

**KREATIFITAS SENI BATIK DAN MANAJEMEN
MARKETING DALAM UPAYA PENINGKATAN
KESEJAHTERAAN UMKM BATIK TULIS LASEM
“NINGRAT” REMBANG**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

Oleh :

LILIK PUJI LESTARI

NIM: 1320210077

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI KUDUS
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
2017**



NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal : Nota Persetujuan Pembimbing

Kepada

Yth. Ketua STAIN Kudus

Cq Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam

di

Kudus

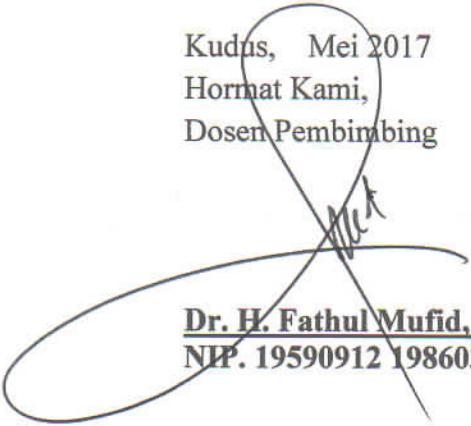
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Diberitahukan dengan hormat, bahwa skripsi saudara **Lilik Puji Lestari** NIM: 1320210077 dengan judul: **“Kreatifitas Seni Batik dan Manajemen Marketing dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang”** pada jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Ekonomi Syariah (ES), setelah dikoreksi dan diteliti sesuai aturan proses pembimbingan, maka skripsi dimaksud dapat disetujui untuk dimunaqosahkan.

Oleh karena itu, mohon dengan hormat agar naskah skripsi tersebut diterima dan diajukan dalam program munaqosah sesuai jadwal yang direncanakan. Demikian, kami sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Kudus, Mei 2017
Hormat Kami,
Dosen Pembimbing


Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I.
NIP. 19590912 198603 1 005



PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **LILIK PUJI LESTARI**
NIM : **1320210077**
Jurusan : **Syariah dan Ekonomi Islam / Ekonomi Syariah**
Judul Skripsi : **“Kreatifitas Seni Batik dan Manajemen *Marketing* Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang ”**

Telah dimunaqosahkan oleh tim penguji Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus pada tanggal :

22 Juni 2017

selanjutnya dapat diterima dan disyahkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S.1) dalam Ilmu Syariah dan Ekonomi Islam.

Kudus, 10 Juli 2017



Ketua Sidang / Penguji I

Junahid Abdullah, S.Ag., M.Hum.
NIP. 19780130 200604 1 002

Penguji II

Suhadi, S.E, MSA.
NIP. 19750806 200901 1 008

Dosen Pembimbing

Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I.
NIP. 19590912 198603 1 005

Sekretaris Sidang / Penguji III

Tina Martini, SE, M.Si.
NIP. 19770323 200212 2 003

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **LILIK PUJI LESTARI**
NIM : **1320210077**
Jurusan/Prodi : **Syari'ah dan Ekonomi Islam/ ES**
Judul Skripsi : **Kreatifitas Seni Batik dan Manajemen Marketing dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang**

Saya menyatakan bahwa apa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutipkan dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Kudus, 14 Juni 2017

Yang menyatakan



Lilik Puji Lestari
NIM. 1320210077

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن

كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾

Artinya : *“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”* (Q.S Al Baqarah:172).¹

¹ Al Qur'an Surat Al Baqarah Ayat 172, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 6.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap alhamdulillah dengan penuh rasa syukur yang dipanjatkan kepada ilahi Robbi Allah SWT. Keberhasilan dan kesuksesan yang sempurna ini tak dapat dicapai tanpa perjuangan dan usaha sendiri dan bantuan orang lain. Sehingga penulis dengan tulus mempersembahkan karya ilmiah ini kepada:

- Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, karena hanya dengan ridho-Nya lah selalu kuharapkan untuk menyertai setiap tapak langkahku.
- Nabi Muhammad SAW sebagai Sang inspirator hidup.
- Alamameterku tercinta, Jurusan Syari'ah Ekonomi Islam STAIN Kudus.
- Sebentuk ungkapan kasih untuk orang tuaku Bapak Rukin dan Ibu Murniati tersayang.
- Saudariku Rusiyanik (sebagai kakak dan guru bagiku).
- Keponakanku Sofi Nabil Fahmi, yang selalu menghibur disaat pusing dalam mengerjakan skripsi.
- Sahabatku Sholikatul Mukaromah dan Dwi Astutik yang tidak pernah bosan memberi semangat.
- Teman-temanku Aning Susilo, Sri Mulyani, Zul Afifa, Ayu, Robik yang jauh dariku tetapi selalu mendukung dan menyemangatiku.
- Calon suamiku Maulana Iqbal Fami yang selalu menemaniku dari awal sampai akhir.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul **“Kreatifitas Seni Batik dan Manajemen *Marketing* Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang”**. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (satu) pada Ilmu Ekonomi Islam di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus.

Penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasikan. Untuk itu peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I., selaku Ketua STAIN Kudus yang telah merestui pembahasan skripsi ini.
2. Dr. H. Abdurrohman Kasdi, Lc. M.Si., selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Kudus yang telah memberikan arahan tentang penulisan skripsi ini.
3. Karebet Gunawan, SE, MM, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah STAIN Kudus yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. H. Fathul Mufid, M.S.I., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Hj. Azizah, S.Ag., MM., selaku Kepala Perpustakaan STAIN Kudus yang telah memberikan izin dan layanan perpustakaan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Para Dosen atau Staf Pengajar di lingkungan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus yang membekali berbagai pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Ayah dan ibu yang selama ini selalu memberikan yang terbaik bagiku serta memberikan semangat belajar dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-temanku seperjuangan yang sama-sama memberikan motivasi dan semangat kebersamaan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya. Karena itu, kritik konstruktif dari siapapun diharapkan menjadi semacam suara yang dapat menyapa tulisan ini sebagai bahan pertimbangan dalam proses kreatif berikutnya. Namun demikian, sekecil apapun makna yang terjelma dalam tulisan inipun juga diharapkan ada manfaatnya bagi penulis sendiri dan pembaca pada umumnya.

Kudus, 14 Juni 2017

Penulis



LILIK PUJI LESTARI

NIM : 1320210077

ABSTRAK

Lilik Puji Lestari. NIM: 1320210077. Kreatifitas Seni Batik dan Manajemen *Marketing* Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

Kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kesejahteraan pemilik dan karyawan usaha batik. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui kreatifitas seni batik dan peran manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*), merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan kondisi saat ini subyek yang diteliti dengan pendekatan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi data reduksi, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Kreatifitas tersebut berupa pengembangan motif batik baru yang merupakan pengembangan dari motif batik yang merupakan ciri khas motif batik Lasem, pengembangan tersebut berupa menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya, memproduksi batik motif baru yang tiada tandingannya, memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar batik, menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya. Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran yang telah dilakukan adalah merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik, mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai target penjualan batik. Memberikan perintah kepada karyawan, memotifasi serta memimpin karyawan. Menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik. Memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung. Langkah tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga, konsumsi atau pengeluaran keluarga, peningkatan keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan serta kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.

Kata Kunci : *Kreatifitas Seni, Manajemen Marketing, Kesejahteraan.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus penelitian	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA	
A. Deskripsi Pustaka	9
1. Kreatifitas Seni.....	9
a. Kreatif Menurut Islam	9
b. Pengertian Kreativitas	10
c. Ciri-ciri Kreativitas	11
d. Indikator Kreatifitas Seni	13
2. Manajemen <i>Marketing</i>	14
a. Pengertian <i>Marketing</i> / Pemasaran	14

b. Fungsi <i>Marketing</i> / Pemasaran	16
c. Pemasaran Syariah	17
d. Indikator Manajemen <i>Marketing</i>	19
3. Kesejahteraan Masyarakat	23
a. Kesejahteraan Menurut Islam	23
b. Pengertian Kesejahteraan	27
c. Peran Kreativitas Terhadap Kesejahteraan	29
d. Indikator Kesejahteraan	31
4. Batik	34
a. Pengertian Batik	34
b. Jenis Batik	35
B. Hasil Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Berfikir.....	39
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
B. Sumber Data	42
C. Lokasi Penelitian	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Uji Keabsahan Data.....	46
F. Analisis Data	47
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Batik Tulis Lasem Rembang	48
1. Sejarah Batik Tulis Lasem Rembang	48
2. Perkembangan Batik Tulis Lasem Rembang	52
3. Profil Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang	54
B. Data penelitian	57
1. Peran kreatifitas seni batik dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang	57

2. Peran manajemen <i>marketing</i> dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang	74
C. Analisis	89
1. Kreatifitas seni batik dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang	89
2. Peran manajemen <i>marketing</i> dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang	95
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	101
B. Keterbatasan Penelitian.....	102
C. Saran.....	102
D. Penutup	103
DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT HIDUP PENULIS	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis ekonomi sebagai akibat adanya krisis moneter yang terjadi sejak pertengahan Juli 1997, berakibat bangkrutnya perusahaan-perusahaan berskala besar tetapi di sisi lain masih banyak usaha kecil dan menengah yang masih bertahan. Bahkan bisa dikatakan industri kecil ini mempunyai peran dalam menyelamatkan perekonomian nasional. Industri kecil cenderung menggunakan bahan baku lokal dan bahan impor yang kecil proporsinya. Produksinya tidak terlalu dipengaruhi depresiasi nilai rupiah, sehingga lebih tahan terhadap guncangan perekonomian global, meskipun sangat dipengaruhi oleh perubahan daya beli masyarakat. Pada tahun 2012 total populasi IKM lebih dari 42 juta dan memberikan sumbangan dalam output nasional (PDRB) mencapai 56,7% dan dalam ekspor non migas 15%, serta mempunyai andil 99,6% dalam penyerapan tenaga kerja.¹

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. UMKM selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai katup pengaman dimasa krisis, melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja dan nilai tambah. Peran dan fungsi strategis ini sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UMKM sebagai salah satu pelaku usaha komplementer bagi pengembangan perekonomian nasional, dan bukan subordinari dari pelaku usaha lainnya. Keberhasilan dalam meningkatkan kemampuan UMKM berarti memperkokoh bisnis perekonomian masyarakat. Hal ini akan membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus sumber

¹ Sakur, *Kajian Faktor-Faktor yang Mendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*, Spirit Publik, Solo, 2011, hal. 85.

dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam melaksanakan otonomi pemerintahan.

Bisnis kecil merupakan batu loncatan bagi pengusaha dari setiap sektor ekonomi. Pada umumnya, seorang wirausahawan memulai usahanya dari bisnis kecil. Tidaklah mudah mendefinisikan bisnis kecil dalam ukuran angka. Banyak pengusaha memulai bisnisnya dari awal dengan bisnis kecil atau istilah sehari-hari disebut bisnis kecil-kecilan. Griffin mendefinisikan bisnis kecil sebagai bisnis yang dimiliki dan dikelola secara mandiri yang tidak mendominasi pasarnya.²

Batik merupakan salah satu karya seni bangsa Indonesia yang sampai sekarang masih tetap eksis dan terus digunakan dan bahkan penggunaan batik terus berkembang tidak hanya sebagai kain atau sarung saja tetapi juga digunakan untuk berbagai keperluan rumah tangga yang mempunyai dampak ikutan terhadap industri lain secara luas. Industri perbatikan telah berkembang pesat yang disebabkan oleh kesadaran masyarakat untuk menggunakan batik sebagai bagian dari kehidupan di berbagai kepentingan serta pembentukan ciri-ciri bangsa Indonesia. Kini industri batik menjadi salah satu pendorong pertumbuhan perekonomian kreatif yang mampu menyerap banyak tenaga kerja dan mendorong perkembangan industri pendukung. Batik telah menjadi kehidupan bangsa Indonesia yang berskala internasional. Di Indonesia terdapat lebih dari 48.000 industri batik yang sebagian besar berskala kecil menengah dengan memperkerjakan bagi sekitar 792.285 tenaga kerja.

Di Indonesia terdapat berbagai jenis atau model batik yang dilatarbelakangi oleh ciri-ciri kedaerahan seperti Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Cirebon, Madura, Tuban dan Banyuwangi. Ciri-ciri yang dimiliki oleh masing-masing daerah merupakan kekuatan dan mempunyai pasar masing-masing. Salah satu tipe batik di Indonesia yang sedang berkembang adalah apa yang disebut sebagai Batik Pesisiran, yaitu lokasi industri batik yang berada di pesisir pantai Utara Jawa seperti Pekalongan, Pati, Lasem, Tuban yang

² Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hal. 201.

memiliki motif khas. Seperti juga model-model batik lainnya, kini Batik Pesisiran diproduksi untuk berbagai kepentingan, tidak hanya untuk kain saja, tetapi juga untuk aksesoris rumah tangga. Selaras dengan perkembangan dunia perbatikan, para pengusaha dan pengrajin Batik Pesisiran mempunyai tantangan sekaligus peluang untuk terus berkreasi mengembangkan motif-motif terbaru untuk dapat mengantisipasi dinamika pasar batik agar Batik Pesisiran mampu bertahan dan menjadi salah satu basis penguatan perekonomian kreatif.

Dengan kondisi UMKM batik yang hanya berkembang dari segi kuantitas namun dari segi kualitas belum berkembang, menyebabkan daya saing yang dimiliki UMKM batik masih sangat rendah. Tidak hanya itu saja, kecenderungan masalah finansial dianggap sebagai hambatan utama UMKM batik untuk berkembang. Ada tiga masalah utama yang dihadapi UMKM batik yaitu tidak adanya jaminan pasar, ketidakmampuan memenuhi kualitas dan kepastian produksi. Semua masalah tersebut, penyelesaiannya bukan melalui pendekatan keuangan atau penyediaan pembiayaan melainkan bisa melalui lembaga yang mengetahui soal pasar atau pihak yang bisa memberi pengetahuan soal kualitas dari produk usaha kecil.³

Dalam proses produksi yang dilakukan oleh UMKM batik pada saat ini, masih menggunakan cara tradisional. Hal ini dikarenakan pengetahuan tentang teknologi yang masih rendah dan kurangnya memiliki inisiatif untuk mengembangkan usaha dengan menggunakan teknologi baru, modal yang kecil, serta kurang memanfaatkan bantuan kredit dari pemerintah. Proses produksi batik kini telah bergeser dari yang sifatnya teknis ke kreativitas, karena kualitas dan daya tarik batik terfokus pada motif. Motif batik bisa pada jenis bahan yang digunakan, pola, tata warna, ciri-ciri dan atau pengembangan. Sehingga yang menjadi pusat permasalahan adalah bagaimana model pengembangan inovasi produk dan motif seni batik dalam upaya

³ Sakur, *Op. Cit.*, hal. 86.

mengembangkan sentra Batik Pesisiran berbasis kreativitas seperti di Lasem yang mendorong industri kreatif dan pengembangan kinerja usaha batik.

Kerjasama dari berbagai pihak, seperti pemerintah, dunia perbankan, koperasi, dan lain-lain perlu disinergikan agar mampu membantu pertumbuhan usaha kecil dan menengah. Melihat kondisi ini, cukup beralasan apabila pemerintah bersama dengan berbagai pihak perlu untuk mengalihkan pasarnya dengan melayani sektor UMKM batik, karena memang pasca krisis, usaha UMKM batik terbukti lebih tangguh bahkan terus tumbuh dibanding usaha skala menengah ataupun besar yang justru mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan Usaha UKM batik agar mampu berdaya saing tinggi harus dilihat dari kondisi UKM batik saat ini. Daya saing ditentukan oleh kemampuan SDM untuk memproduksi kualitas barang, harga, disain dan faktor lingkungan yang memberikan faktor kondusif agar UKM batik mampu bersaing secara ketat.

UMKM batik merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah; karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Meskipun UMKM batik memiliki sejumlah kelebihan yang memungkinkan batik dapat berkembang dan bertahan dalam krisis, tetapi sejumlah fakta juga menunjukkan bahwa tidak semua usaha kecil dapat bertahan dalam menghadapi krisis ekonomi. Banyak UMKM batik mengalami kesulitan untuk mengembalikan pinjaman akibat melonjaknya suku bunga lokal, selain itu adanya kesulitan dalam proses produksi akibat melonjaknya harga bahan baku yang berasal dari impor. Banyak faktor yang mempengaruhi prestasi perusahaan kecil diantaranya adalah pengaruh faktor internal dan eksternal. Keberhasilan tergantung dari kemampuan dalam mengelola kedua faktor ini melalui analisis faktor lingkungan serta pembentukan dan pelaksanaan strategi usaha.

Peran teknologi dalam peningkatan produktivitas usaha batik sangatlah besar, namun kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa usaha batik masih menggunakan teknologi konvensional yang memberikan dampak pada rendahnya produktivitas, sulitnya melakukan inovasi dan mutu produk yang tidak meningkat. Hal ini disebabkan karena kurangnya pembiayaan modal yang digunakan oleh usaha kecil karena sulitnya mencari modal dari pihak lain karena rumitnya persyaratan secara administratif yang sulit dipenuhi usaha batik.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif merupakan bagian integral dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif itu sendiri adalah kesinambungan dari pergeseran era dari Era Pertanian ke Era Industrialisasi, kemudian disusul Era Informasi yang diikuti oleh banyak temuan baru dibidang teknologi serta globalisasi ekonomi, menggiring peradaban manusia ke dalam sebuah interaksi social yang berbasis pada tradisi.⁴

Dengan mengetahui apa dan bagaimana faktor-faktor yang paling mempengaruhi inovasi usaha kecil khususnya batik, dapat membantu khususnya pihak manajemen perusahaan yang ada dalam perusahaan tersebut dalam menentukan bagaimana seharusnya pemenuhan kebutuhan dana untuk mencapai pendapatan yang optimal harus dilakukan. Dengan demikian tujuan pihak manajemen usaha batik untuk memaksimalkan kemakmuran usaha dapat tercapai. Berdasarkan uraian di atas maka rumusan masalah yang hendak diajukan dalam penelitian ini adalah bagaimana membangun strategi bisnis dan inovasi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.

Hasil observasi di lapangan menunjukkan bahwa pendapatan sebagai indikator kesejahteraan pemilik dan karyawan UKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang mengalami fluktuasi setiap bulannya sebagaimana tabel berikut :

⁴ Poerwanto dan Zakaria, Inovasi Produk dan Motif Seni Batik Pesisiran Sebagai Basis Pengembangan Industri Kreatif Dan Kampung Wisata Minat Khusus, *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL*, Vol. 1, No. 4, September 2012, hal. 218.

Tabel 1.1
Pendapatan UKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang
Tahun 2016

No	Bulan	Pendapatan
1.	Januari	125.000.000
2.	Februari	120.000.000
3.	Maret	110.000.000
4.	April	100.000.000
5.	Mei	120.000.000
6.	Juni	130.000.000
7.	Juli	100.000.000
8.	Agustus	105.000.000
9.	September	110.000.000
10.	Oktober	120.000.000
11.	November	130.000.000
12.	Desember	125.000.000

Sumber : Hasil observasi peneliti di lapangan, 2017.

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa pendapatan sebagai salah satu indikator kesejahteraan pemilik dan karyawan Batik Tulis Lasem mengalami fluktuasi, sehingga diharapkan kreatifitas seni batik serta manajemen pemasaran yang sesuai mampu meningkatkan pendapatan usaha.

Berdasarkan uraian di atas peneliti bermaksud melakukan penelitian berjudul **“Kreatifitas Seni Batik dan Manajemen *Marketing* dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang”**.

B. Fokus Penelitian

Untuk dapat mengetahui Kreatifitas Seni Batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang, penulis memberikan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi pada analisis faktor kreatifitas seni dan manajemen *marketing* yang mempengaruhi kesejahteraan UMKM batik tulis lasem.
2. Obyek penelitian pada produsen Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

3. Subyek penelitian pada pengusaha, karyawan produsen Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.
4. Waktu dilaksanakannya penelitian ini adalah pelaksanaan penelitian yang terdiri dari persiapan, perijinan, observasi sampai dengan penulisan laporan dilaksanakan selama 4 bulan.

C. Rumusan Masalah

Dari uraian penelitian tersebut dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut ini :

1. Bagaimanakah kreatifitas seni batik dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang?
2. Bagaimanakah manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kreatifitas seni batik dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.
2. Untuk mengetahui manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Untuk peneliti selanjutnya / kalangan akademisi : hasil penelitian diharapkan dapat menyumbang pemikiran secara teoritis dan ilmiah dalam pengembangan pengetahuan mengenai kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Lasem Rembang.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak usaha dalam meningkatkan analisis yang berkaitan dengan kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan.

Menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi dalam menentukan kebijakan - kebijakan upaya pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah dimasa yang akan datang.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan penelaahan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penulisan skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

Bagian awal merupakan bagian yang berada sebelum tubuh karangan yang meliputi halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman motto dan persembahan, abstrak, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar.

Bagian Isi pada skripsi ini terdiri dari lima bab, yaitu Bab I Pendahuluan, dalam bab ini memuat latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

Bab II yaitu kajian pustaka, bab ini berisi tinjauan pustaka yang menunjang dilakukannya penelitian ini. Yang meliputi teori kreatifitas seni, teori manajemen *marketing*, teori tentang kesejahteraan masyarakat, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

Bab III yaitu metode penelitian, dalam bab ini berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data.

Bab IV yaitu hasil penelitian dan pembahasan, dalam bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, statistik deskriptif responden, hasil uji asumsi klasik, analisis data dan pembahasan.

Bab V yaitu penutup, merupakan bagian akhir dari skripsi ini, berisi kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, saran dan penutup. Bagian Akhir, pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka yakni buku-buku yang digunakan sebagai rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi skripsi.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Pustaka

1. Kreatifitas Seni

a. Kreatif Menurut Islam

Orang yang kreatif dan inovatif selalu ingin mencoba gagasan-gagasan baru dan asli untuk mencapai efektivitas dan efisiensi dalam melaksanakan pekerjaannya. Orang kreatif selalu bekerja dengan sistematis dengan mengemukakan data dan informasi yang relevan. Orang yang kreatif biasa berpikir dengan otak kanan, yaitu mencari alternative pemecahan masalah dan mencari jawaban pertanyaan “*why and what if?*” dan “*what and how?*”.

Orang yang kreatif itu selalu ingin mencari tahu apa makna dari suatu fenomena yang Nampak di depan matanya. Dari situ ia terus mengembangkan nalarnya sampai ia dapat mengungkap esensi sesungguhnya dari fenomena itu. Sikap ini sesuai dengan firman Allah berikut ini :¹

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لَآيَاتٍ لِأُولِي
 الْأَلْبَابِ ﴿١١﴾ الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ
 وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَطْلًا
 سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ﴿١٢﴾

Artinya : “*Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi*

¹ Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2014, hal. 88.

orang-orang yang berakal, (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan Kami, Tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha suci Engkau, Maka peliharalah Kami dari siksa neraka". (Q.S Ali Imran:190-191).²

b. Pengertian Kreativitas

Kreativitas adalah hasil dari interaksi antara individu dan lingkungannya seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia berada dengan demikian baik berubah di dalam individu maupun di dalam lingkungan dapat menunjang atau dapat menghambat upaya kreatif. Kreativitas juga diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Secara psikologis, belajar merupakan suatu proses perubahan yaitu perubahan tingkah laku sebagai hasil dari interaksi dengan lingkungannya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Belajar juga adalah suatu proses usaha yang dilakukan seseorang untuk memperoleh suatu perubahan tingkah laku yang baru secara keseluruhan, sebagai hasil pengalamannya sendiri dalam interaksi dengan lingkungannya.³

Ahli pendidikan modern merumuskan bahwa belajar adalah suatu bentuk pertumbuhan atau perubahan dalam diri seseorang yang dinyatakan dalam cara-cara bertingkah laku yang baru berkat pengalaman dan latihan. Belajar merupakan kegiatan yang terjadi pada semua orang tanpa mengenal batas usia dan berlangsung seumur hidup. Dengan demikian belajar merupakan usaha yang dilakukan seseorang melalui interaksi dengan lingkungannya untuk merubah prilakunya, jadi

² Al Qur'an Surat Ali Imran Ayat 190-191, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998, hal. 300.

³Munandar, *Kreativitas Belajar*, *Jurnal Pendidikan*, Universitas Pendidikan Indonesia, 2014, hlm. 1.

hasil dari kegiatan belajar adalah berupa perubahan perilaku yang relatif permanen pada diri orang yang belajar.

Jadi kreativitas dapat diartikan sebagai kemampuan siswa menciptakan hal-hal baru dalam belajarnya baik berupa kemampuan mengembangkan kemampuan formasi yang diperoleh dari guru dalam proses belajar mengajar yang berupa pengetahuan sehingga dapat membuat kombinasi yang baru dalam belajarnya.⁴ Empat alasan mengapa belajar kreatif itu penting.

- 1) Belajar kreatif membantu anak menjadi berhasil guna jika kita tidak bersama mereka. Belajar kreatif adalah aspek penting dalam upaya kita membantu siswa agar mereka lebih mampu menangani dan mengarahkan belajar bagi mereka sendiri.
- 2) Belajar kreatif menciptakan kemungkinan-kemungkinan untuk memecahkan masalah-masalah yang tidak mampu kita ramalkan yang timbul di masa depan.
- 3) Belajar kreatif dapat menimbulkan akibat yang besar dalam kehidupan kita. Banyak pengalaman kreatif yang lebih dari pada sekedar hobi atau hiburan bagi kita. Kita makin menyadari bahwa belajar kreatif dapat mempengaruhi, bahkan mengubah karir dan kehidupan pribadi kita.
- 4) Belajar kreatif dapat menimbulkan kepuasan dan kesenangan yang besar.

c. Ciri-Ciri Kreativitas

Kreativitas sebagai ketrampilan untuk menentukan pertalian baru, melihat subyek dari perspektif baru dan membentuk kombinasi-kombinasi baru dari dua atau lebih konsep yang telah tercetak dalam pikiran. Ciri-ciri belajar kreatif meliputi :⁵

⁴Munandar, *Op. Cit.*, hlm. 2.

⁵<http://rahmiwulandarihamdi.blogspot.co.id/2012/12/belajar-dan-mengajar-secara-kreatif.html>

- 1) Kreativitas memerlukan adanya modal, yaitu konsep dalam pikiran untuk dilahirkan kembali dalam bentuk yang berbeda. Dalam pemecahan masalah, dia tidak harus mencari jawaban baru tetapi dia hanya perlu menggali informasi-informasi dalam pikirannya untuk dikaitkan dan dituangkan dalam bentuk solusi terhadap problem tersebut. Sedangkan Rogers menekankan bahwa sumber dari kreativitas adalah kecenderungan untuk mengaktualisasikan diri, mewujudkan potensi, dorongan untuk berkembang, dan menjadi matang, kecenderungan untuk mengekspresikan dan mengaktifkan semua kemampuan organisme.
- 2) Kreativitas dapat dinilai ketika hal tersebut tertuang dalam suatu tindakan nyata, ketika pemikiran baru belum dituangkan, maka itu adalah proses menuju kreativitas. Jadi, kreativitas tetaplah berpusat di otak manusia, kreativitas terjadi karena keseluruhan bagian otak bekerja secara bersamaan, terpadu pada satu waktu tertentu dengan tetap melakukan spesialisasi masing-masing, otak dengan sigap menanggapi setiap informasi yang masuk. Kadar pengelolaan otak akan sangat menentukan tingkat kreativitas seseorang, karena itu otak harus dilatih, tidak hanya dengan makanan bergizi tapi dengan latihan berfikir yang terus-menerus.
- 3) Untuk dapat melahirkan kreativitas, seseorang harus dapat memanfaatkan kedua sifat otak (kiri dan -pengerian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kreativitas kanan). Otak kiri yang bersifat logika, berurutan, lisan, pertambahan, dan dominan. Sedangkan otak kanan bersifat emosi, lompatan, visual, menyeluruh, dan tersembunyi. Akhir-akhir ini, istilah otak kanan telah digunakan sebagai cara populer untuk menyatakan kreatif, artistik, dan rapi. Kreativitas muncul dari interaksi yang luar biasa antara kedua otak. Kreativitas adalah suatu ketrampilan.
- 4) Dikarenakan kreativitas merupakan hasil sebuah latihan maka harus diupayakan secara terus-menerus agar tidak menjadi lumpuh.

Artinya, siapa saja yang berniat untuk menjadi kreatif dan ia mau melakukan latihan-latihan yang benar, maka ia akan menjadi kreatif.

d. Indikator Kreatifitas Seni

Munandar mengemukakan ciri-ciri kreativitas yaitu aptitude (berpikir kreatif) dan afektif (menyangkut sikap dan perasaan seseorang). Ciri-ciri aptitude yaitu kelancaran, fleksibilitas, orisinalitas, elaborasi atau perincian. Sedangkan ciri-ciri afektif, diantaranya: rasa ingin tahu, tertarik terhadap tugas-tugas majemuk yang dirasakan sebagai tantangan, berani mengambil resiko, berani untuk dikritik orang lain, tidak mudah putus asa, menghargai keindahan, mempunyai rasa humor, ingin mencari pengalaman baru, dapat menghargai diri sendiri atau orang lain.⁶

- 1) Produksi Kreatif adalah suatu produksi yang baru dan yang tiadaandingannya, serta dikenal dengan kemampuan memproduksi sesuatu yang baru atau menciptakan hubungan baru terhadap sesuatu yang telah diketahui sebelumnya dengan syarat sesuatu atau dengan hubungan baru itu bermanfaat, serta mampu menutupi kebutuhan bagi individu atau kelompok orang.
- 2) Kerja Kreatif adalah suatu bentuk tugas atau pekerjaan adalah sebagai ilmu seni, dapat dikatakan pula kreatif adalah memberikan segala sesuatu yang baru dengan jenis dan macam yang berbeda.
- 3) Tingkat Kreativitas, antara lain:
 - a) Kreativitas ekspresionis adalah ungkapan bebas dan mandiri yang didalamnya tidak memiliki urgensi atau kepentingan bagi kemahiran atau keaslian.
 - b) Kreativitas produktif yaitu hasil-hasil produksi seni dan keilmuan yang diperoleh melalui usaha yang mendisiplinkan

⁶ Erwin Setiawan, *Kreativitas Seni Lukis Batik Karya Siswa XI IPS 1 SMA Negeri 1 Godean*, Jurnal yang dipublikasikan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2012, hal. 8.

kecenderungan untuk bermain bebas, dan dengan menentukan langkah-langkah untuk mencapai hasil yang sempurna.

- c) Kreativitas inovatif banyak digunakan oleh para penemu yang memperlihatkan kejeniusan mereka dengan menggunakan pengembangan keterampilan-keterampilan individu.⁷
 - d) Kreativitas pembaruan adalah pengembangan dan perbaikan yang mencakup penggunaan keterampilan-keterampilan individu.
 - e) Kreativitas emanasi adalah menunjukkan prinsip-prinsip baru atau aksioma-aksioma baru yang muncul dari pendapat yang baru.
- 4) Pemikiran Kreatif yaitu pemikiran yang berusaha melahirkan sesuatu yang baru dan disodorkan kepada prinsip-prinsip kemungkinan. Pemikiran kreatif terwujud dengan adanya beberapa sistem dan pola pandang dan mewakili salah satu kondisi otak, serta tempat sebagai suatu pemikiran yang diarahkan oleh keinginan-keinginan dalam mencari sesuatu yang benar-benar asli.⁸

2. Manajemen Marketing

a. Pengertian Marketing / Pemasaran

Pemasaran ialah fungsi organisasi dan satu set proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan dan menyampaikan nilai kepada pelanggan dan untuk membangun hubungan pelanggan yang memberikan keuntungan bagi organisasi dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi.⁹

Dari definisi *American Marketing Association* 1960, yang menyatakan pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke

⁷ *Ibid.*, hal. 9.

⁸ *Ibid.*, hal 10.

⁹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009, Hal. 340.

konsumen.¹⁰ Di samping penafsiran ini terdapat pula pandangan yang lebih luas, yang menyatakan pemasaran merupakan proses kegiatan yang mulai jauh sebelum barang-barang /bahan-bahan masuk dalam proses produksi. Dalam hal ini banyak keputusan pemasaran yang harus dibuat jauh sebelum produk itu dihasilkan, seperti keputusan mengenai produk yang dibuat, pasarnya, harga dan promosinya. Sebagai contoh, keputusan pemasaran tersebut dapat berupa produk apa yang harus di produksi, apakah produk itu harus dirancang, apakah perlu di kemas, dan merek apa yang akan digunakan untuk produk itu.

Keputusan mengenai produk itu harus dikaitkan dengan sasaran pasar yang dituju. Demikian pula mengenai tingkat harga jual yang direncanakan serta kegiatan iklan atau *advertensi* dan *personal selling*, harus dilakukan jauh sebelum barang atau jasa diproduksi.

Pemasaran terfokus pada kepuasan pelanggan dan pemenuhan kebutuhan melalui pemahaman perilaku konsumen. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Definisi ini berdasarkan pada konsep inti: kebutuhan, keinginan, dan permintaan; produk; nilai biaya dan kepuasan; pertukaran transaksi, dan hubungan; pasar dan pemasaran serta pemasar.

Pemasaran dimulai dengan kebutuhan dan keinginan manusia, serta permintaan dari pasar atau konsumen. Kemudian produsen memproduksi barang untuk memenuhi konsumen dengan menciptakan produk. Setelah produk diciptakan, dengan sendirinya akan tercipta nilai, biaya dan kepuasan yang diinginkan konsumen. Kemudian terjadi pertukaran transaksi dan hubungan antara produsen dan pemasar. Setelah itu produk tersebut dipasarkan hingga sampai ke tangan konsumen.

¹⁰ *Ibid.*, hal. 340.

b. Fungsi *Marketing* / Pemasaran

Untuk menimplementasikan *marketing concept*, perusahaan harus memiliki informasi yang lengkap tentang keinginan konsumen agar produk yang dijual sesuai dengan selera konsumen dan dapat terjual dengan sendirinya. Sekaran ini, konsumen jauh berbeda dengan konsumen zaman dulu. Mereka sangat sensitif terhadap berbagai hal, seperti model, kualitas, harga, tempat belanja, layanan dan sebagainya.¹¹

Tujuan pemasaran adalah mengarahkan barang-barang dan jasa-jasa ke tangan konsumen. Untuk ini diperlukan kegiatan-kegiatan tertentu. Berbagai jenis kegiatan dan proses yang diperlukan karena spesialisasinya didalam pemasaran itu disebut fungsi-fungsi pemarkan. Fungsi pemasaran jenis pertukaran meliputi :

1) Pembelian

Yang dimaksud pembelian (*buying*) ialah proses atau kegiatan yang mendorong untuk mencari penjual. Kegiatan ini merupakan timbale balik daripada *selling* (penjualan), oleh karena itu perlu dimengerti proses atau kegiatan apa yang mengakibatkan atau mendorong untuk melakukan pembelian.

2) Penjualan

Penjualan atau *selling* adalah refleksi daripada pembelian, merupakan lawan daripada pembelian. Pembelian tidak akan terjadi tanpa penjualan, penjualan tidak ada tanpa pembelian. Di dalam pembelian dan penjualan itu terjadi saling mendekati, melakukan tawar-menawar, berunding, membentuk harga dan penyerahan hak pemilikan.

3) Transportasi

Pengertian transportasi adalah kegiatan atau proses pemindahan barang dari tempat yang satu ke tempat yang lain.

¹¹ Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hal. 240.

Proses ini menciptakan kegunaan tempat (*place utility*). Dalam kegiatan dan proses pemindahan ini di persoalkan bagaimana kegiatan dan proses pemindahan ini dipersoalkan bagaimana caranya, apakah menggunakan mobil, pesawat, truk, kereta api, kapal laut atau di bawa perseorangan dan lain sebagainya. Bagaimana cara-cara memuat dan membongkarnya, di bungkus atau tidak dibungkus dan sebagainya.

c. *Marketing Syariah*

1) Pengertian *Marketing Syariah*

Marketing (pemasaran) adalah merupakan strategi bisnis yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai dari seorang produsen atau perusahaan atau perorangan yang sesuai dengan ajaran Islam.¹²

Pemasaran syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan *value* dari suatu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.

Nabi Muhammad telah memberikan suri tauladan yang baik termasuk dalam hal berbisnis. Ini sesuai dengan Q.S Al-Ahzab ayat 21 :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ

وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: “*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang*

¹²Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009, Hal. 343.

*mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah".(Q.S.Al-Ahzab 21).*¹³

2) Karakteristik *Marketing* Syariah

Karakteristik dari syariah *marketing* ini terdiri atas beberapa unsur yaitu:

- a) *Rabbaniyah*: suatu keyakinan yang bulat bahwa gerak gerik manusia selalu berada di bawah pengawasan ilahi, sehingga dapat mengerem perbuatan-perbuatan tercela dalam dunia bisnis.
- b) *Akhlaqiah*: semua perilaku berjalan diatas norma etika yang berlaku umum.
- c) *Al- Waqiyyah*: semua transaksi yang dilakukan harus berlandaskan pada realita dan penuh dengan kejujuran.
- d) *Al-Insaniyah*: berperilaku kemanusiaan, hormat mengormati sesama, *marketing* berusaha membuat kehidupan menjadi lebih baik.¹⁴

3) *Marketing Mix* dalam Islam

Bauran pemasaran merupakan strategi yang dijalankan perusahaan yang berkaitan dengan penentuan bagaimana perusahaan menyajikan penawaran produk pada segmen pasar tertentu yang merupakan sasaran pasarnya. Bauran pemasaran ini memiliki empat variabel yang terdiri dari strategi produk, strategi harga, strategi penyaluran (distribusi) dan strategi promosi.¹⁵

Kita mengenal 4P sebagai *marketing mix*, yang elemennya adalah *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi) yang diperkenalkan oleh Jerome McCarthy. *Product* dan *price* adalah komponen dari tawaran (*offers*), sedangkan *place* dan *promotion* adalah komponen dari akses

¹³Departemen Agama RI, *Alquran Terjemah Indonesia*, Sari Agung, Jakarta, 2005, hal.827

¹⁴Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, Alfabeta, Bandung, 2009, Hal. 350-351.

¹⁵Ma'ruf abdullah, *Op. Cit.*, hal. 222-223.

(*access*). Karena itu *marketing mix* yang dimaksud adalah bagaimana mengintegrasikan tawaran dari perusahaan dengan akses yang tersedia.

Bagi perusahaan syariah, untuk komponen tawaran (*offer*), produk dan harga haruslah didasari dengan nilai kejujuran dan keadilan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kualitas produk yang diberikan harus sesuai dengan yang ditawarkan. Jadi, sangat dilarang bila perusahaan menyembunyikan kecacatan dari produk-produk yang mereka tawarkan. Sedangkan dalam menentukan harga, perusahaan haruslah mengutamakan nilai keadilan. Jika kualitas produknya bagus, harganya tentu bisa tinggi. Sebaliknya, jika seseorang telah mengetahui keburukan yang ada dibalik produk yang ditawarkan, harganya pun harus disesuaikan dengan kondisi produk tersebut.

Komponen akses sangat berpengaruh terhadap bagaimana usaha dari perusahaan dalam menjual produk dan harganya. Promosi bagi perusahaan yang berlandaskan syariah haruslah menggambarkan secara riil apa yang ditawarkan dari produk-produk atau *service-sevice* perusahaan tersebut. Promosi yang tidak sesuai dengan kualitas atau kompetensi, contohnya promosi yang menampilkan imajinasi yang terlalu tinggi bagi konsumennya, adalah termasuk dalam praktik penipuan dan kebohongan. Untuk itu promosi yang semacam itu sangat dilarang dalam *syariah marketing*. Dalam menentukan place atau saluran distribusi, perusahaan harus mengutamakan tempat-tempat yang sesuai dengan *target market* sehingga dapat efektif dan efisien.

d. Indikator Manajemen Marketing

Manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau

mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Di dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.

Penjelasan fungsi pemasaran yang merupakan kegiatan terpadu dan saling mendukung, antara lain:

1) Perencanaan pemasaran

Penentuan segala sesuatu sebelum dilakukan kegiatan-kegiatan pemasaran meliputi: tujuan, strategi, kebijaksanaan serta taktik yang dijalankan.

Tujuan:

- a) Meniadakan ketidakpastian masa datang bila ada perubahan-perubahan karena situasi dan kondisi perusahaan maupun diluar perusahaan maupun diluar perusahaan tidak menentu.
- b) Karena tujuan organisasi sudah difokuskan maka dengan perencanaan akan menghindari adanya penyimpangan tujuan.
- c) Rencana walaupun mahal tetapi ekonomis karena segala kegiatan telah terfokuskan dengan segala biaya- biayanya.

2) Implementasi pemasaran

Adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari, dari bulan ke bulan yang secara efektif melaksanakan rencana pemasaran.¹⁶ Kegiatan ini dibutuhkan program tindakan yang menarik semua orang atau semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran. Implementasi yang sukses tergantung dari beberapa kegiatan kunci yaitu:

¹⁶ Ir. Agustina Shinta, M.P., *Manajemen Pemasaran*, Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang, 2011, hal. 2.

a) Pengorganisasian kegiatan pemasaran, yaitu:

Proses menciptakan hubungan antara fungsi personalia dan faktor fisik (sarana), agar kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan bisa mencapai tujuan yang benar, meliputi: pembagian kerja, wewenang, tanggung jawab dan pelaporan kerja. Tujuan: setiap orang di dalam organisasi bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan pemasaran yang telah dibebankan kepadanya sehingga tidak *overlapping* pekerjaan.¹⁷

Bentuk umum dalam departemen pemasaran yang modern, antara lain:

- (1) Organisasi fungsional dimana berbagai aktivitas pemasaran yang berbeda dikepalai oleh spesialis fungsional: manajemen penjualan, periklanan, riset pemasaran, pelayanan terhadap pelanggan, manajemen produk baru.
- (2) Organisasi geografik, dimana karyawan bagian penjualan dan pemasaran diberi tugas di negara, wilayah atau distrik tertentu.
- (3) Organisasi manajemen produk, karyawan ini mengembangkan pemasaran dan strategi lengkap untuk produk atau merk tertentu, bila perusahaan ini mempunyai banyak produk atau merk yang amat berbeda.
- (4) Bila *firm* yang menjual satu lini produk kepada banyak tipe pasar berbeda yang mempunyai organisasi manajemen pasar. Manajer ini bertanggung jawab untuk mengembangkan rencana jangka panjang dan tahunan untuk keunggulan utama dari sistem ini adalah bahwa perusahaan diorganisasikan disekitar kebutuhan spesifik segmen pelanggan.¹⁸

¹⁷ *Ibid.*, hal. 3

¹⁸ *Ibid.*, hal. 4

b) Pengarahan kegiatan pemasaran, yaitu:

Usaha yang berhubungan dengan segala sesuatu kegiatan pemasaran agar semuanya itu dapat dilakukan dengan baik, meliputi:

(1) Pemberian perintah secara baik, harus ada follow up-nya, secara sederhana, perlu penjelasan sehingga ada pengertian dan sifatnya harus konsultatif.

(2) Motivasi

(3) Kepemimpinan

Dengan pengarahan segala kegiatan yang menyimpang akan terdeteksi dan pimpinan dapat memberikan motivasi untuk menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan harapan serta agar terjadi harmonisasi antar anggota organisasi/*firm*.

c) Pengkoordinasian kegiatan pemasaran, yaitu:

Usaha meng-sinkronkan dan menyatukan segala kegiatan pemasaran dalam organisasi agar tercapai tujuan yang efektif dan efisien. Cara-cara menjalankan koordinasi yang efektif, dengan berbagai cara, yaitu:

(1) Diadakan prosedur yang terang dan jelas dan ditentukan tanggal penyelesaian (*dead line*).

(2) Koordinasi dilakukan secara formal melalui pimpinan staff pembantu, penitia maupun pejabat penghubung tetap dilakukan kontak tidak formal.¹⁹

3) Pengendalian/Evaluasi kegiatan pemasaran, yaitu:

Usaha memberikan petunjuk pada para pelaksana agar mereka selalu bertindak sesuai dengan rencana, meliputi :

a) Penentuan Standard

b) Supervisi kegiatan atau pemeriksaan

c) Perbandingan hasil dengan Standard

d) Kegiatan mengkoreksi Standard

¹⁹ *Ibid.*, hal. 5.

Kegiatan pengendalian/evaluasi di atas dapat dikelompokkan dua macam:

- a) Pengendalian operasional termasuk memeriksa kinerja yang sedang berlangsung terhadap rencana tahunan dan mengambil tindakan perbaikan kalau perlu.

Tujuannya adalah memastikan bahwa perusahaan mencapai penjualan, laba, dan sasaran lain yang ditetapkan dalam rencana tahunannya. Kegiatan ini juga mencakup penentuan produk, wilayah, pasar dan saluran yang berbeda yang dapat mendatangkan laba.²⁰

- b) Pengendalian strategik meliputi pengamatan apakah strategi dasar perusahaan sesuai dengan peluang yang terbuka. Strategi dan program pemasaran dapat ketinggalan zaman dalam waktu singkat dan setiap perusahaan harus secara periodik menilai ulang pendekatan terhadap pasar secara keseluruhan.

3. Kesejahteraan Masyarakat

a. Kesejahteraan Menurut Islam

Gambaran hidup yang bahagia di surga merupakan suatu peringatan kepada manusia bahwa kesenangan dan kegembiraan di dunia tergantung usahanya. Kehidupan yang bahagia dijamin untuk mereka yang bekerja dan tidak membuang waktu dengan berdiam diri saja. Bagi siapa yang bekerja keras untuk kehidupannya akan menikmati hidup yang aman dan makmur. Pada hakekatnya seorang yang bekerja untuk hidupnya senantiasa mengharapkan keridhoan Allah dalam pekerjaannya karena kejujurannya.²¹

Menurut pandangan Islam, kerja merupakan sesuatu yang digariskan bagi manusia. Dengan bekerja manusia mampu memperoleh

²⁰ *Ibid.*, hal. 6.

²¹ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid I*, Dana Bakti Wakaf, Yogyakarta, 1999, hal. 253.

kebahagiaan di dunia dan akhiratnya. Agama juga menjadikan kerja sebagai sarana pendekatan diri kepada Allah. Amat jelas bahwa kerja mempunyai makna eksistensial dalam menunjukkan kehidupan orang Islam. Karena berhasil/gagalnya dan tinggi/rendahnya kualitas hidup seseorang ditentukan oleh amal dan kerjanya.

Sesungguhnya Allah SWT telah melapangkan bumi dan menyediakan banyak fasilitas agar manusia berusaha mencari sebagian dari rezeki yang disediakan baginya bagi keperluan manusia.²²

إِنَّا جَعَلْنَا مَا عَلَى الْأَرْضِ زِينَةً لِّهَا لِنَبْلُوهُمْ أَيُّهُمْ أَحْسَنُ عَمَلًا ﴿٧﴾

Artinya : “*Sesungguhnya Kami telah menjadikan apa yang di bumi sebagai perhiasan baginya, agar Kami menguji mereka siapakah di antara mereka yang terbaik perbuatannya*” (Q.S Al Kahfi:7).²³

Dengan demikian, lulus/tidaknya manusia dalam menghadapi ujian hidup di dunia ini dapat dilihat dari amal atau kerja yang telah dilakukan. Apalagi manusia diberikan tugas sebagai khalifah yang bertugas sebagai pemakmur bumi. Hal tersebut merupakan tugas besar yang jika tidak dikerjakan dengan sungguh-sungguh, mustahil rasanya bila amanah tersebut dapat dilaksanakan. Manusia yang eksis muncul karena kerja dan kerja itulah yang membentuk eksistensi kemanusiaan. Pandangan ini sejalan dengan salah satu inti sari dari QS. An-Najm:39 yang menjelaskan bahwa manusia tidak akan memperoleh suatu apapun tanpa usaha yang ia lakukan sendiri. Dengan bekerja, manusia memperoleh sebuah peran dalam mempertahankan penghidupannya. Bekerja yang baik adalah bekerja sesuai kemampuan yang dimiliki masing-masing individu.

²² Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013, hal. 209.

²³ Al-Qur'an Surat Al Kahfi Ayat 7, Yayasan Penyelenggara Penerjemah dan Penafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Kementerian Agama RI, Jakarta, 2012, hal. 200.

Perlu diperhatikan bahwa Allah bila menyebut perkataan, **الذِينَ وَعَمَلُوا** dalam ayat-ayat al-Qur'an selalu menyambung dengan **الصالحات**. Hal tersebut mengisyaratkan bahwa iman harus disertai amal saleh atau pekerjaan baik. Amal saleh adalah penjelmaan dari iman. Iman yang tidak melahirkan amal saleh dapat disebut iman yang mandul. Maka, islam menghubungkan aqidah dengan perilaku yang dituntutnya secara mutlak. Sehingga iman atau aqidah memancar, mengarahkan dan berpengaruh amat positif terhadap perilaku pemiliknya.

Allah memberikan tanggung jawab kepada manusia sebagai khalifah di bumi. Bekerja demi terselenggaranya “ma’isyah” atau penghidupan yang baik merupakan kewajiban. Keharusan kerja bagi manusia mencapai tingkat “tugas istimewa” hingga keengganan mereka untuk bekerja bukan sekedar maksiat yang merugikan orang yang bersangkutan saja. Kerja disukai oleh Allah dan Rasul-Nya bila kerja itu dilaksanakan sungguh-sungguh dilandasi niat mencari ridho-Nya.

Bekerja adalah bagian dari ibadah dan jihad jika bersikap konsisten terhadap peraturan Allah, suci niatnya dan tidak melupakan Allah. Menurut Islam pada hakekatnya setiap muslim diminta untuk bekerja meskipun hasilnya belum dapat dimanfaatkan olehnya dan orang lain. Seseorang wajib bekerja karena bekerja merupakan hak Allah dan salah satu cara mendekatkan diri kepada Allah. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja sebagai berikut:²⁴

1) Tekun bekerja adalah kewajiban keagamaan

Islam tidak meminta penganutnya sekedar bekerja, tetapi juga meminta agar bekerja dengan tekun dan baik. Dengan pengertian lain bekerja dengan tekun dan menyelesaikan dengan sempurna. Menurut Islam tekun bekerja merupakan suatu kewajiban dan perintah yang harus dilaksanakan oleh setiap muslim. Barang siapa

²⁴Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press, Jakarta, 1997, hlm. 112-116.

kurang memperhatikan ketekunan dalam bekerja, niscaya ia juga akan lalai dalam melaksanakan perintah agama.²⁵

2) Tekun, ciri muslim yang taqwa

Seorang muslim tidak merasa cukup dengan sekedar bekerja karena ia berkeyakinan bahwa Allah mengawasinya. Allah mewajibkan baginya sikap ihsan dan taqwa dalam setiap perbuatan. Tujuan mulia yang dikejar setiap muslim dalam bekerja yaitu “keridhaan Allah”. Keridhaan Allah tidak akan didapatkan jika kita tidak melaksanakan tugas dengan tekun dan sungguh-sungguh dan sempurna. Terdapat dua pondasi untuk mencapai ketekunan dalam bekerja yaitu amanat dan ikhlas. Pekerja mukmin mempunyai ambisi yang utama adalah mendapatkan ridho Allah. Dari ambisi yang mulia ini timbul sikap jujur, giat, dan tekun.

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: “Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”. (Qs. at-Taubah:105)²⁶

3) Ketenangan jiwa dan istiqomah

Seorang mukmin akan menikmati kehidupan dengan ketenangan jiwa, kedamaian hati dan kelapangan dada dan seorang mukmin yang beriman selalu memperhatikan batasan-batasan Allah dan menjauhi segala macam laranganNya. Tidak diragukan ketenangan jiwa dan istiqomah mempunyai dampak positif bagi produktivitas. Sesungguhnya manusia yang yang bingung, dengki,

²⁵ *Ibid.*, hlm.116.

²⁶ Al-Qur'an Surat At-Taubah Ayat 105, Yayasan Penyelenggara Penerjemah dan Penafsir Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Kementerian Agama RI, Jakarta, 2012, hlm. 273.

dan iri kepada sesama manusia jarang menghasilkan produk yang memuaskan.

4) Nilai waktu bagi seorang muslim

Mukmin adalah manusia yang paling menghargai nilai waktu. Waktu adalah nikmat yang harus disyukuri dan dipergunakan sebaik-baik mungkin. Waktu adalah asset utama bagi manusia, sehingga tidak mungkin menyia nyiakannya dalam keadaan hampa dan tanpa menghasilkan apapun. menurut hematnya, waktu adalah nikmat yang harus disyukuri dan dipergunakan sebaik mungkin.

b. Pengertian Kesejahteraan

Istilah kesejahteraan bukanlah hal yang baru, baik dalam wacana global maupun nasional. Dalam membahas analisis tingkat kesejahteraan, tentu kita harus mengetahui pengertian sejahtera terlebih dahulu. Kesejahteraan itu meliputi keamanan, keselamatan, dan kemakmuran. Pengertian sejahtera adalah suatu keadaan yang aman, sentosa, dan makmur. Dalam arti lain jika kebutuhan akan keamanan, keselamatan dan kemakmuran ini dapat terpenuhi, maka akan terciptalah kesejahteraan.²⁷

Menurut Undang-undang No 11 Tahun 2009, tentang Kesejahteraan Masyarakat, kesejahteraan masyarakat adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan material, spiritual, dan sosial warga negara agar dapat hidup layak dan mampu mengembangkan diri, sehingga dapat melaksanakan fungsi sosialnya. Dari Undang-Undang di atas dapat kita cermati bahwa ukuran tingkat kesejahteraan dapat dinilai dari kemampuan seorang individu atau kelompok dalam usahanya memenuhi kebutuhan material dan spiritual nya. Kebutuhan material dapat kita hubungkan dengan pendapatan yang nanti akan mewujudkan kebutuhan akan pangan, sandang, papan dan kesehatan. Kemudian kebutuhan

²⁷ Putra Barus, *Kesejahteraan*, Jurnal Universitas Sumatera Utara, 2016, hal. 6.

spiritual kita hubungkan dengan pendidikan, kemudian keamanan dan ketentaraman hidup.²⁸

Penghasilan atau pendapatan diperoleh misalnya dalam melakukan transaksi penjualan, biasanya pembayaran dilakukan di samping secara tunai juga sering dilakukan secara kredit (angsuran) atau pembayaran di belakang. Dalam pembayaran secara angsuran (d cicil), sering kali saat jatuh tempo langganan belum membayar, padahal hal tersebut sudah menjadi hak perusahaan. Dengan kata lain, penghasilan atau pendapatan yang sudah merupakan hak perusahaan, belum diterima pembayarannya saat ini, akibat pelanggan belum membayar.²⁹

Pentingnya memperoleh pendapatan bagi UMKM, setiap pelaku usaha dituntut untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang perlu dipertimbangkan ketika menginginkan pendapatan yang diperoleh tinggi. Modal merupakan salah satu hal yang penting dalam mendirikan atau memulai suatu usaha. Modal mengindikasikan kemampuan pelaku usaha dalam membiayai kegiatan operasional perusahaan. Adanya keterbatasan dalam aspek permodalan sehingga membuat UMKM dalam mengembangkan skala produksi menjadi terhambat dan tidak dapat menghasilkan pendapatan secara maksimal. Oleh karena itu, dibutuhkan tambahan modal berupa hutang dari pihak perbankan untuk meningkatkan hasil produksi. Hutang digunakan untuk membantu meringankan biaya produksi serta menambah jumlah barang maupun jasa yang akan diproduksi sehingga akan mempengaruhi tingkat pendapatan. *Asset* digunakan untuk membantu kegiatan operasional usaha seperti *asset* tersebut disewakan maupun penjualan barang dan jasa sehingga semakin besar *total asset* yang dimiliki maka pendapatan yang diterima UMKM pun semakin besar. Hal ini berkaitan dengan adanya penambahan *asset* operasional maka dimaksudkan untuk meningkatkan pendapatan. Tidak hanya dari aspek keuangan saja yang dibutuhkan

²⁸ Undang-undang No 11 Tahun 2009, tentang Kesejahteraan Masyarakat

²⁹ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014, hal. 42.

untuk memperoleh pendapatan yang maksimal, dari aspek orientasi kewirausahaan pun diperlukan.

Hal ini mengingat bahwa diperlukan kecakapan seorang wirausaha dalam mengelola usaha dengan jiwa entrepreneur. Upaya peningkatan pendapatan dengan berorientasi *entrepreneurship* akan menghasilkan kualitas produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Dengan demikian pelaku UMKM dalam perkembangannya diharapkan senantiasa memiliki kemampuan untuk berorientasi *entrepreneurship* yaitu mempunyai kreativitas usaha agar terciptanya terobosan baru untuk meningkatkan pendapatan, bertindak proaktif untuk mendistribusikan hasil-hasil inovasi dengan menggunakan teknologi yang semakin maju dan canggih serta keberanian dalam mengambil risiko yang tinggi (*risk taking*).³⁰

Berdasarkan sudut pandang ekonomi, uang adalah hasil perkembangan peradaban manusia yang menciptkannya sebagai alat tukar dan standar penilaian yang efektif dan efisien.³¹ Kapan *evenue* dianggap sebagai penghasilan. Secara teoritis pertanyaan ini dapat dijawab sebagai berikut :

Suatu penghasilan akan diakui sebagai penghasilan pada periode kapan kegiatan utama yang perlu untuk menciptakan dan menjual barang dan jasa itu telah selesai.³²

c. Kreativitas Terhadap Kesejahteraan

Menilai seberapa baik aktivitas dan proses yang dilakukan perusahaan merupakan hal yang mendasar dalam meningkatkan profitabilitas, sehingga untuk itu perlu digunakan ukuran kinerja yang dirancang untuk menilai seberapa baik hasil akhir yang dicapai. Dengan adanya pengukuran kinerja akan dapat dilakukan pengevaluasian dengan

³⁰ Dufi Rusanti, dkk, *Op. Cit.*, hal. 2.

³¹ Setia Mulyawan, *Manajemen Keuangan*, Pustaka Setia, Bandung, 2015, hal. 21.

³² Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010, hal.

membandingkan kinerja yang ditetapkan dengan yang sesungguhnya. Dari hasil perbandingan tersebut, manajemen dapat mengetahui seberapa besar penyimpangan yang terjadi dan seberapa jauh kemajuan yang telah tercapai dan tidak tercapai, sehingga dapat diambil tindakan untuk mengatasinya.³³

Kinerja perusahaan pada hakekatnya merupakan prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi bisnis yang dapat dilihat dari hasilnya. Hasil kinerja ini kurang tepat apabila hanya dilihat dari satu dimensi. Para peneliti menyepakati bahwa pengukuran kinerja bisnis tidak hanya cukup menggunakan ukuran tunggal kinerja perusahaan diukur dari kinerja bisnis keseluruhan dibanding pada tahun lalu dan kinerja keseluruhan dibandingkan pesaing utamanya, kinerja bisnis diukur dari profitabilitas dibandingkan dengan target yang telah ditetapkan.

Dalam pengukuran kinerja terdapat dua perspektif yaitu *subjectives concept* dan *objective concept*. Pada budaya bisnis di Asia informasi tentang kinerja perusahaan biasanya merupakan suatu rahasia perusahaan, sehingga perusahaan enggan memberikan data kinerjanya. Dimensi dalam pengukuran kinerja suatu perusahaan, yaitu *effectiveness*, *efficiency*, dan *adaptiveness*. Efektivitas, efisiensi, dan adaptivitas merupakan tiga atribut pemasaran utama yang digunakan dalam pengukuran kinerja. Adapun variabel anteseden dalam studi ini berkaitan dengan strategi pemasaran, maka ketiga dimensi tersebut digunakan dalam pengukuran kinerja, selain pertimbangan tersebut, dimensi pengukuran kinerja ini relatif banyak digunakan dalam pengukuran kinerja perusahaan kecil dan menengah. Tiga dimensi tersebut merupakan kunci pengukuran kinerja yang saling melengkapi, sehingga harus diukur bersama.³⁴

³³ Sri Hartini, *Op. Cit.*, hal. 84.

³⁴ *Ibid.*, hal. 86.

Inovasi proses akan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi, sehingga akan meminimalkan biaya perusahaan dalam memproduksi, seperti biaya komplain, biaya retur. Menurunnya biaya dengan kualitas produk yang relatif sama berarti akan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam hal ini peningkatan kinerja perusahaan.

Persaingan kompetitif dapat berpengaruh besar terhadap profitabilitas perusahaan. Ketika persaingan dalam industri meningkat, rata-rata profitabilitas perusahaan yang bersaing di industri menurun. Persaingan usaha memaksa para pelaku usaha yang ada didalamnya untuk memiliki keunggulan dan strategi dalam bersaing agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan. Komponen produk (*output*) yang dihasilkan UMKM pun menjadi unsur yang penting untuk diperhatikan oleh pelaku UMKM. Mereka yang mampu menyajikan produk yang lebih unggul melalui inovasi memiliki peluang yang lebih besar untuk menarik minat konsumen. Inovasi tidak bisa dilepaskan dari kehidupan berbisnis karena inovasi merupakan roh atau jiwa dalam sebuah perusahaan untuk berkembang, inovasi dapat berkembang dimana saja dan dilakukan oleh siapa saja, inovasi tidak hanya dilakukan oleh perusahaan besar, melainkan perusahaan kecil pun perlu untuk melakukan inovasi demi keberlangsungan usahanya. Sebuah perusahaan yang kompetitif memiliki dua tujuan penting, yaitu menciptakan nilai pelanggan (*customer value*) dan inovasi.³⁵

d. Indikator Kesejahteraan

Menurut BPS (2005) dalam penelitian Eko Sugiharto (2007) indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat kesejahteraan ada delapan, yaitu pendapatan, konsumsi atau pengeluaran keluarga, keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal, kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan

³⁵ Citra Lestari, *Op. Cit.*, hal. 2.

anak kejejang pendidikan, dan kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.³⁶

- 1) Indikator pendapatan digolongkan menjadi 3 item yaitu:
 - a) Tinggi (> Rp. 10.000.000)
 - b) Sedang (Rp. 5.000.000)
 - c) Rendah (< Rp. 5.000.000)
- 2) Indikator pengeluaran digolongkan menjadi 3 item yaitu:
 - a) Tinggi (> Rp. 5.000.000)
 - b) Sedang (Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000)
 - c) Rendah (< Rp. 1.000.000)
- 3) Indikator tempat tinggal yang dinilai ada 5 item yaitu jenis atap rumah, dinding, status kepemilikan rumah, lantai dan luas lantai. Dari 5 item tersebut kemudian akan digolongkan ke dalam 3 golongan yaitu:
 - a) Permanen
Kriteria permanen ditentukan oleh kualitas dinding, atap dan lantai. Bangunan rumah permanen adalah rumah yang dindingnya terbuat dari tembok/kayu kualitas tinggi, lantai terbuat dari ubin/keramik/kayu kualitas tinggi dan atapnya terbuat dari seng/genteng/sirap/asbes (BPS, 2012).
 - b) Semi Permanen
Rumah semi permanen adalah rumah yang dindingnya setengah tembok/bata tanpa plaster/kayu kualitas rendah, lantainya dari ubin/semen/kayu kualitas rendah dan atapnya seng/genteng/sirap/asbes (BPS, 2012)³⁷
 - c) Non Permaen
Sedangkan rumah tidak permanen adalah rumah yang dindingnya sangat sederhana (bambu/papan/daun) lantainya dari tanah dan atapnya dari daun-daunan atau atap campuran

³⁶ Badan Pusat Statistik, *Indikator Kesejahteraan Masyarakat 2016*, diakses dari www.bps.go.id, hal. 15.

³⁷ *Ibid.*, hal. 16.

genteng/seng bekas dan sejenisnya (BPS, 2012)

- 4) Indikator fasilitas tempat tinggal yang dinilai terdiri dari 12 item, yaitu pekarangan, alat elektronik, pendingin, penerangan, kendaraan yang dimiliki, bahan bakar untuk memasak, sumber air bersih, fasilitas air minum, cara memperoleh air minum, sumber air minum, fasilitas MCK, dan jarak MCK dari rumah. Dari 12 item tersebut kemudian akan digolongkan ke dalam 3 golongan yaitu:
 - a) Lengkap
 - b) Cukup
 - c) Kurang³⁸
- 5) Indikator kesehatan anggota keluarga digolongkan menjadi 3 item yaitu:
 - a) Bagus (< 25% sering sakit)
 - b) Cukup (25% - 50% sering sakit)
 - c) Kurang (> 50% sering sakit)
- 6) Indikator kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan terdiri dari 5 item yaitu jarak rumah sakit terdekat, jarak toko obat, penanganan obat-obatan, harga obat-obatan, dan alat kontrasepsi. Dari 5 item tersebut kemudian akan digolongkan ke dalam 3 golongan yaitu:
 - a) Mudah
 - b) Cukup
 - c) Sulit
- 7) Indikator kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan terdiri dari 3 item yaitu biaya sekolah, jarak ke sekolah, dan proses penerimaan. Dari 3 item tersebut kemudian akan digolongkan ke dalam 3 golongan yaitu:
 - a) Mudah
 - b) Cukup
 - c) Sulit

³⁸ *Ibid.*, hal. 17.

- 8) Indikator kemudahan mendapatkan transportasi terdiri 3 item, yaitu ongkos kendaraan, fasilitas kendaraan, dan status kepemilikan kendaraan. Dari 3 item tersebut kemudian akan di digolongkan ke dalam 3 golongan yaitu:
- a) Mudah
 - b) Cukup
 - c) Sulit³⁹

4. Batik

a. Pengertian Batik

Batik merupakan salah satu karya seni bangsa Indonesia. Sebagai salah satu kekayaan bangsa, maka seni batik perlu diberi perhatian untuk dilestarikan dan dikembangkan, karena industri perbatikan Indonesia memiliki keragaman baik motif, bahan baku, tipe, kualitas maupun pasar yang mampu memberi sumbangan pada pertumbuhan ekonomi serta tahan terhadap berbagai krisis baik ekonomi, sosial dan budaya. Pada era modernisasi kehidupan, batik sebagai salah satu karya seni tetap menjadi salah satu pilihan untuk berbagai kegiatan dan keperluan seperti pakaian, asesoris rumah tangga seperti taplak meja, sarung bantal dan spreng sampai pada hiasan.⁴⁰

Ditinjau dari morfologi bahasa, kata “batik” terdiri dari dua kata yang bergabung menjadi satu yaitu kata “ba” dan “tik”. Berkaitan dengan batik sebagai seni, “batik” merupakan salah satu elemen dari seni rupa untuk mengawali karya tulis. Masing-masing kata tersebut mempunyai padanan yang terdiri dari kata “bu” dengan awalan “am” dan kata “tik”, sehingga kalau digabung menjadi “ambatik” yang mempunyai arti membuat titik. Dalam pendekatan seni rupa, batik terbentuk diawali dengan titik, tersambung menjadi garis yang selanjutnya berkembang menjadi sebuah bentuk. Kusnin Asa

³⁹ *Ibid.*, hal. 18.

⁴⁰ Poerwanto, dkk, *Op. Cit.*, hal. 85.

mengatakan bahwa konsepsi semacam itu secara kebetulan hadir pada proses pembuatan batik dan selama ini kata batik tidak dipersoalkan lagi karena sudah merupakan nama baku.⁴¹

Iwan Tirta mengemukakan bahwa batik adalah sebuah teknik menghias permukaan tekstil dengan cara menahan pewarna. Di Jawa, membubuhkan cairan lilin panas dilakukan dengan cara menitikannya dari sebuah alat. Dari titik dapat ditarik menjadi garis, untuk membentuk gambargambar dua dimensi. Pendapat lain mengatakan bahwa batik secara etimologi berasal dari kata Jawa kuno: *titi* yang berarti “dengan teliti atau cermat”, atau kata *titik* yang berarti “diberi tanda titik”. Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan salah sebuah arti kata batik adalah “kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menerakan malam pada kain itu kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu”. Jadi, lanjut Iwan Tirta secara lugas batik adalah teknik atau proses menghias permukaan kain dengan cara menahan warna. Hasilnya adalah kain batik atau istilah singkat populernya: batik.⁴²

b. Jenis Batik

Salah satu dari tipe batik di Indonesia adalah Batik Pesisiran yang memiliki kekhasan dalam segi bahan baku dan motif. Batik Pesisiran yang lebih banyak dipicu oleh inovasi dan kreativitas industri di Pekalongan, merupakan salah satu industri yang mampu menopang pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja di banyak wilayah, karena sebagian besar bahan baku diproduksi oleh masyarakat di sekitar sentra kerajinan Batik. Batik sebagai produk seni dan budaya bangsa Indonesia terbukti terus dicari oleh masyarakat untuk berbagai keperluan. Senyampang dengan perkembangan zaman kain batik tidak hanya digunakan untuk keperluan sandang saja, tetapi juga digunakan sebagai aksesoris rumah tangga seperti taplak meja,

⁴¹ *Ibid.*, hal. 85.

⁴² *Ibid.*, hal. 85.

dekorasi ruangan, selendang, dompet dan tas. Kegunaan batik untuk berbagai keperluan hidup manusia perlu diapresiasi oleh para pengrajin batik sebagai peluang dan tantangan. Peluang dan tantangan tersebut pasar industri batik, yang dapat direalisasikan dalam bentuk inovasi produk dan kreativitas semua insan perbatikan.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan tentang kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang sudah banyak dikaji terbukti dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh :

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Citra Lestari, dkk	Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi pada IKM Makanan di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat) ⁴³	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang usaha mikro, kecil dan menengah	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada titik fokus faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha batik. Dalam penelitian ini dititik beratkan pada kreatifitas seni batik dan manajemen <i>marketing</i> dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Lasem Rembang.

⁴³ Citra Lestari, dkk, *Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi pada IKM Makanan di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat)*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.10, No. 2, Maret 2015, hal. 1.

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
2.	Dufi Rusanti, dkk	Determinan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sektor Industri Pengolahan di Kabupaten Jember ⁴⁴	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang usaha mikro, kecil dan menengah	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada titik fokus faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha batik. Dalam penelitian ini dititik beratkan pada kreatifitas seni batik dan manajemen <i>marketing</i> dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Lasem Rembang.
3.	Ernani Hadiyati	Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Pendapatan Usaha Kecil ⁴⁵	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kreativitas dan pendapatan usaha mikro, kecil dan menengah	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada titik fokus faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha batik. Dalam penelitian ini dititik beratkan pada kreatifitas seni batik dan manajemen <i>marketing</i> dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Lasem Rembang.
4.	Sri Hartini	Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada titik fokus faktor-

⁴⁴ Dufi Rusanti, dkk, *Determinan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sektor Industri Pengolahan di Kabupaten Jember*, Jurnal Ekonomi Vol.2.No1. Juli, 2015, hal. 1.

⁴⁵ Ernani Hadiyati, *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Pendapatan Usaha Kecil*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.13, No. 1, Maret 2011, hal. 15.

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Pendapatan Bisnis ⁴⁶	pendapatan bisnis	faktor yang mempengaruhi kinerja usaha batik. Dalam penelitian ini dititik beratkan pada kreatifitas seni batik dan manajemen <i>marketing</i> dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Lasem Rembang.
5.	Annetta Gunawan	Analisis Strategi dan Taktik Pemasaran Dalam Aktivitas E-Commerce untuk Meningkatkan Pertumbuhan PT Golden Rama Express ⁴⁷	Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pemasaran.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada titik fokus faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja usaha batik. Dalam penelitian ini dititik beratkan pada kreatifitas seni batik dan manajemen <i>marketing</i> dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Lasem Rembang.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan. Berdasarkan teori-teori yang telah dideskripsikan tersebut, selanjutnya

⁴⁶ Sri Hartini, *Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Pendapatan Bisnis*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.14, No. 1, Maret 2012, hal. 87.

⁴⁷ Annetta Gunawan, *Analisis Strategi dan Taktik Pemasaran Dalam Aktivitas E-Commerce untuk Meningkatkan Pertumbuhan PT Golden Rama Express*, *Journal The WINNERS*, Vol. 15 No. 1, Maret 2014: 61-71.

dianalisis secara kritis dan sistematis, sehingga menghasilkan sintesa tentang hubungan antar variabel yang diteliti.⁴⁸

Dalam proses produksi yang dilakukan oleh UMKM batik pada saat ini, masih menggunakan cara tradisonal. Hal ini dikarenakan pengetahuan tentang teknologi yang masih rendah dan kurangnya memiliki inisiatif untuk mengembangkan usaha dengan menggunakan teknologi baru, modal yang kecil, serta kurang memanfaatkan bantuan kredit dari pemerintah.

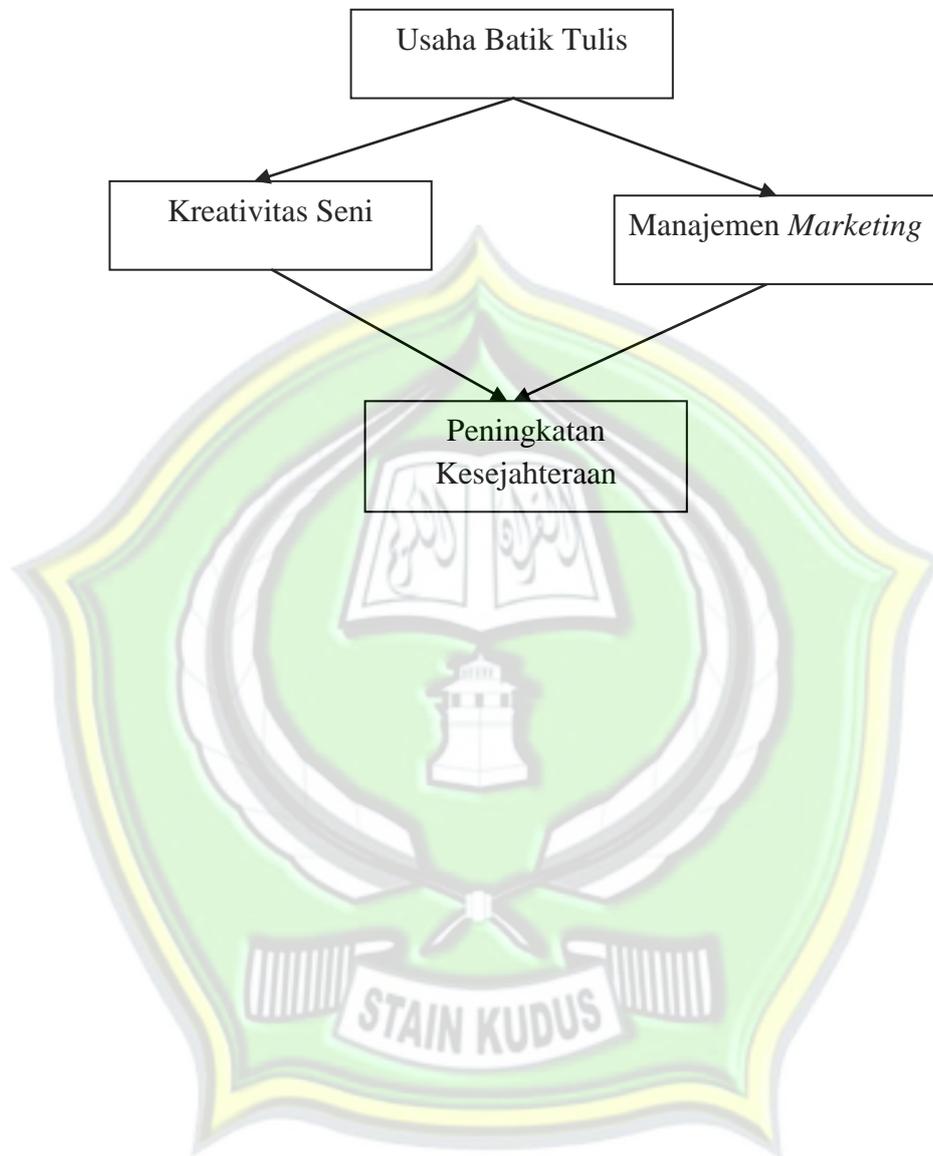
Proses produksi batik kini telah bergeser dari yang sifatnya teknis ke kreativitas, karena kualitas dan daya tarik batik terfokus pada motif. Motif batik bisa pada jenis bahan yang digunakan, pola, tata warna, ciri-ciri dan atau pengembangan. Sehingga yang menjadi pusat permasalahan adalah bagaimana model pengembangan inovasi produk dan motif seni batik dalam upaya mengembangkan sentra Batik Pesisiran berbasis kreativitas seperti di Lasem yang mendorong industri kreatif dan pengembangan kinerja usaha batik.

Kerjasama dari berbagai pihak, seperti pemerintah, dunia perbankan, koperasi, dan lain-lain perlu disinergikan agar mampu membantu pertumbuhan usaha kecil dan menengah. Melihat kondisi ini, cukup beralasan apabila pemerintah bersama dengan berbagai pihak perlu untuk mengalihkan pasarnya dengan melayani sektor UMKM batik, karena memang pasca krisis, usaha UMKM batik terbukti lebih tangguh bahkan terus tumbuh dibanding usaha skala menengah ataupun besar yang justru mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya.⁴⁹ Berdasarkan uraian tinjauan pustaka tersebut, dapat dijelaskan dalam kerangka teoritis sebagai berikut :

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Ke 11, Alfabeta, Bandung, 2008, hal. 89.

⁴⁹ Sakur, *Kajian Faktor-Faktor yang Mendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*, Spirit Publik, Solo, 2011, hal. 85.

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan suatu cara prosedur atau langkah yang digunakan untuk mengumpulkan dan mengelola data serta menganalisis data dengan menggunakan teknik dan cara tertentu. Ruang lingkup dalam penelitian ini pada kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang. Langkah-langkah dalam metode penelitian ini adalah:

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian studi kasus dan lapangan (*field research*), merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subyek yang diteliti, serta interaksinya dengan lingkungan. Subyek yang diteliti dapat berupa individu, kelompok, lembaga atau komunitas tertentu. Tujuan studi kasus adalah melakukan penyelidikan secara mendalam mengenai subyek tertentu untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai subyek tertentu. Lingkup penelitian kemungkinan berkaitan dengan suatu siklus kehidupan atau hanya mencakup bagian tertentu yang difokuskan pada faktor-faktor tertentu atau unsur-unsur dan kejadian secara keseluruhan.¹ Dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif pada hakikatnya adalah mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami

¹ Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2002, hal. 26.

bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya.² Di samping itu, data yang didapat lebih rangka, lebih mendalam, dan lebih dapat dipercaya. Dengan demikian, kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang dapat terungkap secara mendalam.

Pendekatan kualitatif merupakan satu-satunya cara andal dan relevan untuk bisa memahami fenomena sosial (tindakan manusia).³ Penggunaan metode kualitatif dalam penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa permasalahan mengenai kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang akan dipecahkan lebih lanjut, menggunakan metode kualitatif karena dengan metode kualitatif lebih *sensitive* (aktif-reaktif dan dapat diadaptasi). Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kualitatif meliputi sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Data Primer

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau alat pengambil data langsung pada sumber obyek sebagai informasi yang dicari. Sumber data primer dapat diperoleh dari observasi dan hasil wawancara langsung dengan pemilik produsen Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari perusahaan atau data yang terjadi di lapangan yang di peroleh dari teknik wawancara khususnya dengan pihak yang berwenang dengan penelitian

² Nasution S, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1990, hal.1.

³ Sanapiah Faisal, “*Varian-Varian Kontemporer Penelitian Sosial*” dalam *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Editor Burhan Bungin, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hal. 26.

ini. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁴

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yang diberikan oleh pihak lain maupun pihak perusahaan. Data sekunder yang digunakan berupa literatur ilmiah dan lainnya seperti buku (perpustakaan), website media internet (media cetak dan elektronik) yang berkaitan dengan kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari berbagai pusat data yang ada antara lain pusat data di perusahaan atau lembaga yang memiliki poll data.⁵ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berupa data tentang struktur organisasi, proses produksi, flowcart, produk perusahaan, dan sejarah perusahaan.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek penelitian di mana kegiatan penelitian dilakukan. Penentuan lokasi dimaksud untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran penelitian, sehingga permasalahan tidak terlalu luas. Tempat penelitian dipilih karena adanya kesediaan penuh dari pihak manajemen untuk bekerjasama dan membantu penulis dengan memberikan data dan informasi penulis butuhkan guna kelancaran penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan di produsen Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

⁴ Sugiyono, *Op. Cit*, hal. 402.

⁵ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, BPFE Universitas Diponegoro, Semarang, 2006, hal. 27.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut :

1. Metode Wawancara (*interview*)

Dalam penelitian ini peneliti melakukan metode wawancara semi terstruktur. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self report*, atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.⁶

Wawancara baik yang dilakukan *face to face* maupun yang menggunakan pesawat telepon, akan selalu terjadi kontak pribadi, oleh karena itu pewawancara perlu memahami situasi dan kondisi sehingga dapat memilih waktu yang tepat kapan dan di mana harus melakukan wawancara. Pada saat responden sedang sibuk bekerja, sedang mempunyai masalah berat, sedang mulai istirahat, sedang tidak sehat, atau sedang marah, maka harus hati-hati dalam melakukan wawancara. Kalau dipaksakan wawancara dalam kondisi seperti itu, maka akan menghasilkan data yang tidak valid dan akurat.

Kuesioner yang handal tidak memiliki arti yang signifikan untuk menghasilkan informasi yang diharapkan jika tidak didukung oleh teknik wawancara yang memadai. Oleh karena itu persoalan wawancara yang

⁶ *Ibid*, hal. 72

acap dikesampingkan sebetulnya merupakan kegiatan yang harus mendapat perhatian pula.⁷ Pihak yang diwawancarai dalam penelitian ini meliputi pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

2. Metode Observasi

Dalam penelitian ini jenis observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi terus terang atau tersamar. Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.⁸ Dalam hal ini peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian. Jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktivitas peneliti. Tetapi dalam suatu saat peneliti juga tidak terus terang atau tersamar dalam observasi, hal ini untuk menghindari kalau suatu data yang dicari merupakan data yang masih dirahasiakan. Kemungkinan kalau dilakukan dengan terus terang, maka peneliti tidak akan diijinkan untuk melakukan observasi.

Kegiatan observasi yang dilakukan peneliti meliputi pengamatan langsung oleh peneliti dilokasi penelitian yaitu mengamati kondisi fisik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

3. Metode Dokumentasi

Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.⁹ Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life historic*), biografi, peraturan,

⁷ Yusuf Irianto, “Metode Pengumpulan Data dan Kasus Penelitian” dalam *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Editor Burhan Bungin, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hal. 43.

⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2005, hal. 64.

⁹ *Ibid*, hal. 82.

kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

Foto juga merupakan salah satu bahan documenter. Foto bermanfaat sebagai sumber informasi karena foto mampu membekukan dan menggambarkan peristiwa yang terjadi. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel / dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi kehidupan di masa kecil, di sekolah, di tempat kerja, di masyarakat dan autobiografi. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹⁰ Metode dokumentasi diambil dari data yang ada pada produsen Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

E. Uji Keabsahan Data

Banyak hasil penelitian kualitatif diragukan kebenarannya karena beberapa hal, yaitu subjektivitas peneliti merupakan hal yang dominan dalam penelitian kualitatif, alat penelitian yang diandalkan adalah wawancara dan observasi mengandung banyak kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan apalagi tanpa kontrol, dan sumber data kualitatif yang kurang *credible* akan mempengaruhi hasil akurasi penelitian. Oleh karena itu, dibutuhkan beberapa cara menentukan keabsahan data, dalam penelitian ini uji keabsahan data menggunakan triangulasi.

*Triangulasi is qualitative cross-validation. It assesses the sufficiency of the data according to the convergence of multiple data sources or multiple data collection procedures.*¹¹

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dalam penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber.¹² Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam hal ini

¹⁰ Sugiyono, *Op. Cit*, hal. 422.

¹¹ Sugiyono, *Op.Cit*, hal. 464.

¹² *Ibid.*, hal. 466.

dengan melakukan wawancara dengan pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

F. Analisis Data

Dalam menganalisis data selama di lapangan, penulis menggunakan analisis model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktifitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas analisis data dalam penelitian ini yaitu :¹³

1. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dalam penelitian ini berupa uraian serta penjelasan yang berkaitan dengan pertanyaan seputar kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang. Dan didukung dengan bagan, *flowchart* dan tabel. Yang bertujuan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data atau menyajikan data. Karena penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, maka data dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk kata-kata atau uraian singkat.

2. Verifikasi (*Verification / Conclusion Drawing*)

Setelah data direduksi dan disajikan, langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam penelitian ini, penarikan kesimpulan juga sekaligus menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. yang berkaitan dengan pertanyaan seputar kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.

¹³ *Ibid.*, hal. 430.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Batik Tulis Lasem Rembang

1. Sejarah Batik Tulis Lasem Rembang

Kota Lasem, sebuah kota tua dipesisir utara pulau Jawa tepatnya berada dikawasan kabupaten Rembang, Propinsi Jawa Tengah. Jika kita menjelajahi kota Lasem maka akan membuka kembali lembaran sejarah perjalanan panjang sejarah kota Kadipaten Kerajaan Majapahit yakni Kadipaten Lasem. Masa kejayaannya dibawah pemerintahan Ratu Dewi Indu Putri yang bergelar Bhre Lasem abad 13-15 atau 1351 M. Seiring mundurnya Kerajaan Majapahit dilanjutkan dengan masuknya ajaran Islam ke wilayah ini. Usia Kadipaten Lasem tidak panjang, namun mampu meninggalkan beragam peninggalan sejarah dikawasan gunung kajar tepatnya didesa Kajar, kecamatan Lasem seperti watu tapak, gua tinatah, kursi Kajar serta lingga Kajar.¹

Setelah kerajaan Majapahit mengalami kemunduran, Kadipaten Lasem mengalami banyak kemajuan ekonomi semenjak kedatangan bangsa cina abad 15 di Lasem yang dipimpin oleh Laksamana Cheng ho dari negeri Tiongkok yang mendarat di pelabuhan Bonang Lasem menuju Kerajaan Majapahit. Laksamana Cheng ho diduga orang Cina pertama yang tiba di pulau Jawa tepatnya di kawasan Lasem sejak itulah Lasem berkembang menjadi kota pelabuhan besar dengan sistem perdagangan kayu, candu sehingga mempengaruhi pola kerajinan batik Lasem seperti motif naga krasak, latohan, bunga hong dan motif peranakan Cina yang unik.²

Perkembangan selanjutnya pola perdagangan yang diciptakan masyarakat cina dikawasan Lasem kemudian membentuk kompleks

¹ Agus Retnanto, *Model Manajemen Bisnis Batik Lasem : Studi Kasus Industri Rumah Batik Tulis Lasem di Pancur Rembang*, Equilibrium, Vol. 3, No. 1, Juni 2015, hal. 183.

² *Ibid.*, hal. 184.

pecinan Lasem dan mereka juga membangun ratusan pemukiman-pemukiman penduduk khas tiongkok dilengkapi puluhan klenteng dikawasan sungai Lasem hingga akhirnya kawasan sungai ini menjadi kota pelabuhan yang indah saat itu. Etnis tiongkok yang menetap lama dikawasan Lasem mampu membuat Lasem dijuluki Tiongkok Kecil dari Pulau Jawa yang ditandai kota Lasem dihiasi ratusan kampung, rumah dan klenteng dengan gaya arsitektur bercorak kebudayaan negeri Tiongkok.

Lasem sebagai kota tua di Kabupaten Rembang tidak saja kaya akan arsitektur bangunan khas negeri Tiongkok, melainkan juga kaya akan cagar budaya yang unik dan masih ada ratusan peninggalan aneka ragam situs yang mengandung nilai sejarah yang terdapat di sepanjang sungai Babagan Lasem dan kota Lasem di antaranya Rumah Candu, gorong-gorong Candu, Klenteng Makao, bekas Pelabuhan, Jembatan Lori, Masjid Tiban, Pecinan, galangan kapal, Pos Pengamatan Perkapalan, dan lebih menarik lagi sepanjang sungai Babagan Lasem ditemukan pula kamar mandi dan wc liar dan tumpukan sampah dan puluhan cagar budaya lain yang belum terungkap dikawasan sungai Babagan Lasem. Kota Lasem setelah kemerdekaan Republik Indonesia terus maju pesat dengan tata ruang kota yang inovatif seperti pembangunan puluhan sekolah maupun pesantren menghiasi kota Lasem membuat kota Lasem dijuluki kota pendidikan dan kota santri. Sementara etnis Tiongkok sebagaimana bertahan dan menetap di kota Lasem ikut mengembangkan seni budaya baik seni tradisi cina liong maupun mengembangkan aneka industri batik.³

Etnis Tiongkok tidak semua tinggal dikota Lasem sebagian warganya meninggalkan kota Lasem berpindah ke kota-kota lain di Indonesia untuk mengadu nasib bagi masa depan yang lebih baik hingga akhirnya etnis Tiongkok tersebar luas diberbagai kota di pulau Jawa. Menjelajahi kota Lasem akan banyak kita jumpai ratusan kampung Cina maupun gedunggedung khas Tiongkok membuat kota Lasem dijuluki Tiongkok Kecil dari pulau Jawa. Selain dijuluki Tiongkok Kecil, kota

³ *Ibid.*, hal. 185.

Lasem juga dijuluki kota cagar budaya mengingat di kota ini banyak dijumpai ratusan cagar budaya. Walaupun tidak mudah mewujudkannya tetapi paling tidak aneka ratusan cagar budaya. Agar kota Lasem dapat lestari selamanya maka wajib untuk diwujudkan sebagai heritage city oleh pemerintah Kabupaten Rembang Jawa Tengah.⁴

2. Batik Lasem merupakan alkulturasi budaya Jawa dan Cina

Secara umum Batik di tanah Jawa di bagi menjadi dua golongan besar yaitu batik dari pesisiran salah satunya adalah batik Lasem, Cirebon, Tuban dan sebagainya. Batik pesisiran dipengaruhi oleh budaya asing hal ini disebabkan karena banyaknya orang asing yang singgah dipelabuhan. Golongan yang ke dua adalah batik dari kerajaan contohnya adalah batik Surakarta, Yogyakarta, Banyumas dan sebagainya. Batik ini tidak mendapat pengaruh dari asing, demikian menurut hartono sebagai salah seorang pengusaha batik Lasem. Menurutnya, kebudayaan Cina paling banyak berpengaruh pada Batik Lasem. Sebagai contoh motif yang dipengaruhi oleh kebudayaan cina adalah motif yang menggunakan gambar burung hong dan pokok-pokok pohon bambu. Menurut kepercayaan Cina pohon bambu melambangkan kerukunan keluarga yang kuat.

Selain itu beliau menjelaskan Batik Lasem mempunyai 2 (dua) corak khas yaitu: *Latohan* dan *watu* pecah. Motif *Latohan* terinspirasi dari tanaman latoh (sejenis rumput laut) yang menjadi makanan khas masyarakat lasem sedangkan motif *watu* pecah menggambarkan trauma masyarakat Lasem sewaktu pembuatan jalan Daendeles yang memakan banyak korban. Motif batik lasem juga banyak dipengaruhi oleh motif kebudayaan Cina dengan motif-motif burung *hong*, naga dan lain-lain.⁵

Pelestarian batik lasem yang warisan budaya Indonesia seperti yang ditetapkan oleh UNESCO 2 oktober 2009, seluruh karyawan Pemerintah kabupaten Rembang diwajibkan menggunakan pakaian Batik setiap hari

⁴ *Ibid.*, hal. 185.

⁵ *Ibid.*, hal. 186.

Kamis dan Jum'at. Hal lain untuk mempromosikan batik adalah dengan mendirikan *showroom* batik dan *showroom* dekranasda. Beliau mengharapkan dengan berdirinya *showroom-showroom* ini dapat membantu pengrajin batik untuk memamerkan produknya. Selain itu Kerajinan Seni Batik juga dimasukkan dalam kurikulum mulok (muatan lokal) SLTA yang berpusat di *showroom* batik Lasem.

Untuk melestarikan Batik Lasem, Departemen perindustrian dan koperasi dan UMKM bekerjasama dengan dekranasda memfasilitasi para pengrajin untuk mengikuti *event-event* batik nasional, seperti *event* yang diselenggarakan oleh Yayasan Batik Indonesia (YBI) belum lama ini dan pameran yang diselenggarakan oleh UNESCO awal bulan oktober 2011. Pameran batik lasem setiap beberapa tahun sekali di kota-kota besar Indonesia seperti Semarang, Jakarta atau diluar jawa bahkan bila memungkinkan mengikuti eksibisi diluar negeri seperti Singapura, Malaysia dan Tailand. Selain itu beliau juga mengusulkan kepada Bupati Rembang melalui Sekretaris daerah Rembang untuk mendirikan museum batik lasem supaya semua kegiatan batik di Pancur, Lasem dan sekitarnya dapat didokumentasikan dengan baik dan sekaligus menjaga agar kultur batik lasem dan sekitarnya tidak lepas dari generasi ke generasi.

Untuk menjaga kelestarian agar industri batik tetap ada di Lasem dan sekitarnya, maka ada peran pemerintah daerah. Salah satu peran yang telah dilakukan saat ini adalah membuat kebijakan yang mengharuskan pegawai di lingkungan pemda untuk memakai baju batik pada hari-hari tertentu. Meskipun saat ini para pengusaha batik belum dapat memenuhi kebutuhan pasar akibat dari ketentuan pemerintah tersebut namun kebijakan tersebut dapat mendorong gairah produksi pengusaha.⁶

Belum ada kemandirian dari UKM untuk merebut pasar yang ada secara progresif melalui berbagai jenis dan media promosi. Ketergantungan pada pihak lain untuk melakukan promosi masih sangat tinggi, seperti misalnya untuk promosi keluar daerah peran Dinas

⁶ *Ibid.*, hal. 187.

Perindustrian dan Koperasi, Dinas Pariwisata Budaya Dan Seni serta Dinas Tenaga Kerja sangat besar. UKM belum memanfaatkan kegiatan pariwisata daerah untuk meningkatkan promosi dan produksi bagi usaha mereka. Banyak *event-event* wisata maupun lokasi wisata yang tidak dimanfaatkan untuk mempromosikan atau men-*display* produk batik Lasem. Namun pada tahun 2009, 2010 dan 2011 pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata sering menggelar Pameran yang di-*support* oleh Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Tengah.

Penduduk kecamatan Pancur-Rembang yang lebih banyak perempuan dibanding laki-laki merupakan potensi untuk bisa merevitalisasi industri batik di kecamatan Pancur. Sebab pekerja yang terlibat dalam industri ini 93,7 % adalah perempuan dan bagi sebagian besar pengrajin beranggapan bahwa profesi pembatik merupakan pekerjaan sampingan, pengisi waktu luang yang mempunyai efek terhadap penambahan ekonomi keluarga. Bukan pekerjaan utama. Pekerjaan utama mereka adalah bertani.

Sumber Daya Manusia yang terlibat dalam industri batik lasem di kecamatan Pancur ini merupakan tenaga *trained labor*, terlatih karena tradisi yang hidup dalam masyarakat bukan *skilled labor*, tenaga yang memiliki ketrampilan karena proses pendidikan formal atau informal. Dan saat ini tenaga yang terlibat dalam industri batik adalah orang-orang yang tingkat usianya sudah tidak muda lagi, di atas 22 tahun. Sedangkan bagi generasi muda ada persepsi bahwa berkecimpung di bidang batik kurang membanggakan. generasi muda lebih tertarik bekerja di pabrik, atau menjadi penjaga toko dan menjadi kaum urban di kota-kota besar.⁷

3. Perkembangan Batik Tulis Lasem Rembang

Industri batik di Lasem merupakan usaha home industry yang mengandung nilai ketahanan budaya yang strategis dilihat dari sudut integrasi antar etnis, agama yang ada di daerah tersebut sebab baik dari

⁷ *Ibid.*, hal. 187.

motif yang diciptakan, proses produksi yang ada merupakan ekspresi dari adanya simbiose mutualistis antara warga pribumi dan warga keturunan Tionghoa. Oleh karena itu Lasem dan wilayah sekitarnya yang mempunyai sejarah asimilasi budaya yang cukup panjang merupakan area yang dapat digunakan pemerintah untuk model pembauran antar etnis dan agama berbasis kerajinan rakyat bagi daerah lain di Indonesia.

Dari aspek penampilan, batik Lasem merupakan ekspresi estetis khas masyarakat Lasem, yang multikultural, sederhana dan egaliter. Motifnya diambil dari lingkungan kehidupan sehari-hari tanpa berpretensi membuat simbolisasi tentang kehidupan ideal. Stilasinya merupakan campuran antara gaya cina dan gaya tradisional jawa. Disain fungsi produknya monoton tidak ada kreativitas, demikian juga dalam penggunaan bahan baku dan pewarna tidak ada variasi sama sekali. Kondisi kreativitas yang stagnan disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain faktor usia pengusaha yang relatif sudah tua, faktor minimnya pengetahuan tentang disain, dan juga faktor ekonomi, takut rugi bila membuat barang kreasi baru.⁸

Saat ini sudah tidak ada pembuat batik yang menggunakan warna alam, semua telah menggunakan kimiawi. Sehingga penggunaan bahan alam, seperti buah mengkudu sebagai penghasil warna merah darah, warna khas Lasem, adalah hanya legenda. Sebagai gantinya warna merah darah dibuat dengan menggunakan naphthol alat-alat yang digunakan untuk produksi yang berupa canting, gawangan, kenceng, dan lain-lain merupakan alat-alat tradisional.

Untuk merevitalisasi seni rupa yang masih tradisional perlu dilakukan pembinaan model membatik melalui dua aspek yaitu aspek fisik dan non fisik. Aspek fisik (1) Motif dan selera estetis yang ada saat ini perlu dipertahankan sambil mencari alternatif pengembangannya. (2) Memperkenalkan teknik pengerjaan yang lebih efisien dan efektif serta penggunaan alat bantu produksi yang mampu mengurangi cacat produksi

⁸ *Ibid.*, hal. 188.

dengan tidak meninggalkan pertimbangan kuantitas sumber daya manusia setempat yang dapat terlibat dalam industri ini, sehingga kehadiran teknologi tersebut betul-betul dapat meningkatkan ekonomi rakyat. Salah satu alat yang perlu diusulkan kepada para pengusaha adalah feeder. Alat ini berfungsi sebagai bak pewarna yang menggunakan 3 rol.⁹

4. Profil Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang

Ini namanya *blessing in disguise* alias berkah terselubung. Setelah tidak lagi menjabat sebagai Kepala Desa beberapa tahun lalu dan sempat menjadi pengangguran, Rifa'i bertemu dengan Naomi Susilowati Setiono, pemilik Batik Tulis Laseman Maranatha. Rifa'i ditawarkan untuk belajar membatik agar dapat ikut melestarikan batik lasem. Ketimbang tidak punya penghasilan, Rifa'i menyambut tawaran tersebut. Dan, siapa menyangka kini ia menjadi pengusaha batik yang sukses.

Itulah cikal-bakal keterlibatan Rifa'i, pemilik batik berlabel "Ningrat", dengan dunia batik. Bahkan, sekarang ia menjabat sebagai Ketua Klaster Batik Tulis Lasem yang beranggotakan 60 pengusaha batik di Lasem. Jika awalnya ia membatik di dapur dan halaman rumah orangtuanya di Desa Pohlandak, Kecamatan Lasem, Kabupaten Rembang, kini ia memiliki *workshop* sendiri di Desa Sumbergirang, masih di Kecamatan Lasem.

"Awalnya terjun ke dunia batik untuk mencukupi kebutuhan keluarga. Perlahan semua kebutuhan terpenuhi, dan akhirnya pola pikir saya berubah. Saya ingin membantu perekonomian masyarakat sekitar. Motivasi lainnya adalah untuk mengenalkan Lasem ke dunia lewat batik," tutur Rifa'i, yang baru mulai berbisnis batik pada 2008.

Tentu proses awalnya tidak mudah. Modal bisnis diperolehnya dengan berutang dari sana-sini. Pertama kali ia bahkan hanya membeli selembur kain batik, lalu dijual dengan menitipkannya pada tetangga. Rifa'i juga belajar membatik dari nol, dan kelak justru sangat terbantu oleh

⁹ *Ibid.*, hal. 189.

kehadiran para pegawainya yang lebih dulu memiliki latar belakang pembatik dan sudah pernah bekerja pada pengusaha batik lain.

Namun statusnya sebagai mantan kepala desa cukup membantunya dalam menembus birokrasi, saat berusaha menawarkan koleksi batiknya melalui jalur distribusi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Keberhasilannya sebagai pengusaha batik baru juga didukung dengan karakter batiknya yang berbeda dari batik merek lain.

Karakter warna batik saya saat itu lebih kuat, lebih gonjreng. Kedua, saya mempertahankan sisi cantingan atau goresannya, jangan sampai tidak punya nilai seni. Kalau jelek, tipis, atau kurang tebal, saya yang mengarahkan. Batik itu harus punya seni," paparnya, dalam bincang-bincang bersama media, dalam rangkaian acara "Enchanting IndOriental Beauty Journey" yang digelar oleh Martha Tilaar Group di Semarang.¹⁰

Koleksi Batik Ningrat, seperti juga batik laseman pada umumnya, banyak menampilkan motif burung hong, bunga peony, teratai, watu pecah atau watu krecak, dan liong. Ada pula ornamen kawung, gunung ringgit, dan parangan yang juga terdapat di daerah lain. Salah satu kreasi Batik Ningrat, yang menggunakan motif Tiga Negeri, masuk dalam daftar 10 besar Lomba Cipta Seni Batik Nusantara.

Batik Lasem Tiga Negeri ini menampilkan perpaduan budaya China dan budaya Jawa, yaitu motif burung hong dan bunga peony (China), dengan ornamen isian sekar jagad. Sesuai prinsip, Batik Tiga Negeri ini menggunakan tiga warna yang berbeda, yaitu merah, biru, dan soja (kecoklatan).

Sebagai pembatik, terutama setelah batik diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Indonesia Non Bendawi, Rifa'i mengakui amat terbantu dengan dukungan Pemerintah Kabupaten maupun Provinsi. Saat menjadi pemula pada 2008, ia juga mendapat bantuan modal dari

¹⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

Kementerian Koordinator Bidang Kesejahteraan Rakyat, termasuk bantuan peralatan.

"Termasuk IPAL (Instalasi Pengolahan Air Limbah), ini juga bantuan dari pusat," katanya. IPAL dipasang di *workshop*-nya agar limbah produksi batiknya tidak merusak lingkungan sekitar.

Rifa'i, yang kini memiliki 50 pembatik yang bekerja sebagai tenaga harian, dalam sebulan mampu memproduksi 2.000 - 3.000 lembar kain batik tulis. Hingga sekarang ia belum berniat memproduksi batik cap atau batik *print*. Meski begitu, koleksi Batik Ningrat menawarkan harga yang cukup bervariasi, dari Rp 100.000 hingga Rp 3 juta untuk batik satu warna.¹¹

"Sebenarnya tidak ada standarisasi harga untuk batik tulis, karena yang dijual adalah karya seni. Yang membedakan harganya terutama bahan, yang kedua goresan atau cantingan, lalu pewarnaan," papar bapak tiga anak ini.

Menurut Rifai, kapasitas produknya sebenarnya belum sejalan dengan permintaan pasar. Bahkan ia mengaku belum berani jika diminta mengikuti pameran tingkat nasional. Padahal, Batik Ningrat saat ini sudah melayani permintaan pelanggan dari Jawa, Kalimantan, Sumatera, Bali, dan Sulawesi. Sedangkan permintaan dari luar negeri biasanya diperoleh melalui pihak kedua atau ketiga.

"Karena saya pemula, saya belum berani keluar. Sebelum karya saya betul-betul dikenal, saya belum mau keluar. Kalau sudah berani keluar kita harus punya karakter, ciri khas, sehingga kalau orang beli Batik Ningrat, mereka tahu itu karya saya," ungkap Rifa'i, yang kerap memberi masukan untuk pelanggan yang ingin memilih-milih batik yang cocok.¹²

Workshop-nya di Desa Sumbergirang kerap dikunjungi para tamu dari dalam dan luar negeri yang ingin mengetahui proses pembuatan batik,

¹¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

¹² Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

dan tentu saja berbelanja. Tempat ini dipilihnya karena selain lebih luas, akses jalannya juga lebih mudah. Lokasinya pun hanya berjarak 200 meter dari warung lontong tuyuhan khas Lasem. Dengan demikian, Rifa'i juga bisa menggiring para tamunya untuk mencoba wisata kuliner di Lasem.

B. Data Penelitian

1. Kreatifitas Seni Batik dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Kreatifitas tersebut berupa pengembangan motif batik baru yang merupakan pengembangan dari motif batik yang merupakan ciri khas motif batik Lasem, pengembangan tersebut berupa menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya, memproduksi batik motif baru yang tiadaandingannya, memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar batik, menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga, konsumsi atau pengeluaran keluarga, peningkatan keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan serta kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.¹³

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” berupa pengembangan motif batik baru yang merupakan pengembangan dari motif batik yang merupakan ciri khas motif batik Lasem, pengembangan tersebut berupa menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya, memproduksi batik motif baru yang tiadaandingannya, memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar

¹³ Hasil dokumentasi, wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti pada Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

batik, menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya.

- a. Menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya yang tiadaandingannya

Langkah awal dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem “Ningrat” adalah menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya yang tiadaandingannya.

Kreatif adalah kata sifat, berarti memiliki daya cipta atau kreativitas kata benda abstrak yang berarti ‘daya cipta’: berasal dari kata *created* (Ing.) atau mencipta / membuat, adalah kata kerja intransitif. Kreativitas adalah kesanggupan seseorang untuk menghasilkan karya-karya atau gagasan-gagasan tentang sesuatu yang pada hakikatnya baru atau baru sama sekali dalam arti tidak diketahui atau belum pernah diciptakan sebelumnya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan cara membuat motif yang baru dengan melihat referensi motif-motif batik sebelumnya yang pernah saya buat, jadi dari motif tersebut kemudian saya kembangkan hingga menjadi sebuah motif yang baru yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli.”¹⁴

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya menciptakan motif batik baru dengan sebelumnya diberikan motif dasar yang dibuat oleh pemilik usaha batik Ningrat yang kemudian motif dasar tersebut saya kembangkan dengan penambahan motif-motif lama yang memang menjadi ciri khas batik tulis lasem yang telah saya kuasai sebelumnya.”¹⁵

¹⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

¹⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

Kreativitas merupakan kemampuan untuk memberikan gagasan baru dan menerapkannya dalam pemecahan masalah. Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menghasilkan komposisi, produk atau gagasan apa saja yang dasarnya baru, dan sebelumnya tidak dikenal pembuatnya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa :

"Dengan membuat 1 motif batik baru sebagai percobaan dan mencobanya untuk dipasarkan di pasaran apakah diterima oleh pasar. Jika diterima pasar maka motif tersebut akan diperbanyak."¹⁶

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa :

"Saya memproduksi batik motif baru sesuai dengan arahan dari pemilik usaha, pada awalnya saya hanya membuat contohnya terlebih dahulu untuk kemudian di tes kepasar apakah memiliki daya tarik terhadap motif tersebut. Jika motif tersebut telah diminati/disukai oleh konsumen maka kemudian saya akan memperbanyak motif tersebut."¹⁷

b. Memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar batik

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem "Ningrat" adalah memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar batik. Batik Lasem merupakan seni batik tulis gaya pesisiran yang kaya warna dan memiliki ciri multikultural, sebagai akibat akulturasi banyak budaya, khususnya budaya Cina dan budaya Jawa. Dalam batik Lasem mudah dikenali perpaduan warna dan motif hasil silang budaya. Misalnya, motif fauna khas Cina (burung hong atau phoenix, kilin, liong atau naga, ikan mas dan sebagainya) atau motif flora (bunga seruni, delima, magnolia, peoni, sakura dan sebagainya)

¹⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

¹⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

dikombinasikan dengan motif geometris khas batik pedalaman seperti parang, kawung, jereng dan sebagainya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa :

"Saya mencoba untuk membuat jenis pakaian baru misalnya, daster atau *baby doll* yang berbahan dasar batik kemudian mencoba memasarkannya kepada para agen. Jika batik tersebut diterima maka saya akan memproduksi lebih banyak dan mencoba membuat model pakaian yang baru lagi."¹⁸

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa :

"Dengan motif batik baru yang merupakan ide dari pemilik usaha kemudian saya memberikan masukan kepada pemilik mengenai kelebihan dan kekurangan tersebut untuk kemudian akan direncanakan mengenai produk apa yang akan dibuat misalnya kemeja dan lainnya."¹⁹

c. Menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem "Ningrat" adalah menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya. Keunikan Batik Lasem itu mendapat tempat penting di dunia perdagangan. Pedagang antarpulau dengan kapal kemudian mengirim Batik Lasem ke seluruh wilayah Nusantara. Bahkan diawal abad XIX Batik Lasem sempat diekspor keThailand dan Suriname. Batik Lasem memasuki masa kejayaan. Booming batik Lasem membuat perajin menjadi semakin kreatif. Motif baru seperti latohan, gunung ringgit, kricakan, atau watu pecah bermunculan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa'i

¹⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

¹⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Ya, saya menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya karena pada dasarnya saya telah memiliki jiwa seni oleh sebab itu saya menggeluti bidang ini yaitu berwirausaha dengan membuat bati tulis Lasem yang kemudian saya jual untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.”²⁰

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“karena pemilik usaha memberi kebebasan kepada saya sebagai pelukis dan desainer batik tulis untuk mengembangkan kemampuan saya dan pengetahuan saya tentang motif batik tulis lasem.”²¹

d. Menciptakan motif baru sebagai usaha mendisiplinkan produksi

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kraetifitas batik tulis Lasem “Ningrat” adalah menciptakan motif baru sebagai usaha mendisiplinkan produksi. Produksi Kreatif adalah suatu produksi yang baru dan yang tiada tandingannya, serta dikenal dengan kemampuan memproduksi sesuatu yang baru atau menciptakan hubungan baru terhadap sesuatu yang telah diketahui sebelumnya dengan syarat sesuatu atau dengan hubungan baru itu bermanfaat, serta mampu menutupi kebutuhan bagi individu atau kelompok orang. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Ya, saya menciptakan motif baru sebagai usaha mendisiplinkan produksi karena jika tidak demikian maka lama kelamaan usaha saya akan mengalami penurunan karena tidak mampu bersaing

²⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

²¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

dengan batik sablon yang diimport oleh importir yang juga memasuki pangsa pasar saya.”²²

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“apabila masih terdapat sumberdaya baik sumberdaya manusia dan sumberdaya finansial yang masih bisa dioptimalkan maka akan lebih baik jika pemilik membuat motif baru sehingga pendapatan meningkat.”²³

- e. Menentukan langkah-langkah untuk mencapai hasil batik yang sempurna yang memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem “Ningrat” adalah menentukan langkah-langkah untuk mencapai hasil batik yang sempurna yang memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan. Kreativitas inovatif banyak digunakan oleh para penemu yang memperlihatkan kejeniusan mereka dengan menggunakan pengembangan keterampilan-keterampilan individu.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Ya, saya menentukan langkah-langkah untuk mencapai hasil batik yang sempurna. Langkah tersebut saya mulai dengan mencoba membuat motif batik baru, kemudian motif tersebut saya uji coba pasarkan, saya juga menetapkan segmentasi pasar tertentu yang ingin saya masuki yaitu segmen remaja misalnya. Sebelumnya saya melakukan survei terlebih dahulu mengenai motif apa yang disukai remaja saat ini.”²⁴

²² Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

²³ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

²⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Ya, saya sebagai karyawan memberikan masukan kepada pemilik mengenai bagaimana cara menghasilkan batik yang berkualitas mulai tahap pelukisan, pencantingan, pencelupan pembilasan dan penjemuran.”²⁵

f. Motif batik yang memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem “Ningrat” adalah motif batik yang memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan. Salah satu upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan kecintaan terhadap seni batik adalah melalui pembelajaran seni batik yang bisa menunjukkan kejeniusan dan keterampilan generasi muda. Oleh karena itu, salah satu upaya untuk meningkatkan kecintaan pada batik dapat dilakukan dengan adanya materi pembelajaran tentang batik di sekolah. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Ya, dalam motif batik yang saya ciptakan memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan saya. Karena pada dasarnya keterampilan dalam membuat motif batik baru telah saya miliki sebagai hasil turun menurun dari orang tua saya yang juga memproduksi batik tulis Lasem yang kemudian saya kembangkan sendiri mengikuti perkembangan jaman.”²⁶

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dalam motif batik yang telah saya kembangkan dengan ide dasar dari pemilik menggambarkan dan memperlihatkan

²⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

²⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

ketrampilan saya dalam mengembangkan motif batik baru yang berbeda dari sebelumnya.”²⁷

Kreatifitas, inovatif banyak digunakan oleh para pelukis atau desainer batik yang memperlihatkan kejeniusan mereka dengan menggunakan pengembangan keterampilan-keterampilan individu.

- g. Membentuk pola pandang atau pola pikir dalam menciptakan motif batik yang baru

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem “Ningrat” adalah membentuk pola pandang atau pola pikir dalam menciptakan motif batik yang baru. Pemikiran kreatif yaitu pemikiran yang berusaha melahirkan sesuatu yang baru dan disodorkan kepada pemilik usaha. Pemikiran kreatif terwujud dengan adanya beberapa sistem dan pola pandang yang mewakili kondisi otak tentang bagaimana pengembangan motif batik terjadi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya membentuk pola pandang atau pola pikir bahwa jika saya tidak menciptakan motif yang baru maka usaha saya akan mengalami kemunduran karena tingginya persaingan pemasaran batik yang juga dimasuki oleh importir batik luar negeri yang notabennya adalah batik sablon, bukan batik tulis asli dengan harga yang jauh lebih murah yang pastinya konsumen akan lebih memilih menggunakan batik tersebut jika dibanding dengan batik tulis Lasem.”²⁸

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya membentuk pola pandang bahwa motif batik baru perlu dikembangkan agar usaha batik tulis ini mampu bersaing dengan

²⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

²⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

produk batik yang diimpor dari luar negeri yang memiliki harga lebih murah.”²⁹

Pengembangan motif batik tersebut dilanjutkan dengan pembuatan pola batik yang merupakan pekerjaan menggambar bentuk motif batik sebagai langkah awal, untuk membuat pola batik secara menyeluruh. Membuat pola batik biasanya diawali dengan menggambar motif batik pada kertas gambar menggunakan pensil kemudian gambar tersebut dijiplak pada seluruh permukaan kain dengan menggunakan alat bantu meja gambar.

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga, konsumsi atau pengeluaran keluarga, peningkatan keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan serta kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.

a. Pendapatan keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni batik

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Pendapatan keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik menjadi meningkat. Hal tersebut bisa dilihat dengan naiknya pendapatan baik saya sebagai pemilik usaha maupun pekerja atau karyawan. Hal tersebut

²⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

dikarenakan jika pendapatan saya sebelum mengembangkan motif baru adalah di bawah rata-rata maka setelah mengembangkan motif baru pendapatan atau laba bersih usaha semakin meningkat karena banyaknya produk yang bisa saya jual.”³⁰

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Pendapatan keluarga saya setelah adanya pengembangan motif batik baru menjadi semakin meningkat karena masing-masing bagian mampu bekerja sama dengan baik sehingga laba usaha yang diperoleh batik Ningrat menjadi meningkat.”³¹

Pendapatan rumah tangga adalah pendapatan atau penghasilan yang diterima oleh rumah tangga bersangkutan baik yang berasal dari pendapatan kepada rumah tangga maupun pendapatan anggota rumah tangga. Pendapatan rumah tangga dapat berasal dari upah, gaji, keuntungan, bonus, dan lain-lain.

b. Konsumsi atau pengeluaran keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni batik

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan konsumsi atau pengeluaran keluarga. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Konsumsi atau pengeluaran keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik beragam ada yang meningkat ada yang tidak sesuai dengan karakter masing-masing karyawan. Jika saya sendiri dengan adanya

³⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

³¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

pengembangan motif batik biaya yang saya keluarkan untuk memproduksi batik juga semakin tinggi.”³²

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan pengembangan motif batik yang baru maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut secara tidak langsung meningkatkan konsumsi atau pengeluaran rumah tangga saya.”³³

Konsumsi seseorang selain dari pendapatannya juga tergantung pada kekayaan. Pendapatan rumah tangga sangat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi, biasanya makin baik tingkat pendapatan tingkat konsumsi semakin tinggi. karena tingkat pendapatan meningkat kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar.

c. Keadaan tempat tinggal setelah menerapkan kreatifitas seni batik

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan keadaan tempat tinggal. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Keadaan tempat tinggal saya setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik semakin baik karena keuntungan atau pendapatan yang saya peroleh dari pengembangan motif baru tersebut dapat saya gunakan untuk melakukan perbaikan pada *workshop* tempat saya bekerja yang

³² Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

³³ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

kemudian tujuan utamanya adalah untuk kesejahteraan karyawan juga.”³⁴

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan pengembangan motif batik yang baru maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut saya mampu memperbaiki kerusakan yang ada pada tempat tinggal saya.”³⁵

Dalam pengertian yang luas rumah bukan hanya sebuah bangunan melainkan juga tempat kediaman yang memenuhi syarat-syarat kehidupan yang layak, di pandang dari berbagai segi kehidupan masyarakat. Rumah dapat dimengerti sebagai tempat perlindungan untuk menikmati kehidupan, beristirahat dan bersuka ria bersama keluarga. Di dalam rumah, penghuni memperoleh kesan pertama dari kehidupannya di dalam dunia ini. Rumah harus menjamin kepentingan keluarga yaitu untuk tumbuh, memberi kemungkinan untuk hidup dan bergaul dengan tetangganya.

d. Fasilitas tempat tinggal setelah menerapkan kreatifitas seni batik

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan fasilitas tempat tinggal. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

³⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

³⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

“Secara umum fasilitas tempat tinggal saya setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik adalah semakin baik. Jika dahulu belum terdapat ruang parkir yang memadai maka setelah saya melakukan pengembangan kreatifitas dan manajemen pemasaran yang benar kenaikan pendapatan bisa saya gunakan untuk memperbaiki lahan parkir.”³⁶

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Fasilitas tempat tinggal saya semakin baik misalnya saya mampu membangun kamar mandi yang layak hal tersebut karena peningkatan gaji yang saya peroleh yang disebabkan karena meningkatnya pendapatan usaha batik karena mampu mengembangkan motif batik baru yang sukses di pasaran.”³⁷

Dalam arti umum rumah adalah bangunan yang dijadikan tempat tinggal selama jangka waktu tertentu. Rumah mengacu pada konsep-konsep sosial kemasyarakatan yang terjalin di dalam bangunan tempat tinggal seperti keluarga, tempat bertumbuh, makan, tidur, beraktifitas, dan lain-lain.

e. Kesehatan anggota keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni batik

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan kesehatan anggota keluarga. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Kesehatan anggota keluarga saya setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik juga semakin membaik karena saya dapat menjamin kesehatan keluarga. Baik

³⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

³⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

keluarga saya dan keluarga karyawan dengan menggunakan laa atau pendapatan yang saya peroleh.”³⁸

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan pengembangan motif batik yang baru maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut maka saya mampu menjamin kesehatan anggota keluarga saya dengan memeriksakan secara rutin pada balai pengobatan yang berkualitas baik.”³⁹

Peran keluarga sangat penting dalam tahap-tahap perawatan kesehatan, mulai dari tahapan peningkatan kesehatan, pencegahan, pengobatan sampai dengan rehabilitasi. Contohnya keluarga yang peduli akan kesehatannya akan memperhatikan pemberian makanan dengan gizi seimbang pada anggotanya. Keluarga dijadikan sebagai unit pelayanan karena masalah kesehatan keluarga saling berkaitan dan saling mempengaruhi antara sesama anggota keluarga.

- f. Kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan setelah menerapkan kreatifitas seni batik

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Setelah mengembangkan usaha melalui pengembangan motif batik yang baru pendapatan saya sebagai pemilik dan karyawan

³⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

³⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

menjadi meningkat sehingga pelayanan kesehatan mudah kami dapatkan karena saya selaku pemilik usaha telah mendaftarkan karyawan pada program BPJS Ketenagakerjaan sehingga jika suatu saat ada karyawan yang sakit maka tinggal menggunakan pelayanan kesehatan dari BPJS tersebut.”⁴⁰

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan pengembangan motif batik yang baru maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut maka saya mudah mendapatkan pelayanan kesehatan karena pemilik telah mendaftarkan karyawan pada program BPJS Ketenagakerjaan.”⁴¹

Indikator kesejahteraan yang diperoleh sebagai hasil pengembangan kreatifitas seni batik adalah kemudahan memperoleh pelayanan kemudahan yaitu melalui program BPJS yang merupakan program pemenuhan hak dasar bagi masyarakat terutama kesehatan. Program ini dirasakan sangat bermanfaat dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat.

- g. Kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan setelah menerapkan kreatifitas seni batik

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

⁴⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁴¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

“Dengan mengembangkan motif batik yang baru yang mampu meningkatkan pendapatan usaha, saya mampu memasukkan anak ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi yaitu sekolah menengah atas dan perguruan tinggi. demikian halnya dengan karyawan saya yang mampu menyekolahkan anaknya ke jenjang yang lebih tinggi.”⁴²

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan pengembangan motif batik yang baru maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut maka saya memiliki kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi misalnya pada Sekolah Menengah Atas.”⁴³

Indikator kemudahan memasukkan anak ke suatu jenjang pendidikan terdiri dari biaya sekolah yang cukup terjangkau karena adanya program bantuan operasional sekolah yang merupakan subsidi bagi siswa sehingga orang tua siswa hanya cukup membayar biaya seragam serta atribut sekolah yang diperlukan. Indikator yang lain yaitu jarak ke sekolah yang tidak terlalu jauh yang berkisar antara 0 hingga 3 km. Indikator selanjutnya yaitu kemudahan prosedur penerimaan murid baru yang cukup mudah yaitu hanya dengan menggunakan nilai ujian siswa.

- h. Kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi setelah menerapkan kreatifitas seni batik

Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat

⁴² Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁴³ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

melalui kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa :

"Dengan mengembangkan motif batik yang baru yang mampu meningkatkan pendapatan usaha, saya mampu membeli armada berupa mobil yang dapat saya gunakan untuk memperlancar proses distribusi produk batik yang saya buat."⁴⁴

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa :

"Dengan pengembangan motif batik yang baru maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut maka saya memiliki kemudahan dalam mendapatkan fasilitas transportasi yaitu angkutan umum, bus, becak dan lain-lain."⁴⁵

Indikator kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi mencakup murahness ongkos dan biaya fasilitas transportasi. Indikator lainnya yaitu jumlah transportasi umum yang tersedia cukup banyak serta kepemilikan transportasi yang sebagian besar dimiliki sendiri oleh pemilik dan karyawan Batik Tulis Lasem "Ningrat".

2. Manajemen *Marketing* dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem "Ningrat" terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran yang telah dilakukan adalah merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik, mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk

⁴⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

mencapai target penjualan batik. Memberikan perintah kepada karyawan, memotifasi serta memimpin karyawan. Menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik. Memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga, konsumsi atau pengeluaran keluarga, peningkatan keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan serta kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.

Langkah-langkah manajemen pemasaran yang telah dilakukan adalah merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik, mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai target penjualan batik. Memberikan perintah kepada karyawan, memotifasi serta memimpin karyawan. Menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik. Memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung.

- a. Merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik

Langkah awal yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya merencanakan kegiatan pemasaran pertama diawali dengan tujuan pemasaran yaitu untuk mengembangkan dan memperlebar jangkauan pemasaran produk batik tulis yang saya produksi. Dengan tujuan tersebut saya menyusun strategi dengan cara mengembangkan motif batik baru yang berbeda dari motif sebelumnya setelah sebelumnya melakukan riset

pendahuluan pada pasar sasaran. Kemudian kebijaksanaan yang saya ambil adalah dengan menggambar ide dasar dari motif batik baru yang saya buat kemudian saya berikan kepada karyawan bagian desain atau gambar untuk melanjutkan ide dasar motif yang saya buat.”⁴⁶

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya sebagai seorang karyawan merencanakan program pemasaran hanya sebatas memberikan masukan dan saran kepada pemilik mengenai ketidakpastian masa depan serta perubahan kondisi perusahaan.”⁴⁷

Penentuan segala sesuatu sebelum dilakukan kegiatan-kegiatan pemasaran meliputi: tujuan, strategi, kebijaksanaan serta taktik yang dijalankan. Tujuan meliputi meniadakan ketidakpastian masa datang bila ada perubahan-perubahan karena situasi dan kondisi perusahaan maupun diluar perusahaan maupun diluar perusahaan tidak menentu, karena tujuan organisasi sudah difokuskan maka dengan perencanaan akan menghindari adanya penyimpangan tujuan, rencana walaupun mahal tetapi ekonomis karena segala kegiatan telah terfokuskan dengan segala biaya- biayanya.

- b. Mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai target penjualan batik

Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai target penjualan batik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁴⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

“Dengan strategi membuat motif batik baru yang memiliki ciri khas dari batik ningrat setelah saya lakukan tes pasar, saya akan mengetahui mengenai kepuasan yang diinginkan konsumen. Jika konsumen puas pada motif batik tersebut, maka konsumen akan memesan kembali motif batik yang baru sehingga target penjualan produk saya akan tercapai.”⁴⁸

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan strategi dan rencana pemasaran yang telah ditetapkan oleh pemilik kemudian saya akan melihat bukti langsung dari pelaksanaan rencana tersebut, jika menurut saya ada yang perlu dibenahi maka saya akan memberikan masukan kepada pemilik mengenai hal apa yang perlu dilakukan.”⁴⁹

Implementasi pemasaran adalah proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari, dari bulan ke bulan yang secara efektif melaksanakan rencana pemasaran. Kegiatan ini dibutuhkan program tindakan yang menarik semua orang atau semua aktivitas serta struktur organisasi formal yang dapat memainkan peranan penting dalam mengimplementasikan strategi pemasaran.

- c. Memberikan perintah kepada karyawan, memotifasi serta memimpin karyawan

Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah memberikan perintah kepada karyawan, memotifasi serta memimpin karyawan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya selalu menganggap karyawan sebagai rekan kerja atau teman dalam berusaha. Saya tidak menganggap mereka sebagai bawahan, saya selalu menghargai ide, masukan serta pendapat

⁴⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁴⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

dari karyawan yang ide tersebut bermaksud untuk mengembangkan usaha batik ningrat ini.”⁵⁰

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya akan mendengarkan perintah dan masukan dari pemilik secara seksama karena pada dasarnya pemilik memperlakukan karyawan sebagai rekan kerja yang memiliki visi bersama untuk mengembangkan usaha bukan sebagai bawahan.”⁵¹

Pengorganisasian kegiatan pemasaran, yaitu proses menciptakan hubungan antara fungsi personalia dan faktor fisik (sarana), agar kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan bisa mencapai tujuan yang benar, meliputi: pembagian kerja, wewenang, tanggung jawab dan pelaporan kerja. Tujuan: setiap orang di dalam organisasi bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan pemasaran yang telah dibebankan kepadanya sehingga tidak overlapping pekerjaan.

- d. Menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik

Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya menyatukan segala kegiatan pemasaran dengan cara yang pertama menetapkan pasar sasaran terlebih dahulu yaitu berdasarkan usia remaja atau usia dewasa, kemudian langkah selanjutnya saya menetapkan strategi pemasaran atas segmen pasar yang telah saya pilih misalnya dengan cara menciptakan produk batik baru berupa kemeja atau setelan *couple* untuk

⁵⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁵¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

remaja. Kemudian mereview kembali keputusan segmentasi pasar tersebut.”⁵²

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya sebagai seorang karyawan menyelesaikan tugas yang telah diberikan kepada saya sesuai dengan prosedur yang ditetapkan perusahaan serta menyelesaikan tugas tersebut tepat pada *deadlinenya*.”⁵³

Pengorganisasian kegiatan pemasaran, yaitu proses menciptakan hubungan antara fungsi personalia dan faktor fisik (sarana), agar kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan bisa mencapai tujuan yang benar, meliputi: pembagian kerja, wewenang, tanggung jawab dan pelaporan kerja. Tujuan: setiap orang di dalam organisasi bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan pemasaran yang telah dibebankan kepadanya sehingga tidak overlapping pekerjaan.

- e. Memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung

Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Saya melakukan pengawasan kerja dengan cara berkeliling ke masing-masing bagian dalam usaha batik ini yang meliputi bagian desain, bagian mencanting, bagian mencelup, bagian penjemuran dan lain sebagainya secara rutin setiap hari yang kemudian memberikan masukan kepada karyawan apabila ada hal-hal yang kurang sesuai dan perlu dibenahi.”⁵⁴

⁵² Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁵³ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

⁵⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Pemilik memeriksa kinerja karyawan dengan cara melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan para pimpinan bagian dalam hal ini bagian pelukisan, bagian pencantingan, dan seterusnya untuk mempertanyakan apakah proses produksi sudah sesuai dengan rencana.”⁵⁵

Pengendalian operasional termasuk memeriksa kinerja yang sedang berlangsung terhadap rencana tahunan dan mengambil tindakan perbaikan kalau perlu. Tujuannya adalah memastikan bahwa perusahaan mencapai penjualan, laba, dan sasaran lain yang ditetapkan dalam rencana tahunannya. Kegiatan ini juga mencakup penentuan produk, wilayah, pasar dan saluran yang berbeda yang dapat mendatangkan laba. Pengendalian strategik meliputi pengamatan apakah strategi dasar perusahaan sesuai dengan peluang yang terbuka. Strategi dan program pemasaran dapat ketinggalan zaman dalam waktu singkat dan setiap perusahaan harus secara periodik menilai ulang pendekatan terhadap pasar secara keseluruhan.

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga, konsumsi atau pengeluaran keluarga, peningkatan keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan serta kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.

⁵⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

- a. Pendapatan keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Pendapatan keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik menjadi meningkat. Hal tersebut bisa dilihat dengan naiknya pendapatan baik saya sebagai pemilik usaha maupun pekerja atau karyawan. Hal tersebut dikarenakan jika pendapatan saya sebelum mengembangkan motif baru adalah di bawah rata-rata maka setelah mengembangkan motif baru pendapatan atau laba bersih usaha semakin meningkat karena banyaknya produk yang bisa saya jual.”⁵⁶

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Pendapatan keluarga saya setelah pemilik menerapkan manajemen pemasaran yang sesuai yaitu dengan menjalankan rencana pemasaran yang telah disusun dengan baik terbukti mampu meningkatkan pendapatan usaha.”⁵⁷

Pendapatan rumah tangga adalah pendapatan atau penghasilan yang diterima oleh rumah tangga bersangkutan baik yang berasal dari pendapatan kepada rumah tangga maupun pendapatan anggota rumah tangga. Pendapatan rumah tangga dapat berasal dari upah, gaji, keuntungan, bonus, dan lain-lain.

⁵⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

- b. Konsumsi atau pengeluaran keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan konsumsi atau pengeluaran keluarga. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Konsumsi atau pengeluaran keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik beragam ada yang meningkat ada yang tidak sesuai dengan karakter masing-masing karyawan. Jika saya sendiri dengan adanya pengembangan motif batik biaya yang saya keluarkan untuk memproduksi batik juga semakin tinggi.”⁵⁸

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan menerapkan manajemen pemasaran yang sesuai yaitu dengan menjalankan rencana pemasaran yang telah disusun dengan baik maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut secara tidak langsung meningkatkan konsumsi atau pengeluaran rumah tangga saya.”⁵⁹

Konsumsi seseorang selain dari pendapatannya juga tergantung pada kekayaan. Pendapatan rumah tangga sangat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi, biasanya makin baik tingkat pendapatan tingkat konsumsi semakin tinggi. karena tingkat pendapatan meningkatkan kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi menjadi semakin besar.

⁵⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

- c. Keadaan tempat tinggal setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan keadaan tempat tinggal. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Keadaan tempat tinggal saya setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik semakin baik karena keuntungan atau pendapatan yang saya peroleh dari pengembangan motif baru tersebut dapat saya gunakan untuk melakukan perbaikan pada *workshop* tempat saya bekerja yang kemudian tujuan utamanya adalah untuk kesejahteraan karyawan juga.”⁶⁰

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan menerapkan manajemen pemasaran yang sesuai yaitu dengan menjalankan rencana pemasaran yang telah disusun dengan baik maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut saya mampu memperbaiki kerusakan yang ada pada tempat tinggal saya.”⁶¹

Dalam pengertian yang luas rumah bukan hanya sebuah bangunan melainkan juga tempat kediaman yang memenuhi syarat-syarat kehidupan yang layak, di pandang dari berbagai segi kehidupan masyarakat. Rumah dapat dimengerti sebagai tempat perlindungan untuk menikmati kehidupan, beristirahat dan bersuka ria bersama keluarga. Di dalam rumah, penghuni memperoleh kesan pertama dari kehidupannya di dalam dunia ini. Rumah harus menjamin kepentingan

⁶⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁶¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

keluarga yaitu untuk tumbuh, memberi kemungkinan untuk hidup dan bergaul dengan tetangganya.

- d. Fasilitas tempat tinggal setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Secara umum fasilitas tempat tinggal saya setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik adalah semakin baik. Jika dahulu belum terdapat ruang parkir yang memadai maka setelah saya melakukan pengembangan kreatifitas dan manajemen pemasaran yang benar kenaikan pendapatan bisa saya gunakan untuk memperbaiki lahan parkir.”⁶²

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Fasilitas tempat tinggal saya semakin baik misalnya saya mampu membangun kamar mandi yang layak hal tersebut karena peningkatan gaji yang saya peroleh yang disebabkan karena meningkatnya pendapatan usaha batik karena mampu menerapkan manajemen pemasaran yang sesuai dengan segmen pasar yang telah dipilih.”⁶³

Dalam arti umum rumah adalah bangunan yang dijadikan tempat tinggal selama jangka waktu tertentu. Rumah mengacu pada konsep-konsep sosial kemasyarakatan yang terjalin di dalam bangunan

⁶² Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁶³ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

tempat tinggal seperti keluarga, tempat bertumbuh, makan, tidur, beraktifitas, dan lain-lain.

- e. Kesehatan anggota keluarga setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan kesehatan anggota keluarga. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Kesehatan anggota keluarga saya setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik juga semakin membaik karena saya dapat menjamin kesehatan keluarga. Baik keluarga saya dan keluarga karyawan dengan menggunakan laa atau pendapatan yang saya peroleh.”⁶⁴

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan menerapkan manajemen pemasaran yang sesuai yaitu dengan menjalankan rencana pemasaran yang telah disusun dengan baik maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut maka saya mampu menjamin kesehatan anggota keluarga saya dengan memeriksakan secara rutin pada balai pengobatan yang berkualitas baik.”⁶⁵

Peran keluarga sangat penting dalam tahap-tahap perawatan kesehatan, mulai dari tahapan peningkatan kesehatan, pencegahan, pengobatan sampai dengan rehabilitasi. Contohnya keluarga yang peduli akan kesehatannya akan memperhatikan pemberian makanan

⁶⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

dengan gizi seimbang pada anggotanya. Keluarga dijadikan sebagai unit pelayanan karena masalah kesehatan keluarga saling berkaitan dan saling mempengaruhi antara sesama anggota keluarga.

- f. Kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Setelah mengembangkan usaha melalui pengembangan motif batik yang baru pendapatan saya sebagai pemilik dan karyawan menjadi meningkat sehingga pelayanan kesehatan mudah kami dapatkan karena saya selaku pemilik usaha telah mendaftarkan karyawan pada program BPJS Ketenagakerjaan sehingga jika suatu saat ada karyawan yang sakit maka tinggal menggunakan pelayanan kesehatan dari BPJS tersebut.”⁶⁶

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan menerapkan manajemen pemasaran yang sesuai yaitu dengan menjalankan rencana pemasaran yang telah disusun dengan baik maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut maka saya mudah mendapatkan pelayanan kesehatan karena pemilik telah mendaftarkan karyawan pada program BPJS Ketenagakerjaan.”⁶⁷

⁶⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁶⁷ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

Indikator kesejahteraan yang diperoleh sebagai hasil pengembangan kreatifitas seni batik adalah kemudahan memperoleh pelayanan kemudahan yaitu melalui program BPJS yang merupakan program pemenuhan hak dasar bagi masyarakat terutama kesehatan. Program ini dirasakan sangat bermanfaat dalam memberikan pelayanan kesehatan kepada masyarakat.

- g. Kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan segmen pasar yang telah saya pilih maka pendapatan usaha mampu meningkat sehingga saya mampu memasukkan anak ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi yaitu sekolah menengah atas dan perguruan tinggi. demikian halnya dengan karyawan saya yang mampu menyekolahkan anaknya ke jenjang yang lebih tinggi.”⁶⁸

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan menerapkan manajemen pemasaran yang sesuai yaitu dengan menjalankan rencana pemasaran yang telah disusun dengan baik maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut maka saya memiliki kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi misalnya pada Sekolah Menengah Atas.”⁶⁹

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁶⁹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

Indikator kemudahan memasukkan anak ke suatu jenjang pendidikan terdiri dari biaya sekolah yang cukup terjangkau karena adanya program bantuan operasional sekolah yang merupakan subsidi bagi siswa sehingga orang tua siswa hanya cukup membayar biaya seragam serta atribut sekolah yang diperlukan. Indikator yang lain yaitu jarak ke sekolah yang tidak terlalu jauh yang berkisar antara 0 hingga 3 km. Indikator selanjutnya yaitu kemudahan prosedur penerimaan murid baru yang cukup mudah yaitu hanya dengan menggunakan nilai ujian siswa.

- h. Kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi setelah menerapkan kreatifitas seni dan manajemen pemasaran batik

Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan segmen pasar yang telah saya pilih maka pendapatan usaha mampu meningkat sehingga saya mampu membeli armada berupa mobil yang dapat saya gunakan untuk memperlancar proses distribusi produk batik yang saya buat.”⁷⁰

Pernyataan tersebut setelah diadakan *cross check* ternyata sesuai dengan pernyataan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa :

“Dengan menerapkan manajemen pemasaran yang sesuai yaitu dengan menjalankan rencana pemasaran yang telah disusun dengan baik maka pendapatan usaha atau laba usaha semakin meningkat sehingga gaji yang saya peroleh juga semakin meningkat. Karena peningkatan gaji tersebut maka saya

⁷⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

memiliki kemudahan dalam mendapatkan fasilitas transportasi yaitu angkutan umum, bus, becak dan lain-lain.”⁷¹

Indikator kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi mencakup murahnya ongkos dan biaya fasilitas transportasi. Indikator lainnya yaitu jumlah transportasi umum yang tersedia cukup banyak serta kepemilikan transportasi yang sebagian besar dimiliki sendiri oleh pemilik dan karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat”.

C. Analisis Data

1. Kreatifitas Seni Batik dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang

Berdasarkan data penelitian yang menunjukkan bahwa kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Kreatifitas tersebut berupa pengembangan motif batik baru yang merupakan pengembangan dari motif batik yang merupakan ciri khas motif batik Lasem, pengembangan tersebut berupa menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya, memproduksi batik motif baru yang tiadaandingannya, memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar batik, menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga, konsumsi atau pengeluaran keluarga, peningkatan keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan serta kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.

⁷¹ Hasil Wawancara dengan Ibu Sri Hayati selaku karyawan Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 10.00 WIB.

Berdasarkan data penelitian yang menunjukkan bahwa kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” berupa pengembangan motif batik baru yang merupakan pengembangan dari motif batik yang merupakan ciri khas motif batik Lasem, pengembangan tersebut berupa menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya, memproduksi batik motif baru yang tiadaandingannya, memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar batik, menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya.

- a. Menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya yang tiadaandingannya

Langkah awal dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem “Ningrat” adalah menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya yang tiadaandingannya. Kreatif adalah kata sifat, berarti memiliki daya cipta atau kreativitas kata benda abstrak yang berarti ‘daya cipta’: berasal dari kata *created* (Ing.) atau mencipta / membuat, adalah kata kerja intransitif. Kreativitas adalah kesanggupan seseorang untuk menghasilkan karya-karya atau gagasan-gagasan tentang sesuatu yang pada hakikatnya baru atau baru sama sekali dalam arti tidak diketahui atau belum pernah diciptakan sebelumnya.⁷² Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa dengan cara membuat motif yang baru dengan melihat referensi motif-motif batik sebelumnya yang pernah saya buat, jadi dari motif tersebut kemudian saya kembangkan hingga menjadi sebuah motif yang baru yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli.⁷³

⁷² Erwin Setiawan, *Kreativitas Seni Lukis Batik Karya Siswa XI IPS 1 SMA Negeri 1 Godean*, Jurnal yang dipublikasikan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2012, hal. 8.

⁷³ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

b. Memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar batik

Kerja kreatif adalah suatu bentuk tugas atau pekerjaan adalah sebagai ilmu seni, dapat dikatakan pula kreatif adalah memberikan segala sesuatu yang baru dengan jenis dan macam yang berbeda.⁷⁴

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem “Ningrat” adalah memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar batik. Batik Lasem merupakan seni batik tulis gaya pesisiran yang kaya warna dan memiliki ciri multikultural, sebagai akibat akulturasi banyak budaya, khususnya budaya Cina dan budaya Jawa. Dalam batik Lasem mudah dikenali perpaduan warna dan motif hasil silang budaya. Misalnya, motif fauna khas Cina (burung hong atau phoenix, kilin, liong atau naga, ikan mas dan sebagainya) atau motif flora (bunga seruni, delima, magnolia, peoni, sakura dan sebagainya) dikombinasikan dengan motif geometris khas batik pedalaman seperti parang, kawung, jereng dan sebagainya. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa saya mencoba untuk membuat jenis pakaian baru misalnya, daster atau *baby doll* yang berbahan dasar batik kemudian mencoba memasarkannya kepada para agen. Jika batik tersebut diterima maka saya akan memproduksi lebih banyak dan mencoba membuat model pakaian yang baru lagi.⁷⁵

c. Menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya

Kreativitas ekspresionis adalah ungkapan bebas dan mandiri yang didalamnya tidak memiliki urgensi atau kepentingan bagi kemahiran atau keaslian.⁷⁶

⁷⁴ Erwin Setiawan, *Kreativitas Seni Lukis Batik Karya Siswa XI IPS 1 SMA Negeri 1 Godean*, Jurnal yang dipublikasikan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2012, hal. 8.

⁷⁵ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁷⁶ Erwin Setiawan, *Op. Cit.*, hal. 8.

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem “Ningrat” adalah menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya. Keunikan Batik Lasem itu mendapat tempat penting di dunia perdagangan. Pedagang antarpulau dengan kapal kemudian mengirim Batik Lasem ke seluruh wilayah Nusantara. Bahkan diawal abad XIX Batik Lasem sempat diekspor keThailand dan Suriname. Batik Lasem memasuki masa kejayaan. Booming batik Lasem membuat perajin menjadi semakin kreatif. Motif baru seperti latohan, gunung ringgit, kricakan, atau watu pecah bermunculan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa Ya, saya menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya karena pada dasarnya saya telah memiliki jiwa seni oleh sebab itu saya menggeluti bidang ini yaitu berwirausaha dengan membuat bati tulis Lasem yang kemudian saya jual untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.⁷⁷

d. Menciptakan motif baru sebagai usaha mendisiplinkan produksi

Kreativitas produktif yaitu hasil-hasil produksi seni dan keilmuan yang diperoleh melalui usaha yang mendisiplinkan kecenderungan untuk bermain bebas, dan dengan menentukan langkah-langkah untuk mencapai hasil yang sempurna.⁷⁸

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem “Ningrat” adalah menciptakan motif baru sebagai usaha mendisiplinkan produksi. Produksi Kreatif adalah suatu produksi yang baru dan yang tiada tandingannya, serta dikenal dengan kemampuan memproduksi sesuatu yang baru atau menciptakan hubungan baru terhadap sesuatu yang telah diketahui sebelumnya dengan syarat sesuatu atau dengan hubungan baru itu bermanfaat, serta mampu menutupi kebutuhan bagi individu atau kelompok orang. Hal tersebut

⁷⁷ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁷⁸ Erwin Setiawan, *Op. Cit.*, hal. 8.

sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa ya, saya menciptakan motif baru sebagai usaha mendisiplinkan produksi karena jika tidak demikian maka lama kelamaan usaha saya akan mengalami penurunan karena tidak mampu bersaing dengan batik sablon yang diimport oleh importir yang juga memasuki pangsa pasar saya.⁷⁹

- e. Menentukan langkah-langkah untuk mencapai hasil batik yang sempurna yang memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem "Ningrat" adalah menentukan langkah-langkah untuk mencapai hasil batik yang sempurna yang memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan. Kreativitas inovatif banyak digunakan oleh para penemu yang memperlihatkan kejeniusan mereka dengan menggunakan pengembangan keterampilan-keterampilan individu.⁸⁰

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa ya, saya menentukan langkah-langkah untuk mencapai hasil batik yang sempurna. Langkah tersebut saya mulai dengan mencoba membuat motif batik baru, kemudian motif tersebut saya uji coba pasarkan, saya juga menetapkan segmentasi pasar tertentu yang ingin saya masuki yaitu segmen remaja misalnya. Sebelumnya saya melakukan survei terlebih dahulu mengenai motif apa yang disukai remaja saat ini.⁸¹

- f. Motif batik yang memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem "Ningrat" adalah motif batik yang memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan. Salah satu upaya yang harus dilakukan untuk

⁷⁹ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁸⁰ Erwin Setiawan, *Op. Cit.*, hal. 8.

⁸¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

meningkatkan kecintaan terhadap seni batik adalah melalui pembelajaran seni batik yang bisa menunjukkan kejeniusan dan keterampilan generasi muda. Oleh karena itu, salah satu upaya untuk meningkatkan kecintaan pada batik dapat dilakukan dengan adanya materi pembelajaran tentang batik di sekolah. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa ya, dalam motif batik yang saya ciptakan memperlihatkan kejeniusan dan keterampilan saya. Karena pada dasarnya keterampilan dalam membuat motif batik baru telah saya miliki sebagai hasil turun menurun dari orang tua saya yang juga memproduksi batik tulis Lasem yang kemudian saya kembangkan sendiri mengikuti perkembangan jaman.⁸²

- g. Membentuk pola pandang atau pola pikir dalam menciptakan motif batik yang baru

Kreativitas adalah hasil dari interaksi antara individu dan lingkungannya seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia berada dengan demikian baik berubah di dalam individu maupun di dalam lingkungan dapat menunjang atau dapat menghambat upaya kreatif. Kreativitas juga diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.⁸³

Langkah selanjutnya dalam pengembangan kreatifitas batik tulis Lasem "Ningrat" adalah membentuk pola pandang atau pola pikir dalam menciptakan motif batik yang baru. Pemikiran kreatif yaitu pemikiran yang berusaha melahirkan sesuatu yang baru dan disodorkan kepada pemilik usaha. Pemikiran kreatif terwujud dengan adanya beberapa sistem dan pola pandang yang mewakili kondisi otak tentang

⁸² Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁸³ Munandar, Kreativitas Belajar, *Jurnal Pendidikan*, Universitas Pendidikan Indonesia, 2014, hlm. 1.

bagaimana pengembangan motif batik terjadi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang yang menyatakan bahwa saya membentuk pola pandang atau pola pikir bahwa jika saya tidak menciptakan motif yang baru maka usaha saya akan mengalami kemunduran karena tingginya persaingan pemasaran batik.⁸⁴

Berdasarkan data penelitian telah sesuai dengan teori pengembangan kreatifitas yang meliputi teori psikoanalisis serta teori humanistik. Teori psikoanalisis secara umum teori-teori Psikoanalisis melihat kreativitas sebagai hasil mengatasi suatu masalah, yang biasanya mulai di masa anak. Pribadi kreatif dipandang sebagai seseorang yang pernah mempunyai pengalaman traumatis, yang dihadapi dengan memungkinkan gagasan-gagasan yang diasadari dan yang tidak disadari bercampur menjadi pemecahan inovatif dari trauma. Teori Humanistik melihat kreativitas sebagai hasil dari kesehatan psikologis tingkat tinggi. Kreativitas dapat berkembang selama hidup.⁸⁵ Teori Maslow pendukung utama dari teori humanistik, manusia mempunyai naluri-naluri dasar yang menjadi nyata sebagai kebutuhan. Kebutuhan ini harus dipenuhi dalam urutan tertentu; kebutuhan primitif muncul pada saat lahir dan kebutuhan tingkat tinggi berkembang sebagai proses pematangan.

2. Manajemen *Marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang

Berdasarkan data penelitian yang menunjukkan bahwa manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem "Ningrat" terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran yang telah dilakukan adalah merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan,

⁸⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁸⁵ Erwin Setiawan, *Kreativitas Seni Lukis Batik Karya Siswa XI IPS 1 SMA Negeri 1 Godean*, Jurnal yang dipublikasikan, Universitas Negeri Yogyakarta, 2012, hal. 6.

strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik, mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai target penjualan batik. Memberikan perintah kepada karyawan, memotifasi serta memimpin karyawan. Menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik. Memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga, konsumsi atau pengeluaran keluarga, peningkatan keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan serta kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.⁸⁶

Berdasarkan data penelitian yang menunjukkan bahwa langkah-langkah manajemen pemasaran yang telah dilakukan adalah merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik, mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai target penjualan batik. Memberikan perintah kepada karyawan, memotifasi serta memimpin karyawan. Menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik. Memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung.

- a. Merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik

Di dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.⁸⁷

⁸⁶ Hasil triangulasi data yang dilakukan peneliti pada Batik Tulis Lasem Ningrat, 18 April 2017.

⁸⁷ Ir. Agustina Shinta, M.P., *Manajemen Pemasaran*, Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang, 2011, hal. 2.

Langkah awal yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa saya merencanakan kegiatan pemasaran pertama diawali dengan tujuan pemasaran yaitu untuk mengembangkan dan memperlebar jangkauan pemasaran produk batik tulis yang saya produksi. Dengan tujuan tersebut saya menyusun strategi dengan cara mengembangkan motif batik baru yang berbeda dari motif sebelumnya setelah sebelumnya melakukan riset pendahuluan pada pasar sasaran. Kemudian kebijaksanaan yang saya ambil adalah dengan menggambar ide dasar dari motif batik baru yang saya buat kemudian saya berikan saya berikan kepada karyawan bagian desain atau gambar untuk melanjutkan ide dasar motif yang saya buat.⁸⁸

- b. Mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai target penjualan batik

Implementasi pemasaran merupakan proses yang mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai sasaran. Implementasi mencakup aktivitas sehari-hari, dari bulan ke bulan yang secara efektif melaksanakan rencana pemasaran.⁸⁹

Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai target penjualan batik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa dengan strategi membuat motif batik baru yang memiliki ciri khas dari batik ningrat setelah saya lakukan tes

⁸⁸ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁸⁹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*, Universitas Brawijaya Press (UB Press), Malang, 2011, hal. 2.

pasar, saya akan mengetahui mengenai kepuasan yang diinginkan konsumen. Jika konsumen puas pada motif batik tersebut, maka konsumen akan memesan kembali motif batik yang baru sehingga target penjualan produk saya akan tercapai.⁹⁰

- c. Memberikan perintah kepada karyawan, memotifasi serta memimpin karyawan

Pengorganisasian kegiatan pemasaran, yaitu proses menciptakan hubungan antara fungsi personalia dan faktor fisik (sarana), agar kegiatan pemasaran yang harus dilaksanakan bisa mencapai tujuan yang benar, meliputi: pembagian kerja, wewenang, tanggung jawab dan pelaporan kerja. Tujuan: setiap orang di dalam organisasi bertanggung jawab dalam melaksanakan kegiatan pemasaran yang telah dibebankan kepadanya sehingga tidak *overlapping* pekerjaan.⁹¹

Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah memberikan perintah kepada karyawan, memotifasi serta memimpin karyawan. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa saya selalu menganggap karyawan sebagai rekan kerja atau teman dalam berusaha. Saya tidak menganggap mereka sebagai bawahan, saya selalu menghargai ide, masukan serta pendapat dari karyawan yang ide tersebut bermaksud untuk mengembangkan usaha batik ningrat ini.⁹²

- d. Menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik

Pengarahan kegiatan pemasaran, yaitu usaha yang berhubungan dengan segala sesuatu kegiatan pemasaran agar semuanya itu dapat dilakukan dengan baik, meliputi pemberian perintah secara baik, harus

⁹⁰ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁹¹ Agustina Shinta, *Op. Cit.*, hal. 3

⁹² Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

ada follow up-nya, secara sederhana, perlu penjelasan sehingga ada pengertian dan sifatnya harus konsultatif.⁹³

Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa saya menyatukan segala kegiatan pemasaran dengan cara yang pertama menetapkan pasar sasaran terlebih dahulu yaitu berdasarkan usia remaja atau usia dewasa, kemudian langkah selanjutnya saya menetapkan strategi pemasaran atas segmen pasar yang telah saya pilih misalnya dengan cara menciptakan produk batik baru berupa kemeja atau setelan *couple* untuk remaja. Kemudian *mereview* kembali keputusan segmentasi pasar tersebut.⁹⁴

- e. Memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung

Pengendalian operasional termasuk memeriksa kinerja yang sedang berlangsung terhadap rencana tahunan dan mengambil tindakan perbaikan kalau perlu. Tujuannya adalah memastikan bahwa perusahaan mencapai penjualan, laba, dan sasaran lain yang ditetapkan dalam rencana tahunannya. Kegiatan ini juga mencakup penentuan produk, wilayah, pasar dan saluran yang berbeda yang dapat mendatangkan laba.⁹⁵

Langkah selanjutnya yang dilakukan dalam manajemen pemasaran oleh batik Batik Tulis Lasem “Ningrat” adalah memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang yang menyatakan bahwa saya

⁹³ Agustina Shinta, *Op. Cit.*, hal. 3

⁹⁴ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa’i selaku pemilik Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

⁹⁵ Agustina Shinta, *Op. Cit.*, hal. 3

melakukan pengawasan kerja dengan cara berkeliling ke masing-masing bagian dalam usaha batik ini yang meliputi bagian desain, bagian mencanting, bagian mencelup, bagian penjemuran dan lain sebagainya secara rutin setiap hari yang kemudian memberikan masukan kepada karyawan apabila ada hal-hal yang kurang sesuai dan perlu dibenahi.⁹⁶

Berdasarkan data penelitian telah sesuai dengan teori manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisaikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif. Di dalam fungsi manajemen pemasaran ada kegiatan menganalisis yaitu analisis yang dilakukan untuk mengetahui pasar dan lingkungan pemasarannya, sehingga dapat diperoleh seberapa besar peluang untuk merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang harus dihadapi.

⁹⁶ Hasil Wawancara dengan Bapak Rifa'i selaku pemilik Batik Tulis Lasem "Ningrat" Rembang pada tanggal 18 April 2017 Pukul 09.00 WIB.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian pada bab-bab sebelumnya dari hasil kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kreatifitas seni batik yang dikembangkan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Kreatifitas tersebut berupa pengembangan motif batik baru yang merupakan pengembangan dari motif batik yang merupakan ciri khas motif batik Lasem, pengembangan tersebut berupa menciptakan motif batik yang baru dan berbeda dari sebelumnya, memproduksi batik motif baru yang tiada tandingannya, memproduksi jenis dan macam produk yang berbahan dasar batik, menciptakan motif baru sebagai ungkapan kebebasan dan kemandirian dalam berkarya. Pengembangan tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga, konsumsi atau pengeluaran keluarga, peningkatan keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan serta kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.
2. Manajemen pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Batik Tulis Lasem “Ningrat” terbukti mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan UMKM batik. Langkah-langkah manajemen pemasaran yang telah dilakukan adalah merencanakan kegiatan pemasaran yang meliputi tujuan, strategi dan kebijaksanaan dalam memasarkan batik, mengubah strategi dan rencana pemasaran menjadi tindakan pemasaran untuk mencapai target penjualan batik. Memberikan perintah kepada karyawan,

memotifasi serta memimpin karyawan. Menyatukan segala kegiatan pemasaran agar tercapai tujuan pemasaran batik. Memeriksa kinerja karyawan dalam memproduksi batik yang sedang berlangsung. Langkah-langkah manajemen pemasaran tersebut mampu meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan yang bisa dilihat melalui peningkatan pendapatan keluarga, konsumsi atau pengeluaran keluarga, peningkatan keadaan tempat tinggal, fasilitas tempat tinggal kesehatan anggota keluarga, kemudahan mendapatkan pelayanan kesehatan, kemudahan memasukkan anak ke jenjang pendidikan serta kemudahan mendapatkan fasilitas transportasi.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian penulis mengenai analisis pelaksanaan program BPJS kesehatan pada Laboratorium Klinik Patra Medica Pati ditinjau dari manajemen sumber daya manusia melekat beberapa keterbatasan. Keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini antara lain mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Keterbatasan waktu penelitian yang hanya meliputi jangka waktu selama kurang lebih 3 bulan. Sehingga mengakibatkan penelitian ini kurang dalam hal kualitas dan kuantitas.
2. Dalam melakukan analisis pelaksanaan program BPJS kesehatan pada Laboratorium Klinik Patra Medica Pati ditinjau dari manajemen sumber daya manusia, peneliti hanya melakukan analisis ditinjau dari manajemen sumber daya manusia, belum mencakup analisis ditinjau dari aspek hukum ketenagakerjaan.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat

memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan memperpanjang waktu penelitian. Dengan melakukan penelitian dalam jangka waktu yang lebih panjang diharapkan akan dapat diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kreatifitas seni batik dan manajemen *marketing* dalam upaya peningkatan kesejahteraan UMKM Batik Tulis Lasem “Ningrat” Rembang.
2. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan juga memperhatikan analisis ditinjau dari aspek sumber daya manusia sehingga diketahui secara lebih mendalam mengenai peran karyawan dalam pengembangan usaha.

D. Penutup

Alhamdulillahirobbil 'alamin, segala puji milik Allah SWT semata. Teriring panjat syukur kepada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kekurangan dan kekhilafan sebagai manusia, menyadarkan penulis akan kekurangsempurnaan skripsi ini. Oleh karena itu, tegur sapa dan saran kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan. Sebagai akhir kata, terbesit harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca budiman pada umumnya, dan khususnya bagi penulis sendiri di masa-masa yang akan datang. *Amin Yaa Rabbal 'Alamin*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid I*, Dana Bakti Wakaf, Yogyakarta, 1999.
- Al Qur'an dan Terjemahannya*, Mubarakatan Toyyibah, Kudus, 1998.
- Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, BPFE Universitas Diponegoro, Semarang, 2006.
- Citra Lestari, dkk, *Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Studi pada IKM Makanan di Kecamatan Kuningan Kabupaten Kuningan Jawa Barat)*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.10, No. 2, Maret 2015.
- Dufi Rusanti, dkk, *Determinan Pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sektor Industri Pengolahan di Kabupaten Jember*, Jurnal Ekonomi Vol.2.No1. Juli, 2015.
- Endi Rekarti dan Deni Hikmat, *Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Genggam*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis, Volume I, Nomor 03 Juli 2008.
- Ernani Hadiyati, *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Pendapatan Usaha Kecil*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.13, No. 1, Maret 2011.
- Greg Richards dan Julie Wilson sebagaimana dikutip Poerwanto, dkk, Op. Cit..
- Indriantoro dan Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta, 2002.
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2014.
- Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Aswaja Pressindo, Yogyakarta, 2014.
- Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah dan Kewirausahaan*, Pustaka Setia, Bandung, 2013.
- Nasution S, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1990.
- Ratna Kusumawati, *Pengaruh Karakteristik Pimpinan dan Inovasi Produk Baru Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing Berkelanjutan*, AKSES, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 5 No. 9, April 2010.

- Sakur, *Kajian Faktor-Faktor yang Mendukung Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah*, Spirit Publik, Solo, 2011.
- Sanapiah Faisal, “*Varian-Varian Kontemporer Penelitian Sosial*” dalam *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Editor Burhan Bungin, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.
- Setia Mulyawan, *Manajemen Keuangan*, Pustaka Setia, Bandung, 2015.
- Sofyan Syafri Harahap, *Teori Akuntansi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2010.
- Sri Hartini, *Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Pendapatan Bisnis*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.14, No. 1, Maret 2012.
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2005.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Ke 11, Alfabeta, Bandung, 2008.
- Yusuf Irianto, “*Metode Pengumpulan Data dan Kasus Penelitian*” dalam *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Editor Burhan Bungin, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.
- Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Gema Insani Press, Jakarta, 1997.

