batik dapat lebih memasyarakat. Dengan motif yang bervariasi, maka kaum muda tidak lagi enggan menggunakan batik. Namun demikian, filosofis batik tidak harus dikorbankan walaupun proses inovasi terus terjadi. Agar proses inovasi motif batik ini tidak merusak nilai filosofis yang telah ada, maka seorang *creator* motif batik perlu lebih berhati-hati dalam menuangkan kreasinya. Paling tidak seorang *creator* batik telah memiliki pengetahuan dan literatur mengenai motif batik-batik terdahulu, agar motif batik yang dibuat tidak menyalahi aturan atau pakem yang telah ada.

Inovasi dalam proses pembuatan batik adalah dengan menggunakan pewarna alam pada kain batik. Penggunaan bahan pewarna alami ini merupakan inovasi pada teknis pembuatan batik yang akan menghasilkan kualitas batik yang lebih baik. Inovasi manajerial berkaitan

dengan pengelolaan manajemen usaha batik yang dilakukan oleh UKM batik dalam meningkatkan kinerja bisnisnya.

Inovasi dalam ragam motif, corak, serta warna, merupakan salah satu inovasi yang paling penting diterapkan dalam industri batik yang tergolong produk seni dan mengandung unsur budaya lokal. Inovasi dalam ragam motif, corak dan warna menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing batik dalam perdagangan, karena yang pertama kali diperhatikan dalam memikat konsumen adalah ragam motif, corak dan warna yang dimiliki oleh sehelai kain batik yang memancarkan keindahan seninya.

Industri Batik di kampung laweyan dan kauman yang merupakan bisnis keluarga batik mampu bertahan selama ini karena melakukan inovasi tersebut. Inovasi yang dilakukan berkelanjutan ini telah membuat usaha industri batiknya dapat bertahan secara turun temurun. Sehingga batik yang dihasilkan tergolong batik yang terkenal yang memiliki kualitas seni yang tinggi. Inovasi yaitu sejauh mana generasi penerus dapat bersikap inovatif dalam menjalankan bisnis keluarga. Generasi pendahulu telah banyak memberikan tanggungjawab dalam pengambilan keputusan.

Hasil wawancara yang dilakukan dengan generasi penerus Batik Puspa Kencana bahwa.

“Produksi Batik yang diciptakan lain daripada yang lain memiliki harga jual yang tinggi dengan konsistensi produk yang dihasilkan adalah batik tulis asli. Sehingga tidak takut kehilangan konsumen. Selalu mempertahankan produk dalam kondisi apapun”.

Inovasi produk pada industri Batik milik keluarga di kampung batik Laweyan dan Kauman yang menekankan pada dua perbedaan yang terlihat mengenai inovasi. Pertama, proses inovasi meliputi pembangunan teknologi atas penciptaan yang digabungkan dengan usaha untuk memperkenalkan penciptaan tersebut kepada pengguna akhir melalui proses adaptasi. Kedua, proses inovasi merupakan satu proses yang berulang-ulang secara berkelanjutan.

Proses pengulangan ini melibatkan pengenalan produk inovasi untuk pertama kali, dan seterusnya diikuti dengan pengenalan produk yang telah mengalami perbaikan. Sedangkan inovasi produk adalah aktivitas inovasi dan pengembangan produk yang dikaitkan dengan kinerja merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam peningkatan produktivitas dan persaingan global.

Inovasi mencakup penciptaan, pemilihan dan pengembangan atau peningkatan produk, proses dan teknologi. Dengan menggunakan teknologi baru, penciptaan dan pengenalan (komersialisasi) atau memasarkan produk baru tersebut dan mengadopsi proses produksi yang inovatif, perusahaan dapat memecahkan masalah persaingan secara efektif.

Industri Batik di kedua kampung tersebut maka produk inovatif merupakan sesuatu yang dapat dibedakan dengan sebelumnya melalui keunikannya dalam bentuk, fungsi, ataupun perilaku. Inovasi produk menjadi suatu elemen vital dalam strategi perusahaan dan rencana dalam menjawab berbagai alasan agar dapat memegang kendali.

Alasan ini terdiri dari perubahan perilaku konsumen dan kompetitor, perubahan teknologi, dan kebijakan pemerintah. Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran. Inovasi produk dapat berupa perubahan desain, komponen dan arsitektur produk. Inovasi produk merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan. Inovasi produk merupakan suatu cara yang penting bagi perusahaan agar tetap dapat beradaptasi dengan pasar, teknologi, serta pesaing.

Inovasi produk yang terjadi dalam usaha batik di Laweyan dan Kauman digunakan konsep atribut produk dan tahap inovasi produk. Konsep pertama yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah atribut produk yang merupakan kemampuan manajemen untuk meletakkan posisi produk melalui atribut produk yang dimiliki secara tepat di pasar merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan suatu produk di pasaran. Atribut produk adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh pembeli pada saat membeli produk, seperti harga, kualitas, kemasan, kelengkapan fungsi (fitur), desain, layanan purna jual, dan lain-lain.

Konsep kedua yang akan digunakan untuk mendeskripsikan inovasi produk dalam usaha batik di Laweyan dan Kauman adalah tahap inovasi produk. Tahapan inovasi produk tidak hanya berpengaruh untuk proses pengembangan produk tetapi juga untuk produk baru, maka

informasi yang diperoleh yang menemukan langkah- langkah sebagai berikut.

a. Tahap pemunculan ide.

Tahap ini dimulai dari munculnya ide-ide baru. Pada tahap ini generasi pendahulu memberikan kepercayaan kepada generasi penerus untuk menampung ide-ide di industri batik dan mengidentifikasi inoyasi yang akan dilakukan industri Batik.

b. Tahap penyaringan.

Tahap penyaringan ide generasi lama memberikan kesempatan kepada generasi penerus untuk melakukan penyaringan terhadap ide-ide yang terdiri atas sejumlah aktivitas yang dirancang untuk mengevaluasi suatu konsep produk baru. Konsekuensinya, akan ada banyak konsep baru yang dieliminasi dalam tahap ini. Setidaknya, informasi yang diperoleh dalam tahap penyaringan dapat membantu generasi penerus untuk memproyeksikan tingkat permintaan potensial, mengidentifikasi peluang keberhasilan produk.

c. Tahap analisa bisnis.

Generasi penerus mampu melakukan tujuan analisis bisnis untuk mendapatkan gambaran sekomprensif mungkin tentang dampak finansial yang dapat diperoleh dari memperkenalkan suatu produk baru.

d. Tahap pengembangan.

Generasi penerus mampu memberikan ide-ide yang menarik harus disempurnakan menjadi konsep produk yang dapat diuji. Ada perbedaan antara ide produk, konsep produk, dan citra produk, yang dinamakan ide produk adalah produk yang mungkin ditawarkan perusahaan ke pasar. Konsep produk merupakan versi yang lebih rinci dari suatu ide yang dinyatakan dalam istilah yang dimengerti konsumen. Citra produk ialah gambaran khusus yang diperoleh konsumen mengenai produk yang masih potensial ataupun yang sudah aktual.

e. Tahap pengujian.

Pada proses ini generasi penerus dapat memberikan penilaian yang lebih rinci mengenai peluang sukses produk baru, mengidentifikasi penyesuaian-penyesuaian akhir yang dibutuhkan untuk produk, dan menetapkan elemen-elemen penting dalam program pemasaran yang akan digunakan untuk memperkenalkan produk di pasar.

f. Tahap komersialisasi.

Tahap komersialisasi menyangkut perencanaan dan pelaksanaan strategi peluncuran (*launching strategy*) produk baru ke pasar, seperti penentuan *timing* introduksi produk baru. *Timing* peluncuran produk baru merupakan aspek krusial, baik dari sudut pandang permintaan pelanggan maupun kompetisi. Dalam hal *commit to user*

permintaan pelanggan, misalnya, ada tingkat musiman (*seasonality*) tertentu dalam kategori produk spesifik. Sementara itu, dalam perspektif kompetisi, apabila diferensiasi produk relatif rendah, maka keputusan untuk secepat mungkin memasuki pasar merupakan pilihan strategik. Pemimpin pasar cenderung memperoleh keunggulan dalam hal *consumer awareness* dan pangsa pasar dalam kasus tersebut.

Setelah peneliti menjabarkan tentang inovasi produk yang terjadi dalam usaha batik di kampung Laweyan dan Kauman dengan menggunakan konsep atribut produk dan tahap inovasi produk maka juga dapat ditarik kesimpulan mengenai tipe inovasi yang terjadi dalam usaha kampung Laweyan dan Kauman tersebut.

2. Keberanian Pengambilan Resiko

Pengusaha batik sangat optimis, dengan keyakinan bahwa mereka mampu menangani setiap masalah yang muncul dan keberaniannya dalam mengambil resiko. Keberanian pengusaha dalam berinovasi ditunjukkan dengan munculnya berbagai macam motif atau desain yang dibuat dengan mempunyai ciri khas tersendiri. Padahal berbagai motif tersebut dapat dijiplak oleh pengusaha lain. Apalagi dengan adanya pasar global yang mengakibatkan masuknya batik China ke pasar lokal dengan harga terjangkau. Adanya berbagai macam karakter dan kalangan masyarakat akan mempengaruhi industri lokal, terutama industri batik di Laweyan yang menawarkan harga mahal dan lokasi pemasarannya yang hanya akan ditemui di Kampung Batik Laweyan dan Kauman dan tidak dipasarkan

baik di pasar tradisional maupun modern, tidak seperti batik lain yang banyak dijumpai di pasar tradisional, modern, serta toko-toko pakaian. Walaupun begitu, batik Laweyan dan Kauman tetap mempertahankan kualitas mereka bahkan omsetnya semakin lama semakin meningkat.

3. Kesesuaian dan Ketepatan Waktu

Perhatian pada detail adalah suatu tingkatan dimana para karyawan diharapkan memperlihatkan ketelitian (*precision*), analisis, kesesuaian dan ketepatan waktu. Dalam industri bisnis keluarga dibidang batik yaitu sejauh mana generasi penerus mampu melakukan analisis terhadap industri batik yang dijalankan. Baik kepada konsumen maupun kepada mitra usaha. Beberapa industri batik yang ada di kampung batik Laweyan dan Kauman melakukan kerja sama dengan berbagai pihak untuk memajukan usahanya namun ada yang tidak berjalan sesuai dengan rencana.

Menurut Bapak Afrosin (Batik Dakon Mas) :

“Pernah bekerjasama untuk melakukan ekspor batik ke Italy namun karena dampak krisis maka tidak jadi melakukan ekspor. Sehingga industri batik yang ditekuni hanya mampu pada Usaha Kecil Menengah saja”.

Menurut Bapak Nurudin pemilik Batik Pria Tampan:

Sudah lama memulai bisnis untuk mampu bekerjasama dengan Amerika. Sekarang ini sedang dirintis oleh anak saya Andri yang akan memegang penuh usahanya sebagai generasi penerus usahanya batik saya.

Menurut Bapak Soelaiman , pemilik Batik Puspa Kencana:

“Pernah melakukan kerjasama dengan suatu perusahaan batik untuk mengirimkan Batik Tulis namun karena perhatian pada hasilnya kurang melakukan analisis dengan baik maka baju yang sudah dikirimkan ke perusahaan tersebut dikembalikan kembali karena pesanan tidak sesuai. Hal ini membuat saya dan anak saya kembali belajar tentang hasil yang dihasilkan harus sesuai dengan permintaan konsumen.”

Berdasarkan wawancara diatas maka dapat disimpulkan bahwa dalam menjalankan usaha industri batik milik keluarga dapat menghasilkan produk batik perlu memperhatikan detail dari corak yang dihasilkan, jahitan yang dihasilkan maupun motif yang harus sesuai dengan coraknya.

4. Kualitas Produk

Kualitas produk yaitu tingkatan dimana generasi penerus memusatkan perhatian pada hasil bukannya pada teknik dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil. Hasil wawancara yang dilakukan dengan generasi penerus dalam industri batik di kampung batik Laweyan dan Kauman adalah sebagai berikut:

Menurut Bapak Gunawan Setiawan pemilik Batik Gunawan Setiawan:

“Batik itu bicara tentang proses, bukan hasil. Namun saat ini banyak orang menikmati hasil dari batik lewat busana, tetapi tidak mengetahui, mengerti apalagi memahami proses membatik. Apalagi saat ini hanya sedikit yang bisa memahami dan membedakan batik tulis halus, batik cap dan tekstil bermotif batik (printing)”

Berbeda dengan Bapak Soelaiman mengatakan bahwa:

“Pembelajaran dari dulu dan kesalahan yang terjadi pada hasil yang dilakukan adalah ketidaksamaan hasil jahitan motif batik yang tidak bisa diterima oleh pihak pemesan membuat saya belajar untuk memperhatikan hasil bahan batik dan hasil dari batik itu berupa kemeja yang dihasilkan.”

Berdasarkan dua informan diatas maka dapat dilihat bahwa proses untuk menghasilkan batik itu sendiri perlu menjadi perhatian. Oleh karena itu tidak hanya berorientasi pada hasil namun diperhatikan pada proses pembuatan batik itu sendiri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa industri

batik yang berada di kedua kampung tersebut walaupun dimiliki keluarga tetap memperhatikan pada teknik dan proses yg digunakan utk mencapai hasil tersebut.

5. Sumber Kehidupan

Orientasi kepada manusia adalah sejauh mana keputusan-keputusan manajemen mempertimbangkan efek dari hasil tersebut atas orang yang ada dalam organisasi. Industri batik yang dimiliki oleh keluarga di kampung Laweyan dan kampung Kauman dipegang oleh generasi penerus yang berasal dari pihak keluarga. Dalam menjalankan industrinya didukung oleh beberapa pekerja yang berasal dari masyarakat sekitar ataupun tetangganya sehingga beberapa keputusan yang diambil perlu mempertimbangkan orang-orang yang terlibat didalamnya baik itu keluarga maupun pihak lain sebagai sumber kehidupan terutama penghasilan. Industri Batik yang dimiliki keluarga di kampung batik di Laweyan dan Kauman merupakan warisan budaya yang telah lama ada sehingga budaya organisasi yang berkembang dalam industri batik tersebut memiliki cara, kebiasaan, dan aturan dalam mencapai tujuan dan misi organisasi, termasuk cara individu hidup berinteraksi satu sama lain (bermasyarakat), dan cara individu mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi dalam organisasi. Kehidupan tersebut didasarkan pada keyakinan yang dimiliki, didasarkan pada falsafah hidup yang didasarkan dari hubungan manusia dengan lingkungannya. Keyakinan tersebut dijadikan sebagai asumsi dasar (*Basic Assumption*) yang mendasari semua

program, strategi dan rencana kegiatan, atas dasar tersebut dibangun kegiatan-kegiatan (strategi jangka panjang dan strategi jangka pendek), sehingga memunculkan nilai yang tinggi manakala kegiatan yang dilakukan tidak menyalahi dari apa yang telah diprogramkan, dan begitu pula sebaliknya. Dengan kata lain bahwa organisasi memiliki budaya sesuai dengan asumsi dasar para pemimpinnya. Perilaku individu yang ada dalam organisasi dalam upaya melaksanakan program kerja yang telah disepakati ataupun diembannya akan memunculkan/menciptakan kinerja mereka. Kinerja yang tinggi yang ada pada individu dalam organisasi menunjukkan bahwa apa yang dilakukan oleh individu telah sesuai dengan yang diprogramkan oleh organisasi, hal ini juga sesuai dengan asumsi dasar organisasi. Dengan demikian, kinerja manusia yang tinggi dalam industri batik milik keluarga tentunya ada pada budaya organisasi yang baik.

6. Keharmonisan

Keharmonisan yang diciptakan dalam budaya organisasi dilakukan oleh industri batik akan dilakukan secara bertahap mulai dari tingkat individu, keluarga, kelompok sampai pada tingkat kelembagaan. Salah satu upaya yang dilakukan untuk menciptakan usaha industri batik di kampung Laweyan dan Kauman adalah membangkitkan inisiatif dan meningkatkan partisipasi dalam forum batik dan paguyuban batik yang telah di bentuk sehingga dapat membuka kegiatan ekonomi di sektor industri batik. Interaksi sesama anggota turun kelompok dan dapat *commit to user*

mempengaruhi satu dengan yang lain. Kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan adalah salah satu upaya untuk mempertahankan industri batik secara turun temurun.

Paguyuban merupakan lembaga organisasi sosial yang mempunyai tujuan untuk kebersamaan atau pemersatu, yaitu mensejahterakan masyarakat Laweyan dan Kauman, mewadahi UKM-UKM yang ada di Laweyan dan Kauman supaya menumbuhkan situasi yang kondusif dan persaingan sehat, agar terciptanya kerjasama antar pengusaha batik. Paguyuban menaungi dari kelompok-kelompok yang menjadi bagian dari kelompok-kelompok tersebut yang mana rencana yang telah disusun untuk kelompok dapat diimplementasikan melalui Paguyuban yang telah dibentuk. Sebelum terbentuknya Paguyuban Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman Surakarta, banyak pengusaha batik Kauman yang mengalami kemunduran dalam industri batiknya karena tingginya persaingan dan keterbatasan akan pengetahuan, dan tidak ada yang mengkoordinasi mereka serta tingginya kompetisi yang tidak seimbang antara pengusaha besar dan pengusaha kecil. Tetapi setelah adanya Paguyuban Kampung Wisata Batik Laweyan dan Kauman Surakarta, pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki pengusaha semakin luas dan banyak pengusaha batik yang meningkat baik dari produksi, pemasaran dan pendapatan. Promosi merupakan salah satu alat dari komunikasi persuasi yang digunakan oleh penjual kepada pembeli dan atau calon pembeli agar sikap dan tingkah lakunya berubah untuk

mengarah kepada tindakan yang dapat menciptakan pertukaran dalam iklim pemasaran yang menguntungkan. Pengembangan sebagai suatu tindakan, proses, hasil atau pernyataan menjadi lebih baik. Dalam hal ini menunjukkan adanya pemajuan, peningkatan pertumbuhan, berbagai kemungkinan berkembang atau peningkatan sesuatu. Paguyuban dalam mengembangkan industri batik dengan melakukan pelatihan dan pendidikan, promosi, pameran dan pemasaran bersama.

Dari pembahasan tersebut di atas maka dapat disimpulkan dalam Tabel 4.17 sebagai berikut.

Tabel 4.17. Aspek Budaya Organisasi di Kampung Batik Laweyan dan Kauman

ASPEK	LAWEYAN	KAUMAN
Inovasi (<i>Inovation</i>)	Laweyan berinovasi di bidang produksi seperti jenis kain, perpaduan warna, pola. Produksi batik yang dihasilkan memiliki corak yang khas dan diciptakan lain daripada yang lain sehingga mampu memiliki harga jual yang tinggi dan pemasaran dilakukan di rumah yang dibentuk <i>showroom</i> .	Kauman berinovasi di bidang manajerial: <ul style="list-style-type: none"> • Inovasi <i>marketing</i> dengan melakukan promosi bersama • Inovasi <i>financial</i> dengan melakukan kemitraan showroom batik di kota lain
Keberanian mengambil resiko (<i>Risk Taking</i>)	Berani mengambil resiko dengan melakukan strategi pemasaran dilakukan dengan menembus pasar luar negeri (skala internasional) .	Strategi pemasaran dilakukan berskala nasional seperti pengembangan <i>showroom</i> di berbagai wilayah dan generasi penerus membuka <i>showroom</i> selain milik generasi sebelumnya

Tabel 4.17. Lanjutan

Kesesuaian dan ketepatan waktu	Laweyan lebih mengutamakan kesesuaian detail produk, warna, pola dan corak. Kualitas produk yang dihasilkan dengan mempertahankan motif dan corak tertentu	Kauman memperhatikan pada kesesuaian dan lebih kearah jumlah batik yang dihasilkan.
Kualitas Produk	Laweyan lebih memperhatikan pada hasil yang di produksi. Memperhatikan proses dan hasil dari batik yang akan dipasarkan	Kauman pada hasil yang diproduksi namun mengarah pada aspek daya beli dari hasil dari batik yang akan dipasarkan
Sumber Kehidupan dan budaya	Tim yang terlibat dalam industri Batik di Kampung Laweyan lebih dilatih untuk pembentukan perilaku individu dalam melaksanakan kegiatan dalam bisnis keluarga batik berbasis budaya jawa	Tim yang terlibat dalam industri batik di Kampung Kauman lebih dilatih untuk pembentukan individu yang ada dalam organisasi dalam upaya melaksanakan kegiatan dalam bisnis keluarga batik berbasis budaya Islami.
Keharmonisan	Keharmonisan yang diciptakan dalam budaya organisasi dilakukan oleh industri batik akan dilakukan secara bertahap mulai dari tingkat individu, keluarga, kelompok sampai pada tingkat kelembagaan.	Keharmonisan membangkitkan inisiatif dan meningkatkan partisipasi dalam forum batik dan paguyuban batik yang telah di bentuk sehingga dapat membuka kegiatan ekonomi di sektor industri batik.
Stabilitas	Laweyan memberikan keputusan dan tindakan organisasi kepada generasi penerus.	Kauman melakukan keputusan dengan mempertimbangkan organisasi yang dimilikinya.
Agresif	Laweyan mendorong karyawan untuk memberikan pendapat tentang kemajuan dan perkembangan bisnis batik	Kauman memberikan kesempatan mengerjakan tugas-tugas yang menjadi tanggungjawabnya.

Sumber : Data diolah, 2015

E. Model Pemberdayaan untuk Suksesi Kepemimpinan pada Bisnis Keluarga di Kampung Batik Laweyan dan Kauman

Model pemberdayaan dalam suksesi kepemimpinan bisnis keluarga yang direkomendasikan secara visual dapat dilihat pada Gambar 4.1. (halaman 232) Penjelasan model pemberdayaan dalam suksesi kepemimpinan bisnis keluarga adalah.

1. Masukan

Sebagai model eksisting yang dilakukan di Kampung Laweyan dan Kauman terdiri dari dua elemen.

- a. Faktor internal yaitu hal-hal suksesi yang telah dilakukan oleh generasi pendahulu beserta anggota keluarga lainnya.
- b. Faktor eksternal adalah hal-hal yang telah dilakukan oleh pihak diluar perusahaan yaitu pemerintah, Forum Pengembangan Kampung Batik Laweyan (FPKBL) dan Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman (PKWBK).

2. Proses

Proses yang terbentuk dalam model pemberdayaan ini adalah adanya generasi penerus sebagai keturunan yang akan meneruskan bisnis keluarga yang didukung beberapa hal untuk suksesi kepemimpinan:

a. Internalisasi

Internalisasi merupakan proses pembelajaran yang dilakukan generasi pendahulu kepada generasi penerus sebagai langkah masukan-masukan terhadap nilai yang membentuk generasi penerus

untuk membentuk pola pikirnya dalam melihat lingkungan yang ada dalam bisnis keluarga.

1) Keteladanan

Generasi pendahulu memiliki jiwa keteladanan kepada generasi penerus dengan menanamkan perilaku yang patut ditiru dan diikuti generasi penerus seperti memiliki jiwa kepemimpinan, mampu bersosialisasi dengan lingkungan bisnis, memiliki prinsip agama yang menjadi panutan anggota keluarga lain atau karyawan dalam usaha batik miliknya. Keteladanan memiliki pengaruh yang sangat besar karena generasi pendahulu harus mampu menjadi contoh untuk generasi penerus.

2) Pengelolaan Bisnis

Pengelolaan bisnis dilakukan generasi pendahulu sebagai upaya dalam pengaturan secara menyeluruh dalam menjalankan bisnis keluarga secara profesional, dan mampu menghasilkan tujuan bisnis yang diinginkan. Pengelolaan bisnis yang dilakukan dalam rangka tercapainya aspek manajerial, aspek profit maupun tujuan lain sesuai yang diinginkan oleh generasi pendahulu kepada penerusnya. Pengelolaan bisnis yang dilakukan merupakan proses perencanaan agar sesuai target-target yang diinginkan serta dapat mengantisipasi berbagai kemungkinan sebuah resiko usaha bisnis.

3) Jejaring Usaha

Jejaring usaha merupakan salah satu upaya generasi penerus untuk melakukan komunikasi dengan pihak lain seperti melakukan aktifitas bisnis berupa aktifitas pembelian, penjualan, kerjasama, kemitraan maupun perjanjian dengan pihak lain. Jejaring usaha yang dilakukan dalam bisnis keluarga melalui beberapa hal seperti melakukan perkenalan, komunikasi, pemasaran.

4) Tanggungjawab

Generasi pendahulu dalam memberikan tanggungjawab kepada generasi penerus sebagai pembinaan mental dan pembentukan kepribadian sehingga terbentuknya tingkah laku dan akhlak generasi penerus sebagai seorang pemimpin yang mampu serta menerima kepercayaan secara penuh dalam melakukan insiatif strategi bisnis, pengambilan keputusan, keterlibatan dalam pendidikan dan pelatihan.

5) Minat Pada Bisnis

Upaya generasi pendahulu dalam menumbuhkan minat pada bisnis yang telah ada yaitu melalui terbukanya peluang untuk mencapai tujuan yang dikehendaki, menumbuhkan potensi generasi penerus, kesamaan bidang ilmu yang dikuasai dan didukung oleh sumber daya yang ada di bisnis keluarga seperti sumberdaya manusia dan keuangan.

6) Cinta pada batik

Generasi penerus sebelum mampu mengendalikan bisnis keluarganya, maka perlu adanya rasa cinta terhadap batik. Hal ini salah satu cara agar generasi penerus mampu mempertahankan usaha keluarga. Adanya rasa cinta pada batik tersebut maka generasi penerus mulai belajar melalui aktivitas yang dilakukan oleh orang tuanya atau keluarganya dalam kegiatan membatik, partisipasi aktif dalam kegiatan kerjasama yang diadakan pihak eksternal baik pemerintah atau pihak lain.

b. Pengembangan Kapasitas (*Capacity Building*)

1. Pengembangan (*Development*)

Pengembangan merupakan sarana generasi penerus dalam rangka pengembangan diri, bakat, minat dalam bisnis keluarganya. Pengembangan generasi penerus yang dilakukan di Laweyan dan Kauman ditanamkan sejak kecil untuk mencapai individu yang matang dan dewasa yaitu pembentukan cara berpikir, pola kehidupan sehari-hari dalam pengenalan batik sampai dengan cara menghadapi serta menyelesaikan masalah. Pengembangan diri dilakukan dalam rangka memahami kebutuhan pada diri serta mempertebal kepercayaan diri dengan bekal ilmu pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*Skill*) dan kepribadian (*Attitude*).

2. Pendidikan (*Education*)

Proses suksesi, generasi penerus wajib untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian yang dimiliki untuk menjadi modal yang dapat dimanfaatkan bagi kesuksesan generasi penerus menjalankan tugas-tugas strategis. Oleh karena itu, sebelum benar-benar masuk dalam bisnis keluarga, generasi penerus harus memaksimalkan kesempatan belajar melalui pendidikan formal yang diikutinya baik bidang manajerial, seni rupa dan pendidikan nonformal berupa pelatihan-pelatihan.

3. Pelatihan (*Training*)

Generasi penerus dilibatkan dalam berbagai kegiatan pelatihan yang diadakan baik di bidang batik dan produksi yang bertujuan untuk peningkatan industri serta di bidang manajerial untuk perdagangan atau pemasaran. Pelatihan-pelatihan yang diikuti oleh generasi penerus adalah pelatihan pewarnaan batik alam, ekspor dan impor, kewirausahaan, pembuatan *handycraft* batik, *eco efisien*, *modiste* dan *design* batik, pemodal dan manajemen perusahaan, pembuatan *website*.

c. Budaya Organisasi

1. Inovasi

Inovasi pada usaha batik merupakan suatu upaya yang dilakukan generasi penerus untuk mempertahankan kestabilan usaha batik milik keluarganya agar mampu menciptakan hasil yang memberikan dampak terhadap kondisi usaha batik maupun

commit to user

keaktifitas baik berasal dari generasi pendahulu maupun perkembangan saat ini. Didalam bisnis batik milik keluarga maka inovasi dilakukan dibidang produksi batik seperti jenis kain, perpaduan warna, pola yang khas serta inovasi dalam melakukan promosi, *financial* dengan melakukan kemitraan showroom di beberapa kota.

2. Pengambilan Resiko

Pengambilan resiko merupakan suatu kemungkinan yang terjadi karena keadaan atau ketidakpastian hasil yang dicapai dengan perencanaan yang dilakukan. Dalam menjalankan bisnis keluarga, generasi penerus harus mampu memahami resiko usaha seperti resiko usaha, resiko pasar, resiko keuangan, resiko permodalan, resiko operasional dan resiko murni yang tanpa sengaja terjadi. Generasi penerus mampu melakukan koordinasi dengan berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis keluarga mengenai evaluasi resiko usaha serta mampu mengambil manfaat dari resiko yang terjadi.

3. Kesesuaian dan ketepatan waktu

Kesesuaian dan ketepatan waktu dalam bisnis keluarga diperlukan dalam menjalankan bisnis. Ketepatan waktu dalam berbagai aspek di bisnis keluarga merupakan salah satu faktor penting yang dilakukan generasi penerus dalam pengambilan keputusan. Kesesuaian yang harus dipahami generasi penerus

commit to user

adalah berkaitan dengan produk yang dihasilkan yaitu mengutamakan kesesuaian detail produk, warna, pola dan corak. Kualitas produk yang dihasilkan dengan mempertahankan motif dan corak yang sesuai dengan perencanaan.

4. Kualitas produk

Kualitas produk yang dihasilkan dalam bisnis merupakan hal yang terpenting dan sangat diperhatikan. Generasi penerus mampu memperhatikan hasil dari produk agar mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam rangka melakukan pemasaran, generasi penerus memahami keunggulan dari produk yang dihasilkan sehingga mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen. Generasi penerus dalam hal mempertahankan kualitas produk harus mampu menciptakan daya tarik, daya tahan produk, menciptakan produk dengan spesifikasi tertentu serta meminimalisir adanya kecacatan pada produk yang dihasilkan. Usaha batik milik keluarga di Kampung Batik Laweyan dan Kauman memperhatikan pada hasil yang di produksi. Memperhatikan proses dan hasil dari batik yang akan dipasarkan dan mampu mengarah pada aspek daya beli dari hasil dari batik yang akan dipasarkan

5. Sumber kehidupan dan budaya

Generasi penerus dalam usaha milik keluarganya berada dalam suatu unsur organisasi yang terdiri dari pihak keluarga baik

berasal dari anggota keluarga maupun dari luar anggota keluarga. Sehingga bisnis yang ditekuni oleh generasi penerus merupakan sumber karir dimana bisnis keluarga mampu memberikan sumber penghasilan kepada anggotanya baik itu karyawan maupun keluarganya. Dalam industri Batik di Kampung Laweyan dan Kauman generasi dilatih untuk pembentukan perilaku individu dalam melaksanakan kegiatan dalam bisnis keluarga batik berbasis budaya Jawa dan berbasis budaya Islami.

6. Mengutamakan keharmonisan.

Generasi penerus dalam menjalankan bisnis keluarga memerlukan kerjasama dalam pencapaian tujuan. Keharmonisan yang diciptakan untuk menghindari konflik yang sering terjadi dalam bisnis keluarga. Dalam bisnis keluarga generasi penerus harus mampu menciptakan komunikasi dalam organisasi dengan seluruh pihak yang terlibat didalamnya. Komunikasi tersebut dengan tujuan agar pencapaian tujuan untuk keberlangsungan bisnis keluarganya sesuai dengan harapan dari generasi pendahulu. Keharmonisan yang diciptakan dalam budaya organisasi dilakukan oleh industri batik akan dilakukan secara bertahap mulai dari tingkat individu, keluarga, kelompok sampai pada tingkat kelembagaan. Keharmonisan membangkitkan inisiatif dan meningkatkan partisipasi dalam forum batik dan

paguyuban batik yang telah di bentuk sehingga dapat membuka kegiatan ekonomi di sektor industri batik.

d. Intervensi *Stakeholders*

Intervensi merupakan tindakan dari generasi penerus untuk melakukan pengembangan dan interaksi antara pihak luar dalam rangka pencapaian dan penerapan pada usahanya. Generasi penerus mampu bekerjasama dengan pihak eksternal sehingga perlu adanya intervensi dari stakeholder seperti:

- 1) Pemerintah
 - a. Penguatan Kelembagaan

Penguatan kelembagaan melalui sosialisasi pemberdayaan UMKM 2015 oleh Dinas Koperasi & UMKM Surakarta di Surakarta pada bulan Juni 2015 dan *Perindustrian Disperindang Surakarta* serta *Tim Survey Kementerian Perindustrian* melakukan pendataan tentang fasilitas-fasilitas pendukung sentra industri batik di Laweyan.

- b. Akses Modal

Pemerintah melalui akses modal maka melakukan fasilitasi dana bergulir APBD Kota Surakarta (2015), melakukan fasilitasi dana bergulir melalui kerjasama dengan BUMN (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan), fasilitasi Akses Pembiayaan melalui Program Kredit Usaha Rakyat (KUR), fasilitasi Pinjaman Dana Bergulir melalui LPDB

Kementerian Koperasi dan UKM RI, program pemberian dana Hibah dan Kelompok Simpan Pinjam, pembiayaan Usaha dengan Pola Penjaminan, Penyaluran Dana Bergulir pada Koperasi, KUB dan UMKM.

c. Akses Pasar

Pembinaan usaha kecil dengan membentuk kelompok-kelompok yaitu sentra-sentra industri maupun kelompok usaha bersama. Melalui memfasilitasi pameran-pameran yang digunakan sebagai ajang promosi usaha kecil, pendampingan manajemen sehingga usaha kecil mampu memisahkan antara kebutuhan modal usaha dan kebutuhan Rumah Tangga.

d. Akses Penguatan SDM

Strategi pemberdayaan berdasarkan akses usaha Pengembangan industri batik skala kecil di Kampung Laweyan dan Kampung Kauman dengan menyediakan tenaga penyuluh yang berasal dari pemerintah atau perguruan tinggi dan tim kreatif guna membantu pelaku usaha batik skala kecil dalam memperkaya motif dan desain batik serta membuka lembaga pendidikan ketrampilan yang terkait seperti Sekolah Kejuruan Industri Kreatif dan lain sebagainya. Akses ini dikatakan berhasil apabila tersedia tenaga penyuluh dan tim kreatif yang membantu pelaku usaha batik skala kecil.

2) Forum Pengembangan dan Paguyuban Kampung Wisata Batik Kauman

Kegiatan yang dilakukan melalui *Grand Design* Kampung Batik Laweyan, penyelenggaraan Laweyan *Night Market* pada akhir bulan Agustus 2015, *The World of Green Batik*. *Grand Design* akan dibuat bersama antara FPKBL, SCCN, UMS dan UNS.

3. Hasil

Pemberdayaan kepada generasi penerus menghasilkan generasi penerus yang memiliki kompetensi dan etos kerja.

A. Kompetensi

Adapun Kompetensi yang dimiliki adalah sebagai berikut.

1. Kompetensi Internal

a. Kepahaman

Kompetensi yang dihasilkan oleh generasi penerus dalam pemahaman terhadap visi dan misi bisnis keluarga dari generasi pendahulu sampai generasi saat ini. Pemahaman generasi penerus adalah bagaimana menerjemahkan visi dan misi bisnis keluarga dalam hal kemampuan pemahaman rencana bisnis keluarga dimasa yang akan datang.

b. Kesesuaian

Generasi penerus mampu menyesuaikan kriteria kepemimpinan dengan generasi pendahulu. Kompetensi yang dimiliki disesuaikan dengan internalisasi yang telah diberikan

oleh generasi pendahulu seperti jiwa keteladanan kepada generasi penerus, pengelolaan bisnis dalam menjalankan bisnis keluarga secara profesional, jejaring usaha untuk melakukan komunikasi dengan pihak, tanggungjawab dalam bisnis keluarganya.

c. Keberkembangan

Kompetensi keberkembangan merupakan pengembangan diri generasi penerus secara mandiri dalam melakukan pengelolaan bisnisnya. Kompetensi yang dimaksud merupakan bagian dari pemberdayaan yang mampu membantu orang lain atau pihak yang terlibat dalam didalam bisnis untuk dapat mendukung generasi penerus dalam usahanya.

d. Kebisnisan

Kompetensi bisnis yang dimiliki generasi penerus adalah kemampuan dalam pengelolaan manajerial usaha bisnis yang dimilikinya seperti aspek pengelolaan perusahaan, aspek pengelolaan sumber daya manusia yang ada, aspek keuangan, aspek produksi dan aspek lain yang berhubungan dengan berjalannya bisnis.

2. Kompetensi Eksternal

a. Pengalaman berorganisasi

Kompetensi generasi penerus yaitu kompetensi dalam hal pengalaman berorganisasi sehingga pada saat generasi penerus

melanjutkan bisnis keluarga mampu beradaptasi dan tidak mengalami kesulitan serta mengetahui hal-hal yang terjadi dalam organisasi seperti struktur organisasi, konflik, dan bagaimana menjadi bagian dari organisasi yang ada dalam masyarakat.

b. Keterbukaan

Kompetensi generasi penerus yaitu memiliki sifat komunikasi yang terbuka dengan pihak-pihak yang lain maupun dengan stakeholder seperti keterbukaan dengan karyawan dalam hal menerima pendapat dan memberikan keputusan dalam setiap hal dalam bisnis keluarganya.

c. Kejejaringan

Kompetensi kejejaringan yaitu kompetensi yang dimiliki oleh generasi penerus dalam hal menjalin komunikasi dengan pihak *stakeholder*. Generasi harus mampu menjalin atau membangun hubungan baik dengan *stakeholder* sehingga mampu mempertahankan dan menjaga kelangsungan bisnis keluarga yang dimiliki generasi penerus.

d. Ketaatan

Kompetensi ketaatan yaitu etika-etika dalam menjalankan bisnis. Diperlukannya pengetahuan generasi penerus dalam hal upaya memahami etika dan hukum bisnis seperti dalam hal produksi batik diperlukan perhatian terhadap kegiatan tersebut

seperti dalam hal pengelolaan limbah ataupun peraturan-peraturan yang ditentukan oleh pihak pemerintah.

B. Etos Kerja

Etos Kerja yang dimiliki oleh para generasi penerus adalah sebagai berikut.

- a. Kerja keras dalam pengembangan usaha milik keluarganya generasi penerus mampu memiliki semangat kerja untuk mencapai sasaran bisnis keluarganya.
- b. Disiplin adalah salah satu upaya dalam menentukan keberhasilan baik disiplin waktu maupun disiplin dalam menjalankan usaha bisnisnya.
- c. Jujur merupakan etos kerja hal yang paling diterapkan pada generasi penerus untuk meneruskan usaha keluarganya.
- d. Tanggung jawab pada bisnis keluarga, maka generasi penerus harus diarahkan baik ke dalam maupun ke luar usahanya. Ke dalam, perusahaan bertanggung jawab kepada pemegang saham, yang dalam hal ini adalah anggota keluarga, karyawan. Generasi penerus juga harus memiliki tanggung jawab ke luar yaitu kepada pelanggan wajib menyediakan produk dan layanan terbaik dan usaha keluarga memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat.
- e. Rajin dan tekun dalam menjalankan bisnis keluarga dan berwirausaha merupakan komitmen generasi penerus dalam menjalankan usahanya.

commit to user

4. Dampak

Generasi penerus yang telah memiliki kompetensi maka mampu menjaga keberlangsungan dan berkembang bisnis milik keluarganya. Pada industri batik yang ada di kampung Laweyan masih beberapa yang melakukan produksi di rumah, namun di kampung Kauman industri batik yang masih melakukan produksi batik hanya beberapa saja. Kemandirian yang dibahas dalam penelitian ini terdapat tiga dimensi diantaranya:

a. *Kematangan Emosional* Generasi penerus

Generasi penerus mampu membentuk kemandiriannya dalam melakukan perubahan kedekatan hubungan emosional antar individu baik anggota keluarga, karyawan maupun hubungan dengan pihak eksternal.

b. *Perilaku (Behavioral)*

Kemandirian perilaku generasi penerus dibentuk untuk menerima pendapat orang lain serta mampu menentukan keputusan yang akan diambil dan mengambil kesimpulan untuk suatu keputusan yang dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu generasi penerus, mampu melihat peluang pasar dalam menjalankan bisnis keluarga. Kemampuan dalam berperilaku serta kemampuan untuk berinovasi serta mampu untuk menghadapi pesaing di pasar.

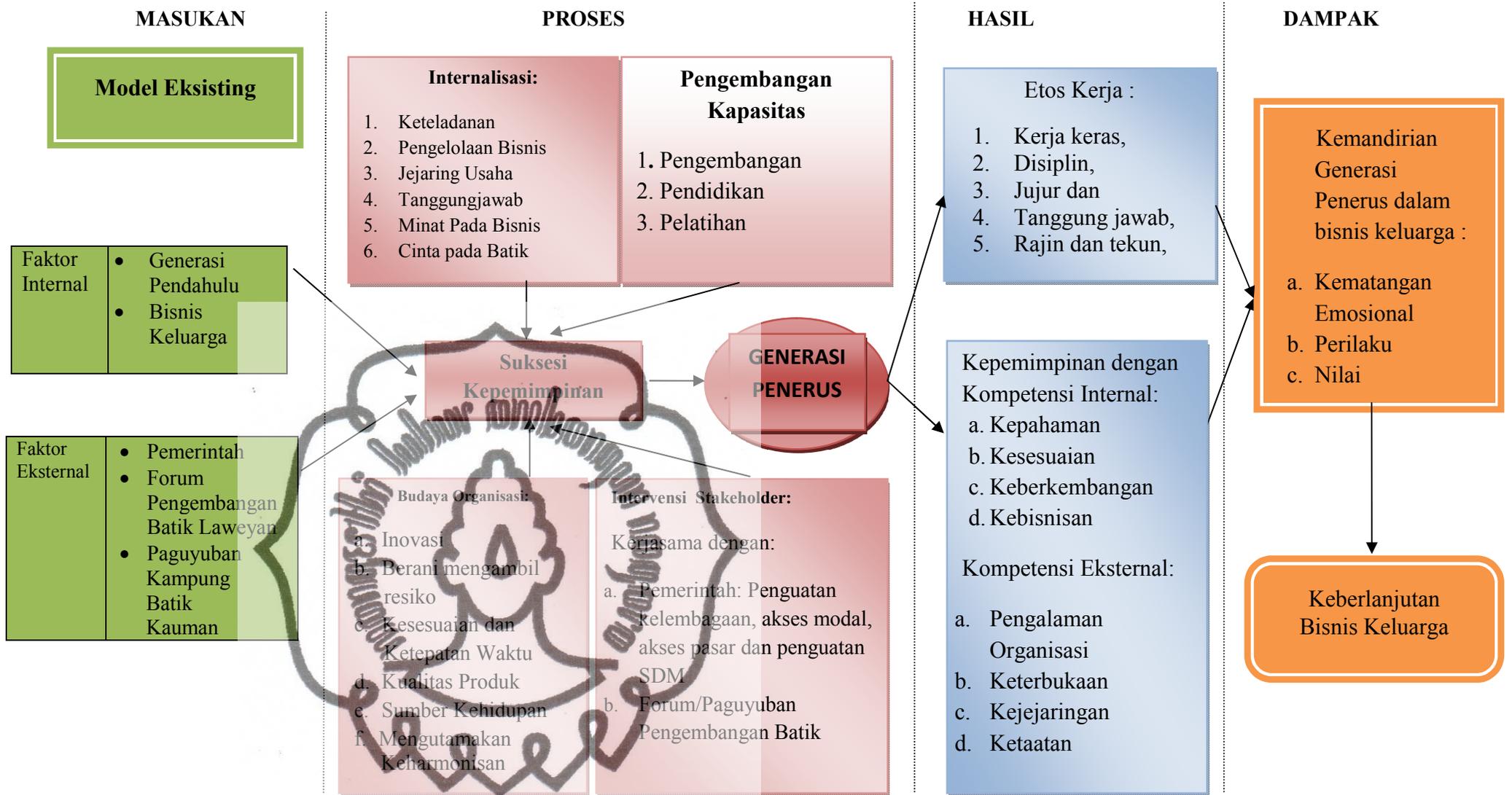
c. *Nilai (Value)*

Generasi penerus mampu untuk mengambil keputusan-keputusan dan menetapkan pilihan sudah menjadi tanggungjawabnya sebagai seorang pemimpin. Dan mampu memilih hal-hal yang memiliki nilai penting atau

tidak. Sehingga mampu menciptakan keputusan yang tepat dan memiliki nilai yang bermanfaat bagi semua pihak.

Upaya pemberdayaan yang telah diselenggarakan oleh pihak pemilik industri batik yang bekerjasama dengan berbagai pihak adalah salah satunya melalui Pemerintah telah melakukan beragam usaha memajukan UKM dengan program pokok pembinaan usaha kecil, menengah.

1. Pertama, program penciptaan iklim usaha yang kondusif. Program ini bertujuan untuk membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya, serta menjamin kepastian usaha industri batik dengan memperhatikan kaidah efisiensi ekonomi.
2. Kedua, program peningkatan akses kepada sumber daya produktif. Tujuan program ini adalah meningkatkan kemampuan UKM dalam memanfaatkan kesempatan yang terbuka dan potensi sumber daya.
3. Ketiga, program pengembangan kewirausahaan dan pelaku UKM berkeunggulan kompetitif. Tujuannya untuk mengembangkan perilaku kewirausahaan serta meningkatkan daya saing UMKM.



Gambar 4.1. Model Pemberdayaan Untuk Suksesi Kepemimpinan pada Bisnis Keluarga