

BRANDING DINAS KOPERASI DAN UKM JAWA TIMUR DALAM MENGEMBANGKAN INDUSTRI UMKM BATIK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DI PASAR GLOBAL

Annisa Alifia Darsinandra¹

annisaalifia1234@gmail.com¹

Siti Azizah²

sitiazizah@gmail.com²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

ABSTRACT

This study discusses the branding strategy implemented by the dinas koperasi dan umkm Jawa Timur to develop the batik UMKM industry so that it can compete in the global market. Batik UMKM in East Java itself has great potential in supporting the regional economy, but many still experience obstacles in strengthening their position in the international market. Branding itself is an important strategy to increase competitiveness and penetrate the global market. This study was conducted using a qualitative method using interviews with staff of the dinas koperasi dan umkm Jawa Timur, batik UMKM actors, and using references from related publication journals. The results of this study indicate that the dinas koperasi dan umkm Jawa Timur has carried out various branding initiatives, ranging from digital marketing training programs, use of logos, to improving product quality according to international standards. In addition, the Cooperative and UMKM Office itself has an important role in encouraging the participation of batik UMKM in global exhibitions and e-commerce platforms will also expand market access for batik products. This study concludes that a branding strategy that is implemented consistently and innovatively will increase brand awareness and the competitiveness of East Java batik UMKM so that they can compete more effectively in the global market.

Keywords: Branding, batik UMKM, East Java Cooperatives and UMKM Service, Competitiveness, Global Market

ABSTRAK

Pada penelitian ini membahas tentang strategi branding yang diterapkan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur untuk mengembangkan industri UMKM batik agar mampu bersaing di pasar global. UMKM batik di Jawa Timur sendiri mempunyai potensi besar dalam menunjang perekonomian daerah, namun masih banyak yang mengalami kendala dalam memperkuat posisinya di pasar internasional. Branding sendiri merupakan strategi penting untuk meningkatkan daya saing dan menembus pasar global. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan wawancara terhadap staff dinas koperasi dan UMKM Jawa Timur, pelaku UMKM batik, dan menggunakan referensi dari jurnal – jurnal publikasi terkait. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dinas koperasi dan umkm Jawa Timur telah melakukan berbagai inisiatif branding, mulai dari program pelatihan pemasaran digital, penggunaan logo, hingga peningkatan kualitas produk sesuai standar internasional. Selain itu, dinas koperasi dan umkm sendiri memiliki peran penting dalam mendorong partisipasi UMKM batik dalam

pameran global dan platform e-commerce juga akan memperluas akses pasar produk batik. Penelitian ini memiliki kesimpulan bahwa strategi merek yang diterapkan secara konsisten dan inovatif akan meningkatkan kesadaran merek dan daya saing UMKM batik Jawa Timur sehingga mampu bersaing lebih efektif di pasar global.

Kata Kunci: Branding, UMKM Batik, Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur, Daya Saing, Pasar Globa

PENDAHULUAN

Indonesia telah mengalami masa masa krisis ekonomi yang dimana banyak perusahaan perusahaan ternama ikut terdampak dan merasakan kelumpukan sehingga berhenti beroperasi. Pada hal ini Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat bertahan dalam masa - masa sulit tersebut. Dengan ini pemerintah secara aktif melakukan pembangunan dan memperbaiki beberapa sektor perekonomian. Hal ini guna untuk dapat memulihkan sektor perekonomian dari akibat masa - masa krisis ekonomi, terdapat sektor ekonomi yang dapat menjadi fokus yang strategis yaitu sektor industri batik. Dengan dapat dilihat bahwa industri batik dapat berdiri kokoh dan menjadi sistem perlindungan bagi ekonomi ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi dan banyak perusahaan besar yang gulung tikar. Faktanya, industri batik dapat berkontribusi terhadap pemulihan ekonomi (National Economic Recovery). Menurut Muntazori et al. (2019), branding adalah cara bagi bisnis untuk bersaing secara global dan menciptakan kesan yang menarik bagi konsumen. Dengan menggunakan berbagai program, branding adalah upaya untuk meningkatkan nilai produk atau mencegah komoditisasi dengan membuat merek yang berbeda. Dalam perekonomian yang bersaing saat ini, keberlangsungan serta perkembangan suatu usaha di masa depan

sebenarnya bergantung pada besar kecilnya pasar, tak terkecuali pada sektor Industri Batik. Dengan begitu maka usaha pengrajin batik layak mampu dalam memperluas pasar yang sudah ada dan memasuki pasar internasional. Maka dari itu, sangat penting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Dengan adanya peluang ini para pengrajin batik diharapkan untuk dapat memanfaatkan dengan baik peluang tersebut dengan tidak menganggap remeh terharap resiko yang ditimbulkan. Batik sudah dikenal dari masa kerajaan Majapahit dan terus melakukan peningkatan sampai pada masa modern. Melalui adanya kemajuan teknologi dengan bertambahnya tahun yang semakin canggih, batik kini memiliki berbagai macam motif – motif batik dan ada juga batik sablon. Kemajuan teknologi inilah yang dapat mempengaruhi daya saing di pasar global. Banyak penjual batik yang kini sudah menggunakan batik sablon seperti batik ecoprint, namun juga masih banyak daerah – daerah yang memproduksi batik tulis maupun cap. (Subekti et al., 2020) Industri batik telah menjadi aset budaya dan ekonomi yang penting bagi Jawa Timur. Karena motif dan teknik produksinya yang beragam, batik Jawa Timur mempunyai potensi besar untuk menjadi produk berkualitas yang dikenal tidak hanya secara lokal tetapi juga internasional.

Dalam konteks ini, dinas koperasi dan UKM Jawa Timur berperan penting untuk dapat memberikan branding terhadap pengembangan yang memiliki tujuan agar dapat meningkatkan daya saing pada industri batik daerah. Pada branding yang dilakukan ini tidak hanya fokus pada peningkatan kualitas produk, namun juga penguatan pelaku usaha batik, promosi pasar, dan penguatan kerja sama antar pelaku industri. Perkembangan industri batik tidak terlepas dari upaya peningkatan keterampilan dan pengetahuan para perajin. Dinas koperasi dan UKM Jawa Timur berkomitmen memberikan beberapa pelatihan dan bimbingan pada perajin batik untuk meningkatkan standar produksi dan inovasi desain. Melalui pelatihan dan bimbingan tersebut dapat memiliki suatu tujuan agar dapat menjamin para pengusaha batik memiliki keterampilan yang siap untuk berdampingan dengan produk – produk UKM lainnya di pasar global. Dengan demikian, penulis memiliki ketertarikan dengan meneliti strategi apa yang digunakan oleh Dinas Koperasi dan UKM untuk dapat mengembangkan akses pasar global bagi UMKM batik dan bagaimana dinas koperasi dan UKM mengatasi tantangan dalam pengelolaan industri batik UMKM untuk dapat meningkatkan daya saing di pasar global.

METODE PENELITIAN

Dapat diketahui bahwa metode penelitian kualitatif ini merupakan suatu metode penelitian yang dipilih untuk dapat meneliti fenomena selama magang berlangsung. Dengan penelitian kualitatif ini dapat digunakan untuk meneliti secara alamiah. Proses pada penelitian kualitatif ini adalah dengan melibatkan proses – proses penting seperti pada pengajuan pertanyaan,

mengembangkan prosedur, dan mengumpulkan informasi secara detail melalui beberapa informan. Dengan melakukan analisis data dan memahami makna yang berhubungan dengan persoalan yang sedang diteliti. (Nugrahani Farida, 2014) Dengan melakukan wawancara, analisis, analisis konten guna untuk dapat mendalami bagaimana strategi yang dilakukan dinas koperasi dan UKM Jawa Timur dalam pengembangan industri BATIK bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing di pasar global.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Strategi Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dalam Mengembangkan Akses Pasar Global Bagi UMKM Batik.

Strategi merupakan pendekatan holistik yang mengacu pada ide, perencanaan, dan pelaksanaan kegiatan selama periode waktu tertentu yang melibatkan organisasi kerja. Tujuannya adalah agar dapat menentukan faktor pendukung sesuai dengan prinsip untuk dapat mencapai tujuan tersebut secara efektif. (Ika Fitriyani, Nining Sudiyarti, 2020) Pentingnya UMKM secara strategis dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan perekonomian Indonesia disebabkan oleh sifatnya yang tangguh dan fleksibel. Fleksibilitas bisnis kecil ini memungkinkan untuk dapat bersaing dalam bisnis. Jawa timur merupakan daerah yang memiliki banyak UMKM dengan ini jawa timur dapat dikatakan sebagai tulang punggung dalam menjunjung tinggi perekonomian jawa timur itu sendiri. Oleh karena itu, UMKM di Jawa Timur memiliki pola usaha yang unik karena sebagian besar bergerak di sektor informal dan mengandalkan pengetahuan khusus serta

keterampilan kerajinan, seperti mengelola industri batik. (Kairupan & Mandagi, 2015)

Dinas koperasi dan ukm Jatim juga menggunakan ekspor yang harapannya UKM di Jawa Timur ini bisa naik kelas yang pemasarannya juga dapat melalui online dengan menggunakan market place dan medsos seperti tokopedia, shoppe, instagram, dan facebook. Dengan ini maka UMKM batik dikenal oleh seluruh masyarakat lokal maupun luar negeri. Dinas Koperasi dan UKM Jatim mengambil langkah dalam membangun infrastruktur digital yang mendukung akses UMKM batik ke pasar global. Hal ini termasuk penciptaan platform online khusus yang memungkinkan UMKM menjual produk mereka secara efektif di pasar internasional. Infrastruktur digital yang kokoh menjadi landasan bagi UMKM Batik untuk menjangkau khalayak global secara efisien. Selain pembangunan infrastruktur, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur juga memberikan pelatihan dan dukungan untuk memperkuat kemampuan digital UMKM batik.

Hal ini mencakup pelatihan manajemen platform online, pemasaran digital, dan manajemen rantai pasokan digital. Penguatan kemampuan digital akan memungkinkan UMKM Batik untuk lebih efektif mengelola dan menggunakan platform online serta mengakses pasar global. Dinas Koperasi dan UKM Jatim bekerja sama dengan pelaku industri global. Melalui kemitraan ini, UMKM batik akan dapat memperluas jangkauan pasar dan mendapatkan akses langsung ke konsumen di seluruh dunia. Kolaborasi dengan pelaku industri global juga memberikan peluang bagi UKM batik untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi pasar global. Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur secara aktif mendukung

partisipasi UKM batik dalam pameran dagang dan pameran internasional. Acara-acara ini memberikan wadah bagi UMKM batik untuk memamerkan produknya kepada calon pembeli di seluruh dunia. Selain itu, mengikuti pameran internasional juga membuka peluang bagi UKM batik untuk menjalin kontak bisnis dan membangun kemitraan dengan pelaku industri global.

Sebagai pelaku ekonomi yang berorientasi pada jasa, koperasi harus mampu membedakan dirinya dalam bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya. Transformasi digital merupakan salah satu upaya untuk memenangkan persaingan bisnis. Transformasi digital ini akan meningkatkan pelayanan dan profesionalisme koperasi serta meningkatkan kredibilitas koperasi di mata anggota dan calon anggotanya. Pada akhirnya akan tercapai tujuan utama koperasi, yaitu meningkatkan daya saing dan tentunya meningkatkan kesejahteraan anggotanya. (Puspitasari et al., 2021) Berikut adalah beberapa strategi yang digunakan oleh dinas koperasi dan ukm jatim untuk dapat mengembangkan produk umkm batik di pasar global:

A. Memperkuat Branding

Upaya penguatan branding produk UMKM antara lain dengan membedakannya dengan produk lain, meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, meningkatkan penjualan produk, menentukan nilai-nilai inti perusahaan, memilih nama perusahaan dan perusahaan yang sesuai. Termasuk dalam memberikan nilai dengan merek yang konsisten, kualitas produk, memanfaatkan media sosial, membuat konten berkualitas, dan memberikan pengalaman positif yang membuat pelanggan ingin merekomendasikan kepada orang lain.

Seperti yang dikatakan oleh pak Hendrik Bayu selaku founder dan owner dari Markaz Design. Dengan ini beliau mengatakan bahwa branding ini merupakan ilmu yang wajib. Beliau juga menjelaskan untuk sebuah produk dalam membangun brand UMKM yang pertama itu terletak pada ownernya untuk dapat membenarkan mindetnya, visinya, kemana arah, dan untuk apa bisnis tersebut. Jika ingin membuar brand yang baik maka harus diawali dengan niat yang baik agar dapat membantu dan bermanfaat buat banyak orang. Untuk yang kedua baru pada sisi produknya branding sendiri bukan hanya terletak pada logo ataupun kemasan, melainkan juga bias dengan produk yang bagus. Sehingga dari produk yang memiliki kualitas yang bagus maka setiap orang juga akan bisa membeli lagi. Kemudian, baru mengarah kepada target marketnya. Sehingga, dari hal tersebut dapat lebih mudah untuk membangun sebuah branding. (Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur, 2023a)

B. Membangun Jaringan dan Kolaborasi

Dinas koperasi dan ukm Jatim memfasilitasi kolaborasi antara produsen batik dengan mitra dalam dan luar negeri. Hal ini memungkinkan UMKM batik memperluas distribusi produk, meningkatkan keahlian produksi, dan mendapatkan akses terhadap sumber daya yang dibutuhkan untuk memenuhi standar pasar global. Oleh karena itu, kerja sama menjadi pendorong utama untuk memperkuat posisi UMKM batik di pasar global. Untuk dapat mengatasi permasalahan yang ada di koperasi maka harus diantisipasi oleh setiap anggota koperasi dengan tujuan dapat meningkatkan kualitas hidup anggota dan komunitas. Seperti pada kegiatan penyuluhan koperasi guna wujudkan koperasi berdaya saing dan

tangguh menghadapi persaingan global yang diadakan pada tanggal 1 Mei 2024 yang bertempat di Hotel Grand Swiss Belhotel Darmo. (Pbl, 2024)



Gambar 1 1 Kegiatan Penyuluhan Koperasi Guna Wujudkan Koperasi Berdaya Saing dan Tangguh Menghadapi Persaingan Global

Seperti yang dikatakan oleh bu Yanti selaku pendiri dari komunitas PELANUSA yang di dirikan pada tahun 2012 yang dimana memiliki pengalaman ekspor ke jepang, malaysia, dan juga vietnam. Beliau mengatakan bahwa pada saat ekspor ke jepang memiliki buyer jepang yang mendidik beliau menjadi UMKM pembelajar supaya bisa membuat produk yang punya potensi ekspor. Hal tersebutlah yang dapat menjadikan beliau dan tim untuk terus belajar mengenai bagaimana menciptakan semua produk yang meskipun dikerjakan secara rumahan atau dikerjakan secara skala UMKM yang dimana standart proseduk yang diterapkan seperti quality control dan kegiatan prototype. Hal inilah yang dapat membuat produk – produk dari komunitas PELANUSA dapat go internasional. (Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur, 2024)

C. Adanya Sertifikasi dan Standarisasi

Dinas koperasi dan ukm Jatim dapat mendukung UMKM batik dengan memfasilitasi proses sertifikasi sesuai standar mutu dan keberlanjutan yang diakui secara internasional. Melalui sertifikasi yang tepat, UMKM batik dapat meyakinkan pasar global

akan keaslian, keamanan, dan keberlanjutan produknya, sehingga memberikan peluang bagi mereka untuk berkolaborasi dengan mitra bisnis internasional dan memperluas pangsa pasarnya dalam skala global. Berikut adalah persyaratan standart pelayanan dinas koperasi dan ukm jatim

1	Koperasi / UKM produsen
2	Ber KTP dan berdomisili di Jawa Timur
3	Memiliki legalitas usaha: NIB dan NPWP
4	Minim produk 20 pcs
5	Mengisi formulir yang dapat didownload melalui link https://intip.in/forngaleri

Selain itu juga terdapat prosedur pelayanan dinas koperasi dan ukm jatim:

1	Mengisi dan melengkapi formulir
2	Mem bawa formulir pendaftaran serta fotocopy legalitas usaha dan contoh produk beberapa item ke Galeri Batik dan Galeri Cenderamata Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur di Jalan Raya Bandara Juanda No.22 Sidoarjo
3	Melakukan kurasi produk
4	Pemohon yang lolos kurasi akan dapat memasarkan produknya di Galeri Batik dan Galeri Cenderamata
5	Sedangkan yang belum lolos akan mendapatkan pembinaan peningkatan kualitas produk melalui BDC/ Klinik K-UKM

Tabel 1 1 Prosedur Pelayanan

A. Pemasaran Digital

Dinas koperasi dan ukm jatim dapat melatih dan memberikan pendampingan kepada UMKM batik dalam penggunaan platform digital seperti media sosial, website, dan pasar online. Dengan menggunakan teknologi ini, UMKM batik dapat menjangkau calon konsumen di seluruh dunia tanpa batasan geografis, mengurangi biaya iklan, dan meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan. Pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk melacak tren pasar secara real-time, dengan cepat mengadaptasi strategi pemasaran, dan dapat membuat pengalaman tersendiri bagi konsumen untuk belanja online yang hal tersebut dapat menarik konsumen di seluruh dunia. Berikut adalah beberapa marketplace yang bekerjasama dengan dinas koperasi dan ukm jatim:



Gambar 1 2 Instagram Galeri dan Cenderamata



Gambar 1 3 Market Place yang Bekerja Sama Dengan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur

B. Berpartisipasi dalam Pameran dan Event

Dinas koperasi dan ukm jatim dapat mendukung UMKM batik dengan memberikan partisipasi dan dukungan dalam acara bergengsi seperti pameran dagang dan festival budaya internasional. Dengan hadir langsung di pameran dan event tersebut, UMKM batik berkesempatan berinteraksi langsung dengan calon pembeli, menjalin kemitraan dengan distributor dan perwakilan penjualan global, serta membangun jaringan luas di industri batik. Oleh karena itu, mengikuti pameran dan event internasional merupakan langkah strategis untuk memperkuat posisi UMKM batik di pasar global. Pada tahun 2023 dinas koperasi dan ukm jatim pernah menggelar event Pameran

dan Demo Day Produk Tenant Inbis Sijawala yang digelar di Plaza Surabaya. Acara yang diadakan selama empat hari pada tanggal 18-21 Desember 2023 ini akan menampilkan berbagai kegiatan seperti pameran produk tenant, talkshow inkubator, dan pitching day. Puncaknya adalah peragaan busana dan seremoni. (Pbl, 2023a)



Gambar 1 4 Pameran dan Demo Day

Dengan melalui strategi – strategi tersebut, UMKM batik berhasil menembus pasar global dengan memanfaatkan keunggulan produk lokal. Kerja sama antara pemerintah dan dunia usaha telah memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran produk, dan memperkuat brand image batik Indonesia di dunia internasional. Inisiatif-inisiatif ini tidak hanya meningkatkan pendapatan para pelaku UMKM, tetapi juga membangun hubungan yang bagus antara Indonesia dan pasar global serta mempromosikan kekayaan budaya dan tradisi lokal.

Upaya Dinas Koperasi dan UKM Jatim Mengatasi Tantangan dalam Pengelolaan Industri UMKM Batik di Pasar Global.

Batik yang diproduksi oleh dinas koperasi dan UKM Jawa Timur semua manual atau tradisional yang dimana semua batik di lukis dengan canting. Dinas koperasi dan UKM Jawa Timur sendiri memiliki kerjasama dengan antar negara, diantaranya yaitu jepang, arab saudi. Dinas koperasi dan

UKM Jawa Timur sendiri memiliki peran untuk menjembatani para ukm agar dapat memperluas produksi industri batiknya sampai luar negara. Hambatannya sendiri ada pada SDM yang dimana biasanya pengrajin daerah yang mereka cenderung sudah nyaman di zona mereka. Dengan ini maka dinas koperasi dan ukm jatim harus melakukan sosialisasi lagi dan melakukan pendampingan agar produk para ukm dapat dipromosikan ke luar negeri dan memfasilitasi pameran - pameran. Batik yang dibawah naungan dinas koperasi sendiri terdapat di 38 kota/kabupaten yang merupakan ukm unggulan yang benar – benar pengrajin bukan tengkolak. Industri batik adalah warisan budaya Indonesia yang satu – satunya memiliki potensi besar di kalangan pasar global. Namun, dinas koperasi dan UKM Jawa Timur menghadapi beberapa hambatan dalam mengelola industri batik, diantaranya:

C. Kurangnya Pembinaan dan Pemberdayaan

Kurangnya bimbingan dan keterampilan menjadi kendala serius dalam mengelola industri batik di Jawa Timur tanpa dukungan yang memadai dari pemerintah dan lembaga terkait. Kurangnya pelatihan, modal usaha, dan akses terhadap teknologi modern juga membatasi potensi pertumbuhan industri batik. Untuk mengatasi tantangan ini diperlukan bimbingan, pelatihan, dan akses terhadap sumber daya yang diperlukan agar industri batik di Jawa Timur dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat lokal dan perekonomian lokal. (Kumalasari et al., 2021) Dalam hal ini kurangnya pembinaan dan pemberdayaan yang ada seringkali tidak efektif dan tidak

berkelanjutan sehingga menyulitkan perusahaan batik untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produknya. Selain itu, tanpa pelatihan dan bimbingan yang tepat, perajin batik tidak dapat mengadopsi teknologi baru dan metode pemasaran yang lebih efektif. Akibatnya, potensi besar industri batik di Jawa Timur kurang dimanfaatkan, sehingga mengakibatkan pertumbuhan ekonomi lokal lumpuh dan terbatasnya perluasan pasar.

D. Persaingan yang Semakin Ketat

Dengan semakin banyaknya usaha batik dan masuknya produk impor, perajin lokal mendapat tekanan untuk mempertahankan daya saing dan pangsa pasar. Selain itu, perubahan tren konsumen serta kebutuhan pasar yang dinamis juga memerlukan inovasi berkelanjutan dalam desain, kualitas, dan strategi pemasaran. Tanpa dukungan yang memadai dari pemerintah dan lembaga terkait dalam hal pelatihan, promosi, dan akses pasar yang lebih luas, mungkin akan sulit bagi perusahaan batik Jawa Timur untuk bersaing secara efektif di pasar yang semakin kompetitif ini. Munculnya batik cap dan produk batik impor dari negara seperti Tiongkok yang lebih murah dan cepat diproduksi telah menurunkan daya saing batik tradisional Jawa Timur. Globalisasi dan industrialisasi telah mengubah selera konsumen, lebih memilih produk yang lebih murah dan mengurangi permintaan terhadap batik lokal. Selain itu, kendala lain seperti ketersediaan bahan baku, perubahan selera konsumen, dan kemampuan manajemen yang kurang memadai juga mempengaruhi daya saing perajin batik di Jawa Timur. (Tjahjani et al., 2019)

Seperti yang dikatakan oleh ibu Shanty Octavia selaku ketua komunitas PAKKARTI (pengrajin kriya kain kulit, dan Art Indonesia) Orwer bisis LEAFCENA. Beliau mengatakan bahwa dalam dunia fashion dipenuhi oleh kolaborasi bukan kompetisi jadi mereka bersinergi. Dalam komunitas tersebut memiliki kegiatan seperti workshop mengenai foto produk, belajar menggunakan canva agar dapat membuat flayer. Meskipun PAKKARTI ini sudah memiliki usia 3 tahun tetapi tidak menyurutkan niat dari pengurusnya untuk mengurus legalitas kelembagaan. Hal ini sangat penting walaupun sebagai perkumpulan untuk jejaring maka untuk menjalin kemitraan juga dibutuhkan legalitas yang jelas, dan beliau ini memilih jenis kelembagaannya adalah perkumpulan. Dengan memiliki legalitas yang jelas membuat mereka memiliki produk – produk yang jelas. (Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur, 2023b)

E. Kurangnya SDM

Kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang kreatif dan berkualitas menjadi kendala utama dalam mengelola industri batik di Jawa Timur. Bagi pelaku ekonomi, seringkali sulit mencari pekerja yang memiliki keterampilan dan pengetahuan memadai dalam proses pembuatan batik, mulai dari desain hingga teknologi produksi. Selain itu, rendahnya tingkat pendidikan dan pelatihan perajin juga membatasi kemampuan mereka dalam mengadopsi teknik baru dan berinovasi pada produk batik. Agar industri batik Jawa Timur dapat berkembang secara berkelanjutan dan bersaing dalam pasar yang semakin mengglobal, maka upaya peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan – pelatihan dan program

pendidikan vokasi menjadi penting. Dalam hal ini kurangnya SDM ini mencakup terbatasnya jumlah dan kualitas tenaga kerja terampil serta kurangnya pelatihan untuk memenuhi kebutuhan unik industri batik. Kondisi ini menjadi kendala bagi perkembangan dan daya saing produk batik di pasaran. Selain itu, kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan perlu lebih ditingkatkan untuk mengatasi kekurangan SDM ini secara efektif.

Salah satu upaya Dinas Koperasi dan UKM Jatim bisa mengatasi tantangan dalam pengelolaan industri batik UMKM adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan untuk peningkatan kualitas produk, serta memfasilitasi akses pasar global melalui platform digital dan pameran internasional.

F. Memberikan Pelatihan dan Bimbingan Peningkatan Kualitas Produk Dalam Rangka Meningkatkan Daya Saing Industri UMKM batik di Pasar Global.

Pemberian pelatihan dan bimbingan untuk meningkatkan kualitas produk merupakan langkah strategis penting dalam upaya meningkatkan daya saing industri UMKM batik di pasar global. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek seperti teknik produksi yang inovatif, penggunaan bahan baku berkualitas tinggi dan penerapan standar kualitas internasional. Selain itu, pedoman desain dan pengembangan produk yang mengikuti tren pasar global akan membantu UMKM batik menjadi lebih kompetitif. Dukungan ini akan memungkinkan UMKM batik menghasilkan produk yang tidak hanya memenuhi namun melampaui ekspektasi konsumen internasional, sehingga memperluas pasar dan meningkatkan kontribusinya terhadap

perekonomian nasional. Peningkatan kualitas produk melalui pelatihan dan penyuluhan juga dapat membuka akses terhadap pasar baru dan memperkuat citra batik sebagai warisan budaya Indonesia yang terkemuka di seluruh dunia.

Dinas koperasi dan UKM Jawa Timur juga melakukan program pelatihan serta bimbingan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para perajin batik dalam teknik manufaktur, desain, dan manajemen produksi yang efisien. Melalui pendekatan ini, UMKM batik dapat menghasilkan produk berkualitas tinggi yang memenuhi standar pasar global. Dalam hal ini dinas koperasi dan ukm jatim pernah menggelar pelatihan keterampilan Seni Pembuatan Batik Ikat Jumput, Di Ikuti Peserta Dari China dan Korea pada tahun 2016. Acara tersebut diadakan di Klinik UMKM / BDC (Business Development Center) milik Diskopumkm. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 25 Agustus 2016 yang di ikuti oleh 40 orang peserta dari kalangan umum, 5 orang dari Persit, dan 5 orang peserta pertukaran budaya pemprov Jatim dengan negara China & Korea. Mereka ini adalah Sun Boqiang, Mo Nailing, Han Xu dan Huang Shipeng dari China. Dan Bae Jae Hyung dari Korea. (Pbl, 2016)



Gambar 1 5 Pelatihan Keterampilan Seni Pembuatan Batik Ikat Jumput, di Ikuti Peserta dari China dan Korea

G. Mempermudah Akses Pasar Global Melalui Platform Digital di Era Digitalisasi

Akses Pasar Global Semakin mudah melalui platform online. Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur telah mengembangkan platform digital khusus untuk UMKM batik, sehingga mereka dapat menjual produknya secara luas tanpa batasan geografis. Platform ini akan memungkinkan UMKM batik untuk menjual produknya ke konsumen di seluruh dunia, sehingga meningkatkan kehadiran dan penetrasi mereka di pasar global. Peran UMKM sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi karena kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja. Hal ini memungkinkan UMKM untuk terus bertahan dan berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Dapat diharapkan UMKM mengikuti proses pemasaran melalui media online dan menjual produk serta media offline. Dengan menggunakan media online melalui koneksi media internet maka jaringan pemasaran produk dapat diperluas dan tidak hanya diketahui oleh masyarakat lokal saja. Namun juga dapat menyebar ke seluruh wilayah. (Novitasari, 2022)

H. Mengikuti Pameran dan Event Sebagai Sarana Promosi dan Penjaringan dalam Rangka Memperluas Pasar Batik Global

Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur secara aktif melibatkan perajin batik dalam pameran dan event. Pameran dan event sendiri merupakan sarana yang sangat penting bagi industri batik Jawa Timur untuk strategi promosi dan jaringan pasar global. Dengan mengikuti pameran dan event tersebut, perusahaan-perusahaan batik dapat memperluas jangkauan pasarnya, menjangkau calon pembeli dari berbagai

negara, serta memperkenalkan kekayaan budaya dan keunikan produk batik lokal ke dunia internasional. Selain itu, pameran dan event ini juga memberikan peluang bagi pelaku ekonomi untuk menjalin jaringan dengan pemangku kepentingan global seperti pedagang, pembeli grosir, dan perwakilan media, sehingga meningkatkan ekspor dan meningkatkan pangsa pasar di pasar dunia. Oleh karena itu, mengikuti pameran dan event ini merupakan strategi yang efektif untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan industri batik Jawa Timur di pasar global yang semakin kompetitif.

Mengingat adanya hambatan dalam mengelola industri batik di pasar dunia, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur telah mengambil beberapa upaya – upaya yang sudah dijelaskan diatas. Melalui berbagai program dan inisiatif, dinas koperasi dan ukm jatim berupaya meningkatkan kualitas produk batik lokal dan memperluas jangkauan pasarnya. Melalui kerja sama antara pemerintah, pemangku kepentingan ekonomi, dan masyarakat lokal, industri batik Jawa Timur dapat terus berkembang, bersaing secara global, memperkuat identitas budaya Indonesia, dan memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal dan negara secara keseluruhan.

Analisis

Konsep tindakan sosial pertama kali diperkenalkan oleh seorang sosiolog yang berasal dari Jerman yang bernama Max Weber. Tindakan sendiri merupakan suatu aktivitas apa pun yang dilakukan seseorang. Kegiatan ada yang tergolong kegiatan sosial, ada pula yang tidak. Menurut Max Weber, tindakan manusia ada yang dapat digolongkan sebagai tindakan sosial, ada pula yang tidak dapat digolongkan sebagai

tindakan sosial. (Kamanto, 2004) Strategi Dinas Koperasi dan UKM Jatim dalam mengembangkan industri batik bagi UMKM untuk meningkatkan daya saingnya di pasar dunia dapat dianalisis dengan menggunakan teori tindakan sosial Max Weber. Weber berpendapat bahwa tindakan sosial dapat dipahami dengan terdapatnya maknamakna yang terkandung di dalamnya. Dalam kaitan ini, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur akan berperan sebagai agen pelaksana strategi untuk mendukung UKM dalam pengembangan industri batik.

Pertama, dalam pandangan Weber, langkah-langkah yang diambil Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur untuk mengembangkan industri batik dapat dipahami sebagai langkah-langkah rasional yang didasarkan pada pertimbangan kinerja dan efisiensi. Mereka menyadari potensi industri batik sebagai aset yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. Dalam konteks tindakan sosial Max Weber, langkah dinas koperasi dan UKM Jawa Timur untuk mengembangkan industri batik dapat dilihat melalui perilaku rasional instrumental dan perilaku rasional berorientasi nilai. Upaya pemberian pelatihan keterampilan dan teknis kepada perajin batik bersifat instrumental dan rasional. Gerakan ini dikembangkan dengan tujuan khusus untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas perajin serta memaksimalkan kinerja ekonomi industri batik. Dengan menggunakan teknik pewarnaan alami dan teknologi digital, para perajin akan mampu menghasilkan batik yang lebih beragam dan berkualitas serta menjangkau pasar yang lebih luas melalui e-commerce. Pendekatan ini mencerminkan perilaku rasional instrumental karena berfokus pada tujuan

tertentu dan pemilihan cara yang paling efektif untuk mencapainya.

Kedua, strategi yang diterapkan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur dapat dimaknai sebagai bentuk tindakan yang berpengaruh kuat dengan menggunakan kewenangan dan politik untuk memandu perkembangan industri batik. Hal ini termasuk memberikan saran, pelatihan, dan dukungan finansial kepada UMKM untuk meningkatkan kualitas dan inovasi produk batik. Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur telah melakukan berbagai langkah strategis untuk mengembangkan industri batik dengan menggunakan kegiatan sosial yang sejalan dengan nilai-nilai kegiatan sosial Max Weber. Salah satu langkah utamanya adalah pelatihan dan lokakarya yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para perajin batik. Kegiatan ini mencerminkan perilaku rasional yang berorientasi pada tujuan (objektif rasionalitas), dimana sektor koperasi bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing pasar produk batik melalui pelatihan terstruktur dan pendidikan lebih lanjut.

Ketiga, pendekatan Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur juga mencerminkan kegiatan tradisional menjaga dan mengembangkan nilai-nilai budaya lokal melalui promosi dan perlindungan warisan batik Jawa Timur. Hal ini tidak hanya meningkatkan citra produk batik tetapi juga membantu UMKM memasuki pasar global dengan identitas yang kuat. Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur juga menggalakkan pameran dan festival batik dengan partisipasi masyarakat yang lebih luas. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan apresiasi dan kecintaan terhadap batik sebagai warisan budaya. Aksi ini dapat

digolongkan sebagai aksi tradisional dengan semangat Max Weber, dimana masyarakat dihimbau untuk menghormati dan melestarikan tradisi batik yang telah diwariskan secara turun temurun. Melalui berbagai program tersebut, sektor koperasi bertujuan untuk mengintegrasikan nilai-nilai sosial ke dalam pengembangan industri batik dan dapat memberikan dampak yang positif bagi masyarakat Jawa Timur.

Keempat, strategi yang diterapkan juga dapat dilihat sebagai sebuah aksi emosional dimana Dinas Koperasi UKM Jawa Timur mempunyai ketertarikan dan komitmen yang besar terhadap kesejahteraan UMKM dan industri batik secara keseluruhan. Mereka berusaha membangun hubungan yang kuat dengan pemangku kepentingan industri, memberikan dukungan moral, dan memotivasi pertumbuhan. Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur juga mendukung diadakannya pameran batik di berbagai tempat yang memiliki nilai sentimental bagi masyarakat setempat, seperti museum, galeri seni, dan tempat bersejarah. Pameran ini bertujuan tidak hanya menyampaikan keindahan batik, namun juga sejarah dan nilai yang tertanam pada motif batik. Pengabdian kolaboratif ini bertujuan untuk membangkitkan rasa nostalgia dan ikatan emosional terhadap warisan budaya masyarakat dengan menampilkan batik di tempat-tempat yang bernilai sejarah dan budaya. Langkah ini turut memperkuat identitas budaya dan rasa memiliki masyarakat Jawa Timur terhadap batik.

Dinas koperasi dan UKM Jawa Timur telah melakukan berbagai langkah strategis untuk mengembangkan industri batik dengan menggunakan teori perilaku sosial Max Weber, meliputi perilaku rasional, tradisional, dan emosional. Lembaga ini

fokus pada peningkatan keterampilan para perajin melalui pelatihan dan pembentukan koperasi dan kolaborasi yang memperkuat nilai-nilai sosial seperti solidaritas dan kebersamaan serta mencerminkan perilaku rasional. Inisiatif seperti mengadakan festival batik dan program pendidikan bagi generasi muda menunjukkan komitmen terhadap tindakan tradisional yang bertujuan melestarikan dan menghargai warisan budaya. Oleh karena itu, lembaga ini melakukan kegiatan kemasyarakatan, kampanye emosional dan pameran di lokasi bersejarah, memberikan kegiatan sosial yang mendorong masyarakat untuk semakin mencintai dan mengapresiasi batik sebagai bagian dari identitas budayanya. Secara keseluruhan, langkah-langkah ini akan membantu menjadikan industri batik sebagai warisan budaya yang berharga dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat Jawa Timur

KESIMPULAN

Dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa guna meningkatkan daya saing industri batik yang merupakan salah satu kekayaan budaya khas daerah, Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur telah menerapkan berbagai strategi. Salah satu strategi utama yang mereka terapkan adalah dengan memperkuat branding, membangun jaringan dan kolaborasi, adanya sertifikasi dan standarisasi, pemasaran digital, dan juga berpartisipasi dalam pameran dan juga event. Dengan adanya hambatan dalam pengelolaan indsutri batik, diantaranya: kurangnya pembinaa dan pemberdayaan, persaingan yang semakin ketat, dan kurangnya SDM. Sehingga dapat memunculkan beberapa upaya yang dilakukan oleh dinas koperasi dan UKM Jawa Timur, diantaranya dengan

memberikan pelatihan serta bimbingan pada peningkatan kualitas produk dalam rangka meningkatkan daya saing industri UMKM batik di pasar global, mempermudah akses pasar global melalui platform digital di era digitalisasi, dan juga mengikuti pameran dan event sebagai sarana promosi dan penjangkaran dalam rangka memperluas pasar batik global.

Strategi dinas koperasi dan UKM Jawa Timur dalam mengembangkan industri batik bagi UMKM untuk meningkatkan daya saingnya di pasar global dapat dianalisis secara menyeluruh dengan menggunakan teori tindakan sosial Max Weber. Pendekatan yang dilakukan dinas koperasi dan UKM Jawa Timur meliputi tindakan rasional berdasarkan pertimbangan kinerja dan efisiensi, tindakan kekuasaan melalui kebijakan dan pedoman, tindakan tradisional melalui pembelaan nilai-nilai budaya, dan tindakan emosional yang menunjukkan ketertarikan pada pemangku kepentingan industri. Dengan menggabungkan berbagai jenis kegiatan sosial, strategi ini tidak hanya meningkatkan kualitas dan inovasi produk batik, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal dan mendukung keberlanjutan industri batik di pasar global

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. (2023a). *Membangun Branding Produk UMKM*. [www.youtube.com. https://youtu.be/xuT404bhmeM?si=wz0VenGGiQrdhseX](https://youtu.be/xuT404bhmeM?si=wz0VenGGiQrdhseX)
- Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. (2023b). *Meningkatkan Produktivitas Produk UMKM Kriya Provinsi Jawa Timur*. [www.youtube.com. https://www.youtube.com/live/42zkCVo6mi4](https://www.youtube.com/live/42zkCVo6mi4)
- Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. (2024). *Dari Komunitas Menghasilkan Produk UKM Berkualitas Bersama Pelanusa*. [www.youtube.com. https://youtu.be/xbHfU3pAK4E?si=fEmfo7qeZhVrKaty](https://youtu.be/xbHfU3pAK4E?si=fEmfo7qeZhVrKaty)
- Huda, M. S. (2078). Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Industri Batik di Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. *JURNAL REVITALISASI Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 165–175. <https://core.ac.uk/download/pdf/196255896.pdf>
- Ika Fitriyani, Nining Sudiyarti, M. N. F. (2020). Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi Covid-19. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, Vol. 1 No. 2, 2020: 87-9587, 6(3), 251–255.
- Kairupan, B. S., & Mandagi, M. (2015). *Peran pemerintah daerah dalam persaingan global*. September, 425.
- Kamanto, K. (2004). *Pengantar Sosiologi*. Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI.
- Kumalasari, Y. Y., Suryono, A., & Rozikin, M. (2021). Pembinaan dan Pemberdayaan Pengrajin Batik (Studi di Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian, Perdagangan dan ESDM Kabupaten Sidoarjo dan Industri Kecil Kampoeng Batik Jetis Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, 2(1), 66–70. www.kabarbisnis.com
- Muhlis, A., & Norkholis, N. (2016). Analisis Tindakan Sosial Max Weber dalam Tradisi Pembacaan Kitab Mukhtashar

- Al - Bukhari (Studi Living Hadis). *Jurnal Living Hadis*, 1(2), 242. <https://doi.org/10.14421/livinghadis.2016.1121>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 2(9), 184–204.
- Nugrahani Farida. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.
- Pbl, T. (2016). *Pelatihan Seni Pembuatan Batik Ikat Jumpat, Di Ikuti Peserta Dari China Dan Korea*. Dinas Koperasi Dan UKM Jawa Timur. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/berita/pelatihan-seni-pembuatan-batik-ikat-jumpat-di-ikuti-peserta-dari-china-dan-korea>
- Pbl, T. (2023a). *Pameran Dan Demo Day Tenant Inbis Sijawara*. Dinas Koperasi Dan UKM Jawa Timur. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/berita/pameran-dan-demo-day-tenant-inbis-sijawara>
- Pbl, T. (2023b). *Transformasi Usaha Dan Transformasi Digital Bagi Pelaku KUMKM Guna Menenangkan Persaingan Bisnis*. Dinas Koperasi Dan UKM Jawa Timur. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/berita/transformasi-usaha-dan-transformasi-digital-bagi-pelaku-kumkm-guna-menenangkan-persaingan-bisnis>
- Pbl, T. (2024). *Penyuluhan Koperasi Guna Wujudkan Koperasi Berdaya Saing dan Tangguh Menghadapi Persaingan Global*. Dinas Koperasi Dan UKM Jawa Timur.
- Puspitasari, N., Nur Faizah, A., Adryan Okuputra, M., & Shandy Narmaditya, B. (2021). Implementasi Koperasi Digital di Malang: Apakah Benar-Benar Digital? *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 143–150. <http://diskopukm.jatimprov.go.id/>
- Subekti, P., Hafiar, H., & Komariah, K. (2020). Upaya Pengembangan Industri Batik di Indonesia. *Dinamika Kerajinan Dan Batik: Majalah Ilmiah*, 37(1), 41–54. <https://doi.org/10.22322/dkb.V36i1.4149>
- Tjahjani, I. K., Baharuddin, F., & Yulawati, E. (2019). Strategi Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis dan Peningkatan Daya Saing Pengrajin di Desa Sekardangan Sidoarjo. *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian Dan Penerapan IPTEK)*, 3(1), 51–60. <https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2019.v3i1.483>