

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS WISATA EDUKASI DI
UMKM BATIK VIRDES DESA TAMPO KECAMATAN
CLURING KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah
Jurusan Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

Umi Roudotul Khuluq
NIM: E20152149

Dosen Pembimbing

Toton Fanshurna, M.E.I
NIP. 198112242011011008

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2020**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS WISATA EDUKASI DI
UMKM BATIK VIRDES DESA TAMPO KECAMATAN
CLURING KABUPATEN BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Program Studi Ekonomi Syariah
Jurusan Ekonomi Islam
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

Umi Roudotul Khulug
NIM: E20152149

Disetujui Pembimbing:



Toton Fanshurna, S. Th.I., M.E.I
NIP. 198112242011011008

MOTTO

وَمَنْ يُهَاجِرْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يَجِدْ فِي الْأَرْضِ مُرَاعًا كَثِيرًا وَسَعَةً ۗ وَمَنْ يَخْرُجْ مِنْ

بَيْتِهِ مُهَاجِرًا إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ يُدْرِكْهُ الْمَوْتُ فَقَدْ وَقَعَ أَجْرُهُ عَلَى اللَّهِ ۗ وَكَانَ اللَّهُ

غَفُورًا رَحِيمًا - ١٠٠

Artinya: “Dan barangsiapa berhijrah di jalan Allah, niscaya mereka akan mendapatkan di bumi ini tempat hijrah yang luas dan (rezeki) yang banyak. Barangsiapa keluar dari rumahnya dengan maksud berhijrah karena Allah dan Rasul-Nya, kemudian kematian menimpanya (sebelum sampai ke tempat yang dituju), maka sungguh, pahalanya telah ditetapkan di sisi Allah. Dan Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang” (QS: An- Nisa’: 100).¹

¹Qur’an Kemenag. <https://quran.kemenag.go.id/sura/4>. (21 Juli 2020)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga dengan segala kekurangan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sumardi Ikhwanudin dan Ibu Siti Munawaroh dengan kasih sayangnya yang mendoakan, mengingatkan dan memberi motivasi tanpa kenal lelah. Semoga beliau selalu mendapat keridhoan dari Allah SWT di setiap langkahnya.
2. Teruntuk saudariku Nuzulul Fina Uswatun Khasanah, Lilik, Nurul, Silvia, Neza, Haikal yang selalu memotivasi, menguatkan, dan mendukungku dalam segala hal terkhusus dalam studiku saat ini. Dan kepada seluruh keluarga besar dari Ayah dan Ibu yang selalu menyemangati dan mendoakan terimakasih banyak.
3. Untuk seganap Dewan Guru mulai SD sampai SMK serta Ibu Bapak Dosen yang tiada henti mendoakan semoga Allah meridhoi setiap langkahnya.
4. Untuk sahabat seperjuanganku ES4, Iif, Faida, Uty, Novy, Malik, Abda', Gufron, Arik, Rifa, Rowib, Roziqi, Yamin, Janah, Nita, Faiq, Aluk, Wiwin, April, Irul, Rosyid, Iin, Indah, Lida, Imam, Soffin, Sauqi, Rangga, Lukman, Alm Findra, Surif, Inul, Ivan, Hasan, Hakim, terimakasih untuk doanya.

5. Untuk patner terbaiku mas Anang Fauzi terimakasih sudah menyisihkan waktunya, memotivasi, memberikan arahan dan memberi semangat serta doa semoga Allah selalu meridhoi langkahmu.
6. Untuk sahabatku Nabila, Rita, Ingniawatun, yang selalu memberikan doa, semangat, dan memotivasi terimakasih banyak.
7. Untuk rekan-rekanita IPNU IPPNU, sahabat Gesut, Ponpes Ar-Roudloh, Ponpes Mambaul Ulum dan teman KKN Posko 30 yang selalu memberi semangat, dan motivasi, saya ucapkan terimakasih.
8. Untuk semua teman seperjuangan ES1, ES2, dan ES3 yang selalu memberi semangat dan motivasi.
9. Almamater IAIN Jember yang saya banggakan.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi di UMKM Batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi*” Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabiullah Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahilliyah atau kebodohan hingga zaman terang benderang yakni addinul Islam, serta para sahabat, tabi’in dan para ummat yang senantiasa berjalan dalam risalahnya. Sebagai tugas akhir dan sekaligus prasyarat dari kelulusan tingkat Strata satu di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember tahun akademik 2019/2020, tentunya dalam penyusunan skripsi ini juga tidak akan lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E, M.M. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember serta Dosen Penasihat Akademik.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dan sebagai Dosen Pembimbing.
3. Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku Ketua Jurusan Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember.
4. Toton Fanshurna, M.E.I selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sekaligus Dosen Pembimbing.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui.
6. Segenap dosen penguji yang terhormat.
7. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
8. Kepala Industri UMKM Batik Virdes yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
9. Segenap karyawan dan pengunjung UMKM Batik Virdes yang telah membantu peneliti dalam melakukan penelitian.

Jember, 10 November 2020
Penulis

Umi Roudotul Khuluq
NIM. E20152149

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Umi Roudotul Khuluq, Toton Fanshurna, M.E.I, 2020: *Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi Di UMKM Batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.*

UMKM batik Virdes merupakan salah satu batik tertua di Banyuwangi yang berdiri sejak tahun 1986. Industri ini sudah mempunyai pangsa pasar di seluruh Indonesia sampai mancanegara. Motif batik yang di buat oleh UMKM batik Virdes pernah menjadi motif batik terlaris di Jerman dan mendapatkan penghargaan. UMKM batik Virdes kemudian mempunyai inisiatif untuk melakukan kegiatan wisata edukasi, yang didalamnya dikemas semenarik mungkin dengan saran dan prasarana yang sudah disediakan.

Fokus penelitian ini adalah: (1) Strategi pengembangan bisnis wisata edukasi UMKM batik Virdes di lihat dari segi intensif, dan diversifikasinya? (2) Strategi UMKM batik Virdes dalam mempertahankan hasil pengembangan bisnis wisata edukasinya?

Penulisan ini bertujuan: (1) Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis wisata edukasi UMKM batik Virdes di lihat dari segi intensif, dan diversifikasinya (2) Untuk mengetahui Strategi UMKM batik Virdes dalam mempertahankan hasil pengembangan bisnis wisata edukasinya

Penelitian ini menggunakan sistem pengumpulan data secara langsung melalui observasi, wawancara, dokumentasi, serta menggunakan teknik analisis data yang disajikan dalam bentuk deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif.

Adapun Hasil penelitian ini adalah :(1) Strategi pengembangan bisnis wisata edukasi yang digunakan oleh UMKM batik Virdes jika dilihat dari: *Segi intensif* yaitu penguasaan pangsa pasar sampai mancanegara. Wisatawan yang belajar wisata edukasi tdak hanya lembaga pemerintahaan saja, tetapi dari kalangan umum, pelajar, dan mahasiswa. *Segi diversifikasi* dengan membuka jasa wisata edukasi, menerima pesanan dan pengolahan kain batik menjadi produk siap pakai. (2) Untuk mempertahankan hasil pengembangan bisnis wisata edukasinya UMKM batik Virdes menggunakan beberapa aspek diantaranya: *Pemasaran*, dengan cara mengikuti festival, bisnis wisata edukasi dan memasarkan produk melalui media sosial. *Sumber daya manusia*, karyawan yang di miliki UMKM batik virdes sangat ahli dibidangnya. *Produksi*, pengunjung dapat melihat proses pembuatan membatik dari tahap awal sampai akhir yang masih dilakukan secara tradisional.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, UMKM, Wisata Edukasi

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK.....	
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	15
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian	16
E. Definisi Istilah.....	17
F. Sistematika Pembahasan	20
BAB II KAJIAN KEPUSATKAAN	
A. Penelitian Terdahulu.....	22
B. Kajian Teori.....	31

1. Pengertian Strategi	31
2. Strategi Pengembangan.....	32
3. Pengertian UMKM.....	44
4. Pengertian Wisata Edukasi.....	50

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	55
B. Lokasi Penelitian	55
C. Subyek Penelitian	56
D. Teknik Pengumpulan Data	57
E. Analisis Data.....	59
F. Keabsahan Data	62
G. Tahap- Tahap Penelitian.....	63

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian	66
B. Penyajian Data dan Analisis	75
1. Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virides di lihat dari Segi Intensif, dan Diversifikasi	75
2. Strategi UMKM Batik Virides dalam Mempertahankan Hasil Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi	79
C. Pembahasan Temuan	86
1. Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virides di lihat dari Segi Intensif, dan Diversifikasi	87

2. Strategi UMKM Batik Virdes dalam Mempertahankan Hasil Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi 89

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 93
B. Saran 93

DAFTAR PUSTAKA 94

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. Matrik Penelitian
2. Jurnal Penelitian
3. Dokumentasi (Foto-Foto)
4. Surat Keterangan Izin Penelitian
5. Surat Keterangan Selesai Penelitian
6. Pernyataan Keaslian Tulisan
7. Biodata Penulis

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

No Uraian	Hal
1.1 Data UMKM Batik di Kabupaten Banyuwangi	6
2.1 Penelitian Terdahulu	28



DAFTAR GRAFIK

No Uraian	Hal
1.1 Grafik Penjualan UMKM Batik Virdes Banyuwangi	11



DAFTAR GAMBAR

No Uraian	Hal
4.1 Struktur Organisasi UMKM Batik Virdes Banyuwangi	72



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki kekayaan Sumber Daya Alam melimpah. Kekayaan tersebut menjadi modal penting dalam pembangunan bangsa Indonesia. Di samping itu, Indonesia juga dikenal sebagai negara yang beranekaragam suku, ras, budaya, agama dan sejarahnya. Potensi tersebut menjadikan bangsa Indonesia negara maju dan keluar dari zona kemiskinan.²

Potensi yang menjadi peluang besar dalam pengembangan ekonomi di Indonesia salah satunya pada sektor industri pariwisata, karena sektor ini merupakan penyumbang devisa terbesar kedua di Indonesia setelah hasil ekspor kelapa sawit yaitu sebesar 190T. Hasil penjualan jasa pada para wisatawan oleh pengelola pariwisata juga akan menjadi sumber pajak yang disetor langsung pada pemerintah, di sisi lain adanya lokasi wisata dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar sehingga akan menambah pendapatan masyarakat sekitar lokasi wisata. Oleh karena itu, pengembangan industri pariwisata merupakan salah satu strategi yang dipakai pemerintah untuk mempromosikan daerah wisata guna meningkatkan perdagangan melalui penjualan barang dan jasa kepada masyarakat lokal maupun non-lokal. Pembangunan kepariwisataan pada saat ini khususnya di daerah diarahkan pada peningkatan pariwisata untuk menggalakan kegiatan

²Iis Sri Ratnawati, *“Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Wisata Organik Di Desa Lombok Kulon Kabupaten Bondowoso”* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Jember, Jember 2018).

ekonomi, lapangan kerja, pendapatan masyarakat serta penerimaan daerah yang meningkat melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi yang dimiliki daerah tersebut.³

Pengembangan dan pendayagunaan telah dilakukan yakni dengan banyaknya industri-industri perdagangan yang bergerak di bidang barang dan jasa. Sehingga lapangan pekerjaan banyak terbuka untuk masyarakat dan dapat menambah pendapatan rumah tangga. Industri yang sudah lama ada di Indonesia yaitu industri “Batik”. Batik sudah ada di Indonesia sejak kerajaan Majapahit dan masa penyebaran Islam di tanah Jawa dan pengembangan batik banyak dilakukan pada masa kerajaan Mataram. Meluasnya ketrampilan batik menjadi milik rakyat Indonesia dan suku Jawa setelah akhir abad ke XVIII dan berkembang sampai sekarang. Industri batik di Indonesia umumnya adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat. Pada tahun 1980-an batik merupakan pakaian resmi yang harus dipakai pada setiap acara kenegaraan atau acara resmi lainnya. Sehingga dapat mengenalkan dan meningkatkan citra batik di dunia Internasional. Industri batik Indonesia tersebar di beberapa daerah pulau Jawa, setiap batik dari daerah tersebut memiliki ciri khas tersendiri. Jenis batik yang diproduksi yaitu batik tulis, batik cap, batik printing, dan semi tulis. Batik adalah salah satu jenis produk sandang yang telah berkembang pesat dan sebagai seni yang bernilai tinggi. Masyarakat

³<https://www.bps.go.id/publikasi.html> dan Kementerian Perindustrian data tahun 2017 tentang 10 penyumbang devisa terbesar, (19 September, 2019)

Indonesia telah mengenal batik baik dalam corak modern maupun tradisional.⁴

Corak yang beragam pada batik menandakan adanya pengaruh dari luar karena zaman yang berbeda. Dulu batik hanya dipakai oleh kalangan bangsawan saja. Umumnya warna dan simbol batik menandakan identitas dari golongan tertentu, bahkan di daerah tertentu motif batik memiliki nilai spiritual yang tinggi. Keunikan dari batik membuat UNESCO (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) menetapkan sebagai warisan kemanusiaan, budaya lisan dan nonbendawi yang ditetapkan pada tanggal 02 Oktober 2009 silam.⁵ Yang pada akhirnya setiap tanggal 02 Oktober masyarakat Indonesia memperingati hari batik.

Kata batik sendiri berasal dari bahasa Jawa “ambatik” yang artinya menulis titik kecil atau dapat diartikan melukis atau menulis. Batik merupakan tekstil tradisional di Indonesia yang menggunakan motif pengerjaannya dengan teknik dan warna khusus yang menghiasi kain. Setiap daerah yang memproduksi batik mempunyai ciri khas masing-masing baik dalam ragam hias maupun warna.⁶ Seperti yang telah disebutkan diatas bahwa industri batik sudah tersebar luas dipenjuru kota pulau Jawa. Salah satunya yakni kabupaten Banyuwangi yang terkenal dengan sebutan *Sun Rise of Java* atau kota “Gandrung”, dengan motif batik yang sudah familiar yaitu “Gajah Oling”,

⁴Nurainun, Heriyana dan Rasyimah, *Jurnal Penelitian: Analisis Industri Batik Di Indonesia*, 2008.

⁵Bayu Galih, “*Hari Ini 8 Tahun Lalu, UNESCO Akui Batik sebagai Warisan Dunia Asal Indonesia*”, <https://kwriu.kemdikbud.go.id>, 2017, (25 September, 2019)

⁶Alfin Falahika, “*Profil Produksi dan Bauran Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi*”, (Skripsi, Universitas Jember, Jember 2017).

motif ini merupakan salah satu motif ciri khas di Banyuwangi. Batik Banyuwangi masih memiliki potensi pengembangan lainnya, yaitu dari sisi motif. Banyak hal yang dapat dieksplorasi untuk bisa dikreasikan menjadi motif batik Banyuwangi, sebagai contohnya dari bentukan mahkota penari gandrung atau juga “ombyok” yaitu mahkota penari seblang. Kota Gandrung ini juga dalam membatik terkenal berani memainkan warna yang cerah, seperti warna merah, kuning dan biru. Dengan ketiga warna dasar itu Banyuwangi mudah di kenal oleh para konsumen, sehingga banyak masyarakat Banyuwangi yang mulai menekuni usaha skala UMKM dari berbagai bidang salah satunya membatik.

Perkembangan UMKM kabupaten Banyuwangi terus tumbuh pesat. Bupati Banyuwangi Abdullah Azwar Anas mengatakan UMKM menjadi salah satu sektor yang terus didorong perkembangannya oleh pemerintah daerah. Jumlah pelaku UMKM sebanyak 269.267 berdasarkan data BPS tahun 2015.⁷ Salah satu langkah yang dilakukan untuk menggerakkan UMKM melalui pariwisata, karena pariwisata memberikan dampak langsung bagi perputaran UMKM. Dengan meningkatnya pengiat UMKM dari tahun ke tahunnya pemerintah pusat memberikan penghargaan. Banyuwangi di anugerahi penghargaan Satya Lencana Pembangunan, Bhakti Koperasi dan Pelopor Pengembangan Bisnis UMKM pada tahun 2013. Mengulang sukses yang sama tahun 2014 Diskop UMKM Banyuwangi memperoleh penghargaan Paramadhana Madya Nugraha sebagai Kabupaten Penggerak Koperasi dari

⁷<https://www.banyuwangikab.go.id/berita-daerah/banyuwangi-proteksi-umkm-yang-tumbuh-pesat.html>, (17 Juli 2019)

Menteri Koperasi dan UKM RI, Satya Lancana Pembangunan dari Presiden SBY. Selain dari presiden SBY di tahun 2014, pada kesempatan yang sama Diskop UMKM Banyuwangi juga menerima penghargaan sebagai koperasi berprestasi Nasional jenis usaha konsumen bersama 130 kepala daerah di Indonesia.⁸

Pemerintah daerah Banyuwangi selalu memfasilitas para pengusaha kecil untuk mendirikan Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang biasa dikenal dengan sebutan (UMKM), guna mempermudah pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Karena dengan UMKM maka jaringan yang diperoleh pedagang semakin luas. Sebagai contoh yaitu UMKM batik yang ada di Banyuwangi hingga sampai saat ini mampu menembus pasar Internasional. Setiap tahun Banyuwangi menggelar Festival Batik Banyuwangi (FBB) kegiatan ini di selenggarakan untuk meningkatkan daya saing penjualan batik dan pembuka jaringan kerja sama antara pengrajin batik dengan industri-industri besar yang bertaraf nasional dan internasional. Tema yang diusung dalam setiap pagelaran FBB setiap tahunnya berbeda.⁹ Berikut data beberapa UMKM batik yang ada di kabupaten Banyuwangi.

⁸DiskopUMKM, "Overview Prestasi Dinas Koperasi Dan Umkm Kabupaten Banyuwangi Tahun 2015", <http://klinikumkm.banyuwangikab.go.id/news/item/detail/overview-prestasi-dinas-koperasi-dan-umkm-kabupaten-banyuwangi-tahun-2015>, (29 September 2019)

⁹Muhammad Ulil Albab, "Kembali Digelar, Festival Batik Banyuwangi Kolaborasikan Perajin Lokal Dan Italia", <https://banyuwangi.merdeka.com/pariwisata/kembali-digelar-festival-batik-banyuwangi-kolaborasikan-perajin-lokal-dan-italia-181116x.html>, (07 September 2019)

Tabel. 1.1
Data UMKM Batik Kabupaten Banyuwangi

No	Nama UMKM	Nama Pemilik	Nomor Telp	Alamat UMKM
1	Sekar Bakung	Sri Sukartini	081249843168	Jl. Stasiun Karang Asem No. 99 Rt 02 Rw 01 Link Karang asem
2	Carang Segoro Batik	Isprijono / Siti Romlah	081358937347	Rt 01 Rw 02 Bakungan Kecamatan Glagah
3	Godho Batik	Firman Sauqi	081907824902 / 0085336109200	Perum Permata Giri Permai Blok Ca6 Rt 04 Rw 06 Kecamatan Giri
4	Batik Seblang	Umi Sukasih	085257634597	Jl. Agus Salim Kelurahan MojoPanggung Kecamatan
5	Batik Sritanjung	Hj Ana Nemi Belgies	(0333) 423313 / 081 5710971081	Jl. Dedali putih 9 Kelurahan Temanggng n/ Jl Tarakan 13
6	Batik Sayu Wiwit	Sundjoyo / Fonny	(0333) 422642	Jl. Sidopekso Kelurahan Temanggungan Kecamatan
7	Canting Mustika Batik	Titis Widawati	081358106661 / (0333) 7709006	Jl. Kh Agus Salim No 01 (1) Kecamatan Banyuwangi
8	Batik Pringgokusumo	Hj Endang Desy LQ	085336712714 085236768889	Dsn Lambansukadi Rt 3 Rw 6 (200m selatan Poliwangi) Desa Labanasem
9	Gondho Arum Batik	Susiyati	081249948728	Desa Pakistaji Kecamatan Kabat
10	Batik Salsa	Syaiku	082331100928	Jl. Masjid Attaqwa Desa Badean Rt 01 Rw 01 Kecamatan Kabat
11	Neysha Batik	Frendy Suciati	087757044661	Dsn Sekandangan Desa Pkistaji Kecamatan Kabat
12	Nozzah Batik	Amrin	081337646600	Jl. Abu Hasan No.

			081233661234	10 Rt 01 Rw)1 Desa Kedaleman Kecamatan Rogojampi
13	Batik Srikandi	Hani	082141471981	Jl. Alam Indah Lestari Karanganyar Karangbendo Kecamatan Rogojampi
14	Sumardi Batik Pantai	Sumardi	087759534491	Dsn Kemiren Desa Singojuhur Kecamatan Singojuh
15	Rasmi Batik	Andoko Supri	087757570231	Dusun Pasinan Barat rt 02 Rw02 Desa Singojuruh Kecamatan Singojuhur
16	Batik Lukis	Hariyanto	085730304743	Dusun Kendal Rt 02 Rw 02 Desa Sumberbaru Kecamatan singojuruh
17	Batik Tropikal	H Munawaroh / Ade Rendra V	081232737474 081337104999	Jl Aruji Kertawinata (setelah lapangan gendoh) Kecamatan Sempu
18	Virides Batik Collection	H. Moch Suryadi	08123466421 01336735753	Jl. Doktren Baitus Salam Rt 01 Rw 02 Dsn. Simbar Desa Tampo Kecamatan Cluring
19	Tatsaka Batik	Edy Fitriyanto	085232930937 088801014456	Jl. Sman Cluring Simbar 2 Dsn Kulon Ban Cluring Desa Tampo
20	Najiha Batik	Dr. Hasyim Ashari, S.S., Msi	081320642479 085607920022	Simbar 2 Rt 02 Rw 2 Barat SDN Tampo 3 Desa Tampo
21	Tresno Batik	Paidi / Erni	081336055956 082141242679	Jl. Doktren Baitus Salam Rt 02 Rw 03 Dsn. Simbar Desa Tampo Kecamatan

				Cluring
22	Yoko Batik	Mujiyoko	085738466610	Rt 01 Rw 04 Dsn. Simbar Desa Tampo Kecamatan Cluring
23	Batik Dewi Shinta	Novitalia / Arif	082337832293	Jl Plonto Rt 01 Rw 02 Desa Tembokrejo Kecamatan Muncar
24	Satrio Batik	Nanang Edi Supriono	081233717023	Dusun Krajan Rt 11 Rw 1
25	Mertosari Batik	Fitrie Santoso	082232583290 081934897704	Jl Jendral Sudirman No 02 Blok Manggis Dusun Balak Kidul
26	Osing Ningrat	Izza Nur Azizah	081333576692	Jl Adi Sucipto No 63 Banyuwangi
27	Sekar Kedaton Batik	Rizal / Fifin Andri Susanti	082234765421	Perum Graha Blambangan No 6 Jl. Terantai B6 Rt 05 Rw 03 Sukerejo Desa
28	Pandawa Batik	Yasir Eko Purnomo / Hilda	085236189191	Dusun Karanganyar Rt 03 Rw 01 Desa Karang Bendo

Sumber Data Diolah, Dinas Koperasi dan UMKM Banyuwangi, 2019.¹⁰

Puluhan industri batik yang berdiri di Kabupaten Banyuwangi selain sebagai bisnis industri, batik juga dapat menjadi sarana untuk menjaga kebudayaan asli batik Banyuwangi. Salah satunya UMKM batik yang ada di kecamatan Cluring desa Tampo, yang sudah di tetapkan sebagai Kampung Batik dan sudah di sahkan oleh Bupati Banyuwangi Abdullah Azwar Anas pada tahun 2017. Di Kampung Batik ini terdapat lima UMKM pada satu ruas jalan, yaitu: batik Virdes, batik Tresno, batik Yoko, batik Tatsaka dan batik Najiha. Dari ke-lima UMKM batik yang ada di Kampung Batik, Batik Virdes

¹⁰<http://klinikumkm.banyuwangikab.go.id/umkm/index/0/40>, (11 September 2019)

menjadi pelopor batik tertua di desa Tampo. Batik Virdes di kelola oleh H. Mohamad Suyadi, Batik ini berdiri pada tanggal 3 November 1986 dan tetap eksis sampai sekarang. Batik Virdes beralamatkan di Jl. Doktren Baitussalam dusun Simbar Rt 03 Rw 02 desa Tampo kecamatan Cluring kabupate Banyuwangi. Nama Virdes diambil dari pengabungan nama Dewi dengan bintang kelahiran virgo dan nama Suyadi. Batik ini selain begelut di bidang pembuatan batik juga dibidang garment (pembuatan baju). Lokasi galeri tempat proses membatik yang mencapai satu hektar dilengkapi oleh *home stay*, gerai batik, mushola, tempat singgah, pendopo, dan galeri ini juga sering dipakai sebagai obyek foto. Pada 1992 Suyadi memperoleh penghargaan dunia di Jerman atas motif batik BST 87. “Ketika itu tanpa sengaja motif yang saya kirim ke Jerman menjadi motif batik terlaris, sehingga dapat penghargaan. Ketika menerima penghargaan, yang memakai batik saya adalah top model dunia. Saya bangga,” ungkap dia. BST 87 artinya adalah Batik Suyadi urutan desain nomor 87. Berkat penghargaan tersebut, konsumen dari batik Virdes semakin bertambah banyak dan sudah merambah ke luar negeri seperti: Milan, Italia, Paris, LA, Hawaii, Inggris, Jepang dan Australia. Penghargaan nasional yang berhasil diraihinya di antaranya adalah penghargaan Puteri Citra di tahun 1992. Kala itu, Batik Virdes berhasil menyabet 8 dari 9 penghargaan nasional. Pada tahun 2010 UMKM batik Virdes juga mendapat penghargaan kategori kepatuhan Terhadap Kewajiban Angsuran dan Kewirausahaan “Semen Gresik UKM Award 2010”. Setelah ia berhasil menggarap pasar luar

negeri, barulah Suyadi menggarap pasar lokal.¹¹ Batik Virdes juga membuka cabang di Banyuwangi kota, beralamat di Jl. Ikan Gurita no 52, karangrejo Banyuwangi. UMKM ini memiliki pelanggan dari semua kalangan, kalangan pejabat, pengusaha, dan pelanggan mancanegara. Sebaran pasar dari Virdes meliputi Palembang, Jambi, sejumlah kota di Kalimantan, dan hampir semua kota di Jawa Timur.¹²

Pangsa pasar yang dimiliki UMKM batik Virdes dapat membawa keuntungan bagi UMKM sendiri, UMKM sekitar dan kabupaten Banyuwangi yang akan semakin dikenal oleh mancanegara. Setiap harinya UMKM batik Virdes tidak pernah sepi dengan pengunjung. Apalagi ketika musim akhir tahun pembelajaran, pesanan kain batik semakin melonjak karena pergantian seragam kelembagaan. UMKM batik Virdes setiap hari memproduksi batik cap sebanyak 200 biji, dan untuk hasil batik tulis satu kain tergantung dari kesulitan pengerjaannya. Disini ada bulan tertentu yang ramai dengan pesanan mbak. dari tahun ajaran baru dan pergantian seragam sekolah atau lembaga pemerintahan, dan itu dibulan-bulan tertentu saja.¹³ Pendapatan bersih yang dimiliki oleh UMKM batik Virdes kurang lebih 200 juta pertahun dengan memproduksi kurang lebih 12.000 meter kain batik per tahunnya. Berikut hasil pejualan industri batik Virdes pada beberapa bulan terakhir di tahun 2019.

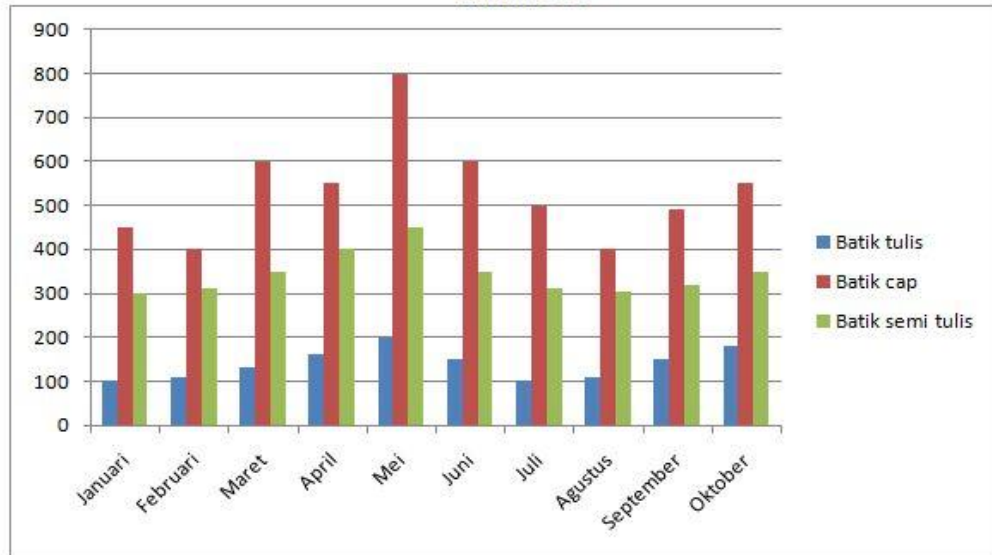
¹¹Mohammad Suyadi, “Dimana Ada Gula di Situ Ada Semut”, http://batikvirdes.blogspot.com/2012/12/mohammad-suyadi-virdes-batik-ollection_6.html (16 Juli 2019)

¹²Shodiq Suwarso, dkk, “Strategi Pengembangan Usaha Batik Banyuwangi Dan Pengaruhnya Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Banyuwangi”, (Riset, LPPM Banyuwangi, 2012), 7.

¹³Wawancara, Mbak Ifa pada tanggal 4 Oktober 2019.

Grafik 1.1

**Hasil Penjualan Kain Batik UMKM Batik Virdes
Tahun 2019**



Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa hasil penjualan dari UMKM batik Virdes lebih dominan pada bulan-bulan tertentu karena pada bulan maret april mei pergantian tahun ajaran baru. Dan kebanyakan para lembaga instansi pendidikan, dinas, dan pelajar menggunakan seragam baru.

Harga kain batik yang ditawarkan juga sangat beragam mulai dari Rp 40.000 – 3.500.000 (per meter). Dengan harga yang dibandrol konsumen dapat memiliki kain batik sesuai dengan selera mulai dari batik cap, batik tulis, batik semi tulis, batik printing, batik sutra dan kerajinan produk siap pakai lainnya. Konsumen dapat memilih motif sesuai dengan selera bahkan bisa membawa motif yang di desain sendiri.¹⁴ Dengan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk menentukan motif batik yang ingin digunakannya

¹⁴Wawancara, Ibu Dewi pada tanggal 4 Oktober 2019.

maka kepercayaan dalam mengenakan batik dan menjaga eksistensi batik tetap ada. Disini konsumen selain diberi kebebasan untuk menentukan motif yang ingin digunakan, mereka juga diperkenankan untuk melihat dan belajar membuat batik mulai awal pembuatan sampai siap dipasarkan. Bagi pengunjung yang ingin melakukan pembelajaran atau wisata edukasi disini bisa mulai dari jam 08.00-15.00. Dengan membayar uang kebersihan dan membeli alat serta bahan yang dibutuhkan untuk belajar membatik. Dari situ UMKM batik Virdes membuka pelatihan-pelatihan membatik bagi siapapun yang ingin belajar dengan ketentuan atau syarat yang berlaku. Pengunjung yang ingin melakukan pembelajaran membatik harus melakukan registrasi terlebih dahulu dengan tujuan untuk penyediaan alat dan bahan yang akan digunakan sebagai media pembelajaran. Dalam hal ini yang awalnya digunakan konsumen untuk berkunjung membeli kain batik saja, akan mengalami pergeseran yaitu dengan menambah wawasan dalam proses pembuatan kain batik atau dikenal dengan wisata edukasi.

Salah satu pengunjung dari Sekolah Tinggi Islam Darul Ulum Muncar bernama Anisa sedang melakukan wisata edukasi bersama rombongannya. kami melakukan wisata edukasi sebagai kegiatan akhir tahun pelajaran dan memilih di UMKM batik Virdes dengan alasan karena tempatnya yang sangat nyaman, pelayanan yang baik, salah satu batik tertua di Banyuwangi, dan kita disini dapat menambah wawasan tentang batik. karena mahasiswa atau anak muda seperti kita memang wajib mengetahui dan melestarikan salah satu

warisan nenek moyang kita.¹⁵ Ada juga mas Andi dan rombongannya yang jauh-jauh dari Jember yakni STAIFAS Kencong yang melakukan wisata edukasi di UMKM batik Virdes. Acara kita ke Banyuwangi yaitu liburan sebenarnya, tetapi daripada hanya untuk liburan dengan membuang waktu percuma. Akhirnya kita menjadwalkan untuk belajar membuat batik di satu-satunya wisata kampung batik yang ada di Banyuwangi yakni Batik Virdes yang ada di Kecamatan Cluring. Yang jalurnya juga strategis dengan beberapa tempat wisata, jadi lebih mudah untuk dikunjungi. Apalagi dengan beberapa penghargaan yang sudah diraihinya serta pelayanan yang sangat memuaskan.¹⁶ Mas anang dan beberapa temannya yang sedang melakukan kunjungan ke tempat wisata yang ada di kota Banyuwangi juga mampir untuk belajar dan mengenal berbagai macam batik yang di produksi oleh UMKM batik Virdes. Beliau menyampaikan, sangat antusias untuk belajar disini, karena tempatnya nyaman dan suasananya tenang, dan banyak penghargaan yang di raih, bangunannya juga unik, dan disini juga di sediakan penginapan bagi mereka yang ingin bermalam. Ini merupakan keunikan tersendiri karena setelah saya mencari di internet banyak sekali yang menulis di blog, sebagai penelitian hasil akhir, yang menyatakan bahwa ppangsa pasar yang di capai sampai keluar negeri dan telah banyak mendapat penghargaan. Dan memang benar setelah saya berkunjung ke sini banyak penghargaan yang telah di raihinya.¹⁷

Bapak Suyadi selaku owner dari batik Virdes menambahkan bahwa, mengenalkan batik dengan di kemas menjadi wisata edukasi banyak yang

¹⁵Wawancara, Anisa pada tanggal 21 Oktober 2019.

¹⁶Wawancara, Andi pada tanggal 4 Oktober 2019

¹⁷Wawancara, Anang pada tanggal 4 Oktober 2019.

belajar membuat batik disini mulai dari anak-anak, remaja, mahasiswa, lembaga pemerintahan dan kalangan umum. Sebelum belajar secara langsung membuat batik, kita memberi wawasan kepada peserta pembelajaran. Bahan apa saja yang digunakan, mengenalkan motif batik, mengenalkan jenis-jenis batik, dan memberi arahan bagaimana proses membuat batik sampai siap dipasarkan.¹⁸

Dari kenyataan ini maka kegiatan pariwisata telah berubah menjadi kebutuhan sekunder yang harus dipenuhi tidak hanya untuk melepas penat dari rutinitas bekerja dengan melihat pemandangan alam dan mencari udara segar, namun pariwisata saat ini juga telah menjelma menjadi tempat yang juga bisa menjadi media pembelajaran. Wisata edukasi saat ini mulai banyak diminati salah satunya dikarenakan dengan berwisata edukasi maka tidak akan ada waktu yang dibuang percuma saat melakukan perjalanan. Melalui wisata edukasi maka proses pembelajaran dapat lebih mudah dimengerti dan diingat karena metodenya menyenangkan. Wisata edukasi atau *edutourism* adalah suatu program dimana wisatawan berkunjung ke suatu lokasi wisata dengan tujuan utama untuk memperoleh pengalaman pembelajaran secara langsung.¹⁹

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di industri batik Virdes berbasis wisata edukasi yang sudah dikembangkan sebagai saran menambah pengetahuan dan mengenalkan batik ke semua orang di seluruh dunia. Pengunjung di UMKM batik Virdes tidak hanya orang dewasa saja tetapi juga anak-anak, remaja, mahasiswa, dari kelembagaan pemerintahan, dan kalangan umum. Mereka tidak hanya berasal

¹⁸Wawancara, Bapak Suyadi pada tanggal 4 Oktober 2019.

¹⁹Devi Roza K. Kausar dkk, *Jurnal Penelitian: Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Di Godong Ijo Depok Dengan Experiential Marketing*, 2017.

dari dalam negeri saja, melainkan dari luar negeri juga ikut belajar membuat di UMKM batik Virdes. Dengan adanya pengembangan wisata edukasi, pengunjung atau konsumen akan mudah mengenal jenis-jenis batik sehingga lebih bisa menghargai karya seni batik. Sebaran pasar industri UMKM batik Virdes sudah sampai ke Indonesia, Jerman, Perancis, Australi, Milan. Dengan ketekunan serta kegigihan yang di bangun oleh seluruh karyawan dan pemilik, industri batik Virdes mendapat penghargaan tingkat nasional dan internasional. Disini juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas meliputi, penginapan, rumah singgah, pendopo, dan lain-lain. Dari pemaparan diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **”Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virdes di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi”**.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, dan operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat Tanya.²⁰ Dari latar belakan diatas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian, yaitu:

1. Bagaimana Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virdes di lihat dari Segi Intensif, dan Diversifikasinya?
2. Bagaimana Strategi UMKM Batik Virdes dalam Mempertahankan Hasil Pengembangan Bisnis Wisata Edukasinya?

²⁰Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: STAIN Jember Press, 2014), 44

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu pada masalah-masalah yang telah di rumuskan.²¹

1. Untuk Mengetahui Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virdes di lihat dari Segi Intensif, dan Diversifikasinya
2. Untuk Mengetahui Strategi UMKM Batik Virdes dalam Mempertahankan Hasil Pengembangan Bisnis Wisata Edukasinya

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu dampak dari tercapainya tujuan.

Adapun manfaat yang ingin dicapai dari peneltian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, serta dapat memberi manfaat bagi pengembangan ekonomi khususnya yang berbasis Industri dan wisata edukasi pada usaha yang berstandar kecil maupun besar.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UMKM setempat

Menambah khazanah ilmu pengetahuan dan informasi khususnya mengenai Strategi Pengembangan Bisnis Wisata

²¹Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, (Jember: STAIN Jember Press, 2014), 45.

Edukasi UMKM Batik Virdes di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

b. Bagi Akademik

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat menambah perbendaharaan kepustakaan di IAIN Jember dan memberikan manfaat bagi seluruh mahasiswa, akademisi, dan dosen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dengan tema yang sejenis, sehingga ilmu tentang strategi pengembangan bisnis wisata edukasi dapat terus diikuti perkembangannya.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalah pahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti. Dari judul “Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virdes di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi”, maka istilah-istilah yang perlu dijelaskan sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan

Chandler mengemukakan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai tujuan perusahaan dengan tujuan jangka panjang serta prioritas alokasi sumber daya. Sedangkan menurut Stephanie K Marrus strategi adalah suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang

berfokus pada tujuan jangka panjang dan disertai penyusunan suatu cara agar tujuan tersebut tercapai.²² Strategi yaitu suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang terfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya agar tujuan tersebut dapat tercapai.²³

Pengembangan (*development*) adalah fungsi operasional kedua dari manajemen personalia. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerja atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Menurut Jan Bella pengembangan sama dengan pendidikan dan pelatihan yaitu proses peningkatan keterampilan kerja baik teknis maupun manajerial.²⁴

Dapat diambil kesimpulan dari pemaparan strategi pengembangan diatas yaitu proses perencanaan oleh pemimpin puncak dalam jangka panjang yang berupa pelatihan atau pengembangan potensi guna mencapai tujuan yang sudah di rencanakan.

2. UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki definisi yang berbeda pada setiap literatur menurut beberapa instansi atau lembaga bahkan undang-undang. Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun

²²M. Rizki Fajriansyah, Isniati, *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), 3.

²³Putri Kamilatul Rohmi, “*Strategi Pengembangan Sumber Daya Insani Dalam Peningkatan Excellen Service di Bank Syari’ah Mandiri Cabang Lumajang*” (Tesis: Program Pascasarjana IAIN Jember, 2017)

²⁴Malayu S.P. Hasibuan, *Manajerial Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), 68.

2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai berikut:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.²⁵

Jadi dapat disimpulkan bahwa UMKM adalah usaha mikro sampai menengah yang berdiri sendiri dan bukan merupakan anak dari perusahaan lain.

²⁵<https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>. (6 April 2019)

3. Wisata Edukasi (*Education Tour*)

Suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang pendidikan yang dikunjungi. *Education tour* ini dilakukan untuk mengembangkan wawasan dan ilmu pengetahuan bagi para pelakunya. Pengunjung yang melakukan perjalanan wisata pendidikan biasanya tidak terlalu mementingkan kemewahan yang berlebihan dalam melakukan kegiatan perjalanan.²⁶

Berdasarkan definisi istilah diatas maka yang dimaksud dengan “Strategi Pengembangan UMKM Batik Berbasis Wisata Edukasi Di Batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi adalah suatu proses jangka panjang yang dilakukan perusahaan atau industri dalam mengembangkan wawasan ilmu pengetahuan yang didapat saat melalukan wisata edukasi dan mampu bersaing dengan industri wisata edukasi yang lain.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penulisan dan pemahaman secara menyeluruh tentang penelitian yang akan dilakukan, maka dipandang perlu untuk memaparkan sistematika penulisan laporan dan pembahasan skripsi sebagai berikut:²⁷

²⁶Program Pemberdayaan Masyarakat, *Buku Panduan Wisata Edukasi Kampung Tulip*, (Bandung : 2017), 17.

²⁷Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. (Jember: IAIN Jember Press,2015), 68-69.

Bab I adalah pendahuluan yang di dalamnya terdapat sub bab tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan kajian kepustakaan, berisi tentang penelitian terdahulu dan kajian teori tentang strategi pengembangan, Usaha Mikro Kecil Menengah dan wisata edukasi.

Bab III membahas metode penelitian, memaparkan tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab IV yaitu penyajian data dan analisis data, berisi tentang gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis, dan pembahasan temuan.

Bab V berisi tentang penutup atau kesimpulan dan saran, kesimpulan dari semua pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, sekaligus penyampaian saran- saran bagi pihak- pihak yang terkait.

IAIN JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

1. Angga Pradikta, 2013, Skripsi, *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*. Hasil penelitian menunjukkan dalam Matrix Grand Strategi terlihat posisi pengembangan sektor pariwisata di Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah berada di posisi Strategi Pertumbuhan, yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki. Dalam diagram menunjukkan bahwa titik potong (1,39;0,91) berada pada kuadran I, dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan
2. Falisia Meliana Ratri P.Silitonga, 2017, Skripsi, *Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulon Progo)*. Hasil Penelitian Menunjukkan seluruh pelaku UMKM batik Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo menggunakan strategi fokus (kombinasi dan *cost leadership* dan strategi diferensiasi), dan jenis strategi yang digunakan yaitu pewarnaan menggunakan natpol dan indigosol, inovasi motif, pemasaran dengan menggunakan media sosial dan pameran, penggunaan alat yang modern seperti cangkir elektrik dan kompor gas, serta inovasi motif dengan modifikasi motif. Selain itu terdapat 12 alternatif strategi yang sesuai dengan situasi yang ada yaitu 4 kombinasi strategi *strengths*

dan *opportunities*, 3 kombinasi strategi *weaknesses* dan *opportunities*, 3 kombinasi strategi *strengths* dan *threats*, 2 kombinasi strategi *weaknesses* dan *threats*.²⁸

3. Zuhdi Syaiful Anhar, 2017, Skripsi, ***Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Kasus Kelompok wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur Di Dusun Karanglo Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman***. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Sebanyak 92,5% responden merasa mempunyai kinerja tinggi dan 7,5% responden mempunyai kinerja sangat tinggi terhadap organisasi Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur (2) Strategi yang tepat untuk pengembangan usaha ekonomi kreatif Kelompok Wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Strategi tersebut kemudian dikembangkan melalui analisis matrik SWOT sehingga diperoleh bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif yang tepat untuk diterapkan pada KWT Karanglo Makmur yakni dengan mengembangkan semua produk olahan hasil tani agar mampu menjadi produk unggulan dan memperluas pasar.²⁹
4. Adam Jordan, 2018, Skripsi, ***Analisis Kualitas Pelayanan Dan Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Sentulfresh Indonesia Bogor Jawa Barat***. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan wisata edukasi Sentulfresh Indonesia belum memenuhi kebutuhan dan keinginan

²⁸Falisia Meliana Ratri P.Silitonga, “*Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulon Progo)*”, (Skripsi, Universitas Santa Dharma Yogyakarta, 2017).

²⁹Zuhdi Syaiful Anhar, “*Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Kasus Kelompok wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur Di Dusun Karanglo Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman*” (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta, 2017)

pengunjung. Berdasarkan analisis SWOT menunjukkan nilai Internal factor evaluation/IFE (2,655) dan nilai. Eksternal factor evaluation/EFE (2,677). Strategi alternatif yang menjadi prioritas berdasarkan hasil uji QSPM adalah merealisasikan pengembangan fasilitas pada lahan tersisa disertai dengan perbaikan dan pembenahan pada fasilitas yang sudah ada (TAS = 6,955).³⁰

5. Adiyanto, 2018, Skripsi, ***Strategi Pengembangan Pariwisata Di Desa Wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso.***

Hasil kesimpulan dari penelitian ini yaitu potensi yang ada di desa wisata Lombok kulon terdiri dari potensi di bidang atraksi, kerajinan, edukasi, dan budaya. Strategi menyusun permodelan kawasan desa wisata Lombok Kulonyang di dasari pembangunan kepariwisataan berkelanjutan. Strategi penguatan kesadaran masyarakat dalam mengembangkan desa wisata Lombok Kulon. Strategi peningkatan kapasitas dan peran masyarakat dengan membangun pariwisata di desa Lombok Kulon.³¹

6. Ahmad Abrori, 2018, Skripsi, ***Strategi Pengembangan Usaha Wisata Dira Park Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember.*** Hasil dari penelitan

ini yaitu: Pertama, strategi keunggulan biaya di dira park dilakukan dengan cara efisien biaya operasional salah satunya adalah integrasinya wahana permainan di suatu tempat wisata sudah termasuk dalam tiket masuk tanpa harus membayar lagi. Kedua, strategi diferensiasi di Dira Park adalah

³⁰Adam Jordan, “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Sentulfresh Indonesia Bogor Jawa Barat” (Skripsi, Universitas Lampung, Lampung, 2018)

³¹Adiyanto, “Strategi Pengembangan Pariwisata Di Desa Wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso” (Skripsi, IAIN Jember, Jember, 2018)

berinovasi sesuatu yang baru setiap 3-6 bulan sekali dengan memberikan pelayanan yang baik dan ramah terhadap pebgunjung. Ketiga, strategi fokus di Dira Park adalah dari segmentasinya berfokus kepada masyarakat kelangan menengah ke bawah serta menjadi prioritas utama adalah kenyamanan pengunjung.³²

7. Andri Oktosilva, 2018, Skripsi, *Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata di Tana Toraja*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Tana Toraja memiliki kekuatan (*Strength*) potensi pariwisata yang sangat banyak dan pemerintah lebih fokus untuk membangunnya, kelemahan (*Weaknesses*) sarana dan prasarana yang masih sangat kurang serta anggaran yang terbatas, peluang (*Opportunities*) Situasi, keamanan dan kenyamanan Kabupaten Tana Toraja yang sangat kondusif perkembangan media massa dan teknologi yang pesat sebagai sarana penunjang kepariwisataan kabupaten Tana Toraja, ancaman (*Threats*) berkembang pesatnya pembangunan dan pengembangan pariwisata di luar Toraja sebagai pesaing semakin tinggi. Terdapat beberapa strategi untuk mengembangkan pariwisata yang ada di Kabupaten Tana Toraja pengembangan pasar wisatawan, pengembangan produk wisata, pengembangan kapasitas sumber daya manusia, pengembangan area sebaran tujuan wisatawan.³³

³²Ahmad Abrori, “*Strategi Pengembangan Usaha Wisata Dira Park Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember*” (Skripsi, IAIN Jember, Jember, 2018)

³³Andri Oktosilva, “*Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata di Tana Toraja*”, (Skripsi, Universitas Hasanuddin Makasar , 2018)

8. Ayu Nurfitia Daniatun, 2018, Skripsi, ***Strategi Pengembangan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klompok Kabupaten Banjarnegara***. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan industri keramik Purwareja Klompok yang dapat digunakan yaitu mengembangkan keahlian para pengrajin pemula melalui pelatihan, mengembangkan pelayanan melalui kartu IUMK (Izin Usaha Mikro Kecil), mengembangkan produk kerajinan keramik dengan ciri khasnya yg berkualitas, mengembangkan sumber daya manusia yang kompeten dengan melakukan pembinaan, memperbanyak modal untuk mengembangkan usaha, memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi dan melakukan penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan kualitas, variasi, serta inovasi produk keramik.³⁴
9. Devi Chairiza Hadi, 2018, Skripsi, ***Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Hadi Sukirno Leather Work And Handycraft)***. Hasil penelitian ini adalah Hadi Sukirno *Leather Work and Handycraft* merupakan beberapa strategi untuk mengembangkan usahanya. Strategi pengembangan meliputi pengembangan sistem yang merupakan temuan baru dalam penelitian ini dengan melakukan *briefing* setiap pagi, pengembangan teknologi juga merupakan sistem digitalisasi dengan menggunakan *google project* strategi produk dengan memberikan inovasi dan kreasi dari setiap produk Hadi Sukirno *Leather Work and Handycraft*, strategi promosi dengan menggunakan *personal selling* dan

³⁴Ayu Nurfitia Daniatun, “*Strategi Pengembangan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klompok Kabupaten Banjarnegara*”, (Skripsi, IAIN Purwokerto, 2018)

media online yaitu *website*, *FBS*, *google net*, strategi distribusi dengan menggunakan kurir dan Hadi Sukirno *Leather Work and Handycraft*.³⁵

10. Iqbal Fauzi, 2018, Skripsi, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Ud. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh pengusaha Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas yaitu Meningkatkan Pasar yang Lebih Luas, Menjaga Kualitas Produk, Memberikan Pelatihan Kepada pekerja, Meningkatkan Kualitas Layanan Pelanggan. Menetapkan Harga. Sedangkan hasil analisis SWOT yang penulis teliti dari berbagai kendala maka penulis meminimalisir dari masalah yang ada yaitu dengan menggunakan Strategi SO, Strategi ST, Strategi WO, Strategi WT. Dari strategi itu maka penulis berharap akan bisa membantu dalam mengembangkan usahanya Pada pengusaha Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas.³⁶

Tabel 2.1
Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Angga Pradikta, 2013	Strategi Pengembangan	Persamaan dengan penelitian ini adalah	Penelitian ini bersifat

³⁵Devi Chairiza Hadi, “*Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Hadi Sukirno Leather Work And Handrycraft)*”, (Skripsi, Universitas Sunan Kalijaga 2018)

³⁶Iqbal Fauzi, “*Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Ud. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)*”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto , 2018)

		Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati	sama-sama menganalisis strategi pengembangan sebuah obyek wisata dengan menggunakan analisis SWOT.	kuantitatif, dan objek penelitiannya berbeda.
2	Falisia Meliana Ratri, 2017	Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulon Progo)	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama bersifat kualitatif dan menganalisis strategi pengembangan sebuah UMKM dengan menganalisis menggunakan analisis SWOT.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah obyek penelitian tidak dijadikan wisata edukasi.
3	Zuhdi Syaiful Anhar, 2017	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Kasus Kelompok wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur Di Dusun Karanglo Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis strategi pengembangan pada sebuah usaha dengan menggunakan analisis SWOT.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah obyek penelitian.
4	Adam Jordan, 2018	Analisis Kualitas Pelayanan Dan Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Sentulfresh Indonesia Bogor Jawa Barat	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis strategi pengembangan berbasis wisata edukasi menggunakan analisis SWOT.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah bersifat kuantitatif.
5	Adiyanto, 2018	strategi pengembangan pariwisata di desa	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama	Perbedaan dengan penelitian ini

		wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso	menganalisis strategi pengembangan pada sebuah usaha dan bersifat kualitatif.	adalah objek penelitiannya .
6	Ahmad Abrori, 2018	Strategi Pengembangan Usaha Wisata Dira Park Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis strategi pengembangan pada sebuah usaha dan bersifat kualitatif.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian.
7	Andri Oktosilva, 2018	Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata di Tana Toraja	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis strategi pengembangan pada suatu usaha dengan menggunakan analisis SWOT dan bersifat kualitatif.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian.
8	Ayu Nurfitia Daniatun, 2018	Strategi Pengembangan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis strategi pengembangan pada UMKM.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah objek penelitian dan metode analisis yang digunakan.
9	Devi Chairiza Hadi, 2018	Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Hadi Sukirno <i>Leather Work And Handrycraft</i>).	Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama menganalisis strategi pengembangan pada UMKM dan bersifat kualitatif.	Perbedaan dengan penelitian ini adalah bukan pengembangan berbasis wisata edukasi melainkan ekonomi kreatif
10	Iqbal Fauzi,	Strategi	Persamaan dengan	Perbedaan

2018	Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Ud. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)	penelitian ini adalah sama-sama menganalisis strategi pengembangan pada UMKM dan bersifat kualitatif.	dengan penelitian ini adalah objek penelitian dan metode analisis yang digunakan.
------	---	---	---

Sumber: Data diolah

Dari data penelitian terdahulu yang telah tersusun diatas sudah bisa diketahui bahwa pembahasan yang banyak disinggung mengenai startegi pengembangan pada Usaha Mikro Kecil Menengah. Dengan menggunakan beberapa acuan yaitu analisis SWOT, ekonomi kreatif, pengembangan pariwisata, Pendapatan Asli Daerah dengan tempat penelitian dan metode yang berbeda-beda. Sedangkan penelitian yang peneliti susun saat ini yaitu lebih mengarah pada penggunaan strategi apa yang tepat versi UMKM batik Virdes untuk mempertahankan pengembangan bisnis usaha batik berbasis wisata edukasi yang bertempat di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

B. Kajian Teori

1. Pengertian Strategi

Konsep strategi berasal dari studi keberhasilan dalam suatu perang. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu “*straty*” yang berarti tentara, kata “*agein*” berarti untuk memimpin.³⁷ Menurut Dirgantoro strategi adalah hal menetapkan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya di dalam bisnisnya tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk memenangkan keuntungan di dalam pasar. Menurut David dan Thomas strategi merupakan rumusan perencanaan komprehensif tentang bagaimana perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan keterbatasan bersaing.³⁸

Perusahaan yang di kelola dengan baik akan menerapkan satu atau lebih strategi yang sesuai dengan peluang yang telah dimiliki perusahaan. Sehingga strategi yang digunakan perusahaan tersebut akan menggambarkan arah dan tujuan suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak.

Dapat di simpulkan bahwa strategi adalah alat yang sangat penting dalam perusahaan untuk mengetahui tindakan apa yang harus dilakukan perusahaan. Pimpinan yang mampu memilih strategi yang tepat untuk perusahaan yang sedang dikelola kemungkinan akan terhindar dari

³⁷Lantip Diatprasojo, *Manajemen Strategi*, (Yogyakarta: UNY Press, 2018), 3.

³⁸Gita Chandra Ramadhan, “*Pengaruh Strategi Diversifikasi Berhubungan dan Tidak Berhubungan Terhadap Kinerja PasarPerusahaan*” (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta 2017).

kesalahan sehingga akan membawa perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.³⁹

2. Strategi Pengembangan

Strategi adalah aksi yang potensial membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumberdaya perusahaan dalam jumlah besar, selain itu, strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional serta perlu mempertimbangkan baik faktor internal maupun internal yang dihadapi perusahaan.⁴⁰ Menurut Chandler strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. Menurut Hamel dan Prahalad strategi yaitu suatu tindakan yang bersifat senantiasa meningkat dan terus-menerus dilakukan berdasarkan sudut pandang yang diharapkan oleh pelanggan dimasa depan.⁴¹ Dengan bahasa yang lebih sederhana, strategi mencoba menyelaraskan perubahan eksternal yang terjadi dengan kondisi internal perusahaan yang di presentasikan oleh sumber daya dan kompetensi yang dimiliki.⁴²

Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis dan konseptual dengan kebutuhan melalui

³⁹Andreas Mangasi, “Analisis Strategi Intensif PT.Eigerindo Multi Produk Industri dan Implementasinya di Bandung: Studi Kasus Produk Eiger” (Skripsi, Universitas Katolik Parahyang, Bandung 2017).

⁴⁰Amin Amrulloh, “Strategi Pengembangan Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Banten Lama Kota Serang” (Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang 2017).

⁴¹M. Rizki Fajriansyah & Isniati, *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), 3.

⁴²Setiawan Hari Purnomo, Zulkifimansyah, *Manajemen Strategi*, (Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1996), 6.

pendidikan atau pelatihan. Seringkali pengembangan diartikan sama dengan istilah pendidikan untuk kalangan industri. Hal ini tidaklah salah, memang pengembangan itu sendiri mencakup pendidikan dan pelatihan.⁴³

Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri merupakan upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan. Serta kondisi eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi. Analisis pasar internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor keunggulan strategis perusahaan untuk menentukan dimana letak kelemahan dan kekuatannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif. Guna mengidentifikasi kekuatan utama dimana industri dapat membangun strategi untuk mengetahui peluang dan meminimalisir kelemahan.⁴⁴

Dari penjabaran diatas dapat ditarik kesimpulan mengenai strategi pengembangan yaitu suatu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang untuk mencapai tujuan yang telah di rencanakan.

a. Jenis-jenis Strategi Pengembangan

Sebagaimana dikutip dari Husein Umar “*strategic in action*”.

Menurut Fred R. David strategi dapat dikelompokan menjadi empat, yaitu:

⁴³Dr.H. Masram SE., & Dr.Hj. Mu’ah S,E., *Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2017), 46.

⁴⁴Felisia Meliana Ratri, “ *Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo)*”, (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta 2017).

1) Strategi Intensif (*Intensive Strategy*), strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan melalui produk yang ada. strategi intensif ada tiga macam yaitu:

a). Penetrasi pasar yaitu strategi untuk meningkatkan pangsa pasar atas produk atau jasa yang ada melalui pemasaran yang lebih besar

b). Pengembangan pasar yaitu strategi yang mengupayakan pengenalan produk dan jasa yang sudah ada ke wilayah-wilayah geografis yang baru

c). Pengembangan produk yaitu strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini atau dengan mengembangkan produk yang baru

2) Strategi Integrasi Vertikal (*Vertikal Integration Strategi*), strategi ini menghendaki agar industri melakukan pengawasan lebih terhadap pemasok, atau para pesaing melalui merger, akuisisi atau membuat perusahaan sendiri. Strategi integrasi dibedakan menjadi tiga, yaitu:⁴⁵

a). Integrasi kedepan, strategi ini untuk memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali atas distributor atau pengecer

b). Integrasi kebelakang, strategi ini untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kendali atas pemasok

⁴⁵Taufiqurokhman, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: FISIP Universitas Prof, Dr, Moestopo Beragama, 2016), 48.

- c). Integrasi horizontal, strategi ini untuk mengendalikan para pesaing
- 3) Strategi Bertahan (*Defensive Strategy*), strategi yang ada pada perusahaan sebagai tindakan menyelamatkan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujungnya adalah kebangkrutan. Dalam kondisi tertentu perusahaan akan lebih memilih strategi bertahan untuk mempertahankan posisi saat ini, maka dari itu perusahaan paling tidak harus *survive*.
- a). Penciutan yaitu strategi untuk melkaukan pengelompokan ulang melalui pengurangan biaya dan asset untuk meningkatkan penjualan dan laba yang menurun
- b). Divestasi yaitu startegi untuk menjual satu divisi atau bagian dari perusahaan
- c). Likuidasi yaitu strategi untuk mengakui kekalahan dengan konsekuensi menjual seluruh asset perusahaan secara bertahap, sesuai dengan nilai yang terlihat
- 4) Strategi Diversifikasi (*Diversification Strategy*) strategi ini bertujuan agar perusahaan tidak bergantung pada satu bisnis saja. Namun juga dapat mengembangkan beberapa jenis usaha dalam satu perusahaan. Startegi ini bisa jadi kurang berkembang karena tingkat kesulitan pada manajemen. Dalam pengelolaan aktivitas industri yang berbeda, dibutuhkan banyak strategi dan

pengawasan yang lebih tinggi. Ada tipe strategi diversifikasi yaitu:⁴⁶

a). Diversifikasi konsentrik yaitu untuk menambah produk atau jasa baru tetapi yang masih berkaitan

b). Diversifikasi konglomerat yaitu untuk menambah produk atau jasa baru yang tidak berkaitan untuk para pelanggan baru

c). Diversifikasi horizontal yaitu untuk menambah produk atau jasa baru yang tidak berkaitan, untuk para pelanggan yang sudah ada

b. Aspek Pengembangan Pariwisata

Menurut Oka Yoeti pengembangan pariwisata ada beberapa aspek yang harus diperhatikan, sebagai berikut.⁴⁷

1) Informasi dan Promosi

Setiap perusahaan memerlukan promosi dengan tujuan wisata yang di kembangkan atau didirikan dapat di kunjungi oleh masyarakat. Perusahaan atau industri harus mengetahui kapan iklan dipasang, kemana brosur di sebar dan informasi harap dikemas semenarik mungkin agar yang menerima informasi dapat memahani isi dari informasi yang di sampaikan. Sehingga masyarakat dengan mudah memahami dan menentukan keputusan.

⁴⁶Husein Umar, *Strategic Management in Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 34-35.

⁴⁷Drs. Argyo Demartoto. M,Si, “*Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pedesaan Oleh Pelaku Wisata di Kabupaten Boyolali*”, (Penelitian Perseorangan dalam Bidang Sosiologi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008).

2) Fasilitas atau Pelayanan

Fasilitas atau pelayanan yang ada di perusahaan merupakan salah satu syarat daerah tujuan wisata. Agar wisatawan dengan mudah beradaptasi di daerah wisata sehingga merasakan kenyamanan. Tidak hanya fasilitas yang diutamakan tetapi pelayanan juga salah satu hal penting yang selalu harus diperhatikan dan di evaluasi sesering mungkin.

3) Atraksi atau Objek Wisata

Bagaimana atraksi dan objek wisata yang akan dijual, apakah memenuhi tiga syarat sebagai berikut, apa yang dapat dilihat, apa yang dilakukan, dan apa yang dapat dibeli.

4) Wisatawan

Harus diketahui karakteristik dari wisatawan, dari negara mana mereka datang, usia, hobi, dan pada bulan apa pengunjung melakukan perjalanan.

5) Transportasi

Harus dilakukan penelitian bagaimana fasilitas transportasi yang tersedia untuk membawa wisatawan ke daerah tujuan.

Untuk mendapatkan alternatif strategi yang diterapkan pada usaha mikro, kecil, menengah adalah dengan menggunakan faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup pemasaran, sumber daya manusia, dan

produksi. Sedangkan faktor eksternal mencakup teknologi, sosial, dan pesaing.⁴⁸

c. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal lebih mengarah pada analisis internal perusahaan dalam menilai atau mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari tiap-tiap divisi keuangan, akuntansi, pemasaran, riset dan pengembangan, personalia, serta operasional. Analisis internal adalah analisis yang dilakukan terhadap kekuatan serta kelemahan sebuah perusahaan. Kekuatan perusahaan berarti dimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan serta dapat memenuhi target pasar. Kelemahan sendiri adalah dimana perusahaan mengalami keterbatasan dalam memenuhi target pasar. Menurut Jauch Gluech lingkungan internal adalah proses dimana perencanaan strategi mengkaji faktor internal perusahaan untuk menentukan dimana perusahaan memiliki kekuatan dan kelemahan yang berarti sehingga dapat mengelola peluang secara efektif dan menghadapi ancaman yang terdapat dalam lingkungan.⁴⁹ Terdapat beberapa faktor strategi internal sebagai berikut:

1) Pemasaran

Poin penting dalam kegiatan bisnis yaitu pemasaran.

Menurut Philip Kotler pemasaran adalah suatu proses sosial dan

⁴⁸Felisia Meliana Ratri, “ *Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo)*”, (Skripsi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta 2017).

⁴⁹M. Rizki Fajriansyah, Isnati, *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), 38-39.

manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dengan cara menciptakan serta mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.⁵⁰ Dalam pemasaran terdapat beberapa poin yang digunakan untuk menentukan keberhasilan suatu industri yang dinamakan *Marketing Mix*, atau biasa disebut bauran pemasaran. Bauran pemasaran menurut Kotler yaitu seperangkat alat yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya. Perusahaan menggunakan bauran pemasaran untuk mendapat tanggapan yang diinginkan atas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Kotler bauran pemasaran terdiri dari 8P yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), tempat (*place*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), proses (*proses*), produksi dan kualitas (*productivity and quality*) yang akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, berikut penjelasan dari 8P.

Pertama, produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen sebagai kebutuhan pasar atau yang diinginkan oleh konsumen. Produk di bagi menjadi dua yaitu produk barang dan produk jasa. *Kedua*, harga adalah unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel atau dapat berubah-ubah sesuai dengan kondisi perekonomian negara atau tergantung dari bahan baku produk yang dihasilkan. Harga merupakan satu-satunya

⁵⁰Aang Kunaifi, SE., *Manajemen Pemasaran Syari'ah Pendekatan Human Spirit: Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*, (Yogyakarta: Maghza Pustaka, 2016), 29.

bauran pemasaran yang memberikan pemasukan dari perusahaan atau pendapatan perusahaan. *Ketiga*, promosi adalah segala sesuatu untuk mengenalkan produk perusahaan kepada konsumen. Promosi juga sebagai cara mempengaruhi konsumen dalam pembelian dan penggunaan barang atau jasa yang di promosikan. Promosi dapat dilakukan melalui media cetak dan elektronik. *Keempat*, tempat merupakan strategi distribusi agar sebuah produk bisa dengan mudah di dapatkan oleh konsumen. *Kelima*, orang disini merujuk pada karyawan perusahaan yang terdiri dari beberapa unsur seperti direksi, *middle management* dan staff. Perusahaan perlu memiliki kultur yang baik dan memberikan pelatihan agar karyawan dapat melayani konsumen dengan baik. *Keenam*, bukti fisik merupakan sebuah gedung atau fasilitas yang merepresentasikan sebuah perusahaan. Gedung perlu menciptakan suasana atau ambience yang baik sehingga memberikan nilai tambah bagi konsumen. *Ketujuh*, proses yaitu bagaimana *flow chart*, sistem dan prosedur perusahaan menjaga mutu produk atau layanan dimulai dari tahap awal hingga produk atau jasa sampai kepada konsumen dan juga bagaimana perusahaan mengatasi masalah. *Kedelapan*, produksi dan kualitas menjelaskan bagaimana perusahaan mengubah input dari konsumen menjadi output yang memiliki benefit maksimal bagi konsumen.⁵¹

⁵¹Asep Dana Saputra dkk, *Jurnal Penelitian: Penerapan Strategi Pemasaran 8P terhadap*

2) Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia merupakan faktor utama dalam mensejahterakan dan memajukan bangsa. Sumber Daya Manusia adalah satu-satunya sumber daya yang memiliki akal, perasaan, keinginan, kemampuan, keterampilan, pengetahuan, daya, dan karya. Segala sesuatu atau potensi yang dimiliki sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap pencapaian perusahaan. Menurut M.T.E Hariandja sumber daya manusia adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam perusahaan disamping yang lain seperti modal.⁵² Pengelolaan SDM dalam organisasi kecil dan organisasi besar sangatlah berbeda. Dalam organisasi kecil hubungan antar manajer dengan karyawan bisa lebih dekat, tetapi dalam organisasi besar belum tentu sedemikian rupa.⁵³

Setiap organisasi maupun perusahaan menetapkan tujuan tertentu yang ingin mereka capai dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, termasuk sumber daya manusia. Yang diinginkan perusahaan dalam bidang sumber daya manusia tentu memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dalam artian memenuhi persyaratan kompetensi untuk di dayagunakan dalam perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan. Sumber daya

Peningkatan Omset Penjualan Pada Warung Marso Malang, 2018.

⁵²M. Rizki Fajriansyah & Isnati, *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), 134.

⁵³Sayuti Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pendekatan Non Sekuler*, (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2000), 1-2.

manusia yang seperti ini hanya akan diperoleh dari karyawan yang memenuhi ciri-ciri atau karakteristik sebagai berikut:⁵⁴

- (a) Memiliki pengetahuan penuh mengenai tugas dan kewajiban yang di tekuni.
- (b) Mampu melaksanakan tugas-tugas yang harus dilakukan karena mempunyai keahlian (*skills*) yang diperlukan.
- (c) Bersikap produktif, inovatif/kreatif, loyal, siap berkerja sama dengan orang lain, dan dapat dipercaya.

3) Produksi

Produksi adalah kegiatan untuk menciptakan nilai guna suatu barang yang dapat memenuhi kebutuhan. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam mencapai kemakmuran atau kepuasan. Pengendalian produksi adalah untuk menggerakkan barang melalui siklus manufaktur keseluruhan dari pengadaan bahan baku sampai dengan pengiriman produk jadi. Perusahaan yang berorientasi pada produksi berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi produk yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi masal.⁵⁵

d. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis ini mencakup pemahaman berbagai faktor di luar perusahaan yang mengarah pada munculnya kesempatan bisnis atau bahkan ancaman bagi perusahaan. Tujuannya analisis lingkungan

⁵⁴Meldona, SE., MM., AK, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perspektif Integrative*, (Malang: UIN Malang Pres, 2009), 28.

⁵⁵Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 19.

eksternal untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin membawa dampak nyata terhadap lingkungan perusahaan. Peluang adalah kondisi sekarang atau masa depan lingkungan yang menguntungkan organisasi pada saat ini. Ancaman adalah kekuatan eksternal negatif yang merintangi kemampuan perusahaan untuk mencapai misi, visi, sasaran, dan tujuan.⁵⁶ Berikut penjelasan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi analisis lingkungan eksternal.

1) Teknologi

Adanya perubahan teknologi dapat mendorong munculnya kesempatan bisnis dan perbaikan pencapaian tujuan organisasi. Teknologi yang mendukung dalam proses kegiatan menghasilkan barang yang berkualitas. Sehingga dapat dengan mudah menyelesaikan produk yang telah di rencanakan atau pesanan. Tetapi teknologi juga dapat sebagai ancaman bagi kelangsungan produk yang sudah ada. Teknologi yang serba canggih dapat menunjang pendapatan perusahaan, tinggal bagaimana perusahaan mengoperasikan teknologi tersebut dengan kebutuhan perusahaan.

2) Sosial

Kondisi sosial terkait dengan nilai-nilai sosial yang berlaku di masyarakat, yang bertindak sebagai kontrol sosial dunia usaha atau sebagai pendukung perusahaan. Kondisi sosial juga dapat

⁵⁶M. Rizki Fajriansyah, Isnati, *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), 38-39.

mempengaruhi gaya hidup, sikap, opini, nilai dari orang-orang sekitar perusahaan yang beroperasi.⁵⁷

3) Pesaing

Pesaing yakni perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang di hasilkan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu mengetahui apa saja yang menjadi ancaman atau kelemahan dari pesaing guna meningkatkan produk dari perusahaan.⁵⁸

3. Usaha Mikro Kecil Menengah

Usaha Mikro Kecil Menengah berdasarkan UU No 20 Tahun 2008 tentang definisi dan kriteria UMKM, sebagai berikut:

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil Menengah

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan yang memenuhi kriteria sebagaimana diatur dalam perundang-undangan. Kriteria usaha mikro apabila: memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000.
- 2) Usaha Kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilkakukan badan usaha dan bukan merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain yang dimaksud dalam undang-undang.

⁵⁷M. Rizki Fajriansyah, Isnati, *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), 35.

⁵⁸Asep Dana Saputra dkk, *Jurnal Penelitian: Penerapan Strategi Pemasaran 8P terhadap Peningkatan Omset Penjualan Pada Warung Marso Malang*, 2018.

Kriteria usaha kecil apabila: kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000.

- 3) Usaha Menengah adalah ketika ekonomi produktif berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha dan bukan dari anak perusahaan, cabang perusahaan atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Kriteria usaha menengah apabila: kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan, memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000 sampai dengan Rp 50.000.000.000.⁵⁹

Dari penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa UMKM adalah sebuah istilah yang digunakan untuk usaha kecil sampai menengah dengan kekayaan Rp 50.000.000 sampai Rp 10.000.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan.

Kriteria jumlah karyawan berdasarkan banyaknya tenaga kerja merupakan salah satu tolak ukur yang digunakan oleh BPS untuk menilai usaha kecil atau besar. Jumlah tenaga kerja yang harus dipenuhi oleh

⁵⁹Dr. Mukti Fajar ND, *UMKM dan Globalisasi Ekonomi*, (Yogyakarta: LP3M Universitas Muhammadiyah, 2015), 95-96.

masing-masing usaha adalah: Usaha Mikro sebanyak lebih dari empat orang, Usaha Kecil sebanyak lima sampai Sembilan orang. Usaha Menengah sebanyak 20-99 orang. Usaha Besar lebih dari 100 orang.

UMKM bertujuan untuk menumbuh kembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi keadilan. Dengan melibatkan sebanyak mungkin pelaku ekonomi berdasarkan potensi yang dimiliki atas dasar keadilan bagi seluruh pemangku kepentingan.⁶⁰

b. Karakteristik UMKM

Karakteristik UMKM merupakan sifat atau kondisi yang melekat pada usaha atau pemimpin perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Menurut Bank Dunia UMKM dapat digolongkan menjadi tiga jenis: Usaha Mikro (jumlah karyawannya 10 orang), Usaha Kecil (jumlah karyawannya 30 orang), Usaha Menengah (jumlah karyawannya mencapai 300 orang). Dalam perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan dalam empat kelompok sebagai berikut:⁶¹

- 1) UMKM sektor informan, yakni pedagang kaki lima
- 2) UMKM Mikro adalah para UMKM dengan kemampuan pengrajin namun kurang memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengembangkan usahanya.

⁶⁰Rio F Wilantara dan Rully Indrawan, *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, (Bandung: 2016), 20.

⁶¹LPPI dengan BI, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*, (Jakarta: 2015), 12.

- 3) Usaha kecil dinama adalah kelompok UMKM yang mampu berwirausaha dengan menjalin kerjasama (menerima pekerjaan sub kontrak) dan ekspor.
- 4) *Fast Moving Enterprise* adalah UMKM yang mempunyai kewirausahaan yang cakap dan telah siap berkembang menjadi usaha besar.

c. Asas, dan Prinsip UMKM

Berdasarkan perundang-undangan UMKM dalam menjalankan kegiatan pemberdayaan di dasari dengan azas-azas sebagai berikut:

- 1) Azas kekeluargaan, yaitu azas yang melandasi upaya pemberdayaan UMKM sebagai bagian dari perekonomian nasional yang di selenggarakan berdasarkan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, keadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan, dan kesatuan ekonomi untuk mensejahterakan rakyat Indonesia.
- 2) Azas demokrasi ekonomi, pemberdayaan UMKM di selenggarakan sebagai keatuan dari pembangunan perekonomian untuk mewujudkan kemakmuran rakyat.
- 3) Azas kebersamaan, azas yan mendorong peran seluruh UMKM dan dunia usaha secara bersama-sama untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.
- 4) Azas efisiensi keadilan, yaitu azas yang mendasari pelaksanaan pemberdayaan UMKM dengan mengedepankan efisiensi keadilan

dalam usaha untuk mewujudkan iklim usaha yang adil, kondusif, dan berdaya saing.

- 5) Azas berkelanjutan, azas yang secara terencana mengupayakan berjalannya proses pembangunan melalui UMKM yang dilakukan secara berkesinambungan sehingga terbentuk perekonomian yang mandiri.
- 6) Azas berwawasan lingkungan, azas pemberdayaan UMKM dilakukan dengan tetap memperhatikan dan mengutamakan perlindungan dan pemeliharaan lingkungan hidup.
- 7) Azas kemandirian, yaitu pemberdayaan UMKM yang dilakukan dengan tetap menjaga dan mengedepankan potensi, kemampuan, dan kemandirian UMKM.
- 8) Azas keseimbangan kemajuan yaitu pemberdayaan UMKM yang berupaya menjaga keseimbangan kemajuan ekonomi wilayah dalam kesatuan ekonomi nasional.
- 9) Azas kesatuan ekonomi nasional yaitu azas pemberdayaan UMKM yang merupakan bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional.

Masih berdasarkan perundang-undangan yang sama, prinsip-prinsip pemberdayaan mencakup:

- 1) Prinsip penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri.

- 2) Mewujudkan kebijakan public yang transparan, akuntabel, dan berkeadilan.
- 3) Pengembangan usaha basis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi UMKM.
- 4) Peningkatan daya saing UMKM.
- 5) Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengadilan secara terpadu.⁶²

d. Peran UMKM

Ekonomi di kota-kota besar tapi juga berarti untuk pertumbuhan perekonomian di pedesaan. Berikut beberapa peran penting UMKM:

- 1) UMKM berperan dalam memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta mewujudkan stabilitas nasional.
- 2) UMKM mampu bertahan dari goncangan krisis yang terjadi pada tahun 1998, 2008-2009.
- 3) UMKM juga sangat membantu pemerintah dalam mengurangi kemiskinan dalam hal penciptaan lapangan kerja baru sehingga pendapatan rumah tangga bertambah.
- 4) UMKM memiliki fleksibilitas tinggi jika dibandingkan dengan usaha yang berkapasitas besar, sehingga UMKM perlu perhatian

⁶²Rio F Wilantara dan Rully Indrawan, *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*, (Bandung: 2016), 22-23.

khusus yang di dukung oleh informasi akurat, agar terjalin kerjasama antar pelaku usaha yaitu jaringan pasar.

- 5) UMKM di Indonesia sering dikaitkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, ketimpangan sosial, dan masalah urbanisasi. Perkembangan UMKM diharapkan mampu memberikan kontribusi positif yang signifikan terhadap upaya-upaya penanggulangan masalah tersebut.

Dengan demikian Usaha Mikro Kecil Menengah mempunyai peran strategis dalam perekonomian Indonesia, karena:

- 1) Kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor riil.
- 2) Penyedia lapangan kerja.
- 3) Pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pembedayaan masyarakat.
- 4) Pencipta pasar baru dan sumber inovasi.
- 5) Sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui ekspor.⁶³

4. Pengertian Wisata Edukasi

Dalam pariwisata, wisata edukasi di kategorikan dalam wisata minat khusus (*special interest tourism*). Wisata edukasi adalah suatu program dimana wisatawan berkunjung ke lokasi wisata dengan tujuan

⁶³LPPI dengan BI, *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah*, (UMKM) (Jakarta: 2015), 16-18.

utama memperoleh pengalaman pembelajaran secara langsung, program wisata edukasi berupa wisata sejarah, ekowisata, desa wisata, wisata komunitas dll.⁶⁴ Menurut Ismiyanti, pariwisata minat khusus merupakan pariwisata yang menawarkan kegiatan yang tidak bisa dilakukan oleh wisatawan pada umumnya karena mempunyai ketertarikan khusus terhadap pariwisata yang akan dikunjungi. Wisata edukasi adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh instansi pendidikan dan khalayak umum untuk mengetahui secara langsung wisata yang akan dikunjungi dengan mendapatkan pengalaman pembelajaran.

Ada beberapa kriteria yang dapat dipergunakan sebagai pedoman dalam menerapkan bentuk wisata minat khusus menurut Fandeli sebagai berikut: *Learning*, yaitu pariwisata yang mendasar pada unsur belajar.

Rewarding, yaitu pariwisata yang memasukan unsur pemberian penghargaan, mengagumi keindahan dari suatu atraksi yang kemudian menimbulkan penghargaan. *Enriching*, yaitu pariwisata yang memasukan suatu peluang terjadinya pengkayaan pengetahuan anatar wisatawan dengan lingkungan atau masyarakat. *Adventuring*, yaitu pariwisata yang dirancang dan dikemas sehingga terbentuk wisata petualangan.⁶⁵

Ada berbagai macam bentuk perjalanan wisata di tinjau dari beberapa macam segi, sebagai berikut:⁶⁶

- a. Dari segi maksud dan tujuannya, wisata dibedakan sebagai berikut:

⁶⁴Devi Roza K Kausar, Ph.D, dkk, *Jurnal Penelitian: Tourism Destination and Attraction*, 2017.

⁶⁵Fitri Rahmawati Hendarin, "*Pengembangan Program Wisata Edukasi Di Wana Wisata Gunung Puntang*" (Skripsi: Universitas Pendidikan Indonesia, 2013).

⁶⁶Program Pemberdayaan Masyarakat, *Jurnal Penelitian: Buku Panduan Wisata Edukasi Kampung Tulip*, 2017.

1) *Familiarization Tour* (wisata pengenalan)

Yaitu suatu perjalanan guna mengenal lebih dalam daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaan, misalnya sebuah biro perjalanan luar negeri menyelenggarakan perjalanan wisata bagi karyawan-karyawannya ke Indonesia. Dengan tujuan agar nantinya mereka dapat memberikan informasi yang lebih baik mengenai Indonesia.

2) *Scientific Tour* (wisata pengetahuan)

Yaitu perjalanan wisata yang bertujuan untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan. Contohnya: kunjungan wisata melihat taman bunga, melihat gerhana matahari total di Jawa Tengah pada tanggal 11 juni 1983, menyelidiki kehidupan komodo, melihat orang utan di Kalimantan, dan lain-lain.

3) *Pileimage Tour* (wisata keagamaan)

Suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan, contoh ibadah umroh.

4) *Educational Tour* (wisata pendidikan)

Suatu perjalanan yang bertujuan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan atau pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya. Wisata jenis ini juga disebut sebagai wisata *study tour* atau perjalanan tempat yang didalamnya terdapat ulasan tentang pengetahuan.

5) *Holiday Tour* (wisata liburan)

Yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang-senang dan menghibur diri.

6) *Hunting Tour* (wisata perburuan)

Suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang, yang mendapatkan ijin dari pemimpin setempat dengan tujuan sebagai hiburan semata. Contohnya, berburu babi hutan di Sumatera, berburu kanguru di Australia dan lain-lain.

7) *Special Progame Tour* (wisata program khusus)

Perjalanan wisata yang bertujuan untuk mengisi kekosongan khusus, misalnya *ladies programme*, kunjungan kesuatu objek wisata oleh para suami istri atau pasangan karena suaminya mengikuti rapat, konferensi atau pertemuan khusus.

8) *Special Mission Tour* (wisata kunjungan khusus)

Perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu bermaksud khusus, seperti misi dagang, misi kesenian, dan lain sebagainya.

b. Dari segi jumlahnya wisata dibedakan atas:

1) *Individual Tour* (wisata perorangan) yaitu, suatu wisata perjalanan yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang kekasih.

- 2) *Family Group Tour* (wisata keluarga) yaitu, suatu perjalanan yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan sataus sama lain.
- 3) *Group Tour* (Wisata Rombongan) yaitu, perjalanan wisata dilakukan secara kelompok yang dipimpin oleh seorang pemandu wisata yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan semua anggota.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*).⁶⁷ Penelitian deskriptif yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan.⁶⁸

Alasan peneliti menggunakan penelitian kualitatif pada penelitian ini karena dalam penelitian ini peneliti mengambil data berupa keterangan, catatan, observasi, wawancara yang bersifat naratif dan bukan dalam bentuk angka. Dalam hal ini peneliti berusaha untuk mendeskripsikan fenomena yang terjadi di UMKM Batik Virdes melalui strategi pengembangan bisnis wisata edukasi, dan strategi apa yang dinilai efektif untuk mengembangkan UMKM Batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring kabupaten Banyuwangi.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi bertempat di Wisata Kampung Batik Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. Alasan peneliti memilih UMKM Batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi sebagai lokasi penelitian adalah sebagai berikut:

⁶⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 8.

⁶⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 223.

1. Wisata tersebut tetap ramai meskipun letaknya berada di pedesaan.
2. Wisata tersebut kian tahun mengalami perkembangan terbukti dengan adanya wisata edukasi banyak pengunjung lokal, staf pemerintahan maupun mancanegara yang berkunjung. Pengunjung tidak saja membeli batik tetapi juga bisa melihat bagaimana proses pembuatan batik yang ada di UMKM batik Virdes.
3. UMKM batik Virdes juga sudah bekerja sama dengan agen-agen paket wisata. Jadi tidak ayal ketika batik Virdes menjadi salah satu rujukan wisata edukasi di kabupaten Banyuwangi.⁶⁹
4. Jika dilihat dari penghargaan yang di dapat dan wisatawan yang berkunjung pantas menjadi rujukan sebagai tempat wisata edukasi. Sehingga dapat membuka lapangan kerja untuk masyarakat sekitar dan meningkatkan penjualan.

C. Subyek Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti, oleh karenanya seorang peneliti harus berinteraksi langsung dengan sumber data. Pemilihan subjek penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive* yaitu pengambilan teknik sumber data dengan pertimbangan tertentu dengan tujuan untuk menentukan informasi kunci.

Purposive adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut dianggap paling tahu apa yang diharapkan oleh peneliti, atau mungkin dia

⁶⁹Wawancara, Mbak Ifa pada tanggal 2 Juni 2019

sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi yang akan diteliti.⁷⁰

Dalam penelitian ini informan atau subjek penelitian yang dilibatkan sebagai berikut:

1. Pemilik UMKM Virdes bapak Suyadi
2. Ifa bagian Administrasi dan salah satu pemandu wisata edukasi
3. Karyawan
4. Pengunjung

D. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh tambahan data, maka peneliti menggunakan metode teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dimana peneliti mengadakan pengamatan, baik itu secara langsung maupun tidak langsung terhadap gejala-gejala subyek atau obyek yang diselidiki, baik dalam situasi yang sebenarnya maupun dalam situasi yang khusus yang sengaja diadakan.⁷¹

Penelitian menggunakan teknik observasi nonpartisipansi. Dalam hal ini, peneliti hanya sebagai pengamat/observer yaitu peneliti datang ketempat penelitian, namun peneliti tidak terlibat langsung dengan kegiatan tersebut. Agar hasil observasi dapat direkam dengan baik, peneliti menggunakan alat pencatat hasil observasi dan alat perekam

⁷⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 300.

⁷¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 226.

kegiatan (foto). Metode ini menggunakan pengamatan independen atau penginderaan langsung terhadap benda, kondisi, situasi, proses, atau perilaku. Observasi di sini digunakan untuk mengamati secara langsung tentang strategi pengembangan berbasis wisata edukasi yang ada di area UMKM batik Virdes.

2. Teknik wawancara (*interview*)

Teknik wawancara yaitu pengumpulan data yang pengambilan datanya melalui tanya jawab secara langsung dengan narasumber yang berada di UMKM Batik Virdes. Jenis wawancara ini adalah wawancara semi struktur. Dimana dalam hal ini peneliti menanyakan serentetan pertanyaan yang sudah terstruktur, kemudian satu persatu diperdalam dengan mengorek keterangan lebih lanjut. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang hal-hal yang berkaitan dengan pokok penelitian ini tentang strategi pengembangan bisnis wisata edukasi di UMKM batik Virdes desa Tampo.⁷²

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data dengan cara mempelajari dokumentasi yang ada. Dalam hal ini, dokumen yang berkaitan dengan data penelitian tentang Strategi Pengembangan bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virdes. Dokumen yang diperlukan berupa dokumen yang menggambarkan keterangan tentang sumber

⁷²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 231

data primer baik berupa catatan, struktur organisasi dalam pengelolaan UMKM batik Virdes dan data yang berkaitan dengan penelitian.⁷³

Melalui metode ini data yang ingin diperoleh peneliti adalah: Dokumen yang diperlukan berupa dokumen yang menggambarkan keterangan tentang sumber data primer baik berupa catatan, foto, brosur yang berkaitan dengan penelitian.

E. Analisis Data

Menurut Sugiyono, analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Miles dan Huberman (1984) dalam Sugiyono (2017), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.⁷⁴ Aktivitas dalam analisis data, yaitu:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya untuk membuang yang tidak perlu. Tujuan dari reduksi data adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama pencarian

⁷³Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 240..

⁷⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 244-246.

data di lapangan. Maka dalam hal ini, peneliti menyederhanakan data dan membuang data yang tidak ada kaitannya dengan penelitian. Sehingga tujuan penelitian tidak hanya untuk menyederhanakan data tetapi juga untuk memastikan data yang diolah itu merupakan data yang tercakup dalam *scope* penelitian.⁷⁵

Selain itu peneliti akan merangkum hasil observasi dan dokumen yang menyangkut fokus masalah dalam penelitian. Utamanya data dari beberapa narasumber tersebut yang akan dipilah sesuai yang diharapkan peneliti pada fokus masalah dalam penelitian. Harapannya, agar memudahkan peneliti dalam mencari inti permasalahan dalam penelitian.

2. Data Display/Penyajian Data

Menurut Miles dan Huberman dalam Sandu Siyoto (2015), mengemukakan bahwa penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data-data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi biaya.⁷⁶

⁷⁵Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 122-123.

⁷⁶Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 123.

Rangkuman data yang diperoleh peneliti dari hasil observasi, wawancara kepada seluruh narasumber dan dokumentasi di UMKM batik Virdes bersama konsumen akan disajikan dalam bentuk teks naratif.

3. *Conclusion Drawing/Verifikasi Data*

Kesimpulan atau verifikasi adalah tahap akhir dalam proses analisis data. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan. Penarikan kesimpulan bisa dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan makna yang terkandung dalam konsep-konsep dasar penelitian tersebut.⁷⁷

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.⁷⁸

Tahap akhir yang akan dilakukan peneliti adalah menyimpulkan hasil akhir penelitian berupa *data display*. Karena

⁷⁷Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 124.

⁷⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 252-253.

banyaknya data yang diperoleh dari observasi di lapangan, dokumentasi dan khususnya wawancara kepada narasumber karena ditakutkan *data display* yang ada kurang *kredibile*.

F. Keabsahan Data

Bagian ini memuat bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data temuan di lapangan. Agar diperoleh yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik keabsahan data seperti perpanjangan kehadiran peneliti dilapangan. Observasi secara mendalam, triangulasi metode (menggunakan beberapa sumber, metode, peneliti, teori).⁷⁹

Teknik yang digunakan untuk peneliti lebih berfokus pada triangulasi sumber. Menurut Patton dalam bukunya Lexy J. Moleong triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan persepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang

⁷⁹Babun Suharto dkk, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Jember: STAIN Jember Press, 2014), 47.

berpendidikan menengah atau tinggi, orang berbeda, orang pemerintahan.

5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.⁸⁰

G. Tahap-tahap penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini berupa penelitian kualitatif. Prosedur penelitian yang akan dilakukan meliputi studi pendahuluan, perencanaan, pelaksanaan analisis dan interpretasi, penyusunan laporan penelitian. Tahapan-tahapan pelaksanaan penelitian dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap Studi Pendahuluan dan Pra-lapangan

Tahap yang dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan.

Kegiatan dalam tahap pra-lapangan meliputi menyusun rancangan penelitian, studi eksplorasi, perizinan, penyusunan instrument penelitian, dan pelaksanaan.

- a. Menyusun rancangan penelitian.
- b. Studi eksplorasi

Merupakan kunjungan ke lokasi penelitian, yaitu kawasan UMKM Batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi sebagai lokasi penelitian, dan berusaha mengenal segala unsur lingkungan sosial, fisik, dan keadaan alam lokasi penelitian.

⁸⁰Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), 330.

c. Perizinan

Pertama yang perlu diketahui oleh peneliti adalah siapa saja yang berkuasa dan berwenang dalam memberikan izin bagi pelaksanaan penelitian. Selain mengetahui siapa yang berwenang, segi lain yang perlu diperhatikan ialah persyaratan yang diperlukan, seperti surat tugas, surat izin instansi di atasnya, identitas diri, perlengkapan yang akan digunakan, dan lain sebagainya.

Maka pelaksanaan penelitian ini memerlukan izin dengan prosedur sebagai berikut, yaitu meminta surat izin penelitian dari IAIN Jember sebagai permohonan izin melakukan penelitian di UMKM batik Virdes Desa Tampo kecamatan Cluring kabupaten Banyuwangi.

d. Penyusunan instrument penelitian

Kegiatan dalam penyusunan instrumen penelitian meliputi penyusunan daftar pertanyaan untuk wawancara, membuat lembar observasi, dan pencatatan dokumen yang diperlukan.

e. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan penelitian merupakan kegiatan inti dari penelitian, yang meliputi kegiatan pengumpulan data, dilanjutkan dengan reduksi data, penyajian data, dan terakhir yaitu kesimpulan/verifikasi. Pengumpulan data dilakukan dengan jadwal yang telah ditentukan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara dan analisis dokumen.

2. Penyusunan Laporan

Pelaporan yang dimaksudkan adalah menulis laporan hasil penelitian sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan. Laporan hasil penelitian ini sebagai pertanggung jawaban ilmiah peneliti dalam penyusunan skripsi. Laporan yang telah ditulis dikonsultasikan pada dosen pembimbing. Bila dosen pembimbing menyetujui untuk diuji, maka penulis siap mempertanggung jawabkan isi tulisan dihadapan dewan penguji. Setelah mendapatkan pengesahan dari dewan penguji maka laporan penelitian siap untuk dicetak menjadi laporan skripsi.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum UMKM Batik Virdes

UMKM batik Virdes mempunyai dua tempat usaha, karena tempat produksi yang berada jauh dari kota sehingga perusahaan membuat galeri batik agar konsumen lebih muda untuk menjangkau dipusat kota. Batas-batas tempat produksi dan galeri batik sebagai berikut:

- a. Tempat produksi dan galeri yang berada di Jl. Doktren Baitussalam Desa Tampo Kecamatan Cluring ini juga termasuk sebagai tempat tinggal yang di lengkapi dengan sarana dan prasarana pendukung produksi batik.

- 1) Batas Selatan : rumah penduduk
- 2) Batas Utara : jalan raya
- 3) Batas Timur : rumah penduduk
- 4) Batas Barat : rumah penduduk

- b. Jl Ikan Gurita No. 52 Karangrejo Banyuwangi sebagai galeri batik kedua untuk memudahkan para konsumen yang berada di pusat kota agar bisa menikmati produk dari UMKM batik Virdes.

- 1) Batas Selatan : pertokoan
- 2) Batas Utara : pertokoan
- 3) Batas Timur : rumah penduduk
- 4) Batas Barat : jalan raya

Batas-batas tersebut menunjukkan bahwa galeri dan tempat produksi terletak lumayan jauh dari pusat kota, sedangkan galeri *shop* yang berada di pusat kota merupakan pertokoan yang strategis dan mudah di kunjungi oleh konsumen.

2. Keadaan Non Fisik Perusahaan

a. Sejarah Berdirinya Perusahaan

Batik Virdes merupakan UMKM dengan jenis usaha industri kerajinan batik dan garmen. Jenis batik yang diproduksi yaitu batik cap, batik tulis, batik printing, batik sutra, batik abstrak, dan batik tradisi Banyuwangi. UMKM batik Virdes didirikan oleh H. Suyadi sejak tanggal 3 November 1986 dan terus berkembang sampai sekarang. Awal perusahaan ini berdiri hanya di kediamannya yang dikelola dengan keluarga dan saudaranya di Banyuwangi. Beliau sebelumnya bekerja pada perusahaan batik di Bali selama 13 tahun. Tujuannya untuk mencari modal agar bisa membuka usaha sendiri di Banyuwangi. Kemudian beliau mulai merintis usaha sebagai pengrajin batik dengan rekan yang ada di sekitar tempat produksinya sekarang. Karena kecintaan beliau terhadap seni dan budaya yang ada di Banyuwangi, akhirnya beliau memanfaatkan peluang bisnis sekaligus berkarya seni untuk tetap mengembangkan dan melestarikan Batik yang ada di Banyuwangi. Kemudahan yang didapat dalam membuka usaha ini tidak lepas dari pengalaman kerja dan relasi yang telah dibangun selama di Bali.

Dengan ketrampilan yang di miliki H. Suyadi, beliau sudah banyak mendapat penghargaan dan sering menjadi pengisi seminar diberbagai tempat. Kedua tempat usaha ini sudah mendapatkan ijin usaha dengan No 510/918/4299.310 SIUP.M/2006 dan No Merk Agno D00-02-00041 yang sudah dilabelkan oleh pemerintah kabupaten Banyuwangi sebagai bukti kelayakan dan eksistensi sebagai industri yang sudah mempunyai ijin. Tempat produksi batik juga dilengkapi dengan mushola, penginapan, perpustakaan tentang batik serta karya ilmiah penelitian diperusahaan batik Virdes. Beliau juga merencanakan tempat untuk pembuatan museum batik disekitar tempat produksi dan itu masih proses melalui pemerintah. Tujuan dari keinginan tersebut untuk melestarikan batik yang ada di Banyuwangi.

Industri batik Virdes juga mendapatkan penghargaan dari Batik mark Indonesia sebagai merk batik yang telah diakui oleh Indonesia. Batik Mark Indonesia adalah tanda label yang diberikan Balai Besar Kerajinan dan Batik yaitu BBKB di Yogyakarta Kemenperin R.I dengan Hak Cipta No 034100 pada tanggal 05 Juni 2007, setelah mengirimkan uji sampel kain batik. Sampel kain tersebut diteliti melalui proses pengujian di laboratorium uji dan lolos tes Standar Nasional Indonesia (SNI). Batik yang sesuai SNI adalah bahan tekstil hasil pewarnaan secara perintang dengan menggunakan lilin sebagai zat perintang, berupa batik tulis, batik cap, dan batik kombinasi tulis

cap. Hal ini menunjukkan kualitas batik Virdes sudah diakui oleh Indonesia.

b. Motto Perusahaan

Industri batik Virdes tidak mempunyai visi dan misi khusus, tapi H. Suyadi menyebutkan sebuah motto karena dianggap lebih relevan dalam penerapannya. Motto nya sebagai berikut:

1) Ada gula ada semut

Beliau beranggapan bahwa bukan hanya tempat strategis yang akan mempengaruhi pelanggan, melainkan produk yang bagus dan berkualitaslah yang akan menarik pelanggan untuk membelinya.

2) Sejauh burung terbang pasti akan kembali kesangkarnya

Perusahaan menganggap bahwa tempat produksi hanya ada satu dan tidak akan membuka cabang. Tetapi UMKM batik Virdes berupaya agar produknya menyebar dengan pemasaran yang merata sehingga dikenal banyak orang.

3) Tanggung jawab pekerjaan sampai dibawa pulang

Perusahaan disini tidak ingin memberatkan para pegawai dengan beban pekerjaan sehingga jika ada pekerjaan yang belum terselesaikan bisa dikerjakan dirumah dengan segala bentuk tanggung jawabnya. H. Suyadi menuturkan bahwa para pegawai adalah patner bisnisnya dengan adanya kerja sama yang erat akan lebih mudah untuk mencapai tujuan bersama.

c. Lokasi Penelitian

UMKM batik Virdes beralamatkan di Jl. Doktren Baitus Salam Simbar Tampo Rt/Rw 01/02 kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi. Selain tempat produksi, UMKM batik Virdes juga membuka galeri *shop* yang berada di Jl. Ikan Gurita No 52 Karangrejo Banyuwangi, tempat ini khusus menjual hasil produksi kain batik.

d. Tujuan Perusahaan

Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan. Maka dari itu Tujuan perusahaan sangat penting karena menjadi petunjuk untuk pengembangan jangka panjang dan jangka pendek perusahaan. Adapun tujuan dari UMKM batik Virdes yaitu:

1) Tujuan jangka pendek

Tujuan perusahaan batik Virdes jangka pendek adalah tujuan awal yang bersifat sederhana dan bersifat umum suatu perusahaan yaitu, menjadikan batik Virdes sebagai penerapan berorganisasi yang produktif, membina patner kerja agar membentuk tim usaha yang sukses, dan sebagai tempat penyaluran ilmu tentang batik agar batik tetap lestari dan terus berkembang sesuai dengan keadaan jaman. Dengan adanya organisasi yang produktif tentu akan menciptakan sumber daya manusia yang mampu berinovasi dalam mengembangkan batik, dengan begitu batik tetap eksis dan terus berkembang.

2) Tujuan jangka menengah

Dalam tujuan jangka menengah ini yang akan dilakukan yaitu melakukan kegiatan berkarya seni dan juga menghasilkan keuntungan. Perusahaan menggunakan pelestarian budaya sebagai peluang bisnis melalui proses produksi penciptaan suatu barang dengan keuntungan yang menjanjikan.

3) Tujuan jangka panjang

Tujuan jangka panjang dari batik Virdes yaitu, memiliki museum nasional batik. Tujuan tersebut berorientasi pada keinginan pemilik industri untuk menjadikan merk batik dapat dikenal semua orang, baik lokal, regional, dan internasional. Pemilik perusahaan tidak terlalu fokus pada keuntungan saja, tetapi lebih pada nilai yang tertuang pada budaya batik yang dimiliki Banyuwangi. Hal ini yang kelak akan menjadi fokus para seniman batik.

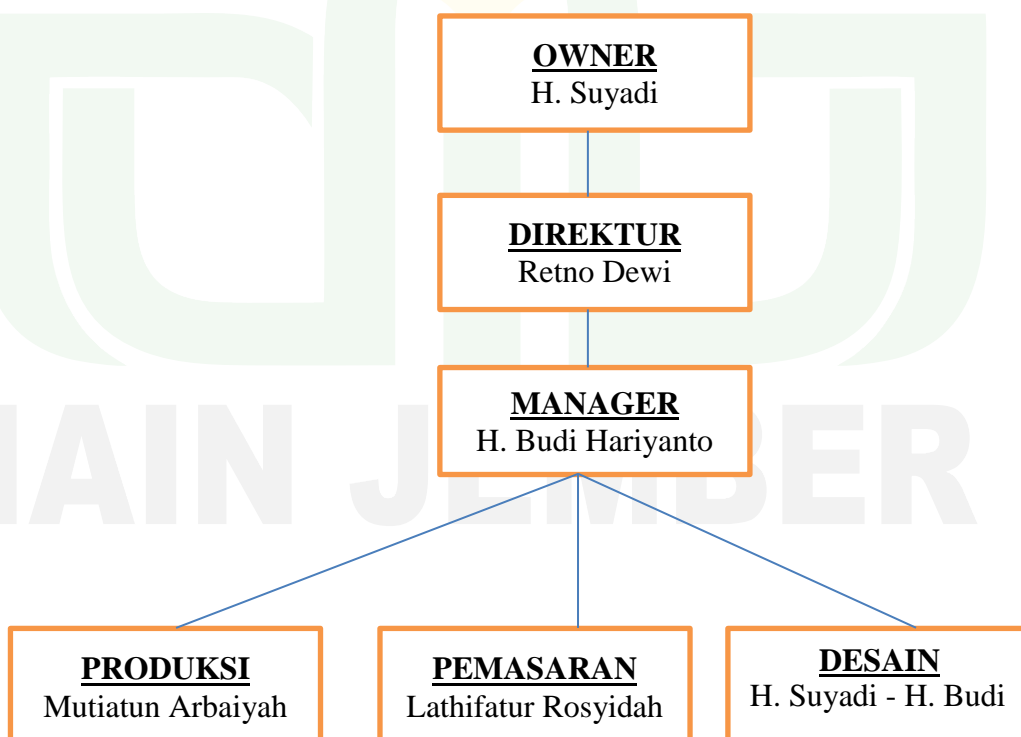
3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan bagian yang mengatur dan menempatkan seseorang berdasarkan tugas dan sesuai dengan keahliannya. Struktur organisasi fungsinya yaitu untuk mengelola perusahaan agar terorganisir, terpantau sesuai dengan kebijakan yang telah disepakati. UMKM batik Virdes membuat struktur organisasi sesuai dengan kemampuan dari pekerjanya. Tujuan untuk menempatkan karyawannya sesuai dengan kemampuan sehingga mampu menjalankan

tugas untuk keberhasilan perusahaan. Organisasi adalah alat atau wadah yang didalamnya terdapat orang-orang yang satu misi dan visi guna mencapai keberhasilan bersama. Sehingga dalam wadah tersebut setiap orang mempunyai tugas dan tanggung jawab serta hubungan tata kerja yang jelas.

Struktur organisasi adalah suatu pola tertentu yang terdiri dari berbagai macam fungsi dimana terdapat urutan dan wewenang yang jelas anatar bagian tersebut. Dari masing-masing bagian akan mengetahui tugas dan wewenang kepada siapa mereka harus bertanggung jawab. Berhasil tidaknya perusahaan juga dipengaruhi oleh struktur organisasi. Berikut struktur organisasi di UMKM batik Virdes.

Gambar 4.1



Sumber: data diolah

a. Owner

- 1) Memelihara serta mengembangkan kehidupan dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
- 2) Pendiri dan pemilik modal awal perusahaan
- 3) Melaksanakan hubungan-hubungan yang mengikat secara hukum antar perusahaan dengan pihak luar

b. Direktur

- 1) Mengkoordinir semua unsur dari dalam perusahaan
- 2) Menetapkan kebijakan internal perusahaan secara umum
- 3) Menyusun rencana kerja, modal, anggaran biaya dan pendapatan perusahaan

c. Manajer

- 1) Mengatur dan mengelola perusahaan
- 2) Melaksanakan kebijakan penggunaan dana untuk setiap kegiatan perusahaan
- 3) Mengatur keuangan perusahaan

d. Bagian Produksi

- 1) Melaksanakan perencanaan dan pengawasan produksi
- 2) Bertanggung jawab atas kuantitas dan kualitas produk yang dihasilkan
- 3) Mengkoordinir, mengawasi, dan mengendalikan kegiatan-kegiatan proses produksi

e. Bagian Pemasaran

- 1) Mempromosikan produk-produk perusahaan
- 2) Memasarkan hasil produksi
- 3) Mengadakan transaksi jual beli

f. Bagian Desain

- 1) Membuat desain gambar atau sketsa sesuai model
- 2) Mensosialisasikan desain gambar ke bagian pemasaran dan produksi
- 3) Membuat desain yang di pesan pelanggan sesuai dengan keadaan jaman

4. Hari dan Jam Kerja Karyawan

UMKM Batik Virdes sudah mempunyai ketentuan hari dan jam kerja untuk para karyawannya. Hari dan jam kerja sangat penting dalam perusahaan karena akan menciptakan keefektifan kerja sehingga berdampak pada perkembangan perusahaan. Jam kerja akan membuat karyawan untuk disiplin dengan tujuan pekerjaan atau target yang ditentukan dapat dicapai sesuai waktu yang telah ditentukan. Di industri batik Virdes jam kerja di mulai dari jam 07.00 sampai dengan jam 16.00, mulai hari sein sampai minggu merupakan hari kerja perusahaan. Tetapi, dalam mempekerjakan karyawan UMKM Batik Virdes tidak memaksakan untuk setiap hari kerja, karena upah atau gaji yang diperoleh pekerja sesuai dengan hari masuk pekerja tersebut. Di industri ini juga para pecanting batik tulis dapat membawa pekerjaanya atau membatik tulis untuk

dikerjakan dirumah asalkan sesuai dengan target dan tidak menurunkan kualitas barang yang di kerjakan.

B. PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Proses selanjutnya dari pembuatan skripsi ini adalah penyajian data yang diperoleh dari penelitian lapangan yang berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian merupakan proses menemukan, mencari, sehingga dapat mendeskripsikan kembali secara terus-menerus untuk menguji teori-teori yang sudah ada melalui tahapan penelitian yang sudah dijalankan peneliti. Data penelitian yang diperoleh kemudian dituangkan secara rinci dengan bukti-bukti yang diperoleh selama penelitian. Data yang diperoleh akan dipaparkan dan dianalisis sebagai berikut:

1. Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virdes dari Segi Intensif, dan Diversifikasi

Strategi pengembangan adalah tahap awal perencanaan manajemen dalam sebuah perusahaan. Strategi merupakan rencana usaha yang menyeluruh meliputi seluruh aspek penting yang ada di perusahaan. Strategi pengembangan UMKM batik berbasis Wisata Edukasi di batik Virdes dapat dilihat melalui beberapa strategi sebagai berikut : Strategi Intensif, Strategi Integrasi Vertikal, Strategi Bertahan, dan Strategi Diversifikasi.

a. Strategi Intensif

Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan persaingan perusahaan melalui produk persaingan yang ada.

Dalam hal ini bapak Suyadi menyampaikan bahwa strategi intensif yang telah dilakukan di UMKM batik Virdes yaitu:

“UMKM batik Virdes sudah mengenalkan produknya tidak hanya dalam negeri bahkan ke mancanegara. Produk yang kami hasilkan kualitasnya dijamin bagus dan sudah memenuhi standar nasional Indonesia. Alhasil batik yang kita buat sampai ekspor ke mancanegara. Sampai ada perwakilan dari mancanegara yang kesini untuk melihat proses membatik yang kita produksi. Suatu kehormatan bagi kami dapat mengenalkan warisan batik Indonesia ke kancah Internasional. Pengunjung yang datang kesini tidak hanya kalangan umum, pelajar, dan mahasiswa saja. Tetapi lembaga pemerintahan serta wisatawan yang di bawa oleh *toure guide* juga sering melakukan wisata edukasi”⁸¹

Ibu Dewi selaku direktur utama UMKM batik Virdes juga mengatakan bahwa:

“Industri batik disini berdiri sejak tahun 1986, suatu ketika bapak mengirimkan gambar motif ke mancanegara ternyata terpilih menjadi juara dan mendapat penghargaan di tingkat internasional dan nasional. Dari situ batik yang kita produksi banyak dikenal orang sampai sekarang. Mereka yang datang kesini tidak hanya sekedar membeli tapi juga belajar membatik. Hal ini dinamakan dengan wisata edukasi. Yang mana pengunjung dapat berwisata sekaligus belajar membatik dari tahap awal hingga akhir. Pengunjung yang belajar membatik tidak hanya orang dewasa saja, tetapi dari kalangan pelajar dan mahasiswa juga sering melakukan wisata edukasi disini. Kualiatas batik yang kita produksi juga bagus dan sudah memenuhi standar nasional Indonesia”⁸²

⁸¹Wawancara, Bapak Suyadi pada tanggal 10 September 2019.

⁸²Wawancara, Ibu Dewi pada tanggal 4 Oktober 2019.

Mas Sholeh selaku salah satu karyawan sekaligus pemandu wisata di UMKM batik Virdes menambahkan sebagai berikut:

“Industri batik ini mulai dari dulu sampai sekarang tetap ramai pengunjung. Dengan kualitas batik yang kita produksi dan sudah memenuhi standar nasional Indonesia. Batik Virdes sudah terkenal sampai ke mancanegara dan pernah mendapatkan penghargaan dari dalam negeri maupun luar negeri. Kita juga pernah ekspor batik ke beberapa negara dan mereka juga kesini untuk belajar membatik. Mereka yang datang kesini untuk belajar membatik tidak hanya orang-orang dewasa saja, tetapi dari taman kanak-kanak, pelajar, dan mahasiswa serta kalangan umum juga sering melakukan wisata edukasi”⁸³.

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara di atas bahwa, UMKM batik Virdes telah mempunyai pangsa pasar sampai kemancanegara dalam mengembangkan produknya. Bahkan pernah mendapat penghargaan tingkat nasional dan internasional. Jadi tidak heran jika ada wisatawan asing yang berkunjung dan belajar membuat karya seni batik di tempat ini. Konsumen atau pengunjung yang berkunjung ke UMKM batik Virdes tidak hanya orang dewasa saja tetapi juga, pelajar, mahasiswa, dan siswa sekolah dasar juga sering melakukan kunjungan sekaligus melakukan wisata edukasi.

b. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini kurang populer, paling tidak di lihat dari tingkat

⁸³Wawancara, Mas Sholeh pada tanggal 4 Oktober 2019

tingginya kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

Ibu Dewi selaku direktur utama UMKM batik Virdes memberi tanggapan mengenai diversifikasi produk yang ada di industri batik miliknya sebagai berikut:

“Dengan perkembangan zaman yang begitu pesat, kita melakukan terobosan dengan mengembangkan berbagai macam produk dari kain batik yang kita produksi. Disini selain memproduksi kain batik meteran ada juga yang potongan, jenis batiknya juga bermacam-macam seperti batik tulis, batik cap, batik semi tulis, batik printing, batik sutra juga ada. Kita juga menerima pesanan berupa kain atau baju. Yang menjadi pengembangan produk dari kain batik yang kita produksi yaitu ada kemeja laki-laki dan perempuan, udeng, taplak meja, kopyah, kipas tangan, syal, masker, dan lain-lain. Selain itu kita juga menyediakan jasa wisata edukasi bagi siapapun yang ingin menambah wawasan dalam membatik dengan membayar uang kebersihan”.⁸⁴

Mbak Anisa selaku peserta wisata edukasi dari Sekolah

Tinggi Darul Ulum Muncar menuturkan sebagai berikut:

“Saya berwisata edukasi dan berkunjung kesini baru pertama kali. Disini kita tidak hanya bisa melihat berbagai motif batik yang telah diproduksi tetapi juga bisa menambah wawasan untuk belajar membatik. Selain itu ada berbagai produk dari batik disini mulai dari udeng, taplak meja, kopyah, masker, syal, kemeja laki-laki dan perempuan pun juga turut disediakan disini. Berkunjung kesini tidak rugi, malah banyak ilmu yang kita dapat seperti itu”.⁸⁵

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai diversifikasi produk dari UMKM batik Virdes yaitu pengunjung

⁸⁴Wawancara, Ibu Dewi pada tanggal 21 Oktober 2019

⁸⁵Wawancara, Mbak Anisa pada tanggal 21 Oktober 2019

tidak hanya dapat membeli kain batik saja. Tetapi juga bisa belajar membuat karya seni batik mulai proses awal sampai siap jual. Selain itu juga dapat melihat jenis batik apa saja yang diproduksi kecuali batik tulis. Disisi lain disini juga menyediakan produk yang siap pakai seperti udeng, masker, taplak meja, syal, kemaja, dan lain-lain.

2. Strategi UMKM Batik Virdes Dalam Mempertahankan Hasil Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi

Perencanaan strategi adalah gambaran kegiatan perusahaan atau wirausaha melalui program yang telah ditentukan sebagai upaya untuk menggapai tujuan bersama. Dalam mempertahankan hasil pengembangan yang sudah diterapkan UMKM batik Virdes menggunakan cara yang dirasa cukup efektif dalam pengembangannya. Hasil pembahasan yang ditulis dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang peneliti gunakan pada kajian teori yaitu analisis lingkungan internal, meliputi:

a. Pemasaran

Pemasaran adalah poin penting dalam kegiatan berbisnis.

Pemasaran dapat dideskripsikan sebagai proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan barang atau jasa yang di perjual belikan oleh perusahaan.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Suyadi selaku pemilik UMKM batik Virdes bahwa:

“Pemasaran yang dilakukan dengan cara memposting hasil produk yang sudah siap jual melalui media sosial mbak FB: *Virdes Batik Colletion*, IG: @Virdes Batik Colletion. Pemasaran kita sudah sampai ke luar negeri, selain itu dari orang ke orang dan kita juga sudah membuka cabang di Banyuwangi kota. Dan mengikuti festival batik setiap tahunnya. Untuk wisata edukasi sendiri kita selalu tawarkan ketika ada konsumen yang ingin beli produk disini. Kadang tanpa kita tawarkan mereka sendiri yang minta untuk melihat produksi batik dan sekaligus ingin berwisata edukasi. konsumen yang kesini tidak hanya kalangan umum dan orang dewasa saja. Tetapi juga dari lembaga pendidikan ikut serta daam berwisata edukasi disini. Tempat industri batik disini juga cukup luas mbak dan fasilitasnya memadai. Disini juga di lengkapi fasilitas yang memadai mbak. Jadi ketika mereka ingin melakukan wisata edukasi mereka harus menghubungi pihak perusahaan jauh-jauh hari, ditakutkan adanya jadwal lain. Selain itu mereka juga harus membayar uang kebersihan ketika berwisata edukasi”⁸⁶.

Ibu Dewi selaku direktur Utama UMKM batik Virdes menyampaikan mengenai pemasaran di batik Virdes sebagai berikut:

“Industri batik Virdes berdiri sejak 34 tahun silam tepatnya tahun 1986. Dari rejam jejaknya sudah banyak dikenal oleh orang karena salah satu batik tertua yang ada di Banyuwangi. Sampai sekarang ketika ada pengunjung ke kampung batik, batik virdes menjadi tujuan pertama sebelum batik yang lainnya. Pemasaran yang kita lakukan selain memposting ke media sosial FB: *Virdes Batik Colletion*, IG: @Virdes Batik Colletion, batik Virdes karyanya sudah banyak dikenal di seluruh Indonesia bahkan mancanegara. Batik Virdes juga termasuk dalam rekomendasi wisata edukasi dalam paket wisata sejalur yang di jalankan oleh beberapa *tour guide*. Yang berwisata edukasi disini tidak hanya dari lembaga pendiidkan saja tetapi juga dari kalangan umum sangat antusias dalam wisata edukasi. Disini tempatnya juga luas dan di lengkapi dengan berbagai fasilitas. Selain itu batik Virdes juga aktif

⁸⁶Wawancara, Bapak Suyadi pada tanggal 10 September 2019

mengikuti festival tahunan yang diadakan pemerintah Banyuwangi”.⁸⁷

Mbak Ifa bagian administrasi juga menambahkan sebagai berikut:

“UMKM batik disini selain melakukan pemasaran melalui media sosial di FB: *Virde Batik Collection*, IG: @Virde Batik Collection. Juga berkerjasama dengan beberapa *tour guide* dalam hal wisata edukasi, karena batik Virde masuk dalam daftar paket wisata sejalur. Disini lain tempatnya yang sangat luas dan tenang akan mudah bagi para peserta wisata edukasi untuk belajar membatik. Pengunjung yang kesini dengan tujuan membeli batik terkadang juga langsung tertarik untuk berwisata edukasi, ada juga yang hanya melihat bagaimana proses awal hingga akhir pembuatan batik. Rata-rata yang berwisata edukasi disini dari sekolah dasar, pelajar, mahasiswa, dan instansi pemerintah. Tetapi jika peserta wisata edukasi dalam jumlah besar harus melakukan konfirmasi terlebih dahulu. Batik Virde juga membuka cabang *shop* di Banyuwangi kota tepatnya di jl. Ikan Gurita No.52 Karangrejo Banyuwangi mbak”.⁸⁸

Dari wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa, UMKM batik Virde dalam pemasaran melalui media sosial, dari konsumen ke konsumen, mengikuti festival batik, dan membuka cabang di Banyuwangi kota tepatnya. Peserta wisata edukasi juga beragam mulai dari pelajar, mahasiswa, lembaga pemerintahan, dan kalangan umum. Selain itu UMKM batik Virde produksi batiknya juga sudah sampai ke mancanegara bahkan pernah mendapat penghargaan tingkat nasional dan internasional.

⁸⁷Wawancara, Ibu Dewi pada tanggal 4 Oktober 2019

⁸⁸Wawancara, Mbak Ifa pada tanggal 4 Oktober 2019

b. Sumber Daya Manusia

Peranan sumber daya manusia dalam suatu organisasi atau perusahaan sangatlah penting. Karena dapat menentukan keberhasilan dan kemajuan perusahaan tersebut. Mereka tidak hanya berperan dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan saja tetapi juga dapat berperan dalam hal perencanaan dan pengendalian dalam perusahaan.

Seperti yang di sampaikan oleh Bapak Suyadi selaku pemilik UMKM batik Virdes dalam aspek sumber daya manusia:

“Patner kerja saya disini dalam hal karya seni batik sudah ahli, walaupun mereka tidak pernah melakukan pelatihan resmi yang besertifikat dari balai pelatihan. Kita juga ikut andil dalam hal festival batik yang diselenggarakan setahun sekali oleh pemerintah. tujuannya untuk pengembangan keahlian dan kerja sama antar elemen. Hanya saja dalam hal pengembangan wisata edukasi kita selalu melakukan pengawasan karena masih sama-sama tahap belajar. Disini tidak semua karyawan menjadi pemandu wisata edukasi, hanya ada sekitar tujuh orang atau lebih yang kita siapkan dan sudah ahli sebagai pemandu. Bagi peserta wisata edukasi sebelum terjun ke lapangan kita beri arahan terlebih dahulu agar mereka mempunyai gambaran ketika dilapangan sehingga bisa lebih menguasai dalam membatik”⁸⁹.

Seperti yang disampaikan oleh Ibu Dewi selaku direktur utama UMKM batik Virdes mengenai sumber daya manusia yang ada di perusahaan sebagai berikut:

“kualitas karyawan yang ada disini sangat baik, mereka bisa bekerja sama. Kita selalu memberi masukan kepada para karyawan untuk melakukan pekerjaan sepenuh hati karena membatik itu membutuhkan ketelatenan dan ketenangan

⁸⁹Wawancara, Bapak Suyadi pada tanggal 10 September 2019

hati agar mendapatkan hasil yang memuaskan. Apalagi jika ada peserta wisata edukasi yang bermacam-macam karakternya harus bisa dibuat senang agar pembelajaran dapat berhasil. Selain itu kita juga selalu melakukan evaluasi kinerja dan pelatihan antar karyawan. Dengan tujuan untuk sama-sama belajar untuk menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya. Selain itu ketika ada festival batik yang di adakan oleh pemerintah batik Virdes sellau ikut tampil, karena selain sebagai peluang pemasaran juga penguatan *skill*”.⁹⁰

Mbak Ifa selaku bagian administrasi UMKM batik Virdes juga menambahkan sebagai berikut:

“kita sebagai karyawan disini selain mendapat bimbingan dan motivasi juga bisa belajar banyak hal. Bagaimana caranya bersosial dengan banyak orang yang berbeda-beda karakternya. Kita juga mendapatkan pengembangan kemampuan untuk menambah ilmu tentang karya seni batik dan wisata edukasi. selian itu ketika ada festival batik, Virdes juga ikut serta sebagai peserta dengan tujuan bisa menambah wawasan dan menambah jaringan antar UMKM. Sebelum mereka terjun langsung untuk belajar membuat batik kita memberi arahan terlebih dahulu tujuan agar mereka sedikit banyak tahu tentang proses awal sampai akhir membuat yang baik dan benar”.⁹¹

Mas Anang selaku pengunjung dan peserta wisata edukasi memberi tanggapan mengenai sumber daya manusia di UMKM batik Virdes sebagai berikut:

“karyawan disini ramah dan sopan , mereka mau berbagi ilmu dan telaten mengajari saya yang masih pemula. Sebelum belajar membuat batik kita semua di beri arahan terlebih dahulu. Apasaja yang diperlukan dan bagaiman proses awal hingga akhir batik siap dipasarkan. Pemandu wisatanya dalam menyampaikan arahan juga mudah dipahami. Jadi ketika pengaplikasian ke lapangan kita sudah sedikit mempunyai bekal ilmu”.⁹²

⁹⁰Wawancara, Ibu Dewi pada tanggal 4 Oktober 2019

⁹¹Wawancara, Mbak Ifa pada tanggal 10 September 2019

⁹²Wawancara, Mas Anang pada tanggal 21 Oktober 2019

Berdasarkan hasil wawancara yang didapat dari informan, sumber daya manusia yang di miliki UMKM batik Virdes sangat ahli di bidangnya. Walaupun mereka tidak pernah secara langsung belajar ilmu karya seni batik yang bersertifikat. Hanya saja dalam hal pengembangan wisata edukasi masih perlu banyak belajar karena belum pernah belajar ilmu pariwisata sebelumnya. Pemandu wisata edukasi disini kurang lebih ada tujuh orang yang sudah ahli.

c. Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan untuk menciptakan nilai guna suatu barang yang dapat memenuhi kebutuhan. Produksi bertujuan untuk pemenuhan kebutuhan manusia.

Ibu Dewi selaku direktur utama industri batik Virdes menyampaikan bahwa:

“Industri yang kita kelola bergerak dibidang karya seni yang mempunyai nilai jual. dalam proses produksi batik disini masih menggunakan cara tradisional dimana pengerjaannya harus dengan ketelatenan dan alat sederhana. Jadi proses membatik disini itu ada berbeda-beda. karena setiap jenis batik mempunyai pengerjaan yang berbeda namun proses akhirnya sama. Kebanyak peserta wisata edukasi kita arahkan untuk membuat batik tulis, harapannya supaya mereka benar-benar belajar membatik”.⁹³

Mbak Iin selaku karyawan bagian pembuatan batik tulis juga menyampaikan terkait produksi sebagai berikut:

“Produksi batik di Virdes ini terkenal dengan kualitasnya yang bagus, karena kita pengerjaannya juga tidak asal-asalan. Secara umum proses membatik ini banyak sekali alat dan bahan yang digunakan. Alatnya itu yang harus ada

⁹³Wawancara, Ibu Dewi pada tanggal 10 September 2019

canting, kain, bentangan, kompor, sedangkan bahan yang digunakan kain, lilin, perekat warna dan lain sebagainya. Nah tidak berhenti disitu kita juga memerlukan panas matahari untuk mengeringkan kain yang hampir jadi agar siap di pasarkan. Jika ada peserta wisata edukasi kita selalu menyiapkan kebutuhan untuk media belajarnya, dan hasilnya bisa dibawa pulang. Peserta wisata edukasi diberi arahan dalam proses membatik mulai proses awal sampai akhir siap jual”.⁹⁴

Bagian administrasi UMKM batik Virdes mbak Ifa juga menambahkan sebagai berikut:

“Pengunjung disini bisa menikmati proses produksi pembuatan batik mulai awal sampai siap dipasarkan. Jika ingin berkunjung kesini sebagai peserta wisata edukasi harus memesan terlebih dahulu mbak kemudian membayar uang kebersihan. Jadi kita bisa menyiapkan berapa jumlah alat dan bahan yang dibutuhkan. Disini ada empat macam jenis batik dengan pembuatan yang berbeda-beda, yang paling rumit yaitu pembuatan batik tulis. Dengan proses pencantingan dan pewarnaan yang dilakukan secara hati-hati. Dalam wisata edukasi peserta kita beri gambaran mengenai semua penyelesaian empat jenis batik. Tetapi mereka dalam pembelajarannya lebih kita arahkan untuk pembuatan batik tulis dengan alasan agar mereka benar-benar belajar membatik”.⁹⁵

Mbak Anisa selaku salah satu peserta wisata edukasi berasal dari salah satu Sekolah Tinggi menambahkan sebagai berikut:

“Saya dan teman-teman sudah lama mengajukan proposal ke kampus untuk melakukan wisata edukasi di kampung batik ini tapi masih baru terlaksana. Disini suasananya tenang damai, apalagi di gunakan untuk pembelajaran seperti ini dan penjelasannya sangat mudah dipahami. Kita sebelum terjun kelapangan mendapat arahan dari pemandu wisata, mulai dari motif batik, jenis kain, batik itu jenisnya apa saja, kemudian alat dan bahan pembuatan batik juga

⁹⁴Wawancara, Mbak Iin pada tanggal 4 Oktober 2019

⁹⁵Wawancara, Mbak Ifa pada tanggal 10 September 2019

dijelaskan. Kita disini lebih diarahkan untuk belajar batik tulis agar kita bisa tahu bagaimana proses membatik mulai dari tahap awal sampai siap jual. Selain belajar batik tulis kita juga bisa melihat proses apa saja yang menjadi rentetan pembuatan batik setelah di canting dan lain sebagainya”.⁹⁶

Dari wawancara di atas dapat diketahui bahwa, dalam proses produksi batik Virdes masih menggunakan cara yang manual atau tradisional. Pada proses pengeringan juga masih bergantung pada cahaya terik matahari. Industri ini memproduksi batik tulis, batik cap, batik semi tulis, batik sutra, dan batik printing. Alat yang digunakan untuk memproduksi batik antara lain canting, kompor, wajan, jemuran, malam atau lilin, perekat warna, pewarna dan lain-lain.

C. Bahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis peneliti dari data yang diperoleh dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang berkenaan dengan strategi pengembangan UMKM batik berbasis wisata edukasi di batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi, maka hasil tersebut perlu diadakan pembahasan terhadap hasil temuan dalam bentuk interpretasi dan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan berkaitan dengan topik penelitian. Untuk itu pembahasan temuan ini akan disesuaikan dengan teori yang menjadi pokok pembahasan, sehingga mempermudah dalam menjawab pertanyaan yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian. Hasil temuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

⁹⁶Wawancara, Mbak Anisa pada tanggal 21 Oktober 2019

1. Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virdes dari Segi Intensif, Diversifikasi

Agar strategi pengembangan berbasis wisata edukasi berjalan dengan baik dan mengetahui strategi apa yang cocok untuk digunakan, maka harus melakukan observasi. Berikut beberapa strategi yang dianggap cocok dalam penerapan strategi pengembangan UMKM batik berbasis wisata edukasi yaitu: Strategi Intensif, Strategi Integrasi Vertikal, Strategi Bertahan, dan Strategi Diversifikasi.

a. Strategi Intensif

Strategi yang digunakan untuk meningkatkan persaingan. Selama ini UMKM batik Virdes sudah melakukan berbagai macam cara untuk memperluas jaringan dilakukan mulai dari orang ke orang, media sosial, mengembangkan inovasi produk yang sudah ada, membuka toko kain batik di pusat kota. Dari usahanya tersebut batik Virdes mampu mengirim karya batiknya keluar negeri dan dan di pakai oleh puteri Indonesia kala itu. Kemudian dikembangkannya terobosan baru yaitu wisata edukasi yang sangat menguntungkan perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori dari Fred R. David dalam bukunya Husein Umar yaitu strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan melalui produk yang sudah ada dalam strategi ini terdapat tiga poin yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk.⁹⁷

⁹⁷Husein Umar, *Strategi Management In Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 34.

b. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Industri ini selain menyediakan berbagai macam jenis batik yaitu batik tulis, batik cap, batik sutra, batik printing, dan batik semi tulis. Juga menyediakan berbagai macam barang produksi dari kain batik yang siap digunakan yaitu taplak meja, udeng, syal, kemeja laki-laki dan perempuan, kipas, kopyah, masker, dan lain-lain. Beberapa model yang tersedia di UMKM batik Virdes tersebut mendapat tanggapan yang positif dari para konsumen. Selain itu dengan adanya wisata edukasi para peserta tidak hanya belajar membatik saja tetapi juga bisa melihat karya seni yang lain sehingga wawasan keilmuannya bertambah. Pembahasan di atas sesuai dengan teori dari Fred R. David dalam bukunya Husein Umar yaitu perusahaan menambah produk-produk baru.⁹⁸ Hal ini dikuatkan oleh Gita Chandra dalam skripsinya yaitu dimana perusahaan menambah unit baru, dengan tujuan memperluas jangkauan pasar.⁹⁹

2. Strategi UMKM Batik Virdes Dalam Mempertahankan Hasil Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi

Perencanaan strategi adalah gambaran kegiatan perusahaan atau wirausaha melalui program yang telah ditentukan sebagai upaya untuk menggapai tujuan bersama. Hasil pembahasan yang ditulis dalam

⁹⁸Husein Umar, *Strategi Management In Action*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), 35.

⁹⁹Gita Chandra Ramadhan, *Pengaruh Strategi Diversifikasi Berhubungan dan Diversifikais tidak Berhubungan Terhadap Kinerja Pasar Perusahaan*, (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2018), 29.

penelitian ini sesuai dengan teori yang peneliti gunakan yaitu analisis lingkungan internal.

a. Pemasaran

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam membantu pengembangan perusahaan. Industri batik Virdes memperkenalkan produknya melalui media sosial yaitu *Instagram* dan *Facebook*, selain itu juga mengikuti festival batik yang diadakan oleh lembaga pemerintah daerah kabupaten Banyuwangi, disisi lain capaian pangsa pasarnya juga sampai ke mancanegara. Tempat produksi yang luas dan sejuk dilengkapi fasilitas yang lengkap menjadikan salah satu daya tarik tersendiri untuk mengunjungi industri ini. Harga yang ditawarkan juga terjangkau dan produk yang diproduksi sangat bermacam-macam. Sasaran yang dituju oleh UMKM batik Virdes juga sesuai dengan harapan. Yaitu pengunjung wisata edukasi yang berkunjung mulai dari pelajar, mahasiswa, kalangan umum, dan instansi pemerintahan. Hal ini sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Isniati dan Rizki yaitu kajian mengenai kelayakan suatu usaha selalu di mulai dari perkiraan kemampuan melakukan penetrasi pasar. Oleh Karena itu tidak ada bisnis yang bisa dikembangkan tanpa pemasaran.¹⁰⁰ hal ini juga sesuai dengan jurnal dari Muhammad Tahwin dan Aviv Mahmudi yaitu pemasaran merupakan kegiatan yang mencakup

¹⁰⁰M. Rizki Fajriansyah, Isniati, *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), 40.

seluruh sistem yang berhubungan dengan kelangsungan kegiatan industri.¹⁰¹

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang dimiliki UMKM batik Virdes sangat mumpuni di bidangnya walaupun mereka tidak pernah mengenyam dunia pendidikan yang terfokus pada karya seni batik. mereka juga tidak memiliki sertifikasi yang menyatakan bahwa mereka ahli dalam karya seni batik. Karyawan disini sudah terlatih dan mempunyai bakat dalam pembuatan batik. Mereka juga sering mengikuti kegiatan yang melibatkan ketrampilan gunanya untuk mengasah kemampuan. Tetapi dalam hal wisata edukasi tidak semua karyawan menjadi pemandu wisata hanya, karyawan yang sudah ahli dibidangnya. Hal ini selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Muhammad Tahwin dan Aviv Mahmudi yaitu sumber daya adalah faktor yang sangat penting pada perusahaan. Hal ini dikuatkan oleh Isnati dan Rizki yaitu sumber daya manusia adalah satu-satunya sumber daya yang memiliki akal, perasaan, keinginan, ketrampilan, dan segala potensi yang dimiliki sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap pencapaian perusahaan.¹⁰²

¹⁰¹Muhammad Tahwin, Aviv Mahmudi, *Jurnal Penelitian: Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem Dengan Analisis SWOT*, 2014.

¹⁰²M. Rizki Fajriansyah, Isnati, *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), 134.

c. Produksi

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan suatu barang. UMKM batik Virdes bergerak dibidang pembuatan karya seni batik yang mempunyai nilai jual tinggi. Proses produksi yang di lakukan oleh industri batik Virdes dengan cara tradisional. Alat yang digunakan masih tradisional, untuk mengeringkan hasil batik juga mengandalkan terik matahari. Begitupun dengan pengerjaan batik cap juga masih menggunakan besi yang penempelannya dibantu dengan tangan. Begitu juga dengan peserta wisata edukasi yang ingin melakukan pembelajaran membatik. Mereka harus menggunakan canting dalam pembelajaran dengan pendampingan yang dilakukan oleh pemandu wisata. Alat dan bahan yang digunakan untuk membatik yaitu, canting, kompor, wajan, kuas, malam, perekat warna, pewarna, kain dan masih banyak lagi. jadi untuk peserta wisata edukasi mereka mnedapat pembelajaran mulai awal proses membatik sampai hasil akhir. Sebelum itu semua dilakukan oleh pemandu wisata akan di beri wawasan terlebih dahulu atau mendapat arahan dari pemandu wisata. Hal ini sesuai dengan teori dari Isniati dan Rizki yaitu produksi adalah menciptakan nilai guna suatu barang yang dapat memenuhi kebutuhan.¹⁰³ Yang di kuatkan oleh Muhammad Tahwin dan Aviv Mahmudi dalam jurnalnya yaitu

¹⁰³M. Rizki Fajriansyah, Isniati, *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*, (Yogyakarta: ANDI, 2019), 40.

produksi merupakan kegiatan yang berhubungan dengan usaha penciptaan dan penambahan kegunaan suatu barang dan jasa.¹⁰⁴



¹⁰⁴Muhammad Tahwin, Aviv Mahmudi, *Jurnal Penelitian: Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem Dengan Analisis SWOT*, (Jurnal: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Rembang. Vol. 9 No. 2 Desember 2014 : 57 – 70). Hal 58

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pengembangan wisata edukasi UMKM Batik Virdes dilihat dari: *Segi intensif*, mampu mengembangkan UMKM batik Virdes sampai ke mancanegara. Dengan kualitas produk yang sangat bagus, rumah produksi batik Virdes mendapat penghargaan di dalam negeri sampai ke luar negeri. *Segi Diversifikasi*, strategi ini lebih kepada pengolahan kain batik menjadi produk siap pakai seperti: udeng, syal, masker, kemeja laki-laki dan perempuan. menyediakan berbagai jenis model batik, membuka jasa wisata edukasi bagi pengunjung dan menerima pesanan.
2. Dalam mempertahankan hasil pengembangan yang ada di UMKM Batik Virdes dapat dilihat dari beberapa aspek sebagai berikut: *Pemasaran*, batik Virdes memasarkan produknya menggunakan media sosial yaitu *Instagram* dan *Facebook*, mengikuti festival yang diadakan oleh pemerintah kabupaten Banyuwangi, dengan adanya wisata edukasi, dari konsumen ke konsumen, capaian pangsa pasarnya sudah sampai ke mancanegara, dan pengunjung wisata edukasi dari UMKM batik Virdes mulai dari pelajar, lembaga pemerintahan, mahasiswa, dan kalangan umum. *Sumber daya manusia*, industri batik Virdes memiliki karyawan yang sangat ahli dibidangnya. Hanya saja dalam hal pengembangan pariwisata masih

kurang memadai. *Produksi*, dalam hal ini UMKM batik Virdes masih menggunakan cara tradisional mulai dari pembuatan batik tulis, batik cap, batik semi tulis, dan batik printing. Di lain itu dalam proses awal sampai akhir juga masih mengandalkan cahaya matahari untuk mengeringkannya.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, maka saran dari penulis sebagai berikut:

1. Bagi pemilik UMKM batik Virdes untuk terus mengembangkan dan melestarikan karya seni batik dengan berbagai strategi terutama dalam hal wisata edukasi. Dengan begitu semua orang akan bisa lebih menghargai karya seni yang sudah sampai pasar Internasional . Terus berinovasi dan mengembangkan berbagai motif ciri khas daerah dengan dikombinasikan motif-motif yang sedang berkembang.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih dalam lagi meneliti serta merancang seluruh aktivitas yang dilakukan dalam melakukan wisata edukasi maupun pada peneliti lain sehingga penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, Ahmad. 2018. Skripsi: “*Strategi Pengembangan Usaha Wisata Dira Park Kecamatan Ambulu Kabupaten Jember*”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember
- Adiyanto. 2018. Skripsi: “*Startegi Pengembangan Pariwisata Di Desa Wisata Lombok Kulon Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso*”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember
- Anhar, Zuhdi Syaiful. 2017. Skripsi: “*Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Studi Kasus Kelompok wanita Tani (KWT) Karanglo Makmur Di Dusun Karanglo Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman*”. Universitas Negeri Yogyakarta
- Ariesta, Lusiana Nindi. 2012. Skripsi: “*Pengembangan Museum Tani Indonesia Sebagai Wisata Edukasi Di Kabupaten Klaten*”. Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Arkon. 2007. *Strategic Management For Educational Managemen*. Bandung: Alfabet
- Ayusetyaningrum , dkk. 2016. *Jurnal Penelitian: Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota Malang*.
- Basrowi. 2008. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Daniatun, Ayu Nurfiti. 2018. Skripsi: “*Strategi Pengembangan UMKM Industri Keramik Purwareja-Klampok Kabupaten Banjarnegara*”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
- Demartoto, Argyo. 2008. Skripsi: “*Strategi Pengembangan Obyek Wisata Pedesaan Oleh Pelaku Wisata di Kabupaten Boyolali*”. Penelitian Perseorangan dalam Bidang Sosiologi, Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Diatprasojo, Lantip. 2018. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: UNY Press

- Alfin Falahika. 2017. Skripsi: “*Profil Produksi dan Bauran Pemasaran Home Industri Batik Tatsaka di Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi*”. Universitas Jember
- Fajar, Mukti. 2015. *UMKM dan Globalisasi Ekonomi*. Yogyakarta: LP3M Universitas Muhammadiyah
- Fauzi, Iqbal. 2018. Skripsi: “*Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Ud. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas)*”. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
- Hadi, Devi Chairiza. 2018. Skripsi: “*Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Hadi Sukirno Leather Work And Handrycraft)*”. Universitas Sunan Kalijaga
- Hasibuan, Malayu. 2000. *Manajerial Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, Sayuti. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Pendekatan Non Sekuler*. Surakarta: Muhammadiyah University Press.
- Hendarin, Fitri Rahmawati. 2013. Skripsi: “*Pengembangan Program Wisata Edukasi Di Wana Wisata Gunung Puntang*”. Universitas Pendidikan Indonesia
- Heriyana, Nurainun dan Rasyimah. 2008. *Jurnal Penelitian: Analisis Industri Batik Di Indonesia*.
- Jordan, Adam. 2018. Skripsi: “*Analisis Kualitas Pelayanan Dan Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Sentulfresh Indonesia Bogor Jawa Barat*”. Universitas Lampung, Lampung
- Kausar, Devi Roza K, Dkk. 2017. *Jurnal Penelitian: Tourism Destination and Attraction*
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga
- Kunaifi Aang. 2016. *Manajemen Pemasaran Syari'ah Pendekatan Human Spirit: Konsep, Etika, Strategi dan Implementasi*. Yogyakarta: Magzha Pustaka

- LPPI dengan BI. 2015. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Jakarta
- Masram & Mu'ah. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia Profesional*. Sidoarjo: Zifatama Publisher
- Meldona. 2009. *Manajemen sumber daya manusia perspektif integrative*. Malang: UIN Malang Pres
- Nurmelani, Riska. 2017. Skripsi: "*Strategi pengembangan obyek wisata Goa Kreo sebagai Daerah tujuan wisata di Kota Semarang*". Universitas Sebelas Maret Surakarta
- Oktasilva, Andri. 2018. Skripsi: "*Strategi Dinas Pariwisata Dalam Pengembangan Pariwisata di Tana Toraja*". Universitas Hasanuddin Makasar
- Pradikta, Angga. 2013. Skripsi: "*Strategi Pengembangan Obyek Wisata Waduk Gunungrowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati*". Universitas Negeri Semarang
- Program Pemberdayaan Masyarakat. 2017. *Buku Panduan Wisata Edukasi Kampung Tulip*. Bandung
- Purnomo Setiawan Hari & Zulkifimansyah, 1996. *Manajemen Strategi*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Ratri, Felisia Meliana. 2017. Skripsi: "*Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo)*". Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Rizki, M Fajriansyah & Isnati. 2019. *Manajemen Strategik, Intisari Konsep dan Teori*. Yogyakarta: ANDI
- Rohmi, Putri Kamilatul. 2017. Tesis: "*Strategi Pengembangan Sumber Daya Insani Dalam Peningkatan Excellen Service di Bank Syari'ah Mandiri Cabang Lumajang*". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Pascasarjana IAIN Jember
- Sa'adah, Faridhotus. 2018. Skripsi: "*Perkembangan Industri Batik Di Banyuwangi Pasca Diberlakukannya Peraturan Bupati Banyuwangi*"

Nomor 27 Tahun 2016 Tentang Pakaian Dinas Dilingkungan Pemerintahan Kabupaten Banyuwangi". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Jember

Saputra, Asep Dana Dkk. 2018. *Jurnal Penelitian: Penerapan Strategi Pemasaran 8P terhadap Peningkatan Omset Penjualan Pada Warung Marso Malang*.

Siagian, Sondang P. 2011. *Manajemen Stratejik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Siburian, Mordahai dkk. 2017. *Jurnal Penelitian: Strategi Pengembangan Wisata Edukasi Di Godong Ijo Depok Dengan Experiential Marketing*.

Silitonga, Falisia Meliana Ratri P. 2017. Skripsi: "*Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulurejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah, Kabupaten Kulon Progo)*". Universitas Santa Dharma Yogyakarta

Siyoto Sandu. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing

Sri Ratnawati, Iis. 2018. Skripsi: "*Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Wisata Organik Di Desa Lombok Kulon Kabupaten Bondowoso*". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suharto, Babun dkk. 2014. *Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah*. Jember: STAIN Jember Press

Suwarso Shodiq, dkk. 2012. Riset: "*Strategi Pengembangan Usaha Batik Banyuwangi Dan Pengaruhnya Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Kabupaten Banyuwangi*". LPPM Banyuwangi

Tahwin Muhammad, Aviv Mahmudi. 2014. *Jurnal Penelitian: Strategi Pengembangan Usaha Batik Tulis Lasem Dengan Analisis SWOT*",

Tim Pengabdian Masyarakat. 2017. *Buku Panduan Wisata Edukasi*. Bandung: STP ARS Internasional dan AKPAR BSI

- Taufiqurokhman. 2016. *Manajemen Strategik*. Jakarta: FISIP Universitas
- Umar, Husein. 2001. *Strategic Management In Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Wilantara Rio F dan Rully Indrawan. 2016. *Strategi Dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. Bandung
- http://arsiparisgoblog.blogspot.com/2014/05/batik-jawa-timur-kabupaten-banyuwangi_8.html
- <https://kumparan.com/@kumparantravel/strategi-tumbuh-kembang-umkm-di-banyuwangi>
- <https://travel.tempo.co/read/1202697/sri-mulyani-sampaikan-10-bali-baru-saat-bicara-wisata-di-jepang>
- <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>
- http://batikvirdes.blogspot.com/2012/12/mohammad-suyadi-virdes-batik-collection_6.html
- <https://quran.kemenag.go.id/sura/4>.
- <https://www.bps.go.id/publikasi.html>
- <https://kwriu.kemdikbud.go.id>, 2017
- <https://www.banyuwangikab.go.id/berita-daerah/banyuwangi-proteksi-umkm-yang-tumbuh-pesat.html>
- <http://klinikumkm.banyuwangikab.go.id/umkm/index/0/40>
- <http://klinikumkm.banyuwangikab.go.id/news/item/detail/overview-prestasi-dinas-koperasi-dan-umkm-kabupaten-banyuwangi-tahun-2015>

IAIN JEMBER

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	RUMUSAN MASALAH
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS WISATA EDUKASI DI UMKM BATIK VIRDES DESA TAMPO KECAMATAN CLURING KABUPATEN BANYUWANGI	<ol style="list-style-type: none"> 1. STRATEGI PENGEMBANGAN 2. UMKM 3. WISATA EDUKASI 	<ol style="list-style-type: none"> 1. pengertian Strategi 2. Strategi pengembangan : <ol style="list-style-type: none"> a. Jenis-jeni Strategi Pengembangan b. Aspek Pengembangan Pariwisata c. Analisi Lingkungan Internal d. Analisis Lingkungan Eksternal 3. UMKM : <ol style="list-style-type: none"> e. Kriteria UMKM f. Asas, dan prinsip UMKM g. Peran 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Primer Informan <ol style="list-style-type: none"> a) Pemilik ukmk b) Karyawan c) Pengunjung 1. Sekunder <ol style="list-style-type: none"> 1. Observasi 2. Wawancara 3. Dokumentasi 4. kepustakaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan dan Jenis Penelitian <ol style="list-style-type: none"> a. Pendekatan kualitatif b. Jenis Penelitian Deskriptif 2. Subjek Penelitian <ol style="list-style-type: none"> a. UMKM Batik Virdes 3. Teknik Pengumpulan Data <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 4. Teknik Analisis Data <ol style="list-style-type: none"> a. Deskriptif 5. Teknik Keabsahan Data <ol style="list-style-type: none"> a. Triangulasi Sumber 	<ol style="list-style-type: none"> a. Bagaimana Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM Batik Virdes di lihat dari Segi Intensif, Integrasi Vertikal, Defensif, dan Diversifikasinya? b. Bagaimana Strategi UMKM Batik Virdes dalam Mempertahankan Hasil Pengembangan Bisnis Wisata Edukasinya?

		<p>UMKM</p> <p>4. Wisata Edukasi :</p> <p>a. Konsep wisata edukasi</p> <p>b. Aktivitas wisata edukasi</p>			
--	--	---	--	--	--

IAIN JEMBER

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Strategi Pengembangan UMKM Batik Berbasis Wisata Edukasi Di Batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi

Hari/ Tanggal	Jurnal Kegiatan Penelitian
Jumat, 10 Mei 2019	Melakukan peninjauan lokasi penelitian
Sabtu, 3 Juni 2019	Menyerahkan surat penelitian
Selasa, 16 Agustus 2019	Melakukan wawancara dengan mbak Ifa, dan mas Shaleh, meminta struktur perusahaan
Rabu, 10 September 2019	Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM mengenai strategi pengembangan UMKM dan sejarah perusahaan secara keseluruhan
Selasa, 04 Oktober 2019	Melakukan wawancara dengan karyawan dan pengunjung.
Selasa, 21 Oktober 2019	Surat Selesai Penelitian Skripsi dan wawancara dengan pe ngunjung

Banyuwangi, 10 November 2019
Administrasi UMKM Batik Virdes

Lathifatul Rosyidah



Batik

BANYUWANGI - JAWA TIMUR



Kegiatan wisata edukasi yang di lakukan STAI Darul Ulum Muncar Banyuwangi



Wisata Edukasi yang di lakukan STAIFAS Kencong Jember



Kunjungan wisatawan mancanegara untuk belajar batik Indonesia



Pelatihan sekaligus wisata edukasi



Kegiatan wisata edukasi



Konsumen atau pengunjung wisata edukasi



Wawancara dengan bapak Suyadi selaku Owner UMKM batik Virdes



Penghargaan yang pernah di raih oleh UMKM batik Virdes



Penghargaan yang di raih oleh UMKM batik Virdes



VIRDES BATIK COLLECTION 15.05.2019

No	Uraian Muti	Jumlah	Unit	Volume	Volume
1	1.5m x 50cm	60.000	kg	3.000.000	
	1.75m x 50 cm (Ceri Muti)	70.000	kg	3.500.000	
2	1.5 x 50 puding	7.000	kg	2.850.000	
	1.75m x 50 cm (Banyu)	66.000	kg	3.330.000	
	2.5m x 50 cm (Banyu)	88.000	kg	4.400.000	
				TOTAL	15.080.000
				DEPOSIT	0
				NETO	15.080.000

Mengetahui Pemilik UMKM Batik Virdes
H. Muhammad Suyadi



No	Nama	Alamat	Tgl
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50

Mengetahui Pemilik UMKM Batik Virdes
H. Muhammad Suyadi

No	Nama	Alamat	Tgl
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50

Mengetahui Pemilik UMKM Batik Virdes
H. Muhammad Suyadi

Daftar hadir dan nota hasil penjualan batik Virdes



Rumah produksi UMKM batik Virdes



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 Mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.id – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

nomor : B-32/In.20/7.a/PP.00.9/05/2019
 perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

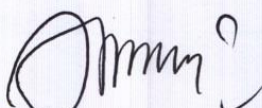
Yth. Owner UMKM Batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten
Banyuwangi
di-
Tempat

Diberitahukan dengan hormat, mohon berkenan kepada Bapak pimpinan
untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : Umi Roudotul Khuluq
NIM : E20152149
Semester : VIII
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
No. Telpon : 082232799465
Dosen Pembimbing : Toton Fanshurna
NIP : 198112242011011008
Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Bisnis Wisata Edukasi UMKM
Batik Virdes di Desa Tampo Kecamatan Cluring
Kabupaten Banyuwangi

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan
kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 21 Mei 2019
a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Rokhim

Virde batik Collection

Jl. Doktren Baitus Salam Tampo Cluring Banyuwangi Telp (0333) 394214

Surat keterangan

Berdasarkan pada surat permohonan ijin melaksanakan penelitian dari fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan Nomer surat B-321 /In.20/7.a/PP.00.9/05/2019 tertanggal 17 Mei 2019, maka yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa:


Nama : Umi Roudotul Khuluq
NIM : E20152149
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah selesai melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan UMKM Batik Berbasis Wisata Edukasi Di Batik Virde Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di Banyuwangi
Pada Tanggal 15 November 2019

Hormat Kami
Pemilik UMKM Batik Virde


H. Mohammad Suyadi

Batik
AWA TIMUR

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Umi Roudotul Khuluq

NIM : E20152149

Prodi : Ekonomi Syariah

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan UMKM Batik Berbasis Wisata Edukasi Di Batik Virdes Desa Tampo Kecamatan Cluring Kabupaten Banyuwangi" secara keseluruhan adalah hasil karya peneliti sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 10 November 2020

Penulis



Umi Roudotul Khuluq
NIM. E20152149

BIODATA PENULIS

Nama : Umi Roudotul Khuluq
NIM : E20152149
Tempat Tanggal lahir : Banyuwangi, 11 Juli 1997
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/ Ekonomi Syari'ah
Alamat : Dsn. Sumberbopong RT.04 RW.01 Kandangan
Pesanggaran Banyuwangi
Email : umiroudotulkhuluq1@gmail.com



Riwayat Pendidikan :

2003-2009 : Sekolah Dasar Negeri 7 Kandangan
2009-2012 : Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Pesanggaran
2012-2015 : Sekolah Menengah Kejuruan Darul Ulum Muncar
Banyuwangi
2015 s/d 2020 : Institut Agama Islam Negeri Jember

Riwayat Organisasi :

Ikatan pelajar Puteri Nahdlatul Ulama:

1. PKPT IAIN Jember : Departemen Organisasi
: Wakil Ketua Kaderisasi
2. PAC Pesanggaran : Sekretaris
3. PC IPPNU Banyuwangi : Lembaga Konseling Pelajar