

Pendekatan *Triple Helix* (ABG) dalam Pengembangan Desa Wisata Batik Tuban di Kabupaten Tuban

(The Triple Helix Approach in Developing of Desa Wisata Batik Tuban in Tuban Region)

Sri Wahyuni, Yuslinda Dwi Handini, Wheny Khristanto
Dosen FISIP Universitas Jember
yuni.adbispar@gmail.com

Abstract

This research develops toward the industrial center and batik Desa Wisata model. The main purpose of this research is redesign model Kampung Wisata based on interest Batik. The main concept of this policy design is Batik Specialized Industrial Distric with triple helix approach that collaborating the role of Academics, Business, and Government (ABG) in developing Desa Wisata..This research also mapping and strategy designing related to the required policy and infrastructure, promotion, capacity building, and products inovation that is offered by Kampung Wisata Batik. The comprehensive analysis is including evaluation with retrospective and prospective approach. Retrospective approach is used to evaluate Tuban Batik power and challenge in the batik market, while prospective approach is used to predict and anticipate challenge and chance that may come up if batik tourism village model is developed with creativity basic, and also discovery learning toward the the finding so it can be included when there is policy making

Keywords: academics, business, government, desa wisata, batik

Abstrak

Penelitian ini merupakan penjabaran tentang rancangan model sentra industri dan desa wisata batik. Tujuan utama pada riset ini yakni membuat desain model desa wisata ideal dengan basis *interest* pada batik. Konsep utama dalam desain kebijakan ini adalah *Specialized Industrial Distric* ‘Batik’ dengan pendekatan *triple helix* yang mengkolaborasikan peran Akademisi, *Business* dan *Government* (ABG) dalam pengembangan desa wisata. Pada penelitian ini juga akan melakukan pemetaan dan desain strategi yang menyangkut: kebijakan dan infrastruktur yang dibutuhkan, promosi, *capacity building* serta inovasi produk-produk yang ditawarkan oleh sebuah desa wisata batik. Analisis dilakukan secara komprehensif yang meliputi evaluasi dengan pendekatan retrospektif dan prospektif. Pendekatan retrospektif digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan tantangan Batik Tuban dalam pasar batik, sedangkan pendekatan prospektif digunakan untuk memprediksi dan mengantisipasi tantangan dan peluang yang mungkin akan muncul apabila dikembangkan model desa wisata batik berbasis kreativitas, serta *discovery learning* terhadap temuan untuk menjadi masukan dalam pengambilan kebijakan.

Kata Kunci: akademisi, bisnis, pemerintah, desa wisata, batik

1. Pendahuluan

Tuban merupakan wilayah yang mempunyai keanekaragaman budaya dan juga memiliki potensi pariwisata yang dapat dijadikan peluang bisnis untuk mensejahterakan masyarakatnya, salah satunya adalah industri batik yang sedang berkembang di Indonesia, yaitu batik Tuban. Industri batik di Kabupaten Tuban terkonsentrasi di Kecamatan Kerek yang merupakan pusat produksi perbatikan. Seperti juga model-model batik lainnya, kini Batik Tuban diproduksi untuk berbagai kepentingan, tidak hanya untuk kain saja.

Proses produksi batik kini telah bergeser dari yang sifatnya teknis hingga 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.tanpa mengacak pakem dari batik khas Tuban.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, diperoleh data dan informasi bahwa di Kabupaten Tuban selain terdapat batik Tuban juga terdapat batik tulis tenun (gedhog). Nampaknya jenis batik gedhog ini menjadi ciri khas utama batik Tuban. Jika batik tulis banyak terdapat di berbagai daerah

di Indonesia, namun batik tulis gedhog hanya terdapat di Kabupaten Tuban. Hal ini tentunya menjadi tantangan dan daya tarik tersendiri.

Selain itu dapat dijelaskan bahwa peran ABG (Akademisi, Bisnis, Pemerintah) di kabupaten Tuban dalam pengembangan desa wisata batik masih belum optimal. Oleh karena itu melalui penelitian ini mengkaji pendekatan triple helix (ABG) dalam pengembangan desa wisata batik Tuban di kabupaten Tuban.

2. Pemasaran

Salah satu dari tipe batik di Indonesia adalah Batik Tuban yang memiliki kekhasan dalam segi bahan baku dan motif. Batik Tuban lebih dicirikan dengan sebutan Batik Gedhog, karena menggunakan kain tenun Gedhog. Batik Ghedog Tuban merupakan salah satu industri yang mampu menompang pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja di banyak desa, karena sebagian besar bahan baku diproduksi oleh masyarakat di sekitar sentra kerajinan Batik Ghedog. Data dari Dinas Perindustrian Perdagangan dan Promosi sampai dengan tahun 2007 terdapat sekitar 224 unit usaha industri batik dengan menyerap sekitar lebih dari 400 pengrajin. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat peluang bagi industri terkait untuk membangun perekonomian pedesaan

Permasalahan produk batik yang bertumpu pada motif tradisional adalah pemasaran. Poerwanto (2006:226) mengatakan bahwa pemasaran adalah proses untuk memproduksi barang atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh masyarakat dengan sasaran untuk memberikan kepuasan dan keuntungan bagi kedua belah pihak serta bertanggung jawab terhadap lingkungannya. Definisi tersebut mengandung dua unsur pokok ; pasar dan lingkungan. Pasar ditinjau dari pendekatan pemasaran dipahami sebagai kumpulan orang yang mempunyai kebutuhan, keinginan, kemampuan dan kemauan untuk berbelanja. Sedangkan lingkungan diartikan elemen-elemen yang merupakan pihak-pihak berkepentingan yang berada di dan berkaitan dengan proses untuk memproduksi barang atau jasa seperti sumber daya alam, pemerintah, sosial-budaya dan internasionalisasi. Pemasaran adalah proses interaksi antara produsen dan pelanggan.

Produk menurut Kotler dan Armstrong (2001:337) adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya. Agar produk dapat terus dikonsumsi oleh masyarakat, maka diperlukan upaya pengembangan guna menyelaraskan selera masyarakat yang cenderung berubah sesuai dengan dinamika lingkungan atau gaya hidup serta status. Pengembangan dapat berupa perbaikan, modifikasi produk, motif melalui inovasi yang kreatif.

Batik sebagai produk budaya bangsa Indonesia terbukti terus dicari oleh masyarakat untuk berbagai keperluan. Selaras dengan perkembangan jaman kain batik tidak hanya digunakan untuk keperluan sandang saja, tetapi juga digunakan sebagai asesoris rumah tangga seperti taplak meja, 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.

3. Pengembangan Produk

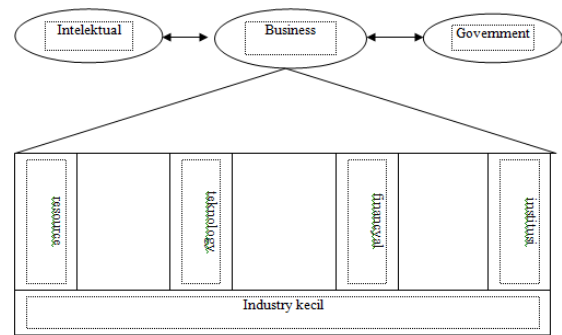
Pengembangan produk menurut Kotler (2001:398) adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk modifikasi atau produk baru ke segmen pasar yang ada sekarang. Definisi tersebut menggambarkan bahwa produk yang sudah ditawarkan ke pasar perlu untuk dimodifikasi baik kegunaan, motif, desain maupun jenis produknya untuk merebut segmen pasar lain. Dalam konteks batik, maka pembaruan produk dapat dilakukan dengan inovasi terhadap motif yang menyangkut gambar, warna, ciri-ciri maupun desain dan peruntukannya. Jika motif tertentu sudah jenuh maka bisa dimodifikasi dan segmen pasarnya dirubah, misal untuk seagam sekolah atau karyawan organisasi tertentu.

Inovasi adalah temuan baru yang bisa berupa ide, metode, bentuk yang berbeda dari yang sudah ada. Inovasi produk bukan harus datang dari pimpinan puncak saja tetapi tanggungjawab semua pihak yang terlibat dalam proses produksi. Schumpeter (1934) yang disitir de Jong dan den Hartog (2003:34) menjelaskan bahwa inovasi dipandang sebagai

kreasi dan implementasi “kombinasi baru” Inovasi mengandung arti pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Hamel (2000: 419-421) mengatakan bahwa strategi inovasi bukan tugas manajemen puncak saja, tetapi setiap orang bisa membantu membangun strategi inovatif. Inovasi sama dengan konsep-konsep bisnis yang sama sekali baru dan merupakan investasi. Definisi tersebut menggambarkan bahwa inovasi motif dan produk pada industri batik bukan berasal dari pengusaha, tetapi cenderung lebih banyak muncul dari pengrajin sendiri, karena pengrajin secara intens dan teknis memahami tentang motif-motif yang layak dimodifikasi. Kemungkinan lain adalah inovasi dirancang oleh desainer baik dari dalam maupun dari luar kelompok pengrajin.

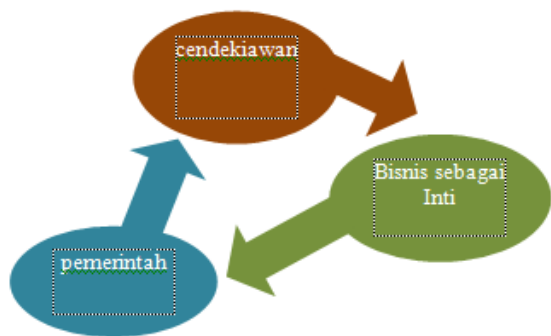
Realitanya pengrajin batik khususnya yang berada di pedesaan kebanyakan dari mereka memiliki formal pendidikan yang tidak tinggi. Rata-rata dari mereka motivasinya sebagai pengrajin hanya bekerja. Mereka kurang memiliki pengetahuan tentang perubahan. Konsekuensinya, para pengrajin batik Tuban perlu diberi motivasi agar mereka memiliki pengetahuan yang dapat mendorong mereka untuk menciptakan sesuatu yang baru dalam proses produksi, agar produk mereka bisa terus berkembang.

Pada aspek produksi ini menyangkut bahan baku, proses produksi dan peralatan. Berkaitan dengan peralatan dari hasil lapangan di peroleh data bahwa teknologi yang dipakai pada pengerajin tenun masih tradisional artinya bahwa teknologi masih bersifat padat karya. Memang kalau dilihat dari sisi pemberdayaan sangat baik untuk memberikan peluang pekerjaan bagi masyarakat sekitar industri. Akan tetapi dari banyaknya ketersediaan barang masih sangat kurang dan hal ini akan menghambat proses pemesanan. Sebenarnya pada aspek produksi bukan merupakan suatu permasalahan yang urgen sehingga belum perlu adanya penguraian masalah. Walaupun demikian tidak ada salahnya jika pemerintah memberikan pelatihan-pelatihan untuk menambah inovasi dan kreasi produk



Gambar 1. Model pengembangan industry kecil (Sumber :*The triple helix*)

Pada gambar di atas, Industri kecil digambarkan sebagai rumah yang harus memiliki pondasi yang kuat karena pondasi inilah yang akan meyokong berlangsungnya atau berjalannya sebuah industri kecil yang unggul. Pondasi yang harus ada adalah sumber daya yang harus terbentuk dari SDM dan SDA yang merupakan faktor internal suatu industri, Teknologi merupakan hal yang tidak kalah pentingnya untuk membangun suatu ketangguhan industri karena dengan adanya teknologi akan memberikan sentuhan yang lebih bersifat modern. Financial merupakan pihak pemberi bantuan modal bias perbankan, pemerintah yang diwakili oleh dinas koperasinya atau NGO , Institusi merupakan lembaga baik yang berasal dari pemerintah ataupun masyarakat yang mempunyai peranan sebagai media promosi untuk membantu proses pemasaran. Selain itu industri kecil juga dipayungi oleh hubungan antara cendikiawan sebagai intelektual yang disini berposisi sebagai *agent of change* adanya suatu kemajuan yang bersifat positif. Bisnis dan pemerintah yang disebut dengan *triple Helix* merupakan aktor yang menjadi penggerak lahirnya suatu kemajuan industri kecil, ide, kreatifitas dan Iptek bagi industri. Hubungan yang erat saling menunjang dan bersimbiosis mutualism antara ketiganya dalam kaitannya dengan landasan dal pilar-pilar dalam pengembangan industri yang menjadikan industri tumbuh kokoh dan berkesinambungan. Jika digambarkan mengenai tiga pilar tersebut:



Gambar 2. Tiga pilar pihak-pihak yang berperan dalam pengembangan produk

4. Pengembangan Potensi Wilayah melalui Desa Wisata dan Penetapan “*Specialised Industrial Distric Batik*”

Dengan berkembangnya teori lokasi, aspek tata ruang dan lokasi kegiatan ekonomi dapat dimasukkan kedalam analisa ekonomi secara lebih konkret. Perkembangan selanjutnya mendorong timbulnya analisa ekonomi spasial yang kemudian menjadi dasar utama bagi munculnya ilmu ekonomi regional yang menekankan analisisnya pada pengaruh aspek lokasi dan ruang terhadap pengambilan keputusan social ekonomi dan bisnis (Syafrizal, 2008:20).

Tarigan (2003:2) berpendapat bahwa perwujudan strategi pengembangan daerah secara praktis sebenarnya terletak pada aktualisasi konsep pembangunan wilayah secara utuh dan terpadu (*comprehensive and integrated area development concept*). Prinsip penting dalam pelaksanaan pendekatan pembangunan wilayah yang utuh dan terpadu ialah kemampuan menemu kenali potensi wilayah yang ada untuk dikembangkan dengan berbagai masukan program pembangunan.

Kluster Industri (*industrial distric*) pertama kali didefinisikan oleh Alfred Marshal (dalam Kuncoro, 2002:42-43) yakni sebagai suatu sentra industri (*industrial distric*) sebagai kluster produksi tertentu yang berdekatan, sedangkan Becattini mendefinisikan sentra industri sebagai wilayah sosial yang ditandai dengan adanya komunitas manusia dan perusahaan dan keduanya cenderung bersatu.

Terdapat tiga jenis Industrial distric dalam Kuncoro (2002:194) yakni *Specialized industrial distric* yang berdasar pada kuster produksi dengan spesialisasi secara geografis,

industrial complex model yang bercirikan hubungan antar perusahaan (IBM dan IKRT) pada suatu kawasan industri, dan *social network model* yang berdasar pada respon ekonomi terhadap tingkat integrasi sosial. Dalam riset ini penentuan industrial distric ditekankan pada *Specialized industrial distric* yang bertujuan mengembangkan potensi wilayah dengan basis utama industri batik tenun.

Sejalan dengan dinamika, gerak perkembangan pariwisata merambah dalam berbagai terminologi seperti, *sustainable tourism development*, *village tourism*, *ecotourism*, merupakan pendekatan pengembangan kepariwisataan yang berupaya untuk menjamin agar wisata dapat dilaksanakan di daerah tujuan wisata bukan perkotaan. Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah desa wisata untuk pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata. Ramuan utama desa wisata diwujudkan dalam gaya hidup dan kualitas hidup masyarakatnya. Keaslian juga dipengaruhi keadaan ekonomi, fisik dan sosial daerah pedesaan tersebut, misalnya ruang, warisan budaya, kegiatan pertanian, bentangan alam, jasa, pariwisata sejarah dan budaya, serta pengalaman yang unik dan eksotis khas daerah. Dengan demikian, pemodelan desa wisata harus terus dan secara kreatif mengembangkan identitas atau ciri khas daerah (Sastrayuda, 2010). Daerah Tuban nampaknya memenuhi persyaratan dalam penciptaan *specialized industrial distric* dengan basis desa wisata batik tenun karena keunikan dan ciri khas tersendiri.

5. Metode penelitian

Penelitian ini adalah riset aksi (*action research*). Riset aksi menurut Noeng Muhajir (2003:119) merupakan model untuk melakukan studi pengenalan dan refleksi obyek secara berkelanjutan lewat penelitian. Riset aksi dimaksudkan untukmendekatkan jarak antara konsep dengan operasionalnya, yang meliputi:

- mendekati jarak antara rancangan membuat konsep dengan rancangan operasionalnya ;

- membuat praktisi lebih *concern* terhadap pengembangan praktik yang dilandasi konsep ;
- lebih mengembangkann *discovery learning* pada praktisi ;
- merubah strategi peneliti, dan
- memberi peluang partisipasi pada para praktisi untuk memberi kontribusi penelitian.

Dalam konteks manajemen perubahan, Shani dan Pasmore (dalam Warrick, 1985:438) mengatakan bahwa riset aksi adalah suatu proses perubahan yang didasarkan pada pengumpulan data secara sistematik dan kemudian memilih suatu tindakan yang didasarkanapa yang dinyatakan oleh data yang dianalisis, dalam konteks penelitian ini yang dimaksud perubahan adalah perubahan pada motif dan produk Batik Tuban, maupun proses pembatikan mulai dari bahan baku, teknologi dan manajemen. Riset aksi terdiri dari lima langkah; diagnosis, analisis, *discovery learning*, tindakan, dan evaluasi.

6. Informan penelitian

Pemilihan sampel adalah purposif. Sampel dalam studi ini adalah informan yang dipilih secara sepihak dengan alasan bahwa mereka mengetahui informasi yang dibutuhkan secara benar. Teknik pemilihan informan menggunakan cara salju menggelinding dengan informan kunci sebagai informan utama yaitu tokoh atau pengrajin batik senior, dilanjutkan dengan para pengrajin, dan pengusaha batik, pengusaha bahan baku, personal Dinas Perindustrian dan Dinas Pariwisata. Jumlah sampel ditentukan oleh informasi yang diperlukan.

7. Analisis

Analisis studi ini adalah evaluasi komprehensif tentang industri Batik Tuban dengan pendekatan **retrospektif** dan **prospektif**. Pendekatan **retrospektif** digunakan untuk mendeskripsikan kondisi pengrajin dalam hal eksistensi produk, model, motif dan permasalahan yang dihadapi, serta tantangan dan kekuatan Batik Tuban di pasaran. Sedang pendekatan **prospektif** digunakan untuk memprediksi dan mengantisipasi tantangan dan kekuatan yang mungkin akan muncul jika motif batik Tuban

diinovasi, dan produk dikembangkan sesuai dengan tuntutan pasar.

Tahap selanjutnya adalah *discovery learning* yaitu pembelajaran terhadap permasalahan yang sedang dihadapi maupun yang akan dihadapi dari inovasi motif dan pengembangan produk untuk menemukan pola yang paling memungkinkan dan menguntungkan *Discovery Learning and development model* dilakukan melalui diskusi terarah yang anggotanya terdiri pengrajin, pengusaha, Dinas Perindustrian, Dinas Pariwisata Seni dan Budaya, peneliti, pengelola *showroom*, desainer dan pelanggan.

8. Hasil dan Pembahasan

Luaran 1:

Dalam identifikasi potensi wisata batik Tuban di Kabupaten Tuban diketahui bahwa:

- Terdapat 1100 pengrajin batik se-Tuban
- Terdapat 30 pengusaha batik se-Tuban
- Desawisata berada di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban
- Kampung wisata batik Tuban di desa Sumurgung Kecamatan Tuban Kabupaten Tuban.

Luaran 2 :

Peran Pemerintah, Pengusaha dan Akademisi dalam Membangun Desa Wisata Batik Di Kabupaten Tuban.

Modal paling utama dalam menciptakan desa wisata adalah modal kreativitas. Kreatifitas yang dimaksudkan adalah kreatifitas para pelaku dan para pemangku kepentingan yakni pengusaha, masyarakat setempat, pemerintah serta akademisi. Untuk menghasilkan kolaborasi yang handal maka dibutuhkan koherensi peran antara tiga aktor yakni cendekiawan/akademisi, bisnis dan pemerintah atau yang sering disingkat dengan ABG (Akademisi, *Bussiness* dan *Government*), kolaborasi ini disebut dengan Triple Helix (Moelyono, 2010:237). Tiga aktor ini memegang peranan penting dimana satu sama lain saling mengisi dan saling melengkapi.

Pelaku usaha (business) dalam penelitian ini adalah pengusaha batik

merupakan *core* dari objek pengembangan desa wisata dengan berbasis batik. Pelaku usaha disini meliputi produsen batik (pembatik), distributor maupun para pemilik gerai batik. Peran serta dan kreativitas para pelaku usaha ini sangat menentukan keberhasilan pengembangan desa wisata.

Pemerintah baik itu pemerintah pusat maupun daerah merupakan inisiator atas pembentukan desa wisata yang kemudian harus memberikan *support* yang penuh bagi terselenggaranya desa wisata baik berupa regulasi, infrastruktur dan sarana-prasarana serta pemberdayaan masyarakat. Pemerintah merupakan dasar pijakan maupun pelindung bagi terciptanya desain desa wisata dengan berbasis batik. Sebagai dasar berpijak, pemerintah khususnya pemerintah daerah haruslah menyediakan sarana dan prasarana baik infra struktur utama maupun pendukung. Sebagai pelindung, pemerintah haruslah memberikan pelindung bagi keberadaan desa wisata baik berupa regulasi, kebijakan maupun pemberdayaan masyarakat.

Akademisi memiliki peran yang tidak kalah penting. Akademisi disini difokuskan pada perguruan tinggi. Akademisi berperan sebagai *center of change* atau pusat dari perubahan. Melalui peran akademisi diharapkan terjadi perubahan baik itu pola pikir, pengetahuan, teknologi maupun inovasi dengan tidak meninggalkan unsur-unsur kearifan lokal setempat. Melalui beragam kajian dan riset diharapkan peran dari akademisi akan memunculkan kreatifitas baik itu produk, layanan maupun manajerial.

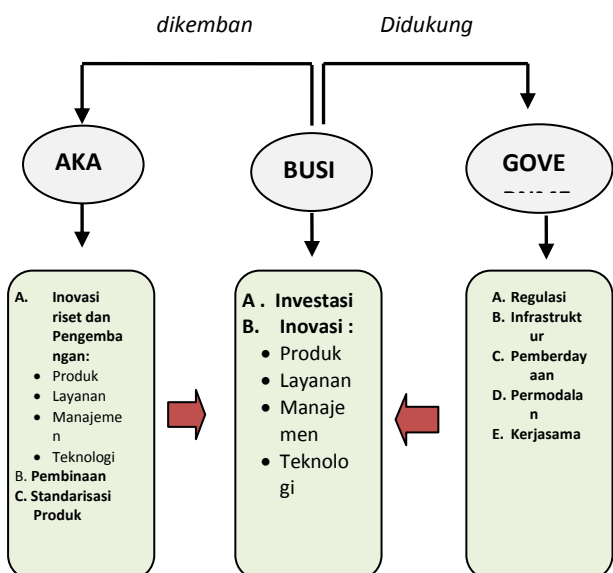
Ketiga aktor (bisnis, pemerintah dan akademisi) haruslah berkolaborasi dan bersimbiosis secara mutualisme dalam mendesain maupun mengembangkan desa wisata berbasis batik ini. Bentuk peran serta kolaborasi diantara ketiganya digambarkan sebagai berikut:

Gambar 3. Peran Akademisi, Bisnis dan Pemerintah dalam Pengembangan Desa Wisata Batik

Berdasarkan gambar diatas, pola hubungan antara akademisi, bisnis dan pemerintah adalah pola hubungan timabal balik. Sebagai *core/ inti*, pebisnis dalam hal ini pelaku usaha perbatikan baik produsen, maupun suplier mendapatkan support atau dukungan dari pemerintah baik berupa regulasi, infrastruktur pemberdayaan maupun dukungan permodalan. Begitu pula oleh akademisi, pihak akademisi akan berusaha mengembangkan bisnis melalui inovasi yang diperoleh melalui serangkaian riset dan pengembangan baik berupa produk, layanan, manajemen maupun teknologi serta pembinaan. Sebagai inti/*core*, bisnis diharapkan memberikan *multiplier effect* kepada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar serta meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD).

Akademisi sebagai *agent of change* atau agen perubahan haruslah senantiasa terus melakukan inovasi dan perubahan serta pengembangan baik produk, layanan maupun teknologi dalam rangka mengembangkan desa wisata batik di Kabupaten Tuban. Selain itu hal penting yang menjadi peran akademisi dalam pengembangan desa wisata adalah melalui pendidikan kejuruan atau pendidikan vokasi. Sebagaimana diketahui bahwa sektor pariwisata merupakan sektor yang luas yang juga menyangkut seni, pendidikan, budaya serta kuliner. Tentunya bagi masyarakat setempat haruslah memiliki skill terutama mengenai bahasa maupun budaya dari wisatawan sehingga mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi para wisatawan terutama wisatawan asing.

Sebagai fokus utama, pebisnis batik merupakan ujung tombak pengembangan desa wisata batik. Keberanian para pengusaha untuk berinvestasi dibidang “perbatikan” merupakan modal utama bagi semaraknya desa wisata batik. Investasi ini tidak hanya di



bidang produk maupun perdagangan akan tetapi dapat berupa jasa dan layanan *home stay* bagi para wisatawan dan lain-lain. Tentu saja hal yang tetap diperhatikan adalah inovasi produk, layanan teknologi serta manajemen. Dalam hal ini para pengusaha dapat menggandeng para akademisi dalam hal inovasi dan pengembangan.

Peran pemerintah khususnya Pemerintah Daerah sangatlah penting. Dalam hal regulasi, pemerintah daerah harus mampu menciptakan iklim investasi yang mendukung khususnya di kawasan desa wisata batik misalnya dengan memberikan kemudahan perijinan dan ketersediaan sarana dan prasarana maupun infra struktur. Sarana dan prasarana yang harus disediakan oleh pemerintah adalah sarana dan prasarana yang mendukung pengembangan desa wisata batik seperti halnya jalan raya, tempat ibadah, MCK, *art galery* dan lain-lain. Hal terpenting lainnya yang harus dilakukan oleh pemerintah daerah adalah melakukan pemberdayaan bagi masyarakat baik itu pembatik maupun mesyarakat sekitar.

Bagi pembatik, bentuk pemberdayaan dapat berupa pendidikan dan latihan desain, studi banding teknologi maupun manajemen pemasaran, promosi, IT dan lain-lain. Pemberdayaan bagi masyarakat sekitar dapat berupa pelatihan bahasa asing, pelatihan pelayanan "*home stay*" yang memenuhi standart dengan tidak mengurangi bahkan menghilangkan nilai-nilai kearifan lokal masyarakat setempat. Pemerintah baik daerah maupun pusat harus memberikan kemudahan akses permodalan baik bagi para pembatik maupun bagi pengusaha lain terkait dengan desa wisata batik. Hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah menciptakan jaringan kerjasama dan mengkoordinasikan dengan berbagai pihak terhait seperti misalnya dengan perguruan tinggi, dengan lembaga pemerintah seperti dinas pariwisata, dinas perindustrian dan lain-lain. Pemerintah daerah juga harus berperan aktif dalam upaya promosi dan sosialisasi desa wisata dengan terus mengedepankan produk dan layanan yang unggul.

Identifikasi peran akademisi, pengusaha, dan pemerintah dalam pengembangan motif dan produk Batik Tuban dalam rangka membangun Desa Wisata Batik di Kabupaten Tuban.

a. Peran Akademisi

Tujuan dari pembentukan Desa Wisata Batik di Kabupaten Tuban dapat diartikan sebagai upaya untuk mengangkat nilai keunikan dan ekonomi desa. Hal lain adalah agar kawasan Desa Wisata Batik tersebut dapat dijadikan sebagai objek wisata karena adanya potensi unggulan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada Bapak Mariyo, salah seorang tokoh akademisi seni batik di Kabupaten Tuban ditemukan fakta bahwa selama ini pihak akademisi tidak dilibatkan dalam program pengembangan motif dan produk Batik Tuban. Secara umum, Pak Mariyo mengetahui bahwa di Tuban sekarang ada Desa Wisata Batik, namun keterlibatan pihak akademisi yang mempunyai spesialisasi seni batik tidak tampak dalam program tersebut. Pihak akademisi yang dilibatkan dalam pengembangan Desa Wisata Batik adalah ketika pihak pemerintah melakukan analisa dan pemetaan terhadap potensi desa yang tersebar di 20 wilayah kecamatan di Tuban. Para akademisi yang dilibatkan pada pemetaan potensi desa tersebut adalah para akademisi dari perguruan tinggi.

Sebagai seorang yang sudah mengenal dan paham tentang perkembangan motif batik yang ada di Tuban, Pak Mariyo juga tidak segan-segan melakukan terobosan memunculkan motif baru dengan cara mengambil corak dari batik daerah lain, misalnya Semarang untuk digabungkan dengan pola dasar motif Batik Tuban. Hal ini dilakukan untuk menambah khasanah motif. Berdasarkan hasil wawancara juga didapatkan informasi bahwa selama ini, motif-motif yang ada di para pengrajin hanyalah motif-motif yang sifatnya turun-temurun. Kondisi ini memudahkan Pak Mariyo ketika memperkenalkan motif baru, karena dengan pemahannya para pengrajin terhadap pola dasar Batik Tuban maka mereka akan mudah untuk memperkaya pola dasar dengan kombinasi motif-motif baru yang diperkenalkan.

b. Peran Pengusaha

Pada penelitian ini, peran pengusaha sebagai salah satu pelaku utama dalam perkembangan Batik Tuban akan dipaparkan. Salah satu pengusaha sekaligus pengrajin Batik Tenun Tuban yang cukup dikenal aktif

dalam memberikan kontribusi pada pengembangan Batik Tuban adalah Ibu Uswatun, yang tinggal di Desa Kedungrejo, Kecamatan Kerek. Sebagai salah satu pelaku utama industri batik khas Tuban, Bu Uswatun melakukan kegiatan-kegiatan yang dianggap bisa memberikan kontribusi terhadap pengembangan motif dan produk Batik Tuban. Hal tersebut dilakukan baik atas inisiatif sendiri ataupun merupakan atas saran dari pihak lain.

Ide-ide untuk pengembangan motif dilakukan oleh Bu Uswatun dengan menghidupkan kembali motif-motif lama yang ada pada Batik Tuban. Adanya koleksi kain batik khas Tuban yang jumlahnya ratusan yang didapatkannya dari para pendahulunya menjadikan Bu Uswatun mempunyai sumber daya yang sangat berharga untuk membuat kreasi motif.

Berdasarkan hasil pengamatan dalam penelitian ini, Bu Uswatun juga menyiapkan infrastruktur yang mendukung program Desa Wisata di kawasan Desa Kedungrejo. Walaupun masih dilakukan pada skala lingkup kecil, tapi hal ini dapat menjadi bukti dan menjadi sumber inspirasi bagi para pelaku industri atau pengusaha di lokasi-lokasi lain yang ada di kawasan Desa Wisata Baatik Tuban. Bu Uswatun menyediakan peristirahatan bagi para tamu yang singgah di sentra industrinya. Di penginapan tersebut, para tamu dapat menikmati suasana nyata bagaimana proses pembatikan, pewarnaan, dan sebagainya. Mereka dapat menyaksikan kegiatan produksi yang ada di home industry binaan dari Bu Uswatun yang ada di desa tersebut.

c. Peran Pemerintah Daerah

Upaya-upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban terhadap masyarakat pengrajin batik Tuban di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek Tuban adalah melalui beberapa kegiatan, diantaranya adalah:

(i) Pelatihan-pelatihan

Disini yang dimaksudkan pelatihan yaitu pelatihan berbentuk teknis yakni pelatihan peningkatan ketrampilan batik dan pelatihan pengetahuan pewarnaan. Dalam

peningkatan ketrampilan batik disini mempunyai ketrampilan dasar atau pemula yakni bagaimana cara pembatikan yang benar atau yang lebih halus lagi, khususnya bagi kaum ibu-ibu dan para remaja putri yang ada di desa Kedungrejo Kecamatan Kerek Tuban. Dalam pelatihan ini para pengrajin batik didatangkan pelatih atau guru (desain) dari luar kota yang mana akan diberikan ilmu bagaimana cara-cara memadukan motif-motif atau corak lainnya seperti perpaduan batik yang menarik, meskipun batik tulis tenun gedog mempunyai ciri khas tersendiri.

(ii) Kegiatan Peningkatan Sumber Daya Manusia.

Upaya dinas Perekonomian dan Pariwisata dalam pengembangan sumber daya manusia adalah memberikan pelatihan yang berkaitan dengan ketrampilan kerja dan desain produk, pelatihan tersebut diadakan oleh Dinas Indagkop bekerjasama dengan Paguyuban koperasi batik, Forum Pengembangan Kampung Batik Tuban (FPKBT). Pelatihan itu tidak dipungut biaya karena dibiayai oleh DASK (Dokumen Anggaran Satuan Kerja) dari Dinas Indagkop. Juga memberikan pelatihan dengan cara pengiriman delegasi untuk studi banding ke daerah-daerah lain, guna meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia baik kepada pengrajin sendiri maupun pembinanya.

Luaran 3 :

Desain Strategi dan Pola Pengembangan Desa Wisata Berbasis Batik Melalui PICI (Public Policy, Infrastruktur, Capaity Building and Innovation)

Bidang Kebijakan Pemerintah Kabupaten (Local Public Policy)

Dalam konteks pengembangan desa wisata berbasis batik di Kabupaten Tuban, beberapa hal yang harus dilakukan oleh pemerintah kabupaten diantaranya yakni: *pertama*, secara legal formal, keberadaan desa wisata batik harus tertuang dalam Rencana Induk Pengembangan Desa Wisata (RIPDW). Jika terdapat payung kebijakan yang berupa Rencana Induk Pengembangan Desa Wisata maka secara legal formal keberadaan desa wisata akan kuat secara hukum. Begitu pula dari sisi penganggarannya, dengan keberadaan

RIPDW merupakan alasan legal untuk memunculkan biaya-biaya pengembangan desa wisata kedalam pos anggaran (APBD). Jika pengembangan desa wisata merupakan program prioritas pemerintah maka dari sisi pendanaan tidak akan mengalami kesulitan. Pemerintah kabupaten dengan Bappeda selaku koordinator harus mengkoordinasikan program prioritas ini ke dalam program-program SKPD yang tidak hanya Dinas Pariwisata saja akan tetapi juga melibatkan SKPD yang lain seperti Dinas PU, Dinas Kesehatan, dan lain-lain, karena pengembangan desa wisata ini sifatnya multi sektor.

Hal *kedua* yang perlu dilakukan oleh pemerintah kabupaten terkait dengan kebijakan yakni upaya perlindungan hukum terhadap produk unggulan terutama pada desa wisata batik dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) terkait dengan motif dan produk. Wujud perlindungan hukum terhadap produk unggulan Kabupaten pada umumnya dan produk unggulan desa wisata batik pada khususnya adalah berupa Peraturan Daerah (Perda). Peraturan Daerah ini akan mengatur tentang produk-produk yang menjadi unggulan terutama di kabupaten Tuban serta secara eksplisit dan implisit juga mencantumkan desain dan produk yang menjadi ciri khas kabupaten Tuban.

Pemenuhan Sarana dan Prasarana (Infrastructure)

Salah satu ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke sebuah objek wisata adalah kemudahan /aksesibilitas baik berupa sarana dan prasarana maupun infrastruktur. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan dalam sebuah objek wisata yakni berupa akses jalan raya yang layak, tersedianya tempat ibadah, rumah makan atau restoran dan tempat penginapan atau *home stay*.

Menurut keterangan dari pegawai Dinas Perekonomian dan Pariwisata bidang pariwisata, Gapura yang tercantum pada gambar diatas merupakan CSR (*corporate social responsibility*) semen gresik. Sebenarnya gapuro tersebut dipergunakan untuk pintu masuk lima desa bukan hanya desa jalurejo saja, akan tetapi kebetulan gapuro ditempatkan di desa jalurejo karena desa tersebut merupan awal dari lima desa yaitu

desa Jalurejo, Margorejo, Kedungrejo, Gaji, dan Margomulyo yang merupakan desa wisata batik di kecamatan Kerek Kabupaten Tuban. Pada gapura tersebut terdapat portal oleh karena itu agak menyulitkan mobil besar atau bus untuk masuk ke kawasan desa wisata di kecamatan Kerek, selain itu jalan masuk ke area tersebut juga relative kecil. Oleh karena itu pemerintah harus lebih tanggap kepada pemenuhan sarana dan prasarana yang dapat mendukung lancarnya perkembangan desa wisata di kecamatan Kerek tersebut.

Membangun Kapasitas Masyarakat (Capacity Building)

Pengembangan sumberdaya masyarakat lokal sangat memegang peranan penting, karena masyarakat lokal adalah subjek dan sekaligus objek dari wisata itu sendiri. Pengembangan sumberdaya masyarakat lokal dapat dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat dalam bentuk pendidikan dan latihan seperti misalnya kursus atau pelatihan bahasa Inggris sederhana maupun keterampilan teknis lainnya.

Hal yang memegang peranan penting dalam pembangunan kapasitas yakni penguatan sistem organisasi dan manajemen. Karena fokus dalam penelitian ini adalah desa wisata maka 'desa' adalah *leading sector* dalam penguatan organisasi dan manajemen. Desa harus sebagai penggerak atas penguatan organisasi lokal yang ada di desa seperti halnya paguyuban, pengajian maupun arisan dengan tidak melalaikan fokus utama 'batik' sebagai sentra perhatian. Dari sisi manajemen, masyarakat desa harus 'berdaya' dalam hal manajemen, baik manajemen perhotelan, manajemen pemasaran, maupun manajemen sumberdaya manusia meskipun masih dalam tataran manajemen tingkat dasar.

Inovasi Produk, Motif, dan Pemasaran (Innovation)

Temuan baru yang bisa berupa ide, metode, dan bentuk yang berbeda dari yang sudah ada merupakan sebuah inovasi serta bagian dari pengembangan produk. Inovasi produk tidak harus muncul dari pemilik tetapi bisa jadi muncul dari mana saja. Inovasi motif dan produk pada industri batik terutama pada batik Tuban bukan hanya berasal dari

pengusaha melainkan ada juga muncul dari para pengrajin batik itu sendiri, hal ini disebabkan karena para pengrajin batik lebih mendalam memahami teknis terkait motif-motif yang dapat dimodifikasi dan dikembangkan. Di samping itu ada kemungkinan lain yakni adanya inovasi yang muncul dari ide kreativitas maupun imajinasi dari para pengrajin batik serta masukan-masukan dari sumber-sumber lain yang menyumbang munculnya ide baru dalam penciptaan motif batik Tuban.

Adopsi teknologi informasi di kawasan industri Batik Tuban ini juga dapat dilakukan secara terintegrasi. Integrasi yang dimaksudkan adalah kelima desa tersebut semua terekspos dalam pusat informasi dan promosi, sehingga masyarakat luas akan mengetahui tentang potensi produk masing-masing desa, motif yang menjadi ikon dari tiap-tiap desa, dan informasi lainnya. Dengan adanya akses internet di kawasan desa wisata, terutama di kalangan pengrajin akan membantu pengrajin untuk mendapatkan ide-ide baru tentang motif, kreasi-kreasi baru tentang warna, dan juga teknik-teknik yang dapat mendukung perbaikan pada perbatikan di kawasan desa wisata tersebut.

Pemasaran batik Tuban pada saat ini telah mengalami perkembangan. Hal ini karena kegiatan pemasarannya tidak hanya melalui pemasaran langsung ke konsumen tapi juga telah menggunakan internet meskipun masih sebagian kecil pengusaha batik Tuban yang menggunakan media *online* ini. Para pengusaha batik ini umumnya menggunakan media social seperti facebook.

Pemerintah Kabupaten Tuban dalam pemasaran batik ini juga harus bekerjasama dengan para pengusaha/pegepul/pebisnis batik Tuban dan para Akademisi/cendikiawan batik Tuban. Hal ini karena keberadaan para pengusaha/pebisnis dan cendikiawan batik ini sangat membantu kelancaran pemasaran dari batik Tuban itu sendiri. Dengan sinergi antara para pebisnis, cendikiawan dengan pemerintah tentunya juga akan membantu dan mendorong lancarnya kegiatan yang dilakukan para pengrajin batik. Bila pemasaran ini berjalan dengan lancar maka penjualan akan meningkat yang tentunya keberadaan desa wisata akan semakin maju dan berkembang.

9. Kesimpulan dan Rekomendasi Selanjutnya

Berdasarkan hasil pembahasan, adapun kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut.

- a) Identifikasi potensi Desa Wisata batik di Kabupaten Tuban adalah terdapat 1100 pengrajin batik se-Tuban, terdapat 30 pengusaha batik se-Tuban, Desa Wisata Batik Tuban berada di desa Kedungrejo, Jalurejo, Margorejo, Kedungrejo, Gaji, dan Margomulyo Kecamatan Kerek, akan tetapi yang paling mandiri dan berkembang adalah di desa Kedungrejo dan selanjutnya, kampung wisata batik Tuban di desa Sumurgung Kecamatan Tuban Kabupaten Tuban.
- b) Peran akademisi/cendikiawan (A), Pengusaha/*Bussiness* (B), dan Pemerintah/*Government* (G) adalah sebagai berikut.
 - Pihak akademisi (A) yang dilibatkan dalam pengembangan Desa Wisata Batik Tuban adalah ketika pihak pemerintah melakukan analisa dan pemetaan terhadap potensi desa yang tersebar di 20 wilayah kecamatan di Tuban. Para akademisi yang dilibatkan pada pemetaan potensi desa tersebut adalah para akademisi dari perguruan tinggi;
 - Pihak Pengusaha/*Bussiness* (B) berdasarkan hasil pengamatan dalam penelitian ini, pengusaha batik juga ikut menyiapkan infrastruktur yang mendukung Program Desa Wisata terutama di kawasan Desa Kedungrejo. Walaupun masih dilakukan pada skala lingkup kecil, tetapi hal ini dapat menjadi bukti dan menjadi sumber inspirasi bagi para pelaku industri atau pengusaha di lokasi-lokasi lain yang ada di kawasan Desa Wisata Batik Tuban. Pengusaha batik ini menyediakan peristirahatan bagi para tamu yang singgah di sentra industrinya. Di penginapan tersebut, para tamu dapat menikmati suasana nyata bagaimana proses pembatikan, pewarnaan, dan sebagainya. Mereka dapat menyaksikan kegiatan produksi yang ada di *home industry* di desa wisata

batik tersebut. Para pengusaha batik ini juga ikut berperan aktif dalam proses lancarnya perkembangan batik Tuban, salah satunya dengan mengikuti pelatihan-pelatihan dan mengikuti pameran batik di tingkat lokal maupun nasional;

- Pihak Pemerintah/*Government* (G) melakukan upaya-upaya pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Perekonomian dan Pariwisata Kabupaten Tuban terhadap masyarakat pengrajin batik Tuban antara lain mengadakan beberapa kegiatan pelatihan-pelatihan membatik maupun teknik pewarnaan, peningkatan kapasitas membatik juga dilakukan dengan cara pengiriman delegasi untuk studi banding ke daerah-daerah lain, guna meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia baik kepada pengrajin sendiri maupun pembina dari para pembatik tersebut.
- c) Desain Strategi dan Pola Pengembangan Desa Wisata Berbasis Batik Melalui PICI (*Public Policy, Infrastruktur, Capacity Building, and Innovation*).
- Kebijakan Pemerintah Kabupaten (*regency Public Policy*), dalam konteks pengembangan desa wisata berbasis batik di Kabupaten Tuban, beberapa hal yang harus dilakukan oleh pemerintah kabupaten diantaranya yakni: *pertama*, secara legal formal, keberadaan desa wisata batik harus tertuang dalam Rencana Induk Pengembangan Desa Wisata (RIPDW). Hal *kedua* yang perlu dilakukan oleh pemerintah kabupaten terkait dengan kebijakan yakni upaya perlindungan hukum terhadap produk unggulan terutama pada desa wisata batik dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) terkait dengan motif dan produk;
 - Pemenuhan Sarana dan Prasarana (*Infrastructure*) dalam konteks desa wisata berbasis batik di kabupaten Tuban, pemenuhan sarana dan prasarana haruslah tetap mengutamakan nilai-nilai kearifan lokal (*local wisdom*) masyarakat setempat, seperti misalnya

pembangunan tempat ibadah (masjid atau musholla) maka harus mencerminkan kekhasan lokal yakni menyertakan ornamen batik tuban baik pada desain bangunan interior maupun eksterior. Hal lain yang perlu dilakukan pemerintah terkait dengan sarana dan prasarana adalah pembangunan pusat informasi dan promosi desa wisata berbasis teknologi dan informasi (IT);

- Membangun Kapasitas Masyarakat (*Capacity Building*), kegiatan yang dapat dilakukan sebagai upaya membangun kapasitas masyarakat (*capacity building*) yakni 1) Kegiatan pembinaan sentra-sentra industri; 2) Kegiatan pelatihan ketrampilan bagi industri kecil; 3) Pemberian pinjaman modal. Dan langkah nyata adalah adanya partisipasi aktif dari masyarakat Tuban dalam lomba “Cipta Motif Batik Tulis Khas Tuban”;
- Inovasi Produk, Motif, dan Pemasaran (*Innovation*), inovasi produk dan motif batik Tuban melalui akses internet di kawasan desa wisata, terutama di kalangan pengrajin akan membantu pengrajin untuk mendapatkan ide-ide baru tentang motif dan produk, kreasi-kreasi baru tentang warna, serta juga teknik-teknik yang dapat mendukung perbaikan pada perbatikan di kawasan desa wisata tersebut. Sedangkan pemasaran batik Tuban meliputi pasar lokal/dalam negeri dan pasar internasional/luar negeri dan menggunakan pemasaran secara *offline* dan *online*.

Selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan lagi berdasarkan rekomendasi peneliti sebagai berikut.

- a) Harus adasinergi yang lebih harmonis antara akademisi, *Bussiness*/pengusahadan Pemerintah/*Government* dalam mengembangkan desa wisata batik di Kabupaten Tuban.
- b) Pemerintah daerah Kabupaten Tuban harus memperhatikan terhadap pelaksanaan desa wisata dan kampung wisata batik Tuban sehingga

tidak terjadi tumpang tindih terkait hal tersebut serta membuat payung hukum yang jelas tentang keberadaan Desa Wisata dan Kampung Wisata Batik Tuban.

- c) Kegiatan pemasaran harus lebih ditingkatkan agar penjualan batik Tuban semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamel, Gary. 2000. *Leading the Revolution*, Havard Business School Press.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2001, *Principles of Marketing*, Prentice Hall, Inc. : New Jersey
- Kuncoro, Mudrajad. 2004. *Otonomi & Pembangunan Daerah, Reformasi, perencanaan, Strategi dan Peluang*. Jakarta: Erlangga
- _____. 2002. *Analisis Spasial dan Regional. Studi Aglomerasi dan Kluster Industri di Indonesia*. Yogyakarta: AMP YKPN
- Muhajir, Noeng. 2003. *Metodologi Penelitian Kebijakan dan Evaluation Research : Integrasi Penelitian, Kebijakan dan Perencanaan*. Rake Sarasin : Yogyakarta
- Poerwanto. 2006. *New Business Administration; Paradigma Pengelolaan Bisnis di Era Dunia Tanpa Batas*. Pustaka Pelajar : Yogyakarta
- Ries, Al dan Jack, Trout. 1986. *Marketing Warfare*. McGrawHill Inc. : New York.
- Sastrayuda, S. Gumelar, 2010. *Pengembangan Kawasan Desa Wisata*. Jakarta : Gramedia
- Shani, A.B dan Pasmore W.A, "Organization Inquiry: Toward a New Model of the Action Research Process", D.D Warrick (ed), 1985, *Comtemporary Organization Development: Current Thinking and Applications*. Glenview, Il: Scoot Foresman.
- . 2006, *Rona Batik Tuban, Mantap, Menawan*, Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kabupaten Tuban Bekerja sama dengan Paguyuban Pecinta Batik Indonesia Sekarjagad.
- Wahjuni, Sri *et al*, 2013. *Model Inovasi Motif dan Produk dalam Membangun Sentra Industri Batik*

Berbasis Kreativitas pada Pengrajin Batik Tenun Gedhog Tuban.
Jurnal Strategi dan Bisnis. Vol. 2 (1),
April 2014.