



**ABSTRAK DAN EXECUTIVE SUMMARY
PENELITIAN HIBAH BERSAING**

**PENGEMBANGAN MOTIF DAN PRODUK BATIK TUBAN DALAM
RANGKA MEMBANGUN DESA WISATA BATIK
DI KABUPATEN TUBAN**

Peneliti:

Dra. Sri Wahjuni, M.Si (Ketua)	NIDN 0009045602
Yuslinda Dwi Handini, S.Sos, M.AB (Anggota)	NIDN 0019097908
Wheny Khristianto, S.Sos, M.AB (Anggota)	NIDN 0029077501

UNIVERSITAS JEMBER

OKTOBER 2016

PENGEMBANGAN MOTIF DAN PRODUK BATIK TUBAN DALAM RANGKAMEMBANGUN DESA WISATA BATIK DI KABUPATEN TUBAN

Peneliti : Sri Wahjuni¹
Yuslinda Dwi Handini²
Wheny Khristianto³

Mahasiswa Terlibat : Sutrisno

Sumber Dana : DIPA Universitas Jember

¹Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP Universitas Jember

²Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP Universitas Jember

³Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP Universitas Jember

ABSTRAK

Dalam penelitian ini pada tahun pertama menghasilkan beberapa luaran yakni 1)identifikasi potensi wisata batik Tuban dalam mengembangkan motif dan produknya, 2)Identifikasi peran akademisi, pengusaha, pemerintah dalam pengembangan desa wisata batik Tuban, 3) Rancangan desain strategi dan pola pengembangan desa wisata berbasis batik melalui PICI (*Public Policy, Infrastruktur, capacity Building and Inovation*).

Pada riset tahun kedua dalam penelitian ini merupakan penjabaran lebih lanjut dari luaran ketiga yakni rancangan desain strategi dan pola pengembangan desa wisata berbasis batik melalui PICI terutama pada poin *Inovation*. Pada poin ini terdiri dari inovasi produk, motif dan pengembangan pemasaran. Adapun tujuan utama pada riset ini yakni melakukan identifikasi kegiatan komunikasi pemasaran desa wisata batik Tuban, mendeskripsikan model kegiatan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan kondisi desa wisata batik Tuban. Pada penelitian tahun kedua ini juga akan menyusun rancangan model pengembangan kegiatan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik desa wisata batik Tuban dalam mengembangkan motif dan produk batik Tuban.

Pada penelitian ini analisis dilakukan secara komprehensif yang meliputi evaluasi dengan pendekatan retrospektif dan prospektif. Pendekatan retrospektif digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan tantangan keberadaan desa wisata batik Tuban dalam pasar batik, sedangkan pendekatan prospektif digunakan untuk memprediksi dan mengantisipasi tantangan dan peluang yang mungkin akan muncul pada rancangan model pengembangan kegiatan komunikasi pemasaran pada desa wisata batik Tuban, serta *discovery learning* terhadap temuan untuk menjadi masukan dalam pengambilan kebijakan yang berguna bagi perkembangan pasar batik Tuban.

Kata kunci: *inovasi, motif, produk, komunikasi pemasaran, batik*

PENGEMBANGAN MOTIF DAN PRODUK BATIK TUBAN DALAM RANGKA MEMBANGUN DESA WISATA BATIK DI KABUPATEN TUBAN



PENELITI

Dra. Sri Wahjuni, M.Si (Ketua) NIDN 0009045602
 Yulinda Dwi Handini, S.Sos, M.AB (Anggota) NIDN 0019097908
 Wheny Khristianto, S.Sos, M.AB (Anggota) NIDN 0029077501



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
 Jalan Kalimantan 37 Jember | Email: yuni.adbispar@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam penelitian ini pada tahun pertama menghasilkan beberapa luaran yakni 1)identifikasi potensi wisata batik Tuban dalam mengembangkan motif dan produknya, 2)Identifikasi peran akademisi, pengusaha, pemerintah dalam pengembangan desa wisata batik Tuban, 3) Rancangan desain strategi dan pola pengembangan desa wisata berbasis batik melalui PICI (Public Policy, Infrastruktur, capacity Building and Inovation).

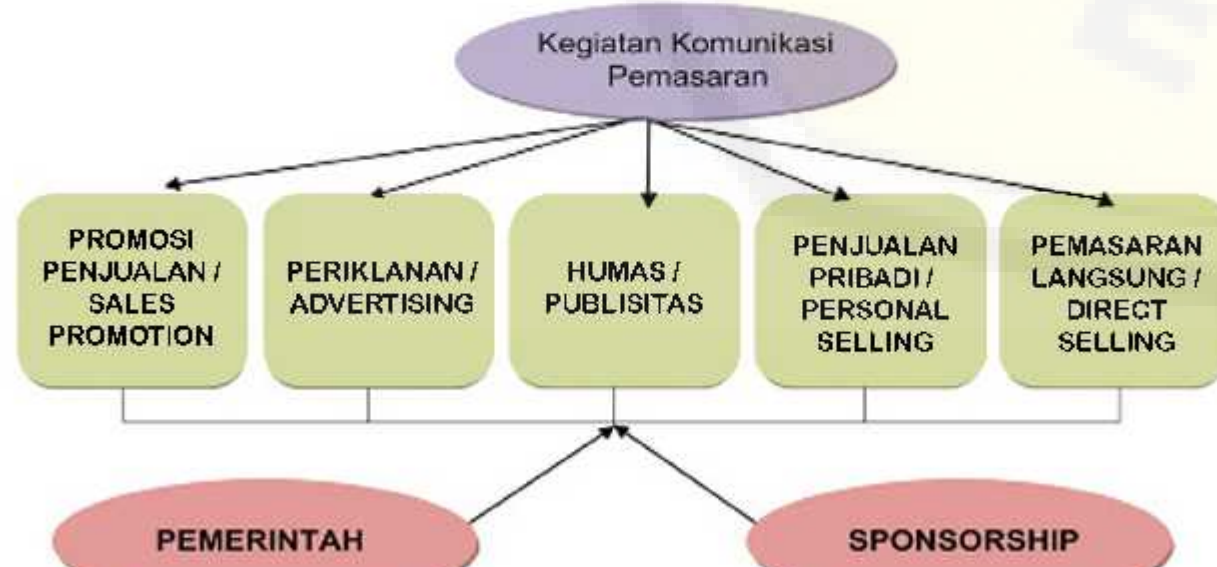
Pada riset tahun kedua dalam penelitian ini merupakan penjabaran lebih lanjut dari luaran ketiga yakni rancangan desain strategi dan pola pengembangan desa wisata berbasis batik melalui PICI terutama pada poin Inovation. Pada poin ini terdiri dari inovasi produk, motif dan pengembangan pemasaran. Adapun tujuan utama pada riset ini yakni melakukan identifikasi kegiatan komunikasi pemasaran desa wisata batik Tuban, mendeskripsikan model kegiatan komunikasi pemasaran pada desa wisata batik Tuban. Penelitian tahun kedua ini menyusun rancangan model pengembangan kegiatan komunikasi pemasaran pada desa wisata batik Tuban dalam mengembangkan motif dan produk batik Tuban.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah riset aksi (action research). Riset aksi menurut Muhajir (2003:119) merupakan model untuk melakukan studi pengenalan dan refleksi obyek secara berkelanjutan lewat penelitian.

Pada penelitian ini analisis dilakukan secara komprehensif yang meliputi evaluasi dengan pendekatan retrospektif dan prospektif. Pendekatan retrospektif digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan tantangan keberadaan desa wisata batik Tuban dalam pasar batik, sedangkan pendekatan prospektif digunakan untuk memprediksi dan mengantisipasi tantangan dan peluang yang mungkin akan muncul pada rancangan model pengembangan kegiatan komunikasi pemasaran pada desa wisata batik Tuban, serta discovery learning terhadap temuan untuk menjadi masukan dalam pengambilan kebijakan yang berguna bagi perkembangan pasar batik Tuban.

HASIL PENELITIAN



Gambar 1. Rancangan model pengembangan kegiatan komunikasi pemasaran pada desa wisata batik Tuban



Gambar 2. Model Pengembangan Implementasi Komunikasi Pemasaran Pengrajin Batik Tuban

KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa implementasi komunikasi pemasaran telah dilaksanakan oleh para pengrajin batik Tuban, namun pelaksanaannya belum maksimal. Beberapa pengrajin batik Tuban telah melaksanakan komunikasi pemasaran dengan baik. Sedangkan para pengrajin batik lainnya masih belum melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran secara maksimal. Dalam melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran, pengrajin batik Tuban ini dikategorikan menjadi beberapa klasifikasi yaitu sangat aktif, aktif, pasif dan stagnan. Hal ini terkait modal dan kreatifitas dari masing-masing pengrajin batik dalam melakukan kegiatan komunikasi pemasarannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamel, Gary, 2000. *Leading the Revolution*. Harvard Business School Press.
- Kotler, Philip and 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 : Yogyakarta
- Ries Al and Jack Trout, 1986. *Marketing Warfare*. McGrawHill Inc, New York
- Sastrayuda, S. Gumelar, 2010. *Pengembangan Kawasan Desa Wisata*. Jakarta : Gramedia
- Shani, A.B and 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Rektor Universitas Jember, ketua Lembaga Penelitian Universitas Jember, Dekan Fisip Universitas Jember, Instansi Pemerintah Kabupaten Tuban serta para informan atas kontribusinya sesuai peranannya masing-masing sehingga penelitian ini dapat berlangsung dengan baik.
2. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada Dikti atas dukungan dana sehingga penelitian dapat berjalan sebagaimana yang diharapkan, berdasarkan nomor kontrak: Nomor: 188BH/UN25.3.1/LT/2016 Tanggal 17 Februari 2016