

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data dan Temuan Penelitian

1. Paparan Data

a. Sejarah Berdirinya Batik Rengganis Selowogo Bungatan Situbondo

Situbondo terkenal dengan batik *Lente*, yakni produk batik yang di produksi kabupaten Situbondo. Ada beberapa usaha batik yang dimiliki kabupaten ini, diantaranya Batik Shafi, Batik Rengganis, Maulana Batik Situbondo, New Delhi Batik, Fadira Batik, Rahmanisa Batik dan masih banyak lagi. Namun dari sekian banyak usaha produksi batik tersebut, batik rengganis merupakan awal cikal bakal penyebaran batik dan model design yang diakui oleh pemerintah daerah Situbondo sebagai Motif Batik Khas Situbondo.

Batik Rengganis bermula dari 4 pengelola yang sedang melihat-lihat pekerjaan masyarakat Selowogo Bungatan, yang pada saat itu matapencaharian mereka adalah membuat kerajinan dari kerang, setelah ditinjau lebih dalam ternyata, penghasilan yang dihasilkan oleh masyarakat dengan pekerjaan tersebut sangat minimalis. Akhirnya dari situlah 4 pengelola Batik Rengganis memiliki ide agar membuat sebuah Batik Rengganis, untuk

membantu menambah penghasilan masyarakat sekitar. Akhirnya 4 pengelolapun mendiskusikan dimana tempat yang strategis untuk memulai usaha Batik Rengganis, dan keputusan akhir Batik Rengganis bertempat di kediaman bapak Juhari dan bapak Sumardi. Alasannya adalah karena di rumah itu halamannya luas dan bisa dijadikan untuk usaha Batik Rengganis.

Usaha Batik Rengganis ini terletak di Desa Selowogo Kecamatan Bungatan Kabupaten Situbondo, desa ini berjarak sekitar 30 KM dari pusat Kota Situbondo. Batik "*Lente*" yang lahir dari keterampilan masyarakat Selowogo ini awalnya menggunakan lidi sebagai sarana membatik.

Seiring perkembangan zaman lidi pun berganti dengan canting batik. Batik yang diproduksi memiliki ciri khas yang membedakan dengan batik-batik di daerah lain, yakni motif Kerang dan Daun Bakau, sejenis biota laut yang menggambarkan icon pesisir Situbondo. Bukan tanpa alasan para pengrajin memilih motif tersebut, dahulu nenek moyang yang pertama kali membatik beranggapan bahwa potensi yang ada di Situbondo yang hampir sebagian wilayahnya berada di pesisir pantai selat Madura, untuk itu gambar yang disajikan adalah hal-hal yang terdapat di laut. Design tersebut lahir dari Usaha Batik Rengganis ini, namun tak banyak yang tahu mengenai hal tersebut dan publik juga tidak memperhatikan eksistensinya.

Melihat kenyataan yang timpang, para pengrajin batik rengganis selowogo bungatan merasa prihatin sehingga perlu untuk membantu memikirkan ekonomi masyarakat. Saham utamanya dimiliki oleh perorangan, yakni bapak Jasmiko SP,H., sumardy Imron S.Pd.i, H. zainuddin S.Kes, Drs. Adi Jauhari. Dan pengrajin (karyawan) di Batik Rengganis berjumlah kurang lebih 62 orang. Usaha ini dimaksudkan sebagai pengelola produk unggulan lokal yang ada, yakni Batik Rengganis. Selain itu, usaha ini diharapkan menjadi wadah tenaga kerja bagi masyarakat desa Selowogo yang notabene adalah ibu rumah tangga. Akhirnya kerjasamapun terus berlanjut, langkah ini telah disepakati dan dikaji secara mendalam oleh pengurus batik rengganis selowogo bungatan yang telah bermusyawarah dengan tokoh masyarakat setempat. Tentunya mempertimbangkan segala kemungkinan dan resiko yang akan terjadi.

Setelah menempuh berbagai agenda kegiatan dari mencari lokasi dan lain-lain, akhirnya pada tanggal sekian para manajer memutuskan untuk membangun batik Rengganis yang berlokasi di rumah salah satu pemegang saham batik rengganis yaitu bapak Sumardy Imron S.Pd.i, tepatnya di Desa Selowogo Kecamatan Bungatan.

b. Maksud dan Tujuan Batik Rengganis Selowogo Bungatan Situbondo

Bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan. Tujuan penggunaan batik rengganis adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menyediakan batik khas situbondo
- 2) Untuk lapangan kerja, baik yang tersembunyi atau yang terbuka
- 3) Untuk meningkatkan pendapatan masyarakat
- 4) Untuk meningkatkan PAD (pendapatan asli daerah)

c. Produk-produk Batik Rengganis Selowogo Bungatan Situbondo

Produk-produk dalam batik rengganis sesuai dengan hasil wawancara adalah sebagai berikut :

- 1) Kain Prima
- 2) Kain Primis
- 3) Kain Sutera
- 4) Kain katon Sutra
- 5) Kain katon Sutra Jepang
- 6) Kain Paris
- 7) Kain Paris Rayon

Produk yang paling disukai oleh masyarakat adalah kain Prima dan kain Primis, karena harganya terjangkau dan nyaman dipakai. ⁶⁸

Batik yang diproduksi memiliki ciri khas yang membedakan dengan batik-batik di daerah lain, yakni motif Kerang dan Daun Bakau, sejenis biota laut yang menggambarkan ikon pesisir Situbondo. Bukan tanpa alasan para pengrajin memilih motif tersebut, dahulu nenek moyang yang pertama kali membatik beranggapan bahwa potensi yang ada di Situbondo yang hampir sebagian wilayahnya berada di pesisir pantai selat Madura, untuk itu gambar yang disajikan adalah hal-hal yang terdapat di laut. Design tersebut lahir dari Usaha Batik Rengganis ini.

d. Ciri-Ciri Pengrajin

Pengrajin pasti tidak akan pernah lepas dari kinerja, maka setiap usaha atau lembaga akan selalu melakukan penilaian terhadap kinerja para pengrajinnya. Adapun sikap dan ciri-ciri pengrajin yang baik, diantaranya :

1) Jujur

Mungkin dalam bekerja dimanapun dan menempati posisi apapun sikap yang paling utama adalah harus jujur terhadap pekerjaannya. Karena orang jujur pasti banyak disukai oleh orang lain dan selalu mendapatkan kepercayaan yang lebih terhadap pekerjaannya.

2) Bersikap sopan santun

⁶⁸ Hasil wawancara bersama Bu Khotimah, Staff Pengrajin, pada Senin, 20 April 2021

Bersikap sopan santun terhadap rekan kerja maupun pimpinan dan selalu beretika dalam bekerja merupakan salah satu ciri pengrajin yang baik.

3) Disiplin

Setiap pemimpin atau atasan selalu menyukai pengrajin yang disiplin baik dalam melakukan pekerjaan maupun dalam ketepatan waktu.

4) Komunikasi yang baik

Pengrajin yang memiliki kemampuan berkomunikasi dengan baik umumnya selalu disukai oleh pimpinan dalam bekerja, baik itu dari cara berkomunikasi secara lisan maupun tulisan.

5) Kerja keras

Salah satu ciri pengrajin yang baik adalah selalu bekerja, karena cukup sulit untuk mendapatkan pengrajin pekerja keras oleh suatu perusahaan. Banyak sekali pengrajin yang mengatakan bahwa dirinya adalah seorang pekerja keras padahal kenyataannya tidak. Karena itu kerja keras sangat penting dalam bekerja terutama sebagai seorang karyawan.

6) Bekerja dengan tim

Dapat bekerja dengan tim merupakan ciri pengrajin yang baik, karena setiap perusahaan selalu membutuhkan suatu tim untuk

memecahkan suatu permasalahan. Maka seringkali dibutuhkan pengrajin yang dapat bekerja dengan baik dalam sebuah tim.

7) Mampu beradaptasi dan hal-hal baru

Menirima untuk mempelajari hal-hal yang baru dan selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaannya merupakan ciri pengrajin yang disukai dan diperlukan oleh setiap perusahaan atau lembaga.

e. **Struktur Batik Rengganis Selowogo Bungatan Situbondo⁶⁹**

No	Nama	Jabatan
1	Jasmiko SP,H.	Kepala Batik Rengganis
2	H. zainuddin S.Kes,	Sekretaris Batik Rengganis
3	Sumardy Imron S.Pd.i,	Bendahara Batik Rengganis
4	Drs. Adi Jauhari	Bagian Akuntansi Batik Rengganis
5	Hafidz	Koordinator Pengrajin

f. **Job Describtion**

1) **Kepala Batik Rengganis**

⁶⁹ Hasil wawancara bersama bapak Hafidz, Koordinator Pengrajin, pada Senin, 07 Desember 2020, pada jam 08:00

Menentukan arah kegiatan dan mengolah kantor Batik Rengganis secara keseluruhannya demi terwujudnya visi dan misi serta tujuan Batik Rengganis Selowogo Bungatan Situbondo.

Memimpin jalannya kantor Batik Rengganis secara Profesional dan Amanah.

2) Sekretaris Batik Rengganis

Merealisasikan hasil rapat bersama Koordinator serta pengelola, agar terwujudnya rencana-rencana yang telah dibangun oleh para pengelola Batik Rengganis.

Mencatat semua kebutuhan dan hambatan serta pendukung yang terjadi dalam Batik Rengganis selama mengelola usaha.

3) Bendahara Batik Rengganis

Mengelola administrasi dan keuangan Batik Rengganis dengan sebaik-baiknya, serta mencatat pemasukan serta pengeluaran yang terjadi di Batik Rengganis. Serta mengelola penghasilan untuk para pengrajin Batik Rengganis.

4) Bagian Akuntansi Batik Rengganis

Menghitung berjalannya proses keuangan yang di jalankan Batik Rengganis, menyesuaikan keadaan antara pengeluaran dan pemasukan agar *balance*.

5) Koordinator Pengrajin Batik Rengganis

Mengontrol berjalannya pembuatan batik agar terlaksana dengan teratur dan efisien.

2. Temuan Penelitian

Dalam penelitian yang dilakukan perlu adanya paparan data yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Paparan data bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan pokok – pokok penelitian yang akan dilakukan. Dalam rangka menyelesaikan permasalahan penelitian tentang Analisis Ekonomi Kreatif di Batik Rengganis Selowogo Bungatan Situbondo Untuk Meningkatkan Pendapatan Pengrajin. Penggalan data yang dilakukan oleh peneliti berupa wawancara atas beberapa informan yang sekiranya dapat memberikan informasi terkait fokus permasalahan yang diteliti, serta observasi dan dokumentasi di Batik Rengganis Selowogo Bungatan. Adapun penyajian data dalam penelitian ini dapat diuraikan secara deskriptif sebagai berikut :

a. Strategi Pengrajin Batik Rengganis Dalam Memperkenalkan Produknya

Batik Rengganis Selowogo Bungatan merupakan sebuah perusahaan batik yang berada di Selowogo Bungatan, tepatnya di kabupaten Situbondo bagian Barat. Suatu perusahaan batik, pastilah harus memperkenalkan produknya kepada masyarakat agar memiliki omzet yang cukup memuaskan,

di Batik Rengganis para pengrajinlah yang berupaya untuk memperkenalkan produk perusahaan kepada masyarakat,

Setelah melakukan penelitian serta observasi juga wawancara, maka peneliti mulai menemukan bagaimana strategi pengrajin dalam memperkenalkan produk Batik Rengganis kepada masyarakat sekitar.

Begini penjelasan dari bapak Jasmiko, SP, H. selaku kepala Batik Rengganis, pemaparannya adalah sebagai berikut:

“para pengrajin memiliki strategi untuk memperkenalkan produk kami dengan cara: yang pertama mengikuti pameran, kemudian yang kedua mengikuti lomba-lomba Design, dan yang ketiga mengikuti lomba kakang embug di Situbondo, dan raka raki di provinsi Jawa Timur dengan jalan menggunakan produk Batik Rengganis, yang terakhir keempat adalah dengan mengikuti kegiatan sosial.”⁷⁰

Selaras dengan yang disampaikan oleh Drs. Adi Jauhari selaku akuntansi Batik Rengganis mengenai tentang meningkatkan pendapatan pengrajin, sebagai berikut:

“pengrajin Baik Rengganis memang harus memperkenalkan produk Batik Rengganis kepada masyarakat, caranya dengan ikut pameran, ikut lomba-lomba design, lomba-lomba daerah sekitar, dan mengikuti kegiatan sosial, hal ini berpengaruh untuk pemasukan di Batik Rengganis, sekaligus kenaikan omzet.”⁷¹

⁷⁰ Hasil wawancara dengan kepala Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Jasmiko SP, pada Sabtu, 10 Juli 2021 16:01

⁷¹ Hasil wawancara dengan Akuntansi Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Drs. Adi Jauhari, pada Sabtu, 10 Juli 2021 16:05

Jadi, dari hasil pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa, para pengrajin Batik Rengganis dapat memperkenalkan produk Batik Rengganis melalui 4 macam cara: 1) dengan mengikuti pameran, 2) dengan mengikuti lomba design, 3) mengikuti lomba-lomba daerah sekitar dengan jalan menggunakan produk Batik Rengganis, 4) mengikuti kegiatan sosial.

Kemudian peneliti juga mewawancarai apa saja faktor penghambat dan pendukung para pengrajin dalam memperkenalkan produk Batik Rengganis, berikut pemaparan dari bapak Sumardi Imron, S.Pd.i, selaku bendahara Batik Rengganis:

“untuk faktor pendukungnya, pengrajin punya beberapa hal seperti yang pertama, Kebijakan pemerintah kabupaten untuk memakai produk batik kearifan lokal, kemudian yang kedua sumber daya manusia pengrajin yang sangat membantu, yang terakhir peluang pemasaran sangat memadai”⁷²

Pemaparan tersebut, selaras dengan yang di jabarkan oleh H. zainuddin S.Kes, berikut pemaparannya:

“faktor pendukung bagi para pengrajin ini terdapat tiga pendukung, yang pertama kebijakan pemerintah kabupaten untuk memakai produk batik kearifan lokal, yang kedua SDM pengrajin sangat mendukung untuk terbentuknya perkenalan produk itu, kemudian pasar tujuan juga masih sangat cukup untuk dijadikan target promosi”⁷³

⁷² Hasil wawancara dengan Bendahara Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Sumardi Imron. S.Pd.i Minggu, 11 Juli 2021 09:30

⁷³ Hasil wawancara dengan Sekretaris Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak H. Zainuddin. S.Kes. Minggu, 11 Juli 2021 09:40

Jadi, dari kedua pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor pendukung bagi para pengrajin dalam memperkenalkan produk Batik Rengganis ada tiga macam: 1) kebijakan pemerintah kabupaten untuk memakai produk batik kearifan lokal, 2) SDM pengrajin yang cukup membantu untuk memperkenalkan produk Batik Rengganis, 3) target pasar yang masih cukup memadai.

Kemudian, untuk faktor penghambatnya para pengrajin juga pasti memilikinya, oleh karenanya kami juga mewawancarai berbagai pihak, salah satunya adalah kepada bapak Hafidz, berikut pemaparannya:

“untuk para pengrajin, mereka juga memiliki faktor penghambatnya dalam memperkenalkan produknya, yang pertama keterbatasan pengetahuan masyarakat tentang batik, sehingga mereka menyamakan jenis-jenis batik yang akhirnya membuat harga terkesan mahal menurut mereka, yang kedua kondisi atau situasi saat ini yang kurang mendukung, yang ke tiga adanya acara tasyakuran jadi pengrajin itu gak bisa kerja.”⁷⁴

Penjelasan tersebut serupa dengan yang di paparkan berikut ini, oleh bapak Jasmiko, SP. H.:

“untuk faktor penghambat dari para pengrajin dalam menjalankan tugas memperkenalkan produk Batik Rengganis, mereka memiliki beberapa faktor yang diantaranya, keterbatasan pengetahuan masyarakat tentang batik, jadi, mereka akan beranggapan bahwa batik yang bagus sekalipun terkesan mahal harganya, padahal sudah standarnya, terus kalau ada hajatan semua pengrajin tidak bisa kerja,

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Koordinator Pengrajin Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Hafidz, Jum'at, 09 Juli 2021 08:21

kemudian kalau mengaca pada tahun belakangan ini, karena ada covid, jadi penghambat kondisi saat ini.”⁷⁵

Oleh karena itu, kesimpulan dari kedua penuturan diatas adalah, bahwasanya faktor penghambat para pengrajin dalam memperkenalkan produk Batik Rengganis adalah 2 hal: 1) keterbatasan pengetahuan masyarakat tentang batik, sehingga menyamaratakan jenis-jenis batik yang mengakibatkan harga batik terkesan sangat mahal, 2) kondisi pandemic saat ini, yang sangat kurang mendukung, 3) acara hajatan/tasyakuran.

b. Peran Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan Pendapatan Pengrajin Batik Rengganis Selowogo Bungatan

Ekonomi kreatif adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan yang berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki sumberdaya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi Negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk Negara-negara berkembang. Pesan besar yang ditawarkan oleh ekonomi kreatif adalah

⁷⁵ Hasil wawancara dengan kepala Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Jasmiko SP,H. jum'at, 09 Juli 2021 08:00

pemanfaatan sumberdaya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta dan kreatifitas.⁷⁶

Diperusahaan Batik Rengganis, berupaya agar pendapatan pengrajin dapat meningkat seiring berjalannya waktu. Mengingat karena banyaknya perusahaan Batik yang kurang sesuai dengan konsep dan tidak memperdulikan para pengrajinnya, sehingga adanya Batik Rengganis ini bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam memperoleh pendapatan ekonominya dengan bekerja di Batik Rengganis.

Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara yang menggali data tentang Pendapatan pengrajin, peneliti dapat memaparkan bahwa di Batik Rengganis ini mampu meningkatkan pendapatan pengrajin

Berawal dari wawancara tentang modal awal yang di gunakan oleh Batik Rengganis, berikut pemaparan dari pak Jasmiko SP. H:“modal pertama keseluruhan dari 4 pengelola adalah Rp. 40.000.000 (Empat puluh juta Rupiah)”⁷⁷

Selaras dengan yang disampaikan oleh pak Sumardi Imron, S.Pd.i sebagai berikut:“kami berempat untuk pertama kalinya mengeluarkan uang sekitar 40

⁷⁶ Sulastrri Rini Rindrayani, *Strategi industry Kreatif Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Dalam Rangka Menjawab Tantangan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*, 2014. Hlm. 03

⁷⁷ Hasil wawancara dengan kepala Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Jasmiko SP,H. Kamis, 20 mei 2021 16:30

juta, pada tahun 2010”⁷⁸ Jadi, dari kesimpulan diatas, Batik Rengganis memiliki modal awal keseluruhan senilai Rp 40.000.000 pada tahun 2010.

Kemudian, untuk penghasilan dari Batik Rengganis perbulan, berikut pemaparan dari pak Jasmiko, SP.H.:

“rata-rata karena dari tahun 2019 sudah pandemic, kita memiliki penghasilan senilai kurang lebih 13 jutaan. Kalau sebelum pandemic itu bisa mencapai 100 jutaan.”

Sama dengan yang dijelaskan oleh pak H. Zainuddin, S.Kes sebagai berikut:

“dulu sebelum adanya pandemic, kita bisa berpenghasilan 100 jutaan perbulan, namun karena sekarang sudah pandemi, jadi penghasilannya menurun drastis menjadi kurang lebih 13 jutaan”⁷⁹

Jadi, dari kesimpulan diatas penghasilan dari Batik Rengganis setiap bulan sebelum masa pandemic adalah 100 juta, dan karena akhirnya saat ini adalah masa pandemic jadi, penghasilan menjadi menurun menjadi kurang lebih 13 juta per bulan.

Lalu, dalam menjalankan peran ekonomi kreatif, penulis juga mewawancarai tentang pentingnya peran ekonomi kreatif dalam membantu meningkatkan pendapatan pengrajin, berikut yang disampaikan oleh bapak Drs. Adi Jauhari:

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Bendahara Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Sumardi Imron. S.Pd.i Sabtu, 22 mei 2021 09:41

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Sekretris Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak H. Zainuddin. S.Kes. Minggu, 23 mei 2021 19:25

“sangat berperan penting dalam meningkatkan pendapatan pengrajin, karena untuk meningkatkan pendapatan pengrajin harus meningkatkan omset penjualan, nah, untuk meningkatkan omset penjualan maka harus ada ekonomi kreatif didalamnya, karena memang dalam membuat batik harus se kreatif mungkin.”⁸⁰

Hal ini juga didukung oleh bapak Sumardi Imron, S.Pd.i sebagai berikut:

“Batik Rengganis, dalam meningkatkan pendapatan pengrajin memang menggunakan ekonomi kreatif, karena untuk meningkatkan pendapatan pengrajin itu perlu meningkatkan omset penjualan, sedangkan untuk menaikkan omset penjualan harus ada peran ekonomi kreatif didalamnya, karena seiring berjalannya waktu. Orang-orang akan bosan dengan model dan motif yang lama, mereka akan mencari motif dan model yang baru yang lebih menarik.”⁸¹

Jadi, kesimpulan dari pemaparan diatas adalah peran ekonomi kreatif untuk Batik Rengganis dalam meningkatkan pendapatan pengrajin sangat membantu dan memang sangat dibutuhkan, karena ekonomi kreatif mampu membuat omset penjualan semakin naik, dengan begitu, maka penghasilan pengrajin akan meningkat secara otomatis.

Penulis juga mewawancarai tentang seperti apa ekonomi kreatif di Batik Rengganis, berikut pemaparannya dari bapak Jasmiko, SP.H.:

“ekonomi kreatif di Batik Rengganis adalah dengan cara mengkombinasikan warna batik, motif batik, dan kain yang baraneka ragam.”⁸²

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Staff Akuntansi Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Drs. Adi Jauhari. Jum'at, 21 mei 2021 13:35

⁸¹ Hasil wawancara dengan Bendahara Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Sumardi Imron. S.Pd.i Sabtu, 22 mei 2021 09:40

⁸² Hasil wawancara dengan kepala Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Jasmiko SP,H. Kamis, 20 mei 2021 16:26

Berikut juga yang di paparkan oleh Bapak Hafidz selaku koordinator pengrajin Batik Rengganis:

“di Batik Rengganis ekonomi kreatifnya itu menggunakan cara mengkombinasikan warna batik, motif batik, dan kain yang bermacam-macam.”

Jadi, kesimpulan dari pemaparan diatas adalah ekonomi kreatif yang digunakan oleh Batik Rengganis adalah dengan cara mengkombinasikan warna batik, motif batik, dan kain yang beraneka ragam.

Nah, sebelum benar-benar peran ekonomi kreatif ini berjalan, ada banyak proses sebelum peran ekonomi kreatif tersebut, oleh karena itu peneliti mewawancarai beberapa pihak terkait mengenai, proses bagaimana peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pengrajin.

seperti yang dijelaskan oleh pak Jasmiko SP,H. selaku kepala Batik Rengganis sebagai berikut:“intinya harus bisa meningkatkan omset penjualan batik ke konsumen”⁸³

Pernyataan tersebut senada dengan yang di ceritakan oleh Drs. Adi Jauhari selaku akuntansi Batik Rengganis mengenai tentang meningkatkan pendapatan pengrajin, sebagai berikut:

“penjualan Batik Rengganis terbilang cukup meningkat setiap tahunnya, dan itu mampu membuat peningkatan terhadap pendapatan pengrajinya”⁸⁴

⁸³ Hasil wawancara dengan kepala Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Jasmiko SP,H. Kamis, 20 mei 2021 16:20

Jadi, dari pemaparan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Batik Rengganis dapat meningkatkan pendapatan pengrajin dengan cara meningkatkan omset penjualan batik ke konsumen. Adapun caranya, sebagaimana dijelaskan dalam pemaparan dibawah ini, yang di narasumberi oleh Sumardy Imron S.Pd.i, sebagai berikut:

“cara kami untuk meningkatkan omset penjualan adalah dengan meningkatkan kualitas, meningkatkan promosi atau pameran, meningkatkan kreatifitas dengan keterampilan, desainernya dan desainnya.”⁸⁵

Pendapat ini sejalan dengan yang dipaparkan oleh H. zainuddin S.Kes, berikut pemaparannya:

“cara Batik Rengganis dalam meningkatkan omset penjualan batik ke konsumen dengan cara meningkatkan kualitas, meningkatkan promosi atau pameran, meningkatkan kreatifitas dengan keterampilan desainernya dan desainnya.”⁸⁶

Jadi, kesimpulan dari pemaparan di atas adalah, bahwa Batik Rengganis memiliki cara untuk meningkatkan omset penjualan ke konsumen dengan meningkatkan kualitas, meningkatkan promosi atau pameran, meningkatkan kreatifitas dengan keterampilan desainernya dan desainnya.

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Staff Akuntansi Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Drs. Adi Jauhari. Jum'at, 21 mei 2021 13:30

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Bendahara Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Sumardi Imron. S.Pd.i Sabtu, 22 mei 2021 09:30

⁸⁶ Hasil wawancara dengan Sekretaris Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak H. Zainuddin. S.Kes. Minggu, 23 mei 2021 19:21

Untuk menarik minat konsumen, Batik Rengganis memiliki manajemen marketing yang dipercaya mampu menarik minat konsumen, berikut pemaparan dari bapak H. Zainuddin S.Kes, berikut pemaparannya:

“Batik Rengganis dalam menarik perhatian konsumen itu dengan cara, menjadikan tokoh masyarakat sebagai modelnya. Karena dilihat dari pengalaman pertama, menjadikan tokoh masyarakat sebagai model dampaknya sangat positif, dan kami langsung berasumsi kalau modelnya tokoh masyarakat saja.”⁸⁷

Pemaparan berikut sama juga dengan yang dijelaskan oleh pak Hafidz, berikut penjelasannya:

“kita ada pengalaman dari tokoh masyarakat sebagai model dari Batik Rengganis, kok ternyata sangat laku saat pemasaran itu. Jadi kami menjadikan tokoh masyarakat sebagai model agar banyak peminat yang memesan Batik Rengganis.”⁸⁸

Jadi, dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa, manajemen marketing Batik Rengganis adalah dengan menjadikan tokoh masyarakat sebagai model, dengan alasan karena hal itu sangat berpengaruh pada minat konsumen.

Kemudian, Batik Rengganis memasarkan produknya di beberapa tempat, berikut pemaparannya yang dijelaskan oleh pak Jasmiko SP. H:

“Batik Rengganis sendiri sudah mengirim atau memasarkan produknya ke berbagai tempat. Khususnya di Situbondo, ada juga

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Sekretaris Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak H. Zainuddin. S.Kes. Minggu, 23 Mei 2021 19:25

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Koordinator Batik Pengrajin Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Hafidz, Senin, 07 Desember 2020 08:21

pemesanan dari Bondowoso, Jember, Surabaya. Rata-rata kebanyakan adalah pemesanan dari Situbondo.”⁸⁹

Hal ini juga di sampaikan oleh pak Sumardi Imron. S.Pd.i, berikut pemaparannya:

“produk Batik Rengganis sudah sampai di beberapa kabupaten, khususnya di Situbondo sendiri. Sering ada pemesanan dari Jember, Surabaya, Bondowoso, tapi kebanyakan dari Situbondo sendiri.”⁹⁰

Kesimpulan dari pemaparan diatas adalah, Batik Rengganis memasarkan produknya ke berbagai kabupaten seperti Jember, Surabaya, Bondowoso, khususnya di Situbondo sendiri. Dan rata-rata dari banyaknya pemesanan adalah dari Situbondo, dikarenakan perkabupaten memiliki batik khasnya sendiri, jadi masyarakatnya pun pasti akan mempertahankan batik khas daerahnya masing-masing.

B. PEMBAHASAN

Pembahasan ini akan diuraikan berdasarkan hasil penelitian mengenai permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu Analisis Ekonomi Kreatif di Batik Rengganis Selowogo Bungatan Untuk Meningkatkan Pendapatan Pengrajin, hal ini dilakukan dengan cara membahas Upaya Batik Rengganis Dalam Meningkatkan

⁸⁹ Hasil wawancara dengan kepala Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Jasmiko SP,H. Kamis, 20 mei 2021 16:20

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Bendahara Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Sumardi Imron. S.Pd.i Sabtu, 22 mei 2021 09:30

Pendapatan Pengrajin melalui Ekonomi Kreatif. Adapun paparannya mengenai hal tersebut adalah sebagai berikut:

1. Strategi Pengrajin Batik Rengganis Dalam Memperkenalkan Produk

Mengingat data yang diperoleh peneliti melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, telah dikumpulkan secara runtut dan umum sudah dapat digambarkan dalam poin-poin tertentu yang berhubungan dengan fokus permasalahan.

Setelah menyelesaikan tahap-tahap penelitian yang kemudian menghasilkan paparan data, terdapat strategi di Batik Rengganis dalam memperkenalkan produknya, diantaranya adalah dengan melalui 4 macam cara:

a. Dengan mengikuti pameran

Batik Rengganis menggunakan pameran sebagai ajang untuk memperkenalkan produknya, terutama ini adalah ajang tertinggi bagi para pengrajin untuk memperkenalkan produk Batik Rengganis, Batik Rengganis memiliki alasan khusus mengapa harus dengan strategi mengikuti pameran, karena dengan mengikuti pameran maka setiap orang akan memperhatikan, dengan berharap akan ada banyak peminat bagi yang telah melihat pameran tersebut,

Hal ini selaras dengan penuturan berikut ini: “Pameran dianggap sebagai bentuk ajang khusus (*special events*) yang paling efektif untuk memperkenalkan suatu produk kepada khalayak dengan harapan mereka

tertarik dan kemudian membeli produk yang dipamerkan. Pameran juga sangat sering dilakukan untuk kegiatan ajang promosi yang tujuannya untuk memikat perhatian konsumen.”⁹¹

Menurut Timur Leorensi (2010:22) “pameran pada hakikatnya adalah semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting tentang keberadaannya untuk mengubah sikap ataupun untuk mendorong orang agar membelinya.”⁹²

Untuk itulah, para pengrajin Batik Rengganis menggunakan strategi tersebut untuk memperkenalkan produk Batik Rengganis, karena efeknya yang begitu besar dan sangat berpengaruh untuk Batik Rengganis sendiri.

b. Dengan mengikuti lomba design

Strategi kedua yang digunakan oleh para pengrajin Batik Rengganis adalah dengan mengikuti lomba design, dengan mengikuti lomba design maka Pengrajin mampu lebih memperkenalkan serta menjelaskan keunggulan yang dimiliki oleh Batik Rengganis, berikut pemaparan yang berkaitan dengan hal tersebut.

⁹¹ Ghalib Agfa Polnaya, “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah” (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2015), 31.

⁹² Ghalib Agfa Polnaya, “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah”, 31

Beberapa kali batik Gedog (Tuban), menjadi juara umum dalam pagelaran lomba-lomba atau festival tersebut karena memiliki desain yang menarik. Dinas koperasi dan perindustrian dan perdagangan dan pemerintah daerah kabupaten Tuban juga mendukung penuh adanya IKM batik, karena dengan berjalannya hal tersebut batik Gedog jadi dikenal oleh banyak orang, serta kerajinan tangan para pengrajinnya di puji oleh banyak orang karena kekreatifannya. Serta hal ini mampu mendatangkan banyak konsumen yang tertarik kepada batik Gedog Tuban.⁹³

Untuk itulah mengapa Batik Rengganis mengambil strategi mengikuti lomba desain untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat sekitar.

- c. Mengikuti lomba-lomba daerah sekitar dengan jalan menggunakan produk Batik Rengganis

Strategi ketiga yang digunakan oleh Batik Rengganis adalah dengan mengikuti lomba-lomba daerah sekitar, dengan mengikuti lomba-lomba daerah sekitar, maka meskipun belum tentu dalam daerah tersebut Batik Rengganis mampu mencapai juara pada lomba tersebut, namun hal itu tetap bermanfaat karena dapat memperkenalkan produk mereka melalui acara tersebut.

⁹³ Widya Ayu Pratiwi, "Pengaruh Inovasi Produk dan Social Media Marketing Terhadap Sales Performance Pada IKM Batik Gedog Kabupaten Tuban", *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, vol.08, No.1, (Januari 2020), 682.

Hal tersebut selaras dengan yang diutarakan oleh pemaparan berikut ini: “kabupaten Bojonegoro merupakan bagian dari kabupaten di Jawa Timur yang menyimpan kebudayaan yang beragam. Setelah melalui lomba daerah di Bojonegoro akhirnya terkumpullah 600 motif batik karya peserta. Kemudian tim penilai dari IPB memilih 9 motif terpilih, kemudian terciptalah 9 motif yang unik dan khas Bojonegoro yang di launching pada 29 Desember 2019, pada acara tahunan pemilihan duta wisata Bojonegoro. Setelah acara tersebut, terjadilah perkembangan yang terjadi di Bojonegoro. Masyarakat lebih berinisiatif dan lebih bersemangat untuk mengenakan baju batik daerahnya, dan motif yang dikeluarkan pun sudah bukan motif yang 9, namun telah di launching kembali beberapa motif barunya.”⁹⁴

Untuk itulah mengapa dalam Batik Rengganis terbesit ide untuk mengikuti lomba-lomba daerah agar terasa mudah dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat, tidak hanya berfungsi memperkenalkan namun juga berfungsi sebagai alternative menuju kesuksesan.

d. Mengikuti kegiatan sosial

Batik Rengganis dalam memperkenalkan produknya juga memanfaatkan mengikuti kegiatan sosial dengan memperkenalkan

⁹⁴ Bayu Dwi Permana Putra, “Komunikasi Promosi Pemerintah Daerah Dalam Memperkenalkan Batik Khas Jonegoroan Kepada Masyarakat Kabupaten Bojonegoro” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah, Malang, 2013), 06.

produknya, karena hal ini benar-benar produktif menurut para pengrajin, mengingat betapa erat hubungan Batik Rengganis dengan masyarakat, apalagi jika harus berbincang-bincang selama mengikuti kegiatan tersebut, maka akan menambah kesan keramah tamahan para pengrajinnya.

Penjelasan tersebut juga selaras dengan yang dipaparkan berikut ini: “Hubungan masyarakat merupakan salah satu kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Gallery* Batik Sisikmelik Kabupaten Banyuwangi, dengan tujuan untuk membangun *goodwill* yang baik di benak masyarakat.”⁹⁵

Untuk itulah mengapa Batik Rengganis juga memanfaatkan hubungan masyarakat melalui kegiatan sosial agar dapat memperkenalkan produknya kepada masyarakat sekitar, agar masyarakat juga mencintai produk dalam negeri, khususnya di daerahnya sendiri.

Melihat dari data wawancara peneliti dengan narasumber, maka peneliti juga akan memaparkan faktor pendukung dan faktor penghambat para pengrajin dalam memperkenalkan produk Batik Rengganis kepada masyarakat.

a. Faktor Pendukung Para Pengrajin dalam Memperkenalkan Produk Batik Rengganis

⁹⁵ Mita Lestari, Joko Widodo, Moch. Zulianto, “Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu *Galley* Batik Sisikmelik Kabupaten Banyuwangi”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, vol.13, No.2, (Juni 2019), 63

Dari hasil wawancara bersama narasumber, peneliti mengetahui bahwa hal yang menjadi pendukung para pengrajin dalam memperkenalkan produk Batik Rengganis adalah sebagai berikut:

- 1) Kebijakan Pemerintah Kabupaten Untuk Memakai Produk Batik Kearifan lokal.

Dalam memperkenalkan produknya, para pengrajin mendapat kemudahan dalam menjalankannya, dikarenakan ada kebijakan dari pemerintah terkait pakaian yang dikenakan oleh masyarakat, memang tidak mewajibkan harus memakai batik lokal, namun di himbau untuk berpartisipasi mengenyakannya.⁹⁶

Hal ini, sependapat dengan yang dikatakan oleh Zidni Ilma Nafi'ah dalam penelitiannya bahwa⁹⁷ *“Faktor pendukung dalam industri rumah tangga kerajinan batik “Rengganis” adalah modal yang diberikan dari Dinas Perindustrian dan Koperasi, Dinas Pariwisata, Badan Pemberdayaan Perempuan, dan pengalaman. Dengan pengalaman yang banyak maka Pengrajin Batik Rengganis dapat mengelola usaha batik, mencari pemasaran, mengetahui minat konsumen dan meningkatkan usaha. Selain itu faktor yang mendukung usaha batik Rengganis adalah lembaga-lembaga pemerintahan, seperti, Koperasi. Dengan adanya*

⁹⁶ Hasil wawancara bersama pak Eko, Kepala Batik Rengganis pada senin, 12 Juli 2021, 09:15

⁹⁷ Zidni Ilma Nafi'ah “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Dan Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2019), 40

bantuan dari lembaga terkait maka usaha batik Rengganis sangat mendapat dukungan baik dari sektor pemasaran, keuangan (permodalan), masukan-masukan baru tentang perkembangan batik.”.

Untuk itu, beruntunglah Batik Rengganis memiliki relasi dengan pemerintah, yang akan mendukung serta memberi modal kepada Batik Rengganis.

2) SDM Pengrajin Yang Memadai Untuk Memperkenalkan Produk

Sesuai dengan hasil wawancara, bahwasanya dengan adanya SDM pengrajin yang cukup memadai, maka Batik Rengganis akan dengan mudah memperkenalkan produknya kepada masyarakat.⁹⁸

Pernyataan ini sesuai dengan pernyataan Gouzali, yang dikutip oleh Yosi Wulan dalam skripsinya: manfaat yang diperoleh dari SDM yang cukup memadai adalah, 1) organisasi akan berkemampuan menyesuaikan diri dengan kebutuhan sekarang, 2) organisasi akan mampu menjawab tantangan perkembangan keadaan, 3) program organisasi tidak akan tertinggal dengan pesaingnya.⁹⁹

Jadi, dari pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya SDM yang memadai akan lebih memudahkan Batik Rengganis dalam

⁹⁸ Hasil wawancara bersama H. Zainuddin sekretaris Batik Rengganis, pada Minggu, 11 Juli 2021, 09:40

⁹⁹ Yosi Wulandari, “*Upaya Pengembangan Pengrajin Batik Di Desa Wisata Batik Gulu Rejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo*”, (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), 38

memperkenalkan produknya kepada masyarakat, tidak hanya itu. Batik Rengganis juga akan mengembangkan perusahaannya dengan adanya SDM yang memadai.

3) Target Pasar Yang Memadai

Dari hasil wawancara, dijelaskan bahwa target pasar yang memadai adalah sebuah pendukung yang cukup besar, dikarenakan jika tidak ada target pasar, maka tidak akan bisa memperkenalkan produknya kepada masyarakat.¹⁰⁰

Berikut juga dijelaskan oleh Enda Aulia dan Suwardi, bahwa target pasar adalah proses evaluasi daya tarik segmen dan fokus tawaran yang paling cocok untuk sekelompok orang, wilayah atau Negara yang memiliki respon yang paling signifikan. Hal ini menjadi penting karena perusahaan harus memiliki fokus konsumen yang memiliki kecenderungan lebih besar untuk membeli produk mereka.¹⁰¹

Maka dapat disimpulkan bahwa, dengan adanya target pasar yang memadai maka Batik Rengganis akan dengan lebih mudah memperkenalkan produknya kepada masyarakat.

¹⁰⁰ Hasil wawancara bersama H. Zainuddin, Sekretaris Batik Rengganis, pada Minggu 11 Juli 2021, 09:30

¹⁰¹ Enda Aulia Akbar Ginting Suka, Suwardi Lubis, "Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan", *Jurnal Network Media*, Vol. 2, No. 2, (Agustus, 2019), 10

b. Faktor Penghambat para pengrajin dalam memperkenalkan produk Batik Rengganis.

1) Keterbatasan pengetahuan Masyarakat tentang batik

Pada hasil wawancara, peneliti menyimpulkan bahwa keterbatasan masyarakat adalah hal yang menghambat kesuksesan pengrajin dalam memperkenalkan produk Batik Rengganis, dikarenakan jika masyarakat kurang pengetahuan tentang batik, maka masyarakat akan berfikir bahwa harga kain batik sangat mahal, jadi masyarakat akan enggan untuk membeli batik.¹⁰²

Temuan sejenis juga di paparkan oleh wiwiek Rabiatul Adawiyah, yang mengutip dari Tushabomwe-Kazooba (2006), bahwa rendahnya pengetahuan dan pengalaman manajemen usaha merupakan salah satu faktor yang menghambat keberhasilan UMKM.¹⁰³

Maka, dapat disimpulkan bahwa jika masyarakat kurang akan pengetahuan apapun itu, terkhusus untuk batik, maka dampaknya akan merambat pada hal lainnya, contohnya seperti UMKM desa itu sendiri.

2) Kondisi Pandemi (Covid '19)

¹⁰² Hasil wawancara bersama pak Hafidz, Koordinator Pengrajin Batik Rengganis, pada Jum'at 09 Juli 2021, 08:21

¹⁰³ Wiwiek Rabiatul Adawiyah, "*Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas*", (Skripsi. Universitas Jenderal Soedirman, 2019), 13

Dari narasumber wawancara, dijelaskan bahwa kondisi saat ini adalah penghambat yang paling urgent, di karenakan terhambatnya konsumen untuk mendatangi toko Batik Rengganis, dan Batik Rengganis yang kesusahan untuk mengirim barang ke tujuan. Keadaan kehidupan karyawan berada di daerah pedesaan yang memiliki kebutuhan hidup yang tidak sedikit. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan karyawan selain membatik mereka juga harus mencari kebutuhan hidup, dan di masa pandemic covid sekarang pendapatan pengrajin mulai menyusut.¹⁰⁴

Hal tersebut sama dengan pemaparan yang di jelaskan oleh Mohammad Rosyada dan Anah Wigiyati, bahwa pendemi global Covid-19 menyebabkan penyusutan terbesar dalam beberapa decade terakhir yang akan membuat ekonomi global mengalami penyusutan sebesar 3% tahun ini, menurut Dana Moneter Internasional (DMI).¹⁰⁵

Oleh kare itu, pengrajin Batik Rengganis akan sangat kewalahan bila berada di masa pandemic seperti sekarang ini;, karena tidak hanya menghambat kepada memperkenalkan produk saja, namun juga menghambat pada ekonomi global.

¹⁰⁴ Hasil wawancara bersama pak Eko, Kepala Batik Rengganis, pada Jum'at 09 Juli 2021, 09:00

¹⁰⁵ Mohammad Rosyada, Anah Wigiyati, "*Strategi Survival UMKM Batik Tulis Pekalongan Di Tengah Pamdemi Covid-19*", (Skripsi, IAIN Pekalongan, 2020), 70

3) Acara Hajatan/Tasyakuran

Pada wawancara bapak eko, hasil menunjukkan bahwa dengan adanya acara hajatan/tasyakuran adalah faktor penghambat untuk para pengrajin memperkenalkan produknya kepada masyarakat, karena Jika sudah memasuki hari baik, bagi orang Jawa merupakan suatu kesempatan untuk mengadakan hajatan atau acara. Hal ini menyebabkan para karyawan Ibu Rengganis akhirnya tidak secara maksimal dalam memproduksi batik karena waktu mereka harus tersita dengan gotong royong dalam membantu tetangga yang sedang mengadakan hajatan.¹⁰⁶

Hal ini serupa dengan yang di paparkan oleh Liya Khozaainu, bahwa salah satu ciri khas masyarakat desa yang dimiliki Indonesia adalah gotong royong, uniknya tanpa diminta tolong, serta merta mereka akan bahu membahu meringankan beban tetangganya yang sedang hajatan. Mereka tidak memperhitungkan kerugian material yang dikeluarkan untuk membantu orang lain.¹⁰⁷

Oleh karena itu, dari hasil pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa, karena adat kejawaan yang sangat kental, maka faktor adanya hajatan adalah hal yang umum, yang belum bisa tertangani.

¹⁰⁶ Hasil wawancara bersama pak Eko, Kepala Batik Rengganis , pada Jum'at, 09 Juli 2021, 09:00

¹⁰⁷ Liya Khozaainu Rohmati Robbil Ummah, "*Eksistensi Pengrajin Dan Pelestarian Batik Tulis Sumurgung Era Modern di Desa Sumurgung Kecamatan Tuban Kabupaten Tuban*", (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2018), 66

c. Harga Pokok Penjualan (HPP) Batik Rengganis Selowogo Bungatan

Analisis penentuan harga pokok produksi yang lebih akurat dapat dilakukan dengan menggunakan sistem *activity based costing* (ABC). Perhitungan harga pokok produksi batik pada usaha Batik Rengganis dengan sistem ABC dibagi dalam dua *cost pool*.

Cost pool tersebut yaitu batik tulis dan batik cap. Aktivitas yang terjadi dalam pembuatan batik dikelompokkan dalam 5 *cost driver* yaitu yaitu pemeliharaan, pembuatan pola, mewarnai, nglorot, dan pakaging. Sebelum mengetahui jenis pengeluaran untuk masing- masing *cost driver*, biaya-biaya yang dikeluarkan usaha Batik Rengganis selama proses produksi pada bulan Januari 2021 terlebih dahulu harus diketahui. Proses klasifikasi biaya dapat dimulai dengan suatu pengelompokkan yang sederhana dari semua biaya dalam dua golongan, yaitu harga pokok produksi (*manufacturing cost*) dan biaya biaya komersil (*commercial cost*).

Harga pokok produksi dibagi menurut tiga unsur utama dari biaya yaitu biaya bahan baku (BBB), biaya tenaga kerja (BTK), dan biaya *overhead* pabrik (BOP). Sedangkan biaya komersil yaitu biaya- biaya pemasaran (*marketing expenses*).¹⁰⁸

1) Biaya Bahan Baku

¹⁰⁸ Dyah Ayu setyaningrum, "Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Batik Mustika blora Berdasarkan Sistem Activity Based Costing"(Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2013), 88

Unsur utama dari biaya yang pertama adalah biaya bahan baku, bahan baku yang digunakan dalam pembuatan batik selama bulan Januari 2021 pada Usaha Batik Rengganis dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1 Biaya Bahan Baku

No.	Bahan Baku	Jumlah pembelian	Harga Bahan Baku (Rp)	Jumlah Biaya Bahan Baku (Rp)
1	Kain Prima / Primis	200 meter	37.500/m	7.500.000,00
Jumlah	7.500.000,00			

Sumber : Data Batik Rengganis bulan Januari 2021

Harga per meter kain prima/primis berbeda-beda tergantung dari kualitas bahan, namun usaha batik Rengganis memilih kain prima/primis seharga Rp 37.500,00 untuk produksi batiknya. Jumlah pemakaian bahan baku selama bulan Januari 2021 adalah sebesar 200 meter . Sehingga total biaya bahan baku Batik yang dikeluarkan sebesar Rp 7.500.000,00.

2) Biaya Tenaga Kerja

Unsur utama biaya yang kedua adalah biaya tenaga kerja, upah tenaga kerja langsung yang ada pada usaha Batik Rengganis dapat dilihat pada table 4.2

Tabel 4.2 Biaya Tenaga Kerja Langsung

No	Bagian	Jumlah Tenaga Kerja	Upah bulan Januari (Rp)	Jumlah Biaya Tenaga Kerja (Rp)
1	Mencanting	25	600.000,00	15.000.000,00
2	Menyelup dan menolet	1	1.500.000,00	1.500.000,00
3	Lorot dan finishing	1	800.000,00	800.000,00
4	Pakaging	3	300.000,00	900.000,00
Jumlah	30	18.200.000,00		

Sumber : Data Usaha Batik Rengganis bulan Januari 2021

Biaya tenaga kerja pada tabel 4.2 adalah biaya tenaga kerja langsung yang membuat batik tulis di Usaha Batik Rengganis. Total biaya tenaga kerja pada Usaha Batik Rengganis sebesar Rp 18.200.000,00 untuk 30 orang sesuai dengan bagiannya masing-masing.

3) Biaya *Overhead* Pabrik

Unsur utama dari biaya yang ketiga adalah biaya *overhead* pabrik. Biaya yang termasuk dalam biaya *overhead* pabrik adalah biaya-biaya yang tidak langsung berpengaruh dalam penentuan harga pokok produksi. Cara menghitung biaya *overhead* pabrik. Biaya *overhead* pabrik dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Biaya Overhead Pabrik

No	Jenis Biaya	Jumlah (Rp)
1	Biaya bahan pewarna	1.600.000,00
2	Biaya malan	1.120.000,00
3	Biaya gas	324.000,00
4	Biaya listrik	100.000,00
5	Biaya canting	500.000,00
6	Biaya kompor	1.050.000,00
7	Biaya Pola Cap	220.000,00
8	Biaya gawangan	500.000,00
9	Biaya ember	245.000,00
10	Biaya drum	450.000,00
11	Biaya etalase	350.000,00
12	Biaya manekin	45.000,00
13	Biaya wajan	390.000,00
Jumlah		6.894.000,00

Sumber : Data usaha Batik Rengganis bulan Januari 2021

Mengelompokkan aktivitas untuk membentuk kumpulan sejenis Aktivitas untuk kelompok sejenis dalam pembuatan batik adalah sebagai berikut :

- i. Kelompok aktivitas pemeliharaan : biaya perawatan cap pola, biaya perawatan kompor, biaya perawatan tabung gas, biaya perawatan gawangan, biaya perawatan ember, biaya perawatan drum, biaya perawatan etalase, biaya perawatan manekin, biaya perawatan wajan.
- ii. Kelompok aktivitas pembuatan pola : biaya malan, biaya minyak gas
- iii. Kelompok aktivitas pewarnaan : biaya pewarna
- iv. Kelompok aktivitas lorot : biaya minyak gas, biaya listrik

Biaya overhead pabrik (BOP) setiap kelompok aktivitas dilacak ke berbagai jenis produk dengan menggunakan tarif kelompok yang dikonsumsi setiap produk.

Tabel 4.4 Biaya *Overhead* yang Dialokasikan

No	Kelompok biaya	Jumlah (Rp)
1	Pemeliharaan	1.875.000,00
2	Pembuatan pola	1.083.000,00
3	Pewarnaan	1.200.000,00
4	Lorot	318.000,00
Jumlah		4.476.000,00

Sumber : Data Primer yang Diolah Januari 2021

Jumlah biaya *overhead* pabrik yang dialokasikan dengan sistem *activity based costing* adalah sebesar Rp 4.476.000,00

Selanjutnya dilakukan perhitungan harga pokok produksi dengan sistem *activity based costing* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Penentuan Harga Pokok Produksi Batik Tulis berdasarkan Sistem *Activity Based Costing*

Jumlah unit	BBB		BTK		BOP		HPP	HPP / Unit
	Rp	%	Rp	%	Rp	%		
75	7.500.000	24,86	18.200.000	60,31	4.476.000	14,83	30.176.000	402.346,66

Sumber : data primer yang diolah Januari 2021

Pada tabel 4.5 menyajikan penentuan harga pokok produksi batik tulis dengan sistem *activity based costing*. Harga pokok produksi batik tulis sebesar Rp 30.176.000 diperoleh dari penjumlahan tiga unsur biaya

yaitu biaya bahan baku sebesar Rp 7.500.000 (24,86%) , biaya tenaga kerja langsung sebesar Rp 18.200.000 (60,31%), dan biaya *overhead* pabrik sebesar Rp 4.476.000 (14,83%) .

2. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Batik Rengganis Selowogo Bungatan

Upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat pedesaan pada sasaran pembangunan ekonomi yang semula berorientasi pada pertumbuhan yang berkelanjutan dari ekonomi skala besar kini menjadi prioritas pengembangan kedepan. Hal ini sesuai dengan instruksi presiden no.6 tahun 2009 tentang dukungan pengembangan ekonomi kreatif. Dukungan ini diharapkan untuk lebih berkembang kearah pengrajin ekonomi kreatif, sehingga akan berpengaruh secara nyata terhadap pemulihan ekonomi Indonesia.¹⁰⁹

Selaras dengan pemaparan diatas Batik Rengganis pun memiliki pendapat tentang peran ekonomi kreatif:

Peran ekonomi kreatif untuk Batik Rengganis dalam meningkatkan pendapatan pengrajin sangat membantu dan memang sangat dibutuhkan, karena

¹⁰⁹ Umi Rohmah, *analisis peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendaptan pengrajin ditinjau dari perspektif ekonomi islam (studi pada industri anyaman bambu Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo kabupaten Prengisewu 2017)*.hlm 49

ekonomi kreatif mampu membuat omset penjualan semakin naik, dengan begitu, maka penghasilan pengrajin akan meningkat secara otomatis.¹¹⁰

Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakkan dalam industri kreatif, yang memerlukan kreatififikasi dalam intelektual, dan selanjutnya dipadukan dalam sebuah wadah usaha untuk menjadikan barang lebih komersil. Pembuatan produk batik rengganis yang rata-rata pengrajinnya merupakan ibu rumah tangga, selain menginginkan penambahan pendapatan dari hasil suami, pembuatan batik rengganis juga merupakan sebagai mata pencarian maupun dapat dibeli atau disetorkan ke pengepul kapanpun pengrajin inginkan.¹¹¹

Keberlangsungan dari ekonomi kreatif pada industri batik rengganis ini dapat dilihat dari:

a. Produksi

Produksi sebagai suatu proses batik tulis, membuat batik tulis selama 4 hari selain prosesnya juga lama dari awal di desain, di canting lalu dilanjutkan dengan mewarnai batik, di rendam lalu jemur sampai kainnya benar-benar kering, setelah kering baru bisa di pasarkan.

b. Pasar dan Pemasaran

¹¹⁰ Hasil wawancara dengan Staff Akuntansi Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Drs. Adi Jauhari. Jum'at, 21 mei 2021 13:35

¹¹¹ Umi Rohmah, *analisis peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin ditinjau dari perspektif ekonomi islam (studi pada industri anyaman bambu Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo kabupaten Prengisewu 2017)*.hlm 50

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Para pengrajin yang menjalankan tugasnya di batik rengganis usahanya menggunakan strategi promosi dengan melakukan pemasaran kepada teman-teman dekat atau teman jauh. Kualitas kain yang menjadi komponen pembeda dari harga yang ditentukan, dan dari hasil banyaknya membuat harga yang ditentukan, maka penghasilan yang didapatkan para pengrajin berbeda-beda.

c. Kondisi Ekonomi

Perkembangan ekonomi, dengan adanya batik rengganis di Desa Selowogo sedikit banyak dirasakan oleh masyarakat setempat. Hal tersebut dapat dilihat dari adanya penambahan tenaga kerja lokal dalam mengikat produk batik rengganis dan menjadikan peluang kerja yang tentunya menambah jumlah pendapatan untuk masyarakat sekitar.¹¹²

Selain mengetahui tentang peran Ekonomi Kreatif pada Batik Rengganis, penulis juga membahas tentang Analisis penentuan harga pokok produksi yang lebih akurat dapat dilakukan dengan menggunakan sistem *activity based costing* (ABC). Perhitungan harga

¹¹² Umi Rohmah, *analisis peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin ditinjau dari perspektif ekonomi islam*.2016, 51

pokok produksi batik pada usaha Batik Rengganis dengan sistem ABC dibagi dalam dua *cost pool*. *Cost pool* tersebut yaitu batik tulis dan batik cap. Aktivitas yang terjadi dalam pembuatan batik dikelompokkan dalam 5 *cost driver* yaitu pemeliharaan, pembuatan pola, mewarnai, nglorot, dan pakaging. Sebelum mengetahui jenis pengeluaran untuk masing-masing *cost driver*, biaya-biaya yang dikeluarkan usaha Batik Rengganis selama proses produksi pada bulan Januari 2021 terlebih dahulu harus diketahui. Proses klasifikasi biaya dapat dimulai dengan suatu pengelompokan yang sederhana dari semua biaya dalam dua golongan, yaitu harga pokok produksi (*manufacturing cost*) dan biaya biaya komersil (*commercial cost*). Harga pokok produksi dibagi menurut tiga unsur utama dari biaya yaitu biaya bahan baku (BBB), biaya tenaga kerja (BTK), dan biaya *overhead* pabrik (BOP). Sedangkan biaya komersil yaitu biaya-biaya pemasaran (*marketing expenses*).

seperti apa ekonomi kreatif yang dijalankan oleh Batik Rengganis, ekonomi kreatif yang digunakan oleh Batik Rengganis adalah dengan cara mengkombinasikan warna batik, motif batik, dan kain yang beraneka ragam.

Perkembangan ekonomi kreatif, dengan adanya industri Batik Rengganis Selowogo Bungatan sedikit banyak dapat dirasakan oleh masyarakat setempat. Hal

tersebut dapat dilihat dari adanya penambahan tenaga kerja lokal dalam mengikat produk Batik Rengganis dan Batik Rengganis menjadikan peluang kerja yang tentunya menambah jumlah pendapatan masyarakat sekitar.

Maka dari itulah, mengapa ekonomi kreatif berperan sangat penting dalam Batik Rengganis, karena pendapatan perusahaan bergantung pada bagaimana ekonomi itu berperan didalamnya, jika tak ada ekonomi kreatif maka konsumen akan mulai bosan dan meninggalkan produk-produk yang telah lalu dari Batik Rengganis.

Berikut juga penjelasan mengenai bagaimana peran ekonomi kreatif di Batik Rengganis dalam meningkatkan pendapatan pengrajin melalui berbagai proses, pertama-tama adalah dengan menaikkan omset, nah ketika omset menaik maka pendapatan pengrajin akan meningkat, sedangkan untuk meningkatkan omset adalah dengan cara meningkatkan ekonomi kreatif di Batik Rengganis tersebut.

Untuk itulah mengapa Batik Rengganis mengambil tindakan untuk meningkatkan pendapatan pengrajin dengan cara meningkatkan omset penjualan batik ke konsumen.¹¹³ Untuk meningkatkan omset itu sendiri, Batik rengganis melakukan peningkatan kualitas produk, meningkatkan promosi produk dan meningkatkan kreatifitas desainer dan desainnya.¹¹⁴

¹¹³ Hasil wawancara dengan kepala Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Jasmiko SP,H. Kamis, 20 mei 2021 16:20

¹¹⁴ Hasil wawancara dengan Bendahara Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Sumardi Imron. S.Pd.i Sabtu, 22 mei 2021 09:30

a. Promosi untuk meningkatkan omset penjualan

Hal ini selaras dengan yang di paparkan oleh Tatik Suryani: produk, jasa serta layanan yang di tawarkan suatu perusahaan akan diketahui dan dikenal masyarakat, jika perusahaan melakukan promosi. Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan perusahaan dengan tujuan agar produk dan jasa yang ditawarkan diketahui oleh pasar, dan pasar tertarik untuk memanfaatkannya. Dalam mempromosikan produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan dapat menggunakan berbagai kombinasi bauran promosi, seperti iklan, penjualan personal, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Pemilihan terhadap bauran promosi yang digunakan perlu memperhatikan sumberdaya yang dimiliki dan target nasabah yang dituju.¹¹⁵

Untuk itulah mengapa peran promosi sangat penting untuk keberlangsungan jalannya perusahaan.

b. Kualitas produk dalam meningkatkan omset penjualan

maka Batik Rengganis tidak hanya menggunakan promosi sebagai pilihan untuk meningkatkan omset penjualan, akan tetapi juga dengan meningkatkan kualitas produk, hal ini serupa dengan pendapat berikut :

merek mempunyai banyak peminat/pelanggan karena mempunyai kualitas produk yang cukup baik, kualitas produk mengacu pada keseluruhan

¹¹⁵ Prof. Dr. Dra. Tatik Suryani, Psi., M.M, *Managemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*, 2017, hlm 40

karakteristik dari sebuah produk yang menggambarkan performa produk sesuai yang diharapkan oleh pelanggan dalam memenuhi dan memuaskan keinginan pelanggan. Kualitas produk relatif cukup baik menjadikan salah satu merek tersebut banyak digemari konsumen.¹¹⁶

Jadi, menurut penulis tidaklah salah jika Batik Rengganis menggunakan strategi meningkatkan kualitas produk sebagai jembatan untuk memperoleh omset yang lebih tinggi lagi.

c. Meningkatkan Desainer dalam meningkatkan omset penjualan

Selain itu, Batik Rengganis juga menggunakan Strategi meningkatkan kreatifitas desainer sebagai strategi untuk meningkatkan omset, sejalan dengan penuturan berikut :

Desain produk menggambarkan proses membayangkan, menciptakan dan mengulangi produk yang memecahkan masalah pengguna atau memenuhi kebutuhan spesifik dipasar tertentu. Kunci dari desain produk yang sukses adalah pemahaman tentang pelanggan pengguna akhir, target kenapa produk tersebut dibuat. Desainer produk berusaha memecahkan masalah nyata bagi orang-orang nyata dengan menggunakan empati dan pengetahuan tentang kebiasaan, perilaku, frustrasi, kebutuhan dan keinginan calon pelanggan mereka, maka desain pada produk disebut juga ide dan hasil kreasi manusia yang

¹¹⁶ Setiyo Hadi Prasongko, *Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Melalui Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pria Merek Fladeo di Matahari Mall Kediri*, 2018, hlm. 03

memiliki nilai manfaat serta nilai tambah bagi khalayak luas. Spesifikasi dari sebuah desain pada produk mempertimbangkan adanya proses produksi, harapan khalayak serta keputusan final yang telah di analisa.¹¹⁷

Kecakapan dan keahlian kerja, dengan bekal kecakapan dan keahlian yang tinggi akan dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas yang pada akhirnya berpengaruh pula terhadap penghasilan. Kekayaan yang dimiliki, jumlah kekayaan yang dimiliki seseorang juga mempengaruhi jumlah penghasilan yang diperoleh. Semakin banyak kekayaan yang dimiliki berarti semakin besar peluang mempengaruhi penghasilan.¹¹⁸

Maka tak heran lagi, jika Batik Rengganis meletakkan strategi meningkatkan desainer pada upaya untuk meningkatkan omsetnya, melihat betapa banyak kegunaan khususnya bagi perusahaan serta masyarakat pada umumnya.

d. Batik Rengganis dalam menarik perhatian konsumen

Dalam menarik perhatian konsumen, Batik Rengganis menggunakan Tokoh Masyarakat sebagai pengundang datangnya konsumen, melihat dari pengalaman yang dimiliki, bahwa Batik Rengganis mulai diliri oleh masyarakat

¹¹⁷ [https://Mengenai Pentingnya Desain Produk pada Pengembangan Bisnis \(accurate.id\)](https://Mengenai Pentingnya Desain Produk pada Pengembangan Bisnis (accurate.id))

¹¹⁸ Umi Rohmah, *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*, 2017, hlm. 64

karena bermitra dengan tokoh masyarakat.¹¹⁹ Pemaparan seperti ini terbukti dengan penjelasan berikut:

Konsumen akan meniru perilaku orang lain (pemodelan/*modelling*). Para ahli teori pembelajaran sosial menekankan pentingnya model dalam penyebaran informasi. Efektivitas model akan meningkat dalam keadaan berikut. 1) model secara fisik menarik, 2) model dapat dipercaya, 3) model berhasil, 4) model hamper sama dengan pengamat, 5) model yang ditampilkan mengatasi kesulitan dan kemudian berhasil. Tokoh-tokoh yang menjadi panutan bagi konsumen digunakan untuk mempromosikan produk yang dihasilkan merupakan produk yang baik. Hal ini dilakukan untuk mencegah perilaku konsumen yang tidak dikehendaki.¹²⁰

Untuk itulah, memang sepiantasnya tokoh masyarakat menjadi acuan utama bagi masyarakat untuk menjadi contoh yang baik untuk sesama, entah karena caranya berpakaian atau dengan perilakunya disetiap harinya dengan masyarakat.

¹¹⁹ Hasil wawancara dengan Koordinator Pengrajin Batik Rengganis Selowogo Bungatan Bapak Hafidz, Senin, 07 Desember 2020 08:21

¹²⁰ <https://managemen2015uniwidyagama.wordpress.com/2017/03/07/pembelajaran-konsumen/>