

PENGEMBANGAN SENTRA BATIK SKALA HOME INDUSTRY DESA KONDANGJAJAR KABUPATEN PANGANDARAN JAWA BARAT

Granit Agustina¹, Feby Febrian², Dudi Suparyogi³.

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti

³Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

Abstrak

Batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia. Batik Indonesia dapat berkembang sampai pada suatu tingkatan yang tidak ada bandingannya baik dalam desain atau motif maupun prosesnya. Desa Kondangjajar Kecamatan Cijulang sebagai salah satu wilayah di Kabupaten Pangandaran melakukan terobosan dengan mengembangkan seni kerajinan batik yang dinamakan “Batik Kodja (Kondangjajar)” bermotifkan “Ikan Marlin” di mana ikan marlin tersebut menjadi brand mark di Kabupaten Pangandaran. Dalam perjalanannya, seni kerajinan batik di Desa Kondangjajar mengalami pasang surut terutama kurangnya tenaga kerja sebagai pembatik yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pasar, masih kurangnya pengetahuan tentang teknik batik yang baik dan benar termasuk didalamnya teknik pewarnaan. Desa Kondangjajar Kecamatan Cijulang sebagai salah satu wilayah di Kabupaten Pangandaran dengan mayoritas mata pencaharian penduduknya menjadi nelayan, petani, peternak dan *tour guide*. Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka upaya strategis melalui kegiatan KKN-KKU dapat dijadikan sebagai salah satu solusi pemecahannya. Kegiatan diawali dengan tahapan koordinasi program kepada kelompok sasaran, dilanjutkan dengan pelatihan yang dituntun oleh instruktur yang berpengalaman dan diakhiri dengan sosialisasi seni membatik. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan batik tulis di “Batik Kodja” mampu menambah manfaat dan pemahaman teknik membatik dan mewarnai yang lebih berkualitas sehingga kedepannya dapat berpengaruh terhadap peningkatan kualitas Batik Kodja.

Keywords: Pengembangan Batik kodja, Home Industry, Pangandaran

Abstract

Batik is the work of the Indonesian people which is a blend of art and technology by the ancestors of the Indonesian nation. Indonesian batik can develop to a level that is incomparable both in design or motifs as well as in the process. Kondangjajar Village, Cijulang District, as one of the areas in Pangandaran Regency, made a breakthrough by

developing the art of batik craft called "Batik Kodja (Kondangjajar)" with the motif of "Marlin Fish" where the marlin fish became a brand mark in Pangandaran Regency. In its journey, the art of batik in Kondangjajar Village experienced ups and downs, especially the lack of adequate labor as batik to meet market needs, there was still a lack of knowledge about good and correct batik techniques including coloring techniques. Kondangjajar Village, Cijulang District, as one of the areas in Pangandaran Regency with the majority of the population's livelihood being fishermen, farmers, breeders and tour guides. Based on these considerations, strategic efforts through KKN-KKU activities can be used as a solution. The activity begins with the stage of program coordination to the target group, followed by training led by experienced instructors and ends with the socialization of the art of batik. The results of the activity show that the written batik training at "Batik Kodja" is able to increase the benefits and understanding of higher quality batik and coloring techniques so that in the future it can have an effect on improving the quality of Batik Kodja.

Keywords: Development of Kodja Batik, Home Industry, Pangandaran

PENDAHULUAN

Batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi yang digagas para leluhur bangsa Indonesia. Batik Indonesia dapat berkembang sampai pada suatu tingkatan yang tidak ada bandingannya baik dalam desain atau motif maupun prosesnya. Batik merupakan kain yang dilukis dengan cairan lilin malam menggunakan alat bernama canting sehingga kain tersebut terdapat lukisan bernilai seni tinggi dan batik juga sudah diakui menjadi ciri khas pakaian orang Indonesia, karena kain batik sangat dekat sekali dengan seluruh aspek kehidupan masyarakat Indonesia.

Hampir semua seragam sekolah, pegawai swasta dan pegawai pemerintahan menggunakan kain batik. Bahkan kain batik sudah ditetapkan UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) sebagai warisan budaya Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009.

Batik adalah istilah yang digunakan untuk menyebut kain bermotif yang dibuat dengan teknik *resist* menggunakan material lilin malam (Soedarmono, 2006; Nurainun et al, 2008). Batik secara historis berasal dari zaman nenek moyang sejak abad 17 (XVII) yang ditulis dan dilukis pada daun lontar. Saat itu motif atau pola batik masih didominasi dengan bentuk binatang dan tanaman, maupun abstrak yang selanjutnya melalui penggabungan corak lukisan dengan seni dekorasi pakaian, muncul seni batik tulis (Prasetyo, 2010: 10).

Batik sudah sejak lama menjadi salah satu kekayaan tekstil dan budaya Indonesia. Kain batik hingga kini masih digunakan oleh wanita dan pria dan telah berabad-abad lamanya menjadi bagian penting dari busana melayu. Batik bukan sekedar kain yang digunakan sebagai bawahan atau pakaian di waktu upacara akan tetapi telah menjadi pakaian yang digunakan setiap hari (Van Roojen, 2011). Salah satu contoh yang ada sekarang adalah batik dari Pangandaran dengan motif ikan Marlin yang merupakan relief candi, wayang dan sebagainya.

Salah satu wilayah di Jawa Barat yang memiliki industri pengrajin batik dalam skala home industry adalah Desa Kondangjajar Kecamatan Cijulang Kabupaten Pangandaran. Pengrajin batik yang berasal dari Desa Kondangjajar, Kecamatan Cijulang kini memproduksi batik dengan motif ikan marlin. Diambilnya motif ikan

marlin karena sebagai ikon pariwisata di daerah Pangandaran, bahkan ikan marlin juga dijadikan sebagai patung (tugu) yang berada di pintu masuk pantai Pangandaran.



Sumber: Dokumen

Gambar 1.
Motif Ikan Marlin Batik Khas Pangandaran

Salah seorang perajin batik di Desa Kondangjajar adalah Rusdaya Saleh Hidayat. Sebagai pemilik Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) “Batik Kodja” yang sudah menjalankan usaha batiknya dari tahun 2015, yang dinamakan ‘Batik Kodja’ menurutnya pengambilan nama Batik Kodja berasal dari nama Desa yaitu Desa Kondangjajar. Industri Batik Kodja merupakan usaha kecil menengah lokal yang berfokus pada pembuatan kain batik dengan teknik cap, canting tulis dan kombinasi cap dan canting tulis batik tradisional, hasil produksi Batik Kodja khususnya motif Ikan Marlin sudah tembus ke berbagai daerah di antaranya Jawa Barat, Bali, Sulawesi dan di pasar konvensional serta platform digital media sosial.

Motif batik kodja sudah terdaftar dan memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Kemenkumham RI. Setelah hasil produksi batiknya dapat diterima dipasaran secara luas, maka ia berpikir untuk membangun sebuah rumah produksi (*Home Industry*) yang dapat dikelola dengan profesional.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan Rentang Tahun 2021 - 2023

Tahun	Wisatawan Mancanegara (Jiwa)	Wisatawan Nusantara (Jiwa)
2021	3.604.113	12
2022	4.246.894	1.291
2023	3.894.645	3.930

Sumber: BPS, 2024

Tabel 1 diatas menunjukkan Jumlah wisatawan asing maupun domestik yang cukup banyak berkunjung ke daerah Pangandaran, hal ini memberikan peluang yang besar untuk dapat mengembangkan usaha batik Kodja. Permintaan konsumen baik secara langsung yang datang ke lokasi maupun yang dilakukan melalui online pun semakin hari semakin banyak. Kondisi ini menuntut para pelaku usaha batik di wilayah Pangandaran untuk dapat mengembangkan produknya baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Pengembangan produk sendiri merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik sehingga memberikan pengaruh daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar terhadap pengembangan produk itu sendiri (Assauri, 2016).

Perkembangan Batik Kodja masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan keterampilan, kurangnya akses pemasaran, dan belum terbentuknya model bisnis berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan intervensi strategis melalui program pengabdian kepada masyarakat guna mendorong tumbuhnya industri rumahan (home industry) batik di desa ini.

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas warga desa, khususnya kelompok perajin batik, dalam meningkatkan produktivitas, kualitas produk, dan pemasaran batik khas daerah khususnya Batik Kodja Pangandaran. Pendekatan yang digunakan meliputi pelatihan teknis, manajemen usaha, hingga strategi pemasaran digital.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sugiono (2014 : 21) menyatakan bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang memberikan gambaran yang menyeluruh dan jelas terhadap situasi sosial yang diteliti, komparatif berbagai peristiwa dari situasi sosial satu dengan situasi sosial yang lain atau dari waktu tertentu dengan waktu yang lain atau dapat menemukan polapola hubungan antara aspek tertentu dengan aspek yang lain, dan dapat menemukan hipotesis dan teori.

PENGUMPULAN DATA

Teknik Pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengajukan berbagai pertanyaan antara peneliti dan informan. Menurut Sugiono (2014 : 316), wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

2. Observasi

Observasi digunakan untuk mengamati, mencatat hal-hal, perilaku, perkembangan dan sebagainya yang berkaitan tentang penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah dokumen yang bisa berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan.

Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa. Peneliti melakukan pengumpulan data yang relevan yaitu berupa arsip-arsip, buku-buku, internet, catatan-catatan lain yang berhubungan dengan penelitian ini yang dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti.

TEKNIK ANALISIS DATA

Data Penelitian ini menggunakan analisis data yang telah dikembangkan oleh Miles dan Huberman dalam Sugiono (2014 :337) analisis data kualitatif terdiri dari 3 prosedur, yaitu :

1. Reduksi data
Reduksi data, merupakan proses berfikir sensitif yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi.
2. Penyajian data
Penyajian data, dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, pie chart, pictogram dan sejenisnya.
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi
Penarikan kesimpulan atau verifikasi, merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini dilaksanakan di rumah batik Kodja yang dimiliki Rusdaya Saleh Hidayat, yang berlokasi di Desa Kondangjajar, Kecamatan Cijulang. Kegiatan ini juga didampingi narasumber Tina Maryana, selaku Kepala Bidang Koperasi dan Usaha Mikro Dinas Perdagangan dan Koperasi UMKM Kabupaten Pangandaran. Beberapa tahapan utama yang dilakukan dalam kegiatan ini, yaitu:

1. Identifikasi Potensi dan Permasalahan

Melalui observasi lapangan dan diskusi kelompok bersama para pemilik industri rumahan batik, diperoleh gambaran tentang potensi Batik Kodja dan hambatan yang dihadapi. Kegiatan ini dilakukan melalui wawancara, diskusi bersama dengan para pelaku usaha batik. Home industry Batik Kodja memiliki potensi besar apabila dikelola dengan baik. Batik sendiri memiliki nilai seni yang tinggi dan keunikan tersendiri dari setiap daerah khususnya untuk batik khas Pangandaran dengan didukung oleh wilayah yang merupakan wisata yang dikenal oleh masyarakat luas, motif yang unik didukung dengan teknik membatik, mewarnai dapat menjadi keuntungan tersendiri bagi para pelaku usaha batik di daerah Kondangjajar ini. Gambar 2 menunjukkan salah satu kegiatan yang dilakukan selama melakukan kegiatan pengabdian di Desa Kondangjajar, Cijulang, Pangandaran.



Sumber: Dokumentasi

Gambar 2.
Kegiatan Diskusi Bersama Para Pelaku Usaha

2. Pelatihan Teknis Membatik

Beberapa hal lain yang dilakukan dalam rangka peningkatan kualitas dari para pelaku usaha batik diantaranya Kegiatan pelatihan membatik difokuskan pada pewarnaan alam, pengembangan motif khas Kondangjajar yaitu motif ikan marlin, dan teknik membatik modern. Kegiatan lainnya inovasi dalam pembuatan motif melalui serangkaian acara sayembara kreasi motif batik ikan marlin yang bekerja sama dengan pemerintah daerah. Hal tersebut dilakukan guna mengembangkan kreasi motif batik khas Pangandaran yang bermotifkan ikan marlin yang memiliki sifat lincah atraktif dan selalu bergerak.

3. Pelatihan Manajemen Usaha dan Keuangan

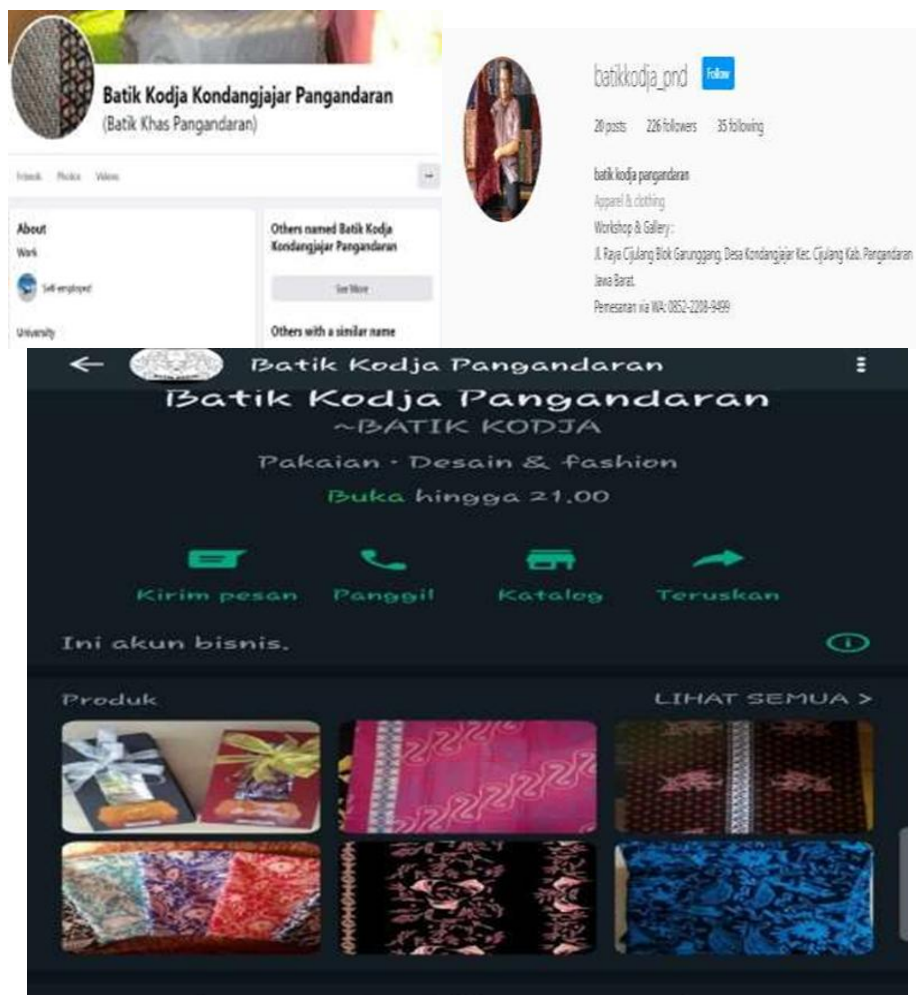
Peserta diberikan pelatihan dasar-dasar manajemen usaha mikro, seperti pencatatan keuangan, perhitungan harga pokok produksi. Selain itu juga peserta diberikan pelatihan tentang manajemen Keuangan yang merupakan aktivitas pemilik dan manajemen perusahaan untuk memperoleh sumber modal yang semurah-murahnya dan menggunakannya seefektif, se-efisien, seproduktif mungkin untuk menghasilkan laba (Mulyanti, 2017). Namun dari hasil observasi juga diketahui masih adanya kendala-kendala yang dihadapi oleh para pelaku usaha diantaranya kurangnya modal yang masih harus ditindak lanjuti oleh pemerintah daerah melalui pengelolaan Bumdes maupun koperasi yang ada di sekitar wilayah Pangandaran.

4. Pengenalan Pemasaran Digital

Peserta dikenalkan dengan strategi pemasaran melalui media sosial, marketplace, dan branding produk. Kondisi persaingan usaha dengan produk-produk batik dari daerah lain dan negara lain baik untuk batik tulis maupun batik cap yang cukup pesat, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk belajar dalam penggunaan teknologi dan teknik pemasaran secara digital. Pemasaran digital atau lebih dikenal dengan digital marketing adalah istilah umum untuk pemasaran barang atau jasa yang ditargetkan, terukur, dan interaktif dengan

menggunakan teknologi digital (Andy, 2020:11). Tujuan utama dari digital marketing adalah untuk mempromosikan merek, membentuk preferensi dan meningkatkan traffic penjualan melalui beberapa teknik pemasaran digital. Istilah lain dari digital marketing adalah online marketing atau internet marketing. Digital marketing sebenarnya hampir mirip dengan pemasaran pada umumnya. Namun, yang membedakan adalah perangkat yang digunakan. Beberapa hal yang dilakukan dalam mengurangi kesenjangan persaingan yang tinggi diantaranya adalah pelatihan-pelatihan dalam penggunaan teknologi, pelatihan dalam penggunaan media sosial dan *market place* dalam memasarkan produk yang lebih luas. Selain itu juga beberapa pelaku usaha batik juga diharapkan dapat mengikuti berbagai kegiatan pameran yang diselenggarakan oleh Dinas Perdagangan dan Koperasi UMKM Kabupaten Pangandaran.

Teknik pemasaran digital telah dilakukan oleh para pelaku usaha namun belum di optimalkan sehingga melalui kegiatan pengabdian ini Kembali diulas lebih mendalam dan praktek langsung terkait penggunaan media sosial dalam pemasaran digital.



Sumber: Dokumentasi

Gambar 3.

Pemasaran melalui Media Sosial (Instagram, Facebook dan Whatsapp)

Gambar 3 menunjukkan pemasaran batik kodja melalui media sosial. Pemasaran melalui media sosial pada era digital elektronik saat ini sangat diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar dan mengenalkan produksi khas Kabupaten Pangandaran kepada masyarakat luas se-Indonesia bahkan hingga ke luar negeri.

SIMPULAN

Pengembangan sentra batik skala home industri desa kondangjajar kabupaten pangandaran jawa barat telah dilakukan melalui beberapa kegiatan dalam pengandian kepada masyarakat diantaranya Teknik membatik, pelatihan manajemen usaha dan keuangan, dan pengenalan pemasaran digital. Dari hasil kegiatan tersebut beberapa target yang dicapai dan memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Kondangjajar, di antaranya: Peningkatan Kapasitas Pengrajin dimana terlihat peserta pelatihan menunjukkan peningkatan kemampuan teknis dalam membatik; Diversifikasi Motif Batik ditunjukkan dengan adanya motif-motif baru yang menggambarkan kekayaan alam dan budaya lokal Kondangjajar berhasil dikembangkan dan diaplikasikan pada kain batik; Terbentuknya *Home Industry* Batik Kodja. Beberapa kelompok usaha kecil mulai memproduksi batik secara berkelanjutan di rumah masing-masing, dengan sistem pembagian kerja dan kolaborasi komunitas; Akses Pasar yang Lebih Luas. Melalui media sosial dan *e-commerce* lokal, produk Batik Kodja mulai dikenal dan diminati oleh pasar di luar daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. 2016. "Manajemen Operasi Produksi". PT .Raja Grafindo Persada : Jakarta
- Andy, 2020. "Digital Marketing". Edulitera : Malang
- Holfian dan Eoudia, 2020. Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada Pt Astragraphia Medan. Jurnal Manajemen Volume 6 Nomor 1
- Mulyanti, 2017 MANAJEMEN KEUANGAN PERUSAHAAN AKURAT. Jurnal Ilmiah Akuntansi Volume 8, Nomor 2, hlm 62-71
- Prasetyo, Anindito. 2010. Batik Karya Agung Warisan Budaya Dunia. Yogyakarta: Pura Pustaka.
- Soedarmono, 2006, Mbok Mase Pengusaha Batik Laweyan Solo Awal Abad 20. Jakarta : Yayasan Warna Warni Indonesia.
- Sugiono. 2014. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Nurainun., Heriyana.dan Rasyimah, 2008,"Analisis Industri Batik Di Indonesia", Dalam Fokus Ekonomi (FE),Volume 7. Nomor 3, 124 – 135.
- Van Roojen, P, 2011, Batik Design. Singapore: The Pepin Press.