

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATIK CIPRAT PADA WARGA
TUNAGRAHITA DI DESA KARANGPATIHAN BALONG PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Isna Aviani Nafisa

2107171245

Pembimbing

Mansur Azis, Lc.M.SI.

NIDN: 2024068601

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PONOROGO**

2021

ABSTRAK

Nafisa, Isna Aviani. 2021. *Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat Pada Warga Tunagrahita Di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.* **Skripsi,** Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing; Mansur Aziz LC., M.SI.

Kata kunci: Strategi, Pengembangan Usaha, Dampak, Batik Ciprat.

Dalam strategi pengembangan usaha diperlukan strategi yang tepat agar pengembangan usaha bisa berjalan secara sempurna, namun dalam hal ini pengembangan usaha batik ciprat Karangpatihan pada warga tunagrahita masih kurang konsisten, yaitu ditunjukkan pada produksi yang tidak bisa menerima pesanan dalam jumlah banyak dikarenakan keterbatasan tenaga kerja yang dimiliki. Dan juga belum mengimplementasikan semua strategi yang ada. Sehingga munculnya permasalahan kurang efektifnya strategi pengembangan yang dilakukan.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi pengembangan usaha batik ciprat yang telah diterapkan pada warga tunagrahita di Desa Karangpatihan, serta dampak strategi pengembangan usaha terhadap warga tunagrahita di Desa Karangpatihan.

Penelitian pada skripsi ini menggunakan jenis penelitian lapangan yang menggambarkan fenomena secara apa adanya dengan mencari data langsung di lapangan. Metode penelitiannya menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan, menganalisis dan menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan data yang diperoleh di lapangan.

Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan usaha batik ciprat dilakukan dengan tiga langkah yaitu mengembangkan pasar dari sisi produknya, mengembangkan pasar dari sistem penjualannya dan mengembangkan pasar dengan sinergisme. sedangkan dampak strategi pengembangan usaha batik ciprat terhadap warga tunagrahita di Desa Karangpatihan ada tiga dampak yang mempengaruhi yaitu dampak lingkungan, dampak ekonomi dan dampak sosial.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Isna Aviani Nafisa

Nim : 210717245

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi berjudul:

Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat Pada Warga Tunagrahita Di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 7 Mei 2021
Pembuat Pernyataan



Isna Aviani Nafisa
NIM : 210717245



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini menerangkan skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	
1	Isna Aviani Nafisa	210717245	Ekonomi Syariah	Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat Pada Warga Tunagrahita di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 16 April 2021


Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Dr. Luhur Prasetivo, S.Ag., M.E.I
NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Dosen Pembimbing


Mansur Aziz, Lc., M.S.I.
NIDN. 202406860



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo**


LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Naskah Skripsi berikut ini:


Judul : Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat Pada Warga
Tunagrahita Di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.
Nama : Isna Aviani Nafisa
NIM : 210717245
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah
satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang
Dr. Iza Hanifuddin, Ph.D
NIP. 196906241998031002 : ()

Penguji I
Ridho Rokamah, M.Si.
NIP. 197411121999032002 : ()

Penguji II
Mansur Aziz, LC., MSI.
NIDN. 2024068601 : ()

Ponorogo, 12 April 2021
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Isna Aviani Nafisa

NIM :210717245

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Judul Skripsi :Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat Di Desa Karangpatihan Balong, Ponorogo.

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di ethesis.iainponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggungjawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 11 Mei 2021



Isna Aviani Nafisa

NIM : 210717245

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Batik merupakan salah satu kekayaan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Batik dipatenkan oleh UNESCO sebagai peninggalan nenek moyang yang dikenal sejak abad XVII. Batik (kata Batik) berasal dari bahasa Jawa yaitu: “*amba*” yang berarti menulis dan “*nitik*” yang berarti titik. Batik dibuat dengan memberi hiasan pada kain dengan cara menutupi bagian-bagian tertentu dengan menggunakan zat perintang yang berupa “*malam*” yang digunakan untuk menggambar pola di atas kain, lalu diberi warna dengan cara pencelupan, setelah itu dihilangkan dengan cara kain tersebut direbus. Batik merupakan salah satu produk budaya yang tidak hanya dikenal sebagai warisan budaya melainkan juga salah satu pencaharian bagi warga di Indonesia. Setelah deklarasi yang dilakukan oleh UNESCO pada batik Indonesia pada 2 Oktober 2009, industri batik mengalami kemajuan yang pesat.¹ Sehingga, batik mampu memberikan kontribusi bagi pendapatan nasional, melalui ekspor ke berbagai negara.

Dalam perkembangannya, telah muncul berbagai corak atau motif sebagai bentuk dari kebudayaan lokal dari masing-masing daerah. Batik yang dulunya hanya digunakan oleh kalangan keraton sekarang dapat digunakan oleh siapa saja dan kapan saja. Batik banyak diminati oleh berbagai kalangan

¹ W Steelyana, “Batik a Beautiful Cultural Heritage That Preserve Culture And Support Economic Development In Indonesia,” *Bisnis Business Review* 3.no 1 (2012), 116.

.baik pria maupun wanita, baik pemuda maupun orang dewasa. Meluasnya kesenian batik menjadi milik rakyat Indonesia dan khususnya suku Jawa ialah setelah akhir abad XVIII atau awal abad XIX. Batik yang dihasilkan ialah batik tulis sampai awal abad XX dan batik cap dikenal baru setelah usai Perang Dunia I atau sekitar 1920. Kini batik sudah menjadi bagian pakaian tradisional Indonesia.²

Salah satu daerah yang memiliki komoditas batik adalah Ponorogo. Batik Ponorogo sudah ada sejak masa kerajaan dan pernah mengalami kejayaannya pada era tahun 1960-1980. Bahkan pada masa itu Ponorogo menjadi sentra batik Indonesia yang sejajar dengan daerah Solo dan Pekalongan. Batik Ponorogo menjadi salah satu produk batik yang banyak diminati oleh pasar. Batik Ponorogo mempunyai *position bargaining level* yang baik di pasar. Seiring berkembangnya zaman, batik Ponorogo banyak diinovasi oleh kalangan seniman muda dengan kreasi dalam bentuk cendera mata, produk-produk seni khas lokal lain. Ini merupakan perpaduan dengan seni kreatif lain yang memiliki nilai jual tinggi. Ponorogo memiliki berbagai jenis batik diantaranya: batik cap, batik tulis, batik lukis, dan batik ciprat.³

Batik ciprat adalah model batik yang cara pembuatannya dengan menciprat-cipratkan larutan malam (bahan untuk menggambar kain batik). *Malam* dicipratkan menggunakan tangan, sendok, dan kuas atau lidi. Sehingga

² Lena Putri Lusianti & Faisyal Ran “Model Diplomasi Indonesia Terhadap UNISCO Dalam Mematenkan Batik Sebagai Warisan Budaya Indonesia Tahun 2009,” *Jurnal Transnasional* Vol. 3 No. 2 Februari 2012, 2-19.

³ Bambang Widiyakseno, Ida Widaningrum, dan Ekapti Wahjuni Djuwitaningsih, “PKM Batik: Pengembangan Potensi Batik Ponorogo.” *J-Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 5. No. 1 (2020), 36-43.

dalam pembuatannya dilakukan dengan teknik jumputan dan teknik colet atau kuas.⁴ Berdasarkan data, produk batik ciprat yang telah dirintis mulai tahun 2015 hingga saat ini, kini pemasarannya sudah keberbagai daerah, sebagaimana hasil wawancara peneliti dengan Bapak Eko Mulyadi mengatakan sebagaimana berikut:

“Batik ciprat yang saya rintis bersama rekan saya ini sudah mulai melakukan pemasaran diberbagai daerah seperti Jakarta, Kalimantan bahkan luar negeri. Dan motif juga sudah mulai bervariasi mulai dari motif abstrak, binatang, wayang, tumbuhan dan masih banyak lainnya, dan mulai dari dua tahun kemarin kami mulai menggunakan metode kombinasi antara batik ciprat dan batik tulis yang menghasilkan karya yang unik dan khas. Untuk harga yang kami tetapkan untuk ukuran kain 2,5x1,15 m dipatok dengan harga Rp 150.000 sampai dengan 500.000 tergantung pada tingkat kesulitan dari motif kain”.⁵

Salah satu daerah di Ponorogo yang memiliki produksi batik ciprat terletak di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo. Desa Karangpatihan memiliki jumlah penduduk seluruhnya yakni 5.794 jiwa, yang meliputi 2.860 jiwa penduduk laki-laki dan 2.932 jiwa penduduk perempuan. Dalam perkembangan dan produksi batik di Ponorogo masih memiliki kendala diantaranya yaitu Tantangan yang dihadapi industri batik itu antara lain mengenai Sumber Daya Manusia (SDM). Misalnya, mayoritas pembuat batik adalah masyarakat yang berusia lanjut dan masih banyak kalangan pemudanya yang belum tergugah untuk terjun ke dunia produksi batik.⁶ Dalam

⁴ Muhaimin Mughni Prayogo, *Keterampilan Membatik Bagi Peyandang Autis* (Yogyakarta: Tandabaca Press, 2015), 27

⁵ Eko Mulyadi, *Hasil Wawancara*, 21 November 2020.

⁶ Ihyaul Ulum, “Batik dan Kontribusinya Terhadap Perekonomian Nasional,” *Jurnal Bestari*, no. 42 (2016): 21-32.

teoripengembangan usaha, faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha salahsatunya adalah faktor sumber daya manusia (SDM) yang dimana dapat mempengaruhi tinggi rendahnya suatu pendapatan dari usaha yang dijalankan. Sumber daya manusia yang menjadi motor penggerak kegiatan usaha, perlu dikelola secara profesional. Pengelolaan manusia sebagai aset paling berharga dalam pengembangan usaha.⁷

Dari hasil wawancara, diketahui rendahnya sumber daya manusia menjadikan kendala bagi batik ciprat itu sendiri, di Desa Karangpatihan di Ponorogo, dimana diketahui bahwa dari 5.794 jiwa penduduk desa Karangpatihan, terdapat 98 jiwa penyandang tunagrahita.⁸ Masyarakat tunagrahita adalah sekumpulan manusia yang mempunyai kemampuan intelektual di bawah rata-rata. Istilah dapat juga diartikan sebagai kondisi seseorang yang kecerdasannya jauh di bawah rata-rata danditandai oleh keterbatasan intelegensi dan ketidak cakapan dalam interaksi sosial.⁹

Dengan kondisi tersebut, masyarakat tunagrahita diberdayakan dengan cara memberikan sebuah program keterampilan pembuatan batik ciprat. Upaya tersebut diharapkan dapat membantu mengembangkan bakat serta kesejahteraan mereka, dimana dengan keterbatasan yang dimilikinya mereka dapat menghasilkan sebuah karya yang sangat di minati begitu banyak masyarakat dari berbagai golongan. Dengan keterbatasan yang mereka miliki, menarik perhatian peneliti untuk memilih penelitian di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.

⁷ Kasmir, *Kewirausahaan* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011),. 154.

⁸ www.karangpatiham.com/search/label/beruk?m=1 diakses pada 14 Januari 2021 08.34

⁹ Sutjihati Somantri, *Psikologi Anak Luar biasa* (Bandung: Refika Aditama, 2006), 103.

Batik ciprat yang diproduksi oleh masyarakat tunagrahita di Karangpatihan, Balong, Ponorogo merupakan sebuah lembaga dengan nama “Rumah Harapan” yang didirikan oleh pak Eko Mulyadi selaku kepala desa Karangpatihan kepada warga tunagrahita yang mana diharapkan mereka akan mampu memproduksi batik sehingga dapat menambah penghasilan serta mensejahterakan kehidupan mereka.¹⁰

Pengembangan usaha batik ciprat ini juga telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dimana masyarakat sekitar bahkan luar kota telah mengenal dan meminati batik ciprat karya tunagrahita tersebut. Banyaknya produksi rumah batik di Ponorogo membuat batik ciprat harus bersaing dengan batik lainnya dalam menarik minat pasar. Menurut Budiono dan Vincent, dalam pengelolaan industri batik harus fokus pada *fashion* dan motif kreatif, membidik pakaian anak multi segmen, remaja dan dewasa. Sehingga, batik yang diproduksi tidak akan kalah diminati dibandingkan dengan batik-batik inovasi yang muncul selama perkembangan zaman.¹¹

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa masalah sumber daya manusia (tunagrahita) menjadikan kendala bagi batik ciprat itu sendiri yang mengakibatkan produksi batik ciprat tidak bisa maksimal dan terhambat. Dengan begitu akan menghambat pemasukan dan juga pengembangan batik ciprat untuk kedepannya.

¹⁰ Eko Mulyadi, *Hasil Observasi*, 5 Januari 2021.

¹¹ Budiono Gatut dan Vincent Aryanto, “Batik Industry of Indonesia: The Rise, Fall and Prospects.,” *Studies in Business & Economics* 5, no. 3 (2010): 156-170.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan strategi yang sesuai agar sasaran produksi dapat tercapai.¹² Di dalam teori strategi pengembangan usaha yang dikemukakan oleh Hendro terdapat tiga strategi yaitu mengembangkan pasar dari sisi produknya, mengembangkan pasar dari sisi sistem penjualannya dan mengembangkan pasar dengan sinergisme.¹³ maka dari itu pentingnya dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara melakukan strategipengembangan usaha yang tepat serta mengetahui bagaimana cara menghadapi banyaknya pesaing pada usaha batik ciprat, begitu juga dampak pengembangan usaha batik ciprat ini terhadap warga tunagrahita. Peneliti memilih tempat usaha batik ciprat di Desa Karangpatihan sebagai tempat penelitian karena masih adanya masalah yang perlu diatasi dari segi tenaga kerja, produksi, penjualan dan begitu juga dengan lokasi yang sangat jauh dari kota apakah batik ciprat bisa mengembangkan usaha dengan baik. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti tertarik untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul **Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat padaWarga Tunagrahita Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang penulis bahas di sini adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan usaha batik ciprat yang telah diterapkan pada warga tunagrahita di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo?

¹² M Suyanto, *Strategic Management Global Most Admired Companies* (Yogyakarta: CV.Andi Offset,2007), 10.

¹³ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan* (Jakarta: Erlangga, 2011), 515.

2. Bagaimana dampak pengembangan usaha batik ciprat terhadap warga tunagrahita di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mendiskripsikan strategi pengembangan usaha batik ciprat yang telah diterapkan pada warga tunagrahita Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak strategi pengembangan usaha batik ciprat terhadap warga tunagrahita di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat mengembangkan ilmu Ekonomi dan memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan bagi pembaca maupun peneliti tentang Strategi Pengembangan Usaha dalam Pembuatan Batik Ciprat, serta dapat dijadikan rujukan untuk penelitian yang sama selanjutnya.

2. Secara praktis

Hasil penelitian ini berguna sebagai sarana untuk mempertimbangkan dalam pemilihan strategi dan langkah usaha dalam penerapan Strategi

Pengembangan Usaha dalam Pembuatan Batik Ciprat, sehingga tercipta suatu strategi yang baik demi terwujudnya tujuan suatu usaha tersebut

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian ini, maka pembahasan dibagi menjadi 5 bab. Dari bab per bab tersebut, terdapat sub-sub bab yang merupakan rangkaian untuk pembahasan dalam penelitian. Sistematika pembahasan dalam penyusunan laporan ini adalah sebagai berikut :

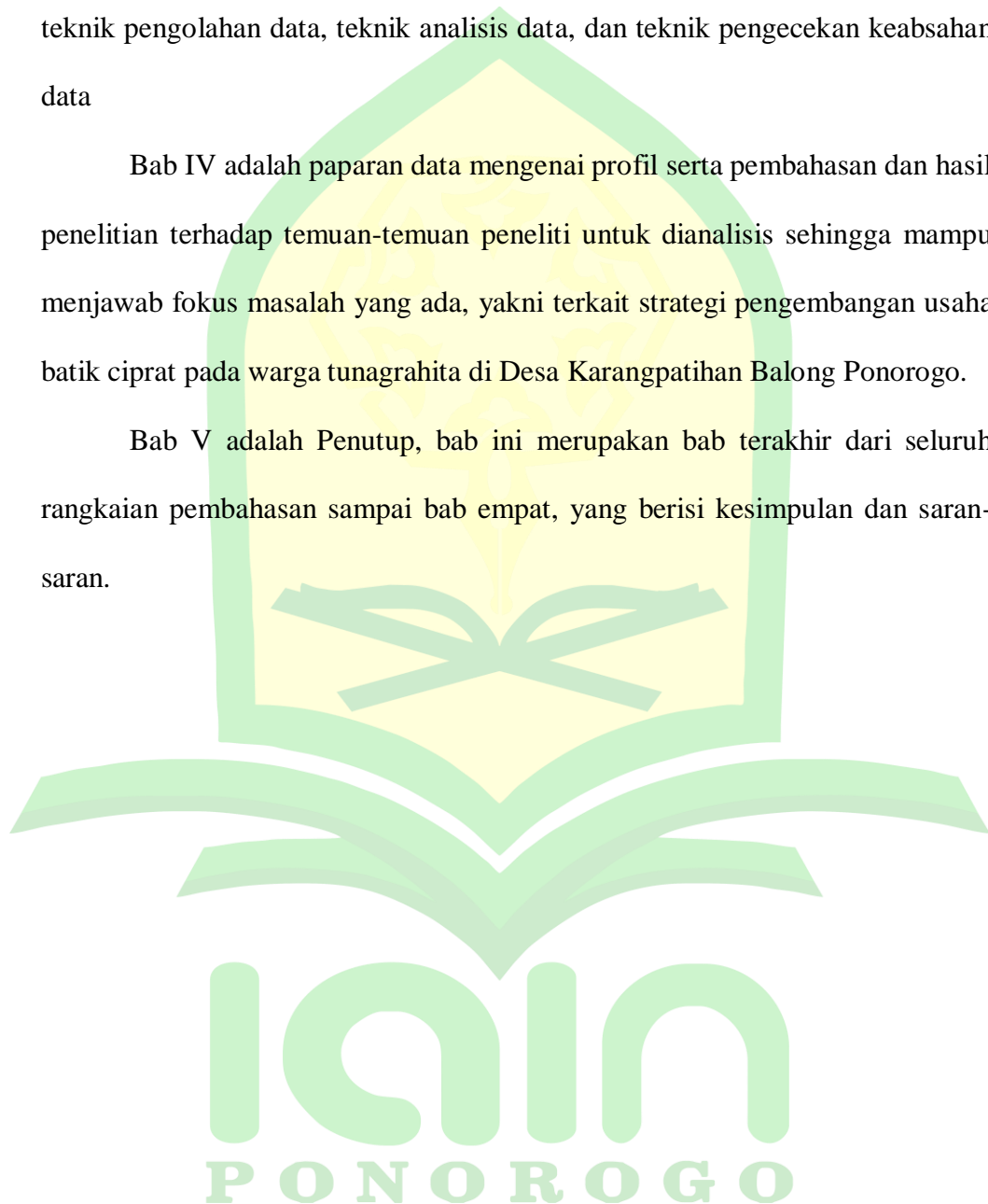
Bab 1 adalah Pendahuluan, bab ini membahas tinjauan permasalahan secara global permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini serta dikembangkan beberapa masalah meliputi: judul penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II adalah kajian tentang strategi pengembangan usaha, bab ini membahas tentang landasan teori yang berisi tinjauan tentang strategi pengembangan usaha yang meliputi pengertian strategi, konsep strategi, macam-macam strategi dalam pengembangan usaha, faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha, jenis-jenis strategi pengembangan usaha, prinsip pengembangan usaha, tujuan pengembangan usaha, unsur-unsur dalam pengembangan usaha, aspek dalam pengembangan usaha dan tahapan pengembangan usaha, Selain itu pada bab ini juga membahas tentang kajian pustaka/penelitian terdahulu yang sebelumnya sudah dilakukan penelitian oleh para peneliti terdahulu.

Bab III adalah metode penelitian, bab ini berisi metode yang dilakukan peneliti dalam melakukan penelitian meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, lokasi/tempat penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik analisis data, dan teknik pengecekan keabsahan data

Bab IV adalah paparan data mengenai profil serta pembahasan dan hasil penelitian terhadap temuan-temuan peneliti untuk dianalisis sehingga mampu menjawab fokus masalah yang ada, yakni terkait strategi pengembangan usaha batik ciprat pada warga tunagrahita di Desa Karangpatihan Balong Ponorogo.

Bab V adalah Penutup, bab ini merupakan bab terakhir dari seluruh rangkaian pembahasan sampai bab empat, yang berisi kesimpulan dan saran-saran.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Strategi Pengembangan Usaha

a. Pengertian Pengembangan usaha

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani *strategos* (*stratos* = militer dan *og* = memimpin) yang berarti *generalship* atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Definisi tersebut juga dikemukakan oleh seorang ahli bernama Clausewitz. Maka tidak mengherankan apabila digunakan pertama kali dalam dunia militer.¹

Clausewitz yang memiliki nama lengkap Carl Philip Gottfried Von Clausewitz adalah seorang tentara Prusia dan intelektual. Ia menjabat sebagai prajurit lapangan praktis sebagai perwira staf dengan politik/militer Prusia, dan sebagai pendidik militer terkemuka. Setelah mengetahui hakikat perang, selanjutnya Clausewitz memberikan gagasan mengenai strategi. Berangkat dari premis sebelumnya yang mendefinisikan perang sebagai pertempuran yang digunakan untuk mencapai kepentingan tertentu, strategi merupakan teknik menyusun cara-cara bertempur yang paling baik dan paling memungkinkan untuk memenangkan pertarungan. Tujuannya adalah untuk

¹ Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2014), 2.

mencapai kepentingan yang mungkin dihasilkan dari perang tersebut.² Secara umum, Strategi merupakan rencana jangka panjang untuk mencapai tujuan dan strategi terdiri dari aktivitas-aktivitas penting yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

b. Konsep Strategi

1) Strategi Tingkat Perusahaan/Korporasi

Strategi korporat berkenaan dengan keberadaan perusahaan di tengah-tengah bauran bisnis yang tepat. Oleh karena itu, strategi korporat lebih berkenaan dengan pertanyaan di mana sebaiknya bersaing, bukan bagaimana bersaing dalam industri tertentu yang merupakan strategi unit bisnis. pada tingkat korporat, masalahnya adalah: definisi bisnis di tempat perusahaan akan berpartisipasi dan penugasan sumber daya antar bisnis.

Berkaitan dengan strategi tingkat korporat, perusahaan dapat diklasifikasikan ke dalam salah satu dari tiga kategori:

- a) Perusahaan dengan industri tunggal beroperasi dalam satu lini bisnis.
- b) Perusahaan dengan diversifikasi yang berhubungan dan beroperasi dalam beberapa industri, serta unit-unit bisnis tersebut memperoleh manfaat dari seperangkat kompetensi inti yang umum.

² Ibid., 4.

- c) Perusahaan dengan bisnis yang tidak berhubungan dan beroperasi dalam bisnis yang tidak saling berhubungan satu sama lain, hubungan antar unit bisnis bersifat murni finansial.³

2) Kompetensi Inti dan Diversifikasi Korporat

Penelitian menunjukkan bahwa secara rata-rata perusahaan dengan diversifikasi yang berhubungan mencapai kinerja tinggi, perusahaan dengan industri tunggal mencapai kinerja terbaik kedua, dan perusahaan dengan diversifikasi yang tidak berhubungan tidak mencapai kinerja baik dalam jangka waktu panjang. Hal ini karena markas besar korporat dalam perusahaan dengan diversifikasi yang berhubungan mempunyai kemampuan untuk mentransfer inti dari satu unit bisnis ke unit bisnis yang lain. Kompetensi inti adalah kemampuan yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai kinerja yang lebih tinggi dan menambah nilai signifikan bagi pelanggan. Oleh karena itu, pertumbuhan berbasis kompetensi dan diversifikasi mempunyai potensi untuk berhasil.⁴

c. Macam-Macam Strategi

1) Strategi Integrasi Vertikal

Strategi integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal secara kolektif disebut sebagai strategi integrasi vertikal.

³ Ibid., 10.

⁴ Ibid., 11.

strategi integrasi vertikal memungkinkan sebuah perusahaan memperoleh kendali atas distributor, pemasok, dan para pesaingnya.⁵

a) Strategi Integrasi ke Depan

Integrasi ke depan berkaitan dengan usaha untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau peritel.

b) Strategi Integrasi ke Belakang

Integrasi ke belakang adalah strategi yang mengupayakan kepemilikan atas kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan. Strategi tersebut sangat tepat ketika pemasok perusahaan yang ada saat ini tidak bisa diandalkan, terlampau mahal, atau tidak mampu memenuhi kebutuhan perusahaan.

c) Strategi Integrasi Horizontal

Integrasi horizontal mengacu pada strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing perusahaan. Salah satu tren adalah meningkatkan pemakaian integrasi horizontal sebagai strategi pertumbuhan. Mergers, akuisisi dan pengambilalihan di antara pesaing memungkinkan peningkatan skala ekonomi serta mendorong transfer sumber daya dan kompetensi.⁶

⁵ Nana Herdiana Abdrrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 16.

⁶ *Ibid.*, 144.

2) Strategi Intensif

Mengacu pada model Ansoff, David menggolongkan strategi tersebut berdasarkan intensitas yang dilakukan. Penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk di sebut sebagai strategi intensif sebab hal-hal tersebut membutuhkan upaya intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif suatu perusahaan dengan produk yang ada saat itu.

a) Strategi penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah strategi yang mengusahaan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada di pasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar. Strategi ini secara luas digunakan dalam bentuk murni ataupun dalam bentuk kombinasi dengan stratgei lainnya.

b) strategi pengembangan pasar

Pengembangan pasar meliputi pengenalan produk atau jasa yang ada saat ini ke wilayah-wilayah geografis yang baru.

c) strategi mengembangkan produk

Pengembangan produk adalah strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini. Pengembangan produk membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan pengembangan.⁷

⁷ Ibid., 145.

3) Strategi Diversifikasi

Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru. Strategi ini makin kurang populer, paling tidak ditinjau dari sisi tingginya tingkat kesulitan manajemen dalam mengendalikan aktivitas perusahaan yang berbeda-beda.

4) Strategi Defensif

Diventasi adalah menjual satu divisi atau bagian dari suatu perusahaan. Diventasi sering dipakai untuk mendapatkan modal untuk akuisisi atau investasi stratejik lebih jauh. Divestasi dapat menjadi bagian dari keseluruhan strategi pensiutan untuk membebaskan organisasi dari bisnis yang tidak lebih menguntungkan, yang membutuhkan terlalu banyak modal atau yang tidak begitu sesuai dengan aktivitas perusahaan yang lain. Strategi ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar, yang pada ujung-ujungnya adalah kebangkrutan.⁸

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengembangan Usaha

Tujuan kegiatan perusahaan pada dasarnya untuk melaksanakan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang atau jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Dengan adanya kegiatan tersebut akan memberi dampak positif bagi

⁸ Windu Mahmud dan Wakhid Bashori, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan* (Jakarta: Kompas Grammedia, 2019), 108.

sebuah pengembangan usaha. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha yakni antara lain:

- 1) Kebutuhan modal untuk ekspansi hingga tumbuh.
- 2) Analisa risiko kegagalan bisnis
- 3) Analisa tingkat keuntungan dan waktu pengambilan investasinya (*payback period*) serta prediksi arus kasnya saat memutuskan berinvestasi ke bisnis.
- 4) Tren pasar dan berapa lama pertumbuhan bisnisnya.
- 5) Tingkat kesulitan produksi/operasional bisnisnya.
- 6) Faktor-faktor perubahan dan pengubahannya.
- 7) Kebutuhan SDM dan keterampilannya yaitu kemudahan untuk mendapatkannya.⁹

e. Strategi Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analisis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implemetasi dari peluang pertumbuhan usaha.¹⁰

Jika ditinjau dari jenis strategi pengembangannya, dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

⁹ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, 515.

¹⁰ Rachmat, *Manajemen Strategik*, 14.

1) Mengembangkan pasar dari sisi produknya.

Mengembangkan pasar dari sisi produknya adalah langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga masalah profitabilitas (kemampuan mendapatkan laba) serta popularitas dan kualitas sudah diterima dipasar, jenis-jenisnya adalah:

- a) Memperbesar variasi produk
 - b) Melalui kategori produk
 - c) berdasarkan lini produk
 - d) berdasarkan fungsinya
 - e) Menentukan produk baru dengan pasar yang baru.
- 2) Mengembangkan pasar dari sisi sistem penjualannya.
- 3) Mengembangkan pasar dengan sinergisme.

f. Prinsip Pengembangan Usaha

- 1) Harus dapat diterima oleh semua pihak dan dapat dilaksanakan.
- 2) Harus dibuat secara fleksibel dan realistis.
- 3) Harus mencakup semua aspek kegiatan usahanya.
- 4) Harus merumuskan cara-cara kerja efektif dan efisien.¹¹

¹¹ Retno Murti Setyorini, *Buku Saku Prakarya (Kerajinan) Untuk SMA Kelas X* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 66.

g. Tujuan Pengembangan Usaha

- 1) Membantu wirausaha untuk berorientasi ke masa depan dalam pengembangan usaha.
- 2) Mengkoordinasikan keputusan dan menentukan gagasan dalam pengembangan usaha
- 3) Dengan meningkatkan akses pasar dan memperbesar pangsa pasar dalam pengembangan usaha dapat membantu wirausaha.
- 4) Dengan meningkatkan akses dan penguasaan teknologi dalam pengembangan usaha dapat membantu wirausaha.
- 5) Dengan meningkatkan akses sumber modal usaha dan memperkuat struktur modal dalam pengembangan usaha dapat membantu wirausaha.
- 6) Dengan meningkatkan kemampuan organisasi dan manajemen dalam rangka pengembangan usaha dapat membantu wirausaha.¹²

h. Unsur-Unsur Dalam Pengembangan Usaha

Adapun unsur-unsur penting dalam mengembangkan usaha ada 2 jenis:

- 1) Unsur yang berasal dari dalam (pihak internal)
 - a) Adanya niat dari pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.

¹² Ibid., 67.

- b) Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus digunakan untuk mengembangkan barang/produk dan lain-lain.
 - c) Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukan dan pengeluaran produk.
- 2) Unsur dari luar (pihak eksternal)
- a) Mengikuti perkembangan informasi dari luar usaha.
 - b) Mendapatkan dana tidak hanya mengandalkan dari dalam seperti meminjam dari luar.
 - c) Mengetahui kondisi lingkungan sekitar yang baik atau kondusif untuk usaha.
 - d) Harga dan kualitas adalah unsur strategi yang paling umum ditemui. strategi ini bisa digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa berkualitas prima dan harga yang sesuai atau menghasilkan barang berbiaya rendah dan menjualnya dengan harga yang murah pula.¹³

i. Aspek Dalam Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha terdiri dari beberapa aspek seperti aspek strategi, manajemen pemasaran dan penjualan seperti:

¹³ Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Mitra acana Media, 2009),153.

1) Aspek Strategi

- a) Meneliti jenis usaha baru dengan penekanan pada mengidentifikasi kesenjangan (yang ada dan diharapkan) oleh konsumen.
- b) Menciptakan pasar baru.
- c) Menciptakan produk baru dengan karakteristik yang menarik konsumen.

2) Aspek Manajemen Pemasaran

- a) Menembus data menguasai pangsa pasar.
- b) Mengelola situasi/peluang pasar yang ada dengan teliti.
- c) Memasarkan produk dengan jaringan yang luas.

3) Aspek Penjualan

- a) Memberikan saran tentang perancangan dan menegakkan kebijakan penjualan dan proses tindak lanjut.
- b) Banyak volume produk yang akan dijual.
- c) tingkat keamanan dan proses penjualan barang.
- d) Menjual produk dengan harga yang terjangkau dan memiliki kualitas baik.¹⁴

j. Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha sebagai berikut:

¹⁴ Windu Mahmud dan Wakhid Bashori, *Produk Kreatif dan Kewirausahaan*, 104.

1) Memiliki Ide Usaha

Awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.

2) Penyaringan Ide/konsep Usaha

Pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.

3) Pengembangan Rencana Usaha

Wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan.¹⁵ Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikembangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugi-laba dari bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Dalam menyusun rencana usaha, harus segera ditambahkan bahwa wirausahawan memiliki perbedaan yang menolok dalam membuat rincian rencana usaha. Ada wirausahawan membuat rencana usaha sedetail mungkin

¹⁵ Ismail Solihin, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2006), 123.

dengan mengumpulkan berbagai informasi relevan mengenai berbagai skenario usaha yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Tetapi, ada pula wirausahawan yang hanya membuat rencana usaha secara sederhana dengan hanya memerhatikan kecenderungan pasar yang terjadi saat ini.

4) Implementasi Rencana Usaha dan Pengendalian Usaha

Rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencana usaha akan menjadi panduan bagi pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Dalam kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengerahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha.¹⁶

2. Dampak Pengembangan Usaha

a. Pengertian Dampak

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, dampak dapat diartikan sebagai benturan, pengaruh yang mendatangkan akibat baik positif maupun negatif. Dampak secara sederhana bisa diartikan sebagai pengaruh atau akibat. Dalam setiap keputusan yang diambil oleh seseorang atasan biasanya mempunyai dampak tersendiri, baik itu positif

¹⁶ Ibid.,105.

maupun negatif. Dampak juga bisa merupakan proses lanjutan dari sebuah pelaksanaan pengawasan internal. seorang pemimpin yang handal sudah selayaknya bisa memprediksi jenis dampak yang akan terjadi atas sebuah keputusan yang akan diambil.¹⁷

Dari penjelasan diatas maka dampak dibagi menjadi dua kategori yaitu:

1) Dampak Positif

Dampak positif adalah keinginan untuk membujuk, menyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang baik.

2) Dampak Negatif

Dampak negatif adalah keinginan untuk membujuk, menyakinkan, mempengaruhi atau memberi kesan kepada orang lain, dengan tujuan agar mereka mengikuti atau mendukung keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu.

b. Jenis-Jenis Dampak

1) Dampak Lingkungan

Lingkungan merupakan semua benda atau kondisi dimana manusia dan aktivitasnya termasuk didalamnya, yang terdapat di dalam ruangan maupun diluar ruangan. Lingkungan terbagi 2 yaitu

¹⁷ KBBi Online, 2010.

Biotik (komponen makhluk hidup) dan Abiotik (komponen benda mati).

Dampak lingkungan merupakan dampak yang dilihat dari adanya perubahan kondisi disekitar masyarakat. Lingkungan adalah keadaan sekitar yang mempengaruhi perkembangan dan tingkah laku makhluk hidup. kondisi lingkungan yang baik akan membawa dampak yang baik pula dan kelangsungan hidup sehari-hari.¹⁸

2) Dampak Ekonomi

Dampak ekonomi tersebut dapat bersifat negatif dan positif. Dampak positif yang muncul dari adanya dampak ekonomi dapat bersifat langsung. Selain dampak positif langsung yang muncul, ada dampak lain yang akan timbul, seperti dampak tidak langsung. Dampak tidak langsung berupa aktivitas ekonomi lokal dari suatu pembelanjaan unit usaha penerima dampak langsung dan dampak lanjutan. Dampak lanjutan ini dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi lokal lanjutan dari tambahn pendapatan masyarakat lokal.

3) Dampak Sosial

Perubahan sosial dikatakan sebagai perubahan yang terjadi dalam interaksi sosial dan keseimbangan dalam interaksi sosial. Hubungan antara anggota masyarakat dapat menimbulkan kerjasama ataupun perselisihan yang menunjukkan keseimbangan dalam interaksi sosial.

¹⁸ Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2001), 21.

Interaksi sosial dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu asosiatif dan disosiatif. Interaksi sosial bersifat asosiatif akan mengarah pada bentuk penyatuan, yaitu: kerjasama, akomodasi, akultuasi, asimilasi. Interaksi sosial bersifat disosiatif mengarah pada bentuk perpisahan, yaitu: persaingan, kontraversi dan konflik.

Dampak sosial merupakan pengaruh sosial yang terjadi setelah adanya suatu peristiwa (program) dan merupakan perubahan yang terjadi pada hubungan atau interaksi antar individu.¹⁹

B. Kajian Pustaka

Dalam hal ini penulis mencoba mengangkat beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai ketersinambungan dengan penelitian yang peneliti lakukan diantaranya sebagai berikut:

Risda Pratiwi, 2018. Dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)”. Hasil dari penelitian yaitu menggunakan metode analisis SWOT yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha rengginang pulut CV. Hasil penelitian ditunjukkan dari diagram cartesius bahwa perusahaan berada pada kuadran I, yaitu progresif, yang merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Adapun

¹⁹ Ibid.,22.

strategi pengembangan usaha yang digunakan adalah dengan memproduksi rengginang pulut yang berkualitas, menjual produk dengan harga yang murah meningkatkan promosi penjualan dan memilih lokasi yang pas. persamaan pada kedua penelitian ini yaitu menganalisis tentang strategi pengembangan usaha dan metode penelitian menggunakan metode kualitatif. perbedaan diantara keduanya terletak pada objek penelitian terdahulu yakni usaha rengginang pulut dengan metode analisis SWOT (studi kasus usaha rengginang pulut CV. UUL jaya di Desa Kebun Lada kecamatan Hinai kabupaten Langkat), sedangkan penelitian ini objek penelitian yang diteliti yakni usaha batik ciprat pada warga tunagrahita di desa Karangpatihan Balong Ponorogo.²⁰

Irpah Rambe, 2018. "Analisis Strategi Pengembanagn Usaha Pembuatan Tahu Pada PengrajinTahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi." Hasil dari penelitian yaitu analisis di dapat strategi pertumbuhan atau *growthorientedstrategy*, strategi ini menandakan keadaan perusahaan yang kuat dan mampu untuk terus berkembang dengan mengambil kesempatan atau peluang yang ada untuk meraih omzet yang maksimal. Strategi ini di pilih karena hasil perhitungan berada padakuadrat 1 (satu) dimana total *weightedscore* peluang ancaman sebesar 3,17. Posisi pada kuadrat ini sangat menguntungkan dapat dipasarkan secara maksimal dengan

²⁰Rida Pratiwi "Strategi Pengembangan Usa ha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)" (Medan : Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018), 5.

menerapkan kebijakan bauran pemasaran seperti kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan tempat dan kebijakan promosi serta mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang mendukung pertumbuhan yang agresif dari produk Usaha Pengrajin Tahu Bandung. persamaan dari kedua penelitian ini yaitu menganalisis tentang strategi pengembangan usaha dan metode penelitian menggunakan metode kualitatif. perbedaan dari kedua penelitian terletak pada objek yaitu penelitian terdahulu menfokuskan pada usaha pembuatan tahu pada pengrajin tahu Bandung Kecamatan Padang Hulu tebing Tinggi, sedangkan pada penelitian ini objek penelitian yang diteliti yakni usaha batik ciprat pada warga tunagrahita di desa Karangpatihan Balong Ponorogo.²¹

Felisia Meliana Ratri Psilitonga, 2017. “Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulutejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo).” Hasil dari penelitian yaitu menunjukkan seluruh pelaku UMKM batik tulis yang berada di Desa Gulutejo dan Desa Ngentakrejo menggunakan strategi fokus (kombinasi dari *cost leadership* dan *strategidiferensiasi*) dan jenis strategi yang digunakan yaitu pewarnaan menggunakan naptol dan indigosol, inovasi motif, pemasaran dengan menggunakan media sosial dan pameran, penggunaan alat modifikasi motif. Selain itu terdapat 12 alternatif strategi yang sesuai dengan situasi yang ada yaitu 4 kombinasi strategi strenghts Dan opportunities, 3 kombinasi strategi weaknesses dan opportunities, 3 kombinasi strategi strenghts dan

²¹Irpah Rambe, *Analisis Strategi Pengembanagn Usaha Pembuatan Tahu PadaPengrajinTahu Bandung Kecamatan Padang Hulu Tebing Tinggi* (Medan: Universitas IslamNegeri Sumatra Utara, 2018),7.

threats dan 2 kombinasi strategi weaknesses dan threats. persamaan dari kedua penelitian ini yaitu menganalisis tentang strategi pengembangan usaha dan metode penelitian menggunakan metode kualitatif. perbedaan dari kedua penelitian terletak pada objek yaitu penelitian terdahulu menfokuskan pada UMKM batik tulis di Desa Gulutejo dan Desa Ngentakrejo kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo, sedangkan pada penelitian ini objek penelitian yang diteliti yakni usaha batik ciprat pada warga tunagrahita di desa Karangpatihan Balong Ponorogo.²²

Yossi Atika Permata, 2016. “Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Batik Tulis Semarang Di Kota Semarang”. Hasil dari penelitian yaitu Menggunakan metode regresi linier berganda dengan menggunakan *software e-views* dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keenam variabel independen dalam persamaan regresi, terdapat empat variabel yang berpengaruh signifikan terhadap produksi batik tulis semarangan yaitu modal, jumlah tenaga kerja, bahan baku, dan bahan penolong. Sedangkan variabel jalinan kemitraan dan bantuan pemerintah tidak berpengaruh signifikan terhadap produksi batik tulis semarangan. Strategi pengembangan UKM batik tulis semarangan yang harus dilakukan yaitu memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memafaatkan peluang sebesar-besarnya. persamaan dari kedua penelitian ini yaitu menganalisis tentang strategi pengembangan usaha dan metode penelitian menggunakan metode kualitatif. perbedaan pada kedua

²²Felisia Meliana Ratri Psilitonga “*Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis (Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulutejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo)*”(Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma Yogyakarta,2017), 9.

penelitian terletak pada objek yaitu penelitian terdahulu menfokuskan pada usaha kerajinan batik tulis semarang di kota semarang, sedangkan pada penelitian ini objek penelitian yang diteliti yakni usaha batik ciprat pada warga tunagrahita di desa Karangpatihan Balong Ponorogo.²³

Ulfatun Nisa', 2015. "Strategi Pengembangan Usaha Pengusaha Batik Tulis Lasem." Hasil dari penelitian yaitu Menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian lapangan dan menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha batik tulis lasem sebagai besar sudah sesuai dengan strategi pengembangan usaha dalam islam, karena sebagian besar pengusaha menerapkan kejujuran, pertanggungjawaban, menjalin hubungan baik terhadap pelanggan maupun dengan pengusaha yang lain, dan bersaing dalam perdagangan dengan cara yang sehat. Salah satu alasannya pengusaha pribumi muslim sekarang menjadi berkembang karena mereka juga ingin mengembangkan peninggalan sejarah lasem sejak dahulu yaitu batik tulis lasem. Sedangkan pengusaha tioghoa yang menguasai teknologi, akses pasar dan modal usaha batik tuli lasem saat ini telah menghadapi kendala regenerasi usaha mereka. persamaan dari kedua penelitian ini yaitu menganalisis tentang strategi pengembangan usaha dan metode penelitian menggunakan metode kualitatif. perbedaan pada kedua penelitian terletak pada objek yaitu penelitian terdahulu menfokuskan pada batik tulis

²³ Yossi Atika Permata, *Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Batik Tulis Semarang Di Kota Semarang* (Semarang: Universitas Di Ponegoro, 2016), 6.

lasem, sedangkan pada penelitian ini objek penelitian yang diteliti yakni usaha batik ciprat pada warga tunagrahita di desa Karangpatihan Balong Ponorogo.²⁴



²⁴Ulfatun Nisa “*Strategi Pengembangan Usaha Pengusaha Batik Tulis Lasem*” (Semarang : Universitas Islam Negeri Walisongo,2015), 9.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Pendekatan

Untuk menjawab beberapa rumusan masalah di atas, jenis penelitian ini menggunakan observasi langsung dan studi pustaka. Pendekatan penelitian dilakukan dengan cara pendekatan deskriptif kualitatif, dalam hal ini memutuskan untuk menggunakan pendekatan kualitatif sebab bisa dipastikan memperoleh data yang lebih mendalam dari hasil wawancara untuk mengembangkan teori dan mendeskripsikan penelitian. Selain itu metode ini menyajikan secara langsung antara peneliti dan juga informan, alasan lain peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dikarenakan pokok permasalahan yang diambil peneliti merupakan bentuk dari interaksi antar manusia sehingga akan lebih mudah peneliti mendeskripsikan permasalahan karena data yang diperoleh oleh peneliti sendiri merupakan data berupa wawancara deskriptif.

penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Adapun yang dimaksud penelitian kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar individu secara *holistik* (utuh).¹ Jenis penelitian ini yaitu *field research* (penelitian lapangan), dimana data yang dibutuhkan diperoleh dengan melakukan penelitian secara langsung terhadap objek yang akan diteliti melalui wawancara

¹ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet. XVII (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), 4.

atau observasi pada objek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi pengembangan usaha batik ciprat yang telah diterapkan di Desa Karangpatihan dan dampak strategi pengembangan usaha terhadap warga tunagrahita di Desa Karangpatihan Balong Ponorogo.

Untuk mencapai tujuan tersebut peneliti harus terjun langsung ke lapangan untuk memperoleh data tentang strategi pengembangan usaha batik ciprat yang telah diterapkan di Desa Karangpatihan dan dampak strategi pengembangan usaha terhadap warga tunagrahita di Desa Karangpatihan. Sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian *field research* (penelitian lapangan).

B. Lokasi/Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilaksanakan.² Lokasi penelitian yang diambil peneliti adalah berada di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo. Penelitian dilakukan di tempat usaha batik ciprat. Pada tempat penelitian ini peneliti akan memperoleh data dan analisis data mengenai strategi pengembangan usaha secara rinci dikarenakan peneliti melakukan wawancara secara langsung untuk data yang akan dipaparkan.

Peneliti memilih tempat tersebut, karena ingin mengetahui pengembangan usahabatik ciprat pada warga tunagrahita di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo. Kemudian menganalisis strategi yang telah diterapkan dan dampak pengembangan usaha terhadap warga tunagrahita.

² Ahmad Tohardi, *Metodologi Penelitian Sosial* (angjungpura, 2019), 690.

C. Data dan sumber Data

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Strategi pengembangan usaha batik ciprat yang telah diterapkan pada warga tunagrahita Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.
2. Strategi Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya yaitu organisasi yang menjadi objek penelitian yang berupa kata-kata atau tindakan dari informan.³

Adapun sumber data yang diperoleh untuk mendapatkan informasi data adalah dari berbagai pihak antara lain:

1. kepala desa Karangpatihan Balong Poronogo.
2. Ketua usaha batik ciprat.
3. Pendamping lapangan warga tunagrahita dalam pembuatan batik ciprat.

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data untuk penggalan data, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Dalam teknik observasi maka peneliti mengamati keadaan lokasi dan subjek yang dijadikan dalam penelitian, hal ini dipandang sebagai proses untuk mengetahui, meresapi dan mencermati semua kegiatan yang sekiranya memberikan atau menunjukkan suatu masalah yang terlihat di tempat

³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi dan Publikserta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya* (Jakarta: Kencana, 2004), 122

penelitian. Selain mencermati, pada kegiatan observasi tentunya peneliti harus menggunakan pencatatan setelah melakukan observasi pada tahap awal, hal ini digunakan agar peneliti tidak lupa atas observasi yang dilakukan. Metode observasi adalah metode yang digunakan dengan cara melakukan pengamatan langsung dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang diselidiki. pengamatan ini dilakukan di Karangpatihan, Balong Ponorogo tempat usaha batik ciprat. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat memperoleh data yang akurat dan faktual berkenaan dengan hasil penelitian.⁴

2. Wawancara

Pada wawancara yaitu peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara peneliti dan pihak-pihak yang bersangkutan (informan). Dalam kegiatan wawancara peneliti menggunakan pencatatan untuk mempermudah penelitian dalam mengingat dan menggunakan perekam suara. Kegiatan wawancara ini, peneliti lebih menekankan tanya jawab strategi pengembangan usaha batik ciprat. wawancara dilakukan dengan proses penggalian data atau informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik. Ada beberapa wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur.⁵

⁴ Masri Sringarinbun dan Sofian Effendi, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 1989), 60.

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Cet.IV(Bandung: CV. Alfabeta, 2008), 317.

3. Dokumentasi

Dokumentasi pada hal ini tidak hanya terpaku pada pustaka atau buku bacaan saja, tetapi peneliti memperoleh data tentang gambaran umum lokasi penelitian dan data yang tertulis secara individu tentang kegiatan strategi pengembangan usaha batik ciprat. Metode dokumentasi yaitu segala aktifitas yang berhubungan dengan pengumpulan, pengadaan, pengelolaan dokumen-dokumen secara sistematis dan ilmiah serta pendistribusian informasi kepada informan.⁶ Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian.

E. Teknik Pengolahan Data

1. Editing (pemeriksaan data) yaitu mengoreksi apakah data sesuai yang terkumpul sudah cukup lengkap, sudah benar dan sudah sesuai atau relevan dengan masalah.
2. Perorganisasian data, yakni menyusun dan mensistematika pertanyaan-pertanyaan dalam perumusan masalah.
3. Analisis data, yakni proses menyusun data agar data ditafsirkan. Proses ini dilakukan mulai dari pengumpulan data dengan terus-menerus dilakukan verifikasi sehingga kesimpulan akhir di dapat setelah seluruh data yang diinginkan di dapatkan.⁷

⁶ Soedjono Trimo, *Pengantar Ilmu Dokumentasi*, Cet Ke-1 (Bandung: Remaja Karya, 1981), 7.

⁷Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 333.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam satuan pola, kategori dan satuan dasar.⁸ langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah data-data yang berhasil diperoleh kemudian diklasifikasikan, dan data yang telah diperoleh dideskripsikan, yaitu peneliti menjabarkan hasil wawancara dan dokumentasi dengan bahasa dan redaksi dalam bentuk tulisan. selanjutnya peneliti menginterpretasikannya, yakni menafsirkan data-data yang telah terkumpul sesuai dengan bahasa peneliti berdasarkan data yang diperoleh dari objek atau masalah yang diteliti.

ada tiga unsur dalam proses analisis data pada penelitian kualitatif, yaitu: reduksi data, sajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses seleksi, membuat fokus, menyederhanakan dan abstraksi dari data kasar yang ada dalam catatan lapangan. Proses ini berlangsung terus sepanjang pelaksanaan penelitian, berupa singkatan, pembuatan kode, memusatkan tema, membuat batasan persoalan, dan penulisan memo.

2. Sajian Data

Sajian data merupakan suatu susunan informasi yang memungkinkan dapat ditariknya suatu kesimpulan penelitian. Dengan melihat sajian data,

⁸*Pedoman Penulisan Kripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam* (Ponorogo: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, 2019), 25.

peneliti akan memahami apa yang terjadi serta memberikan peluang bagi peneliti untuk mengerjakan sesuatu pada analisis atau tindakan lain berdasarkan pemahamannya. pada dasarnya sajian data dirancang untuk menggambarkan suatu informasi secara sistematis dan mudah dilihat serta dipahami dalam bentuk sajian keseluruhan sajiannya.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Sejak awal pengumpulan data, peneliti harus sudah memahami makna-makna dari sesuatu hal yang ditemui di lapangan. dengan adanya catatan-catatan dan dokumentasi-dokumentasi yang menjadi sajian informasi yang telah di saring dan dikelompokkan. Kesimpulan akhir pada penelitian kualitatif, tidak akan ditarik kecuali setelah proses pengumpulan data terakhir. Kesimpulan dibuat perlu diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali, sambil meninjau secara sepintas pada catatan lapangan untuk memperoleh pemahaman yang lebih cepat.⁹

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Dalam pengujian keabsahan data, metode penelitian kualitatif menggunakan istilah yang berbeda dengan penelitian kuantitatif. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility* (validitas internal), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), dan *confirmability* (obyektivitas). Namun yang paling utama adalah

⁹ Effi Aswita Lubis, *Metode Penelitian Pendidikan* (Medan: Unimed Press, 2012), 139-240.

ujikreadibilitas data.¹⁰ Uji kredibilitas dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekukan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif, dan *member check*.

Untuk memeriksa data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Menurut sugiyono triangulasi diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan bebabagi waktu. Dengan demikian ada beberapa macam triangulasi di antaranya:

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data tersebut bisa diperoleh dari guru, murid dan orang tua, namun dari ke tiga sumber tidak bisa diratakan seperti penelitian kuantitatif, tetapi dideskripsikan, dikategorikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari ke tiga sumber tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan dengan tiga sumber data tersebut.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik

¹⁰ Ibid., 366.

yang berbeda. Data tersebut dapat diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi, atau kuesioner.¹¹

3. Triangulasi waktu

Waktu juga mempengaruhi kredibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, belum banyak masalah, akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel.¹²



¹¹ Ibid., 373.

¹² Ibid., 374.

BAB IV

DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Letak Geografis Wilayah Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Desa Karangpatihan. Yang mana terletak pada posisi paling barat di Kecamatan Balong berbatasan dengan Kabupaten Pacitan. Topografi ketinggian desa ini adalah berupa daratan sedang yaitu sekitar 153 m di atas permukaan air laut. Berdasarkan data BPS kabupaten Ponorogo tahun 2014, selama tahun 2014 curah hujan di desa Karangpatihan rata-rata mencapai 2.400 mm. Curah hujan terbanyak terjadi pada bulan Desember hingga mencapai 405,04 mm yang merupakan curah hujan tertinggi selama kurun waktu 2012-2014.¹

Secara administratif, Desa Karangpatihan terletak di wilayah Kecamatan Balong Kabupaten Ponorogo dengan posisi dibatasi oleh wilayah desa-desa tetangga. Di sebelah utara berbatasan dengan Jonggol Kecamatan Jambon, di sebelah Barat berbatasan dengan Hutan Negara Kabupaten Pacitan, di sebelah Selatan berbatasan dengan desa Ngendut Kecamatan Balong, sedangkan di sebelah timur berbatasan dengan Desa Sumberejo Kecamatan Balong.

¹ Profil Desa Karangpatihan 2020.

Jarak tempuh Desa Karangpatihan ke ibu kota kecamatan adalah 7 km, yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 15 menit sedangkan jarak tempuh ke ibu kota kabupaten adalah 22 km, yang dapat ditempuh dengan waktu. sekitar 45 menit dan luas yang dimiliki Desa Karangpatihan adalah 1336,6 ha.

2. Demografi Desa Karangpatihan

Penduduk kecamatan Balong berjumlah 5.845 jiwa, terdiri dari laki-laki 2.860 jiwa dan perempuan 2.932 jiwa yang berdomisili pada 4 kelurahan yang ada, yang dapat dilihat dari tabel berikut:²

Tabel 4.1
populasi penduduk desa Karangpatihan

NO	KELURAHAN	JUMLAH PENDUDUK		JUMLAH
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
1.	Krajan	635	648	1.283
2.	Bibis	262	304	763
3.	Bendo	576	1.181	1.181
4.	Tanggungarjo	1.447	1.333	2.515

Sumber: populasi penduduk desa karangpatihan, lihat lampiran 1.

Di Desa Karangpatihan ini, mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Terdapat 8 masjid dan 19 mushola sebagai sarana beribadah bagi mereka. Berkaitan dengan pendidikan, terdapat 3 unit Taman Kanak-Kanak (TK) Dharma Wanita dan 4 unit Sekolah Dasar (SD), namun untuk SMP dan SMA belum ada, dan harus ke Kecamatan atau ke

² Profil Desa Karangpatihan 2020.

Kabupaten. Untuk sarana kesehatan ada 1 polindes dan 3 pos pelayanan terpadu atau biasa disebut posyandu.³

B. Data

1. Profil Berdirinya Usaha Batik Ciprat Karangpatihan

a. Sejarah singkat usaha batik ciprat

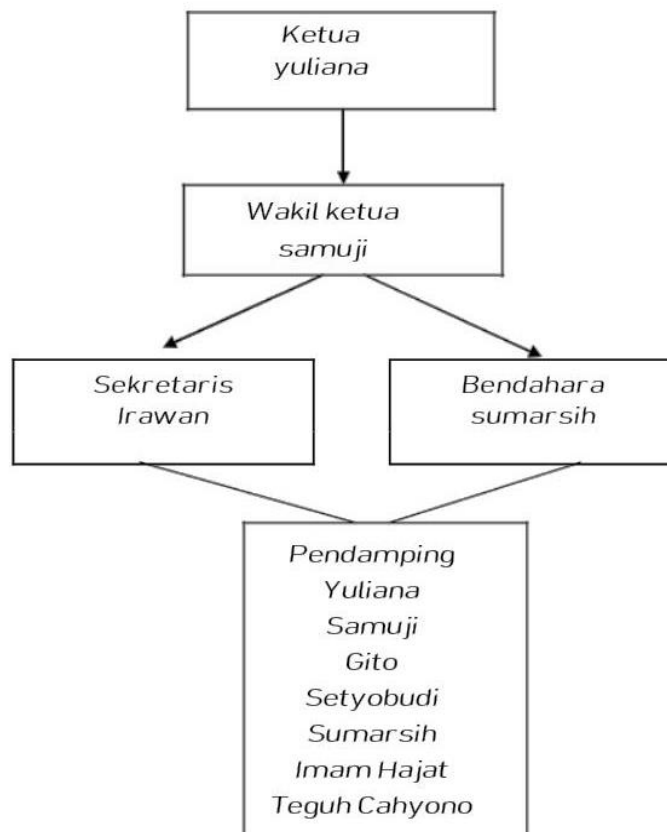
Usaha batik ciprat yang berada di desa Karangpatihan ke. Balong kab. Ponorogo yang berdiri pada tahun 2017 oleh pemilik Bapak Eko Mulyadi yang didirikan secara swadaya dan dipimpin oleh istrinya ibu Yuliana. Pada tujuan awal berdirinya usaha batik ciprat ini melalui Balai Besar Rehabilitasi Sosial Bina Grahita Temanggung, Jateng selama satu tahun di Desa Karangpatihan untuk memberdayakan warga tunagrahita yang selama ini terabaikan dan kurang mendapatkan respon baik dari pihak keluarganya, agar dapat meningkatkan kemampuan dan mampu meningkatkan ketrampilan masyarakat tunagrahita.

Pada awalnya terkumpul 25 orang untuk diberdayakan. Bukan hal yang mudah memulai melakukan pemberdayaan pada warga disabilitas karena itu perlu dilakukan pendamping yang maksimal dan memiliki jiwa sosial yang tinggi. Ada 7 pendamping yang mendampingi dalam pembuatan batik ciprat.

³ Profil Desa Karangpatihan 2020.

b. Struktur Organisasi

Struktur organisasi berperan menentukan dan menetapkan garis-garis pertanggungjawaban dan menentukan wewenang dari setiap bagian. Struktur organisasi disusun dengan mempertimbangan sempurna untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Berikut ini adalah struktur organisasi Usaha Batik Ciprat Karangpatihan:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi

Sumber: Usaha Batik Ciprat Karangpatihan, lihat lampiran 2.

c. Job Deskripsi

1) Ketua

Ketua adalah orang yang bertanggungjawab penuh akan berjalannya suatu usaha. Mulai dari produksi, pemasaran hingga transaksi kepada pelanggan.

2) Wakil Ketua

Membantu ketua dalam mengontrol dalam perjalannya suatu usaha.

3) Sekretaris

Mencatat semua pemasukan serta pengeluaran dalam bentuk apapun.

4) Bendahara

menyimpan setiap pemasukan yang ada.

5) Pendamping

Tugas pendamping yaitu mendampingi warga tunagrahita setiap proses pembuatan Batik Ciprat, sehingga pendamping harus memiliki jiwa sosial yang tinggi dan juga ketelatenan dalam mendampingi warga Tunagrahita.⁴

⁴ Yuliana, *Wawancara*, 18 Februari 2021.

2. Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat Yang Telah Diterapkan Pada Warga Tunagrahita Karangpatihan Balong

a. Mengembangkan Pasar Dari Sisi Produknya

Mengembangkan pasar dari sisi produknya adalah langkah strategi yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Pak Eko Mulyadi selaku pendiri usaha batik ciprat:

“Dalam usaha batik ciprat di Desa Karangpatihan ini awalnya produk yang kita produksi hanya batik ciprat saja karena masih pemulaan dan juga masih menyesuaikan dengan tenaga kerja yang dimiliki yaitu warga tunagrahita, dalam pembuatan batik ciprat ini proses awal yang dilakukan dengan menyiapkan bahan dan alat yang dibutuhkan. Dalam mencipratan di atas kain yang telah disiapkan warga tunagrahita diberi kebebasan untuk memberikan cipratan warna yang dikehendaki, tetapi tetap dengan pengawasan pendamping. Dimulai dari dua tahun terakhir ini kami mulai menambahkan produk baru untuk menarik minat pembeli, karena melihat begitu banyaknya pesaing maka kami berinisiatif untuk menambah produk baru dengan mengkombinasi antara batik ciprat dengan batik tulis.”⁵

Hal demikian serupa dengan penjelasan dari Ibu Yuliana selaku ketuausaha batik ciprat:

“awal produk yang kami produksi ya hanya batik ciprat saja mbk, tapi mulai dua tahun terakhir ini kami mulai menambah variasi produk ada kombinasi batik ciprat dengan batik tulis ada juga batik tulis saja. Tetapi yang banyak diminati pelanggan itu batik ciprat dan kombinasi. kalo untuk batik tulisnya hanya sedikit pemesan.”⁶

Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Teguh selaku pendampingwarga tunagrahita dalam pembuatan batik ciprat:

“Untuk produk batik kombinasi ini memiliki banyak peminatnya dan pesanan batik kombinasi ini juga mulai rame. Melihat zaman

⁵ Eko Mulyadi, *wawancara*, 18 Februari 2021.

⁶ Yuliana, *Wawancara*, 18 Februari 2021.

ini selalu berubah-ubah sesuai dengan berkembang zaman yang semakin modern jadi kami membuat sesuatu yang baru agar lebih menarik pelanggan jadi kami memilih membuat inovasi baru dengan membuat kombinasi antara batik ciprat dengan batik tulis, jadi kalau hanya mematok dengan satu produk ya pastinya akan menghambat perkembangan usaha batik ini mbk, jadi untuk menjaga-jaga agar usaha ini bisa terus berkembang ya dengan menambah produk yang ada.”⁷

b. Mengembangkan Pasar Dari Sisi Sistem Penjualannya

Banyak strategi mengembangkan pasar yang dilakukan dengan mengembangkan sistem penjualan. Begitu juga dengan usaha batik ciprat Karangpatihan menggunakan sistem penjualan *pre-order* dalam produksi batik ciprat itu sendiri. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Pak Eko Mulyadi selaku Kepala Desa dan pendiribatik ciprat:

“awal mula berdirinya usaha ini hanya untuk pemberdayaan warga tunagrahita yang dibantu oleh balai besar rehabilitasi sosial bina grahita Temanggung, Jateng. Akan tetapi dengan kemampuan warga tunagrahita yang sudah mulai bisa membuat batik ciprat ini maka kami berinisiatif untuk mulai melakukan penjualan ke beberapa kota, karena jika hanya untuk latihan warga tunagrahita sangat tidak produktif jadi kain batik yang sudah jadi mulai di pasarkan. dalam pemasaran yang dilakukan batik ciprat ini, saya melakukan strategi dengan memperkenalkan kain batik ketika saya melakukan seminar di luar kota, sehingga dengan begitu batik ciprat Karangpatihan ini di kenal di luar kota bahkan luar negeri juga. Dengan menggunakan strategi ini pesanan dari luar kota mulai ada bahkan luar negeri juga ada.”⁸

Hasil wawancara dengan Ibu Yuliana selaku ketua usaha batik ciprat sebagai berikut:

⁷ Teguh, *Wawancara*, 18 Februari 2021.

⁸ Eko Mulyadi, *Wawancara*, 18 Februari 2021.

“Dalam penjualan batik ciprat ini kami mulai memasarkan lewat sosial media yaitu WhatsApp, facebook dan juga instgram, dengan memasarkan melalui sosial media lebih banyak menjangkau ke luar kota. tidak hanya itu kami juga melalukan pemasaran dari mulut ke mulut dan teman terdekat juga, sehingga jaringan penjualan batik ini sudah lumayan luas.”⁹

Sebagaimana wawancara peneliti dengan Pak gito selaku pendampingwarga tunagrahita dalam pembuatan batik ciprat sebagaimana berikut:

“untuk penjualan sistem yang kami terapkan salah satunya yaitu menjaring wisatawan yang berkunjung ke wisata Gunung Beruk. jadi jika ada wisatawan, kami melakukan strategi dengan memperkenalkan batik ciprat ini. Ada beberapa wisatawan yang tertarik dengan batik ciprat Karangpatihan ini karena memiliki ciri khas yang unik karena antara satu kain batik dengan yang lainnya pasti memiliki corak yang berbeda. Kami juga menggunakan sistem *pre-order* dalam penjualannya, jadi jika ada orang yang pesan kita baru memproduksi sesuai dengan pesanan yang ada. Terkadang kita juga menolak beberapa pesanan mbk, jika pesananterlalu banyak, ya karena tenaga kerja yang kami miliki ya perlu pendamping yang extra dan tidak memungkinkan untuk menyelesaikan dalam waktu yang singkat dengan pesanan yang banyak.”¹⁰

c. Menembangkan Pasar Dengan Sinergisme

Melakukan pengembangan pasar dengan cara mengadakan perjanjian kerja sama antara dua perusahaan yang berbeda pasar dengan tujuan swap market atau tukar pasar dan memperkuat satu sama lainnya. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Pak Eko Mulyadi selaku pendiri batik ciprat sebagaimana berikut:

⁹ Yuliana, *Wawancara*, 21 November 2020.

¹⁰ Gito, *Wawancara*, 21 November 2020.

“Untuk batik ciprat ini kami belum melakukan kerja sama dengan perusahaan lain, karena usaha yang saya dirikan bersama rekan saya masih termasuk UKM jadi kami masih berdiri sendiri, selain itu awal tujuan mendirikan usaha ini untuk lebih menghidupkan Desa Karangpatihan dan juga agar masyarakat tunagrahita lebih produktif dengan bekerja di usaha batik ciprat. Tetapi alhamdulillahnya usaha ini bisa berkembang dengan baik dengan berjalannya waktu”¹¹

Sebagaimana hasil wawancara dengan Ibu Yuliana selaku ketuausaha batik ciprat sebagai berikut:

“kami belum bermitra dengan perusahaan lain karena usaha yang kami dirikan ini masih belum terlalu lama jadi ya kami masih berdiri sendiri. Untuk kedepannya semoga saja bisa memproduksi secara terus-menerus dan juga bermitra dengan perusahaan lain. Jadi kami memasarkan dan kami juga membuat inovasi baru untuk menambah pelanggan.”¹²

3. Dampak Pengembangan Usaha Batik Ciprat Terhadap Warga Tunagrahita Di Desa Karangpatihan Balong Ponorogo

a. Dampak Lingkungan

Dampak lingkungan dari pengembangan usaha batik ciprat terhadap warga tunagrahita di Desa Karangpatihan sangatlah berpengaruh. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Pak Eko Mulyadi selaku pendiri usaha batik ciprat:

“dalam pengembangan usaha batik ciprat ini sangat mensejahterakan kehidupan warga tunagrahita, yang awalnya mereka hanya hidup dengan bergantung pada keluarganya, sekarang mereka bisa menghidupi dirinya sendiri, mereka juga mulai paham akan nominal uang, mulai bisa di atur walaupun terkadang mereka ya sering lupa jika dikasih tahu jadwal pembuatan batik.”¹³

¹¹ Eko Mulyadi, *Wawancara*, 21 November 2020.

¹² Yuliana, *Wawancara*, 21 November 2020.

¹³ Eko Mulyadi, *Wawancara*, 21 November 2020.

Hal demikian serupa dengan penjelasan dari Ibu Yuliana selaku ketua usaha batik ciprat:

“Jadi dengan adanya pengembangan usaha ini menjadikan mereka sering melakukan produksi sehingga mereka mulai berinteraksi satu sama lain, soalnya sebelum adanya usaha batik ciprat ini mereka lebih suka di rumah menyendiri dan jarang keluar rumah bahkan orang tunagrahita sebelum adanya usaha batik ciprat ini tidak terlalu dianggap oleh keluarganya.”¹⁴

Sebagaimana hasil wawancara dengan Pak Teguh selaku pendamping warga tunagrahita dalam pembuatan batik ciprat:

“Desa Karangpatihan ini mulai maju dan hidup karena adanya pengembangan usaha batik ciprat ini, yang awalnya hanya dikenal sebagai kampung idiot padahal itu hanya istilah saja tidak semua warga desa sini warganya tunagrahita. dan mulai banyak kunjungan-kunjungan dari berbagai daerah ya untuk melihat karya yang dihasilkan oleh warga tunagrahita ini.”¹⁵

Dari wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwasanya pengembangan usaha batik ciprat ini diperlukan karena memberi dampak positif terhadap lingkungan masyarakat tunagrahita karangpatihan dan juga Desa itu sendiri. warga tunagrahita menjadi lebih sejahtera dan dapat menghasilkan pendapatan sendiri dan juga menjadikan warga tunagrahita tidak hanya pengangguran saja dan lebih produktif.

b. Dampak Ekonomi

Dampak ekonomi dari pengembangan usaha batik ciprat terhadap warga tunagrahita yaitu dampak positif. Untuk mengetahui hal tersebut

¹⁴ Yuliana, *Wawancara*, 21 November 2020.

¹⁵ Pak Teguh, *Wawancara*, 06 Mei 2021.

peneliti melakukan wawancara dengan Pak Eko Mulyadi selaku pendiri usaha batik ciprat:

“dengan berkembangnya usaha batik ciprat ini memberikan nilai positif pada warga-warga tunagrahita Karangpatihan, karena usaha semakin maju jadi pendapatan mereka juga bertambah lebih banyak dari sebelumnya.”¹⁶

Sebagaimana wawancara peneliti dengan Pak Gito selaku pendamping warga tunagrahita dalam pembuatan batik ciprat sebagaimana berikut:

“jadi mereka diberi upah sesuai dengan berapa banyak batik yang dapat mereka hasilkan mbk. Jadi, setiap satu lembar kain batik kami memberi upah Rp.40.000, bila mereka bisa menghasilkan lebih banyak ya penghasilan mereka bertambah banyak, dan di tambah lagi usaha batik ciprat ini alhamdulillah mulai berkembang dan diminati banyak pelanggan dari berbagai kalangan jadi ya berpengaruh sekali terhadap warga tunagrahita.”¹⁷

Dari hasil cuplikan wawancara di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa dengan adanya pengembangan usaha ini berdampak pada ekonomi warga tunagrahita, dengan penghasilan paling sedikit Rp.40.000, perhari mereka dapat membiayai hidupnya sendiri, karena yang mereka butuhkan hanya untuk makan, keperluan sehari-hari karena kebanyakan yang menjadi tenaga kerja di usaha batik ciprat ini rata-rata umur 40 ke atas jadi mereka tidak memerlukan pendidikan sekolah.

¹⁶ Eko Mulyadi, *Wawancara*, 06 Mei 2021.

¹⁷ Gito, *Wawancara*, 21 November 2020.

c. Dampak sosial

Adapun dampak sosial dari pengembangan usaha batik ciprat terhadap warga tunagrahita ini menimbulkan dampak positif dan negatif. Untuk mengetahui hal tersebut peneliti melakukan wawancara dengan Ibu Yuliana selaku ketua usaha batik ciprat sebagaimana berikut:

“mereka dalam proses pembuatan terkadang melakukan persaingan mbak, ya karena mereka mulai mengerti nominal uang jadi mereka mulai paham yang menghasilkan kain paling banyak upahnya pun juga besar begitu mbk”¹⁸

Hal demikian serupa dengan penjelasan dari Pak Teguh Selaku pendamping warga tunagrahita dalam pembuatan batik ciprat sebagai berikut:

“Awalnya mereka itu susah di ajak ya warga tunagrahita tidak seperti orang pada umumnya kan mbk kudu sabar, telaten gurusnya. jadi semenjak usaha ini makin maju berkembang mereka mulai suka karena ya mereka ada yang berbakat juga jadi di ajari beberapa kali langsung bisa, tapi ada juga yang harus di dampingi terus dalam proses pembuatannya, kalo tidak ya kadang warnanya tidak sesuai kadang tidak ada bentuknya malah yang ada buan-buang pewarna sama kain mbk, harga nya pewarna sama kain juga lumayan mahal jadi sayang kalo tidak di kontrol gitu.”¹⁹

IAIN
PONOROGO

¹⁸ Yuliana, *Wawancara*, 06 Mei 2021.

¹⁹ Pak Teguh, *Wawancara*, 06 Mei 2021.

C. Analisis Data

1. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat Yang Telah Diterapkan Pada Warga Tunagrahita Di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo

Menciptakan usaha menjadi lebih maju dan berkembang adalah mimpi semua pengusaha dengan lebih memperhatikan strategi yang akan digunakan untuk kedepannya. terdapat tiga strategi pengembangan usaha untuk digunakan perusahaan dalam meningkatkan usahanya agar lebih berkembang.²⁰

a. Mengembangkan pasar dari sisi produknya

Mengembangkan pasar dari sisi produknya adalah langkah yang paling memungkinkan untuk dilakukan pertama kali karena produk utamanya telah diperkenalkan dan sudah tumbuh, sehingga masalah profitabilitas (kemampuan mendapatkan laba) serta popularitas dan kualitas sudah diterima dipasar, jenis-jenisnya adalah: memperbesar variasi produk, melalui kategori produk, berdasarkan lini produk. berdasarkan fungsinya, menentukan produk baru dengan pasar yang baru. Usaha batik ciprat Karangpatihan menjual produk dengan beberapa jenis produknya yaitu batik ciprat, batik tulis dan juga batik kombinasi. produk yang produksi oleh batik ciprat di Desa Karangpatihan sangat menarik minat pelanggan dengan adanya produk baru yang unik dan menghasilkan batik yang khas. Dengan bertambahnya minat pelanggan

²⁰ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. 515.

menjadikan peluang bagi usaha batik ciprat untuk terus mengembangkan usahanya agar lebih maju untuk kedepannya. Batik yang diproduksi ini cocok untuk semua jenis kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa.

b. Mengembangkan Pasar dari sisi sistem penjualannya.

Banyak strategi mengembangkan pasar yang dilakukan mengembangkan sistem penjualan, antara lain: mengembangkan sistem distribusi penjualan ke dalam (internal), antara lain: mengembangkan sendiri dan mengembangkan melalui kerja sama dengan pihak lain, mengembangkan sistem jaringan pemasaran dengan pihak lain, mengembangkan pasar dengan menggabungkan bisnis yang lain dalam satu industri.²¹ Usaha batik ciprat Karangpatihan awal mula berdirinya usaha ini hanya untuk pemberdayaan warga tunagrahita yang dibantu oleh balai besar rehabilitasi sosial bina grahita Temanggung, Jateng.

c. Mengembangkan pasar dengan sinergisme

Melakukan pengembangan pasar dengan cara mengadakan perjanjian kerja sama antara dua perusahaan yang berbeda pasar dengan tujuan swap market atau tukar pasar dan memperkuat satu sama lainnya. Karena keduanya mempunyai keistimewaan. Perusahaan yang satu ingin memasarkan produknya ke pasar dan perusahaan yang lainnya ingin menambah calon pelanggan. Usaha batik ciprat karangpatihan belum melakukan kerja sama atau bermitra dengan perusahaan lain.

²¹ Ibid., 516.

Dikarenakan mereka masih termasuk baru membangun usaha tersebut dan sistem penjualan yang masih diterapkan yaitu *pre-order*. Jadi mereka tidak memproduksi batik ciprat secara terus-menerus melainkan hanya memproduksi jika menerima pesanan saja.

2. Analisis Dampak Strategi Pengembangan Usaha Batik Ciprat Terhadap Warga Tunagrahita Di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.

Dalam suatu program atau organisasi pasti mempunyai dampak tersendiri baik itu dampak positif maupun dampak negatif. Dampak dalam pengembangan usaha dapat dibagi menjadi tiga jenis.²²

a. Dampak Lingkungan

Lingkungan merupakan semua benda atau kondisi dimana manusia dan aktivitasnya termasuk didalamnya, yang terdapat di dalam ruangan maupun diluar ruangan. Lingkungan terbagi 2 yaitu Biotik (komponen makhluk hidup) dan Aboitok (komponen benda mati) Dampak lingkungan merupakan dampak yang dilihat dari adanya perubahan kondisi disekitar masyarakat. Lingkungan adalah keadaan sekitar yang mempengaruhi perkembangan dan tingkah laku makhluk hidup. kondisi lingkungan yang baik akan membawa dampak yang baik pula dan kelangsungan hidup sehari-harinya.²³

²² Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2001), 21.

²³ *Ibid.*, 21.

Dalam Pengembangan usaha batik ciprat ini memiliki dampak positif bagi warga tunagrahita dengan pengembangan usaha batik ciprat ini dapat mensejahterakan kehidupan warga tunagrahita, yang awalnya mereka hanya hidup dengan bergantung pada keluarganya, sekarang mereka bisa menghidupi dirinya sendiri. Dengan mereka sering melakukan produksi maka, mereka mulai berinteraksi dengan satu sama lain, awal sebelum adanya usaha batik ciprat ini mereka lebih suka di rumah menyendiri dan jarang keluar rumah bahkan orang tunagrahita sebelum adanya usaha batik ciprat ini tidak terlalu dianggap oleh keluarganya.

Desa Karangpatihan ini mulai maju dan hidup karena dengan adanya pengembangan usaha batik ciprat ini, yang amulanya hanya dikenal sebagai kampung idiot yang mana itu hanya sebuah istilah saja karena hanya beberapa warga saja yang meyandang tunagrahita. dan juga mulai banyak kunjungan-kunjungan dari berbagai daerah untuk melihat karya yang dihasilkan oleh warga tunagrahita di Desa Karangpatihan, Balong, Ponorogo.

b. Dampak Ekonomi

Dampak ekonomi tersebut dapat bersifat negatif dan positif. Dampak positif yang muncul dari adanya dampak ekonomi dapat bersifat langsung. Selain dampak positif langsung yang muncul, ada dampak lain yang akan timbul, seperti dampak tidak langsung. Dampak tidak langsung berupa aktivitas ekonomi lokal dari suatu pembelanjaan unit

usaha penerima dampak langsung dan dampak lanjutan. Dampak lanjutan ini dapat diartikan sebagai aktivitas ekonomi lokal lanjutan dari tambahan pendapatan masyarakat lokal.²⁴

Dalam pengembangan usaha batik ciprat ini memiliki dampak positif bagi warga tunagrahita. karena usaha batik ciprat ini semakin maju dan berkembang menjadikan pendapatan mereka juga bertambah lebih banyak dari sebelumnya. mereka diberi upah sesuai dengan berapa banyak batik yang dapat mereka hasilkan mbk. Jadi, setiap satu lembar kain batik kami memberi upah Rp.40.000, jika mereka bisa dapat menghasilkan lebih banyak maka penghasilan mereka bertambah banyak, dan di tambah lagi usaha batik ciprat ini mulai banyak diminati pelanggan dari berbagai kalangan ini juga berpengaruh sekali terhadap warga tunagrahita.

c. Dampak Sosial

Perubahan sosial dikatakan sebagai perubahan yang terjadi dalam interaksi sosial dan keseimbangan dalam interaksi sosial. Hubungan antara anggota masyarakat dapat menimbulkan kerjasama ataupun perselisihan yang menunjukkan keseimbangan dalam interaksi sosial. Interaksi sosial dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu asosiatif dan disosiatif. interaksi sosial bersifat asosiatif akan mengarah pada bentuk penyatuan, yaitu: kerjasama, akomodasi, akultuasi, asimilasi. Interaksi sosial bersifat disosiatif mengarah pada bentuk perpisahan, yaitu:

²⁴ Ibid.,

persaingan, kontraversi dan konflik. Dampak sosial merupakan pengaruh sosial yang terjadi setelah adanya suatu peristiwa (program) dan merupakan perubahan yang terjadi pada hubungan atau interaksi antar individu.²⁵

dalam pengembangan usaha batik ciprat memiliki dampak negatif bagi warga tunagrahita dalam proses pembuatan terkadang mereka melakukan persaingan. karena mereka mulai mengerti nominal uang dan mulai paham yang menghasilkan kain paling banyak upahnya pun juga besar. dengan begitu mereka berlomba-lomba untuk menghasilkan kain batik sebanyak mungkin.

Tidak hanya dampak negatif di samping itu ada juga dampak positif terhadap warga tunagrahita yaitu Awalnya mereka itu susah di ajak karena mereka tidak seperti orang pada umumnya jadi harus sabar, telaten untuk mengurusnya. jadi semenjak usaha ini makin maju berkembang mereka mulai suka karena mereka ada yang memiliki bakat. jadi di ajari beberapa kali ada yang langsung bisa, tapi ada juga yang harus di dampingi terus dalam proses pembuatannya, kalo tidak terkadang warnanya tidak sesuai, terkadang tidak ada bentuknya dan yang ada membuang-buang pewarna sama kain. Dan harganya pewarna sama kain juga tidak murah.

²⁵ Ibid.,

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan sebagaimana berikut:

1. Strategi pengembangan usaha batik ciprat yang telah diterapkan pada warga tunagrahita di Desa Karangpatihan Balong Ponorogo.

Pada usaha batik ciprat di Desa Karangpatihan belum sepenuhnya melakukan tiga strategi pengembangan usaha yang penting untuk digunakan perusahaan dalam meningkatkan pengembangan usahanya. Dapat diketahui bahwa pada usaha batik ciprat ini hanya melakukan dua dari tiga hal yang disebutkan dalam strategi pengembangan usaha. pada usaha batik ciprat di Desa Karangpatihan hanya menerapkan inovasi produk dan sistem penjualannya. pada kegiatan kerja sama dengan perusahaan lain belum terlaksanakan dengan baik.

Pada kegiatan kerja sama dengan perusahaan lain belum dilaksanakan dengan baik yang dikarenakan usaha batik ciprat Karangpatihan ini masih menjalankan bisnis yang belum cukup besar untuk bekerja sama dengan perusahaan lain. Dan dilain sisi tenaga kerja yang dimiliki usaha batik ciprat Karangpatihan ini masih sangat minim.

2. Dampak Strategi pengembangan usaha batik ciprat terhadap warga tunagrahita di Desa Karangpatihan Balong Ponorogo.

Dampak yang ditimbulkan dari pengembangan usaha batik ciprat ini ada tiga dampak yang ditimbulkan yaitu dampak lingkungan, dampak ekonomi dan dampak sosial.

Dampak lingkungan yang ditimbulkan dalam pengembangan usaha batik ciprat yaitu mensejahterakan warga tunagrahita dan menjadikan Desa karangpatihan lebih hidup lebih maju dari sebelumnya. Dampak ekonomi yang ditimbulkan dalam pengembangan usaha batik ciprat yaitu warga tunagrahita dapat menghasilkan pendapatan sendiri untuk kehidupan dirinya sendiri. dan sedangkan dampak sosial yang ditimbulkan dalam pengembangan usaha batik ciprat yaitu menjadikan kerjasama yang baik dan juga persaingan antara satu sama lain karena mereka mulai mengerti nominal uang.

B. Saran

1. Bagi usaha batik ciprat Karangpatihan harus berupaya meningkatkan strategi produksi, yang awalnya *pre-order* menjadi produksi secara terus-menerus sehingga dapat melayani pelanggan dalam jumlah yang banyak karena sudah ada stock yang disediakan.
2. Usaha batik ciprat sebaiknya menambah tenaga kerja yang digunakan agar lebih maju untuk usaha kedepannya dan dapat berkembang lebih pesat lagi. begitu juga dengan pemasaran yang dilakukan dengan memasang pamflet di

daerah Ponorogo agar masyarakat Ponorogo mengenal batik ciprat Karangpatihan.



DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Budiarta, Kustoro. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009.
- Bungin, Burhan *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi dan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Cahyaningsih, Erlinda Prima Ayu. *Pembelajaran Batik Ciprat Bagi Siswa Tunagrahita Ringan SMALB Di SLB Bhakti Kencana Krikilan Berbah Sleman*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2016.
- Ghafur, Waryono Abdul dkk, *Interkoneksi Islam dan Kesejahteraan Sosial*. Yogyakarta: Samudra Biru, 2012.
- Hariandja, Marihot Tua Efendi. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Huraera, Abu. *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat*. Bandung: Humanora, 2011.
- Justine t. *Memahami Aspek-Aspek Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: Grasindo, 2012.
- Kasmir dan Jakfar. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Masykuroh, Eli. *Teori Ekonomi Mikro Islam*. Ponorogo: CV. Nata Karya, 2018.
- Musfar, Tengku Firlil. *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020.
- Nur, Rusdi dan Muhammad Arsyad Suyuti. *Pengantar Sistem Manufaktur*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2017. Rangkuti, Feddy. *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.

- . *Creating Effective Marketing Plan: Teknik Membuat Marketing Plan Berdasarkan Customer Values dan Analisis Kasus*. Jakarta: PustakaUtama, 2002.
- Setyorini, Retno Murti. *Buku Saku Prakarya (Kerajinan) Untuk SMA Kelas X*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei*(Jakarta:LP3ES, 1989.
- Somantri, Sutjihati. *Psikologi Anak Luar biasa*. Bandung: Refika Aditama, 2006.
- Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung:Alfabeta, 2017.
- Suryana. *Metodologi Penelitian Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Universitas Pendidikan Indonesia, 2010.
- . *Kewirausahaan Kiat dan Proes Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat,2014.
- Suyanto, M. *Strategic Management Global Most Admired Companies*. Yogyakarta: CV.Andi Offset,2007.
- Triastuti, Yuyun. *Buku Ajar Maanjemen Produksi Jasa Boga*. Cirebon: CV.Syntax Computama, 2020.
- Nisa, Ulfatun. *Strategi Pengembangan Usaha Pengusaha Batik Tulis Lasem*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Permana, Yossi Atika. *Strategi Pengembangan UsahaKerajinan Batik Tulis Semarangan Di kota Semarang*. Semarang: Universitas Diponegoro,2016.
- Prasanti, Ditha. *Penggunaan Media Komunikasi Remaja Perempuan Dalam Pencarian Informasi Kesehatan*. Jurnal Lontar Vol.6 No 1, Januari 2016.
- Pratiwi, Rida *Strategi Pengembangan Usaha Rengginang Pulut Dengan Metode Analisis SWOT (Studi Kasus Usaha Rengginang Pulut CV. UUL*

Jaya Di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat).
Medan:Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,2018.

Psilitonga, Felisia Meliana Ratri. *Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis(Studi Kasus Batik Tulis di Desa Gulutejo dan Desa Ngentakrejo Kecamatan Lendah Kabupaten Kulon Progo).* Yogyakarta: UniversitasSanata Dharma Yogyakarta,2017.

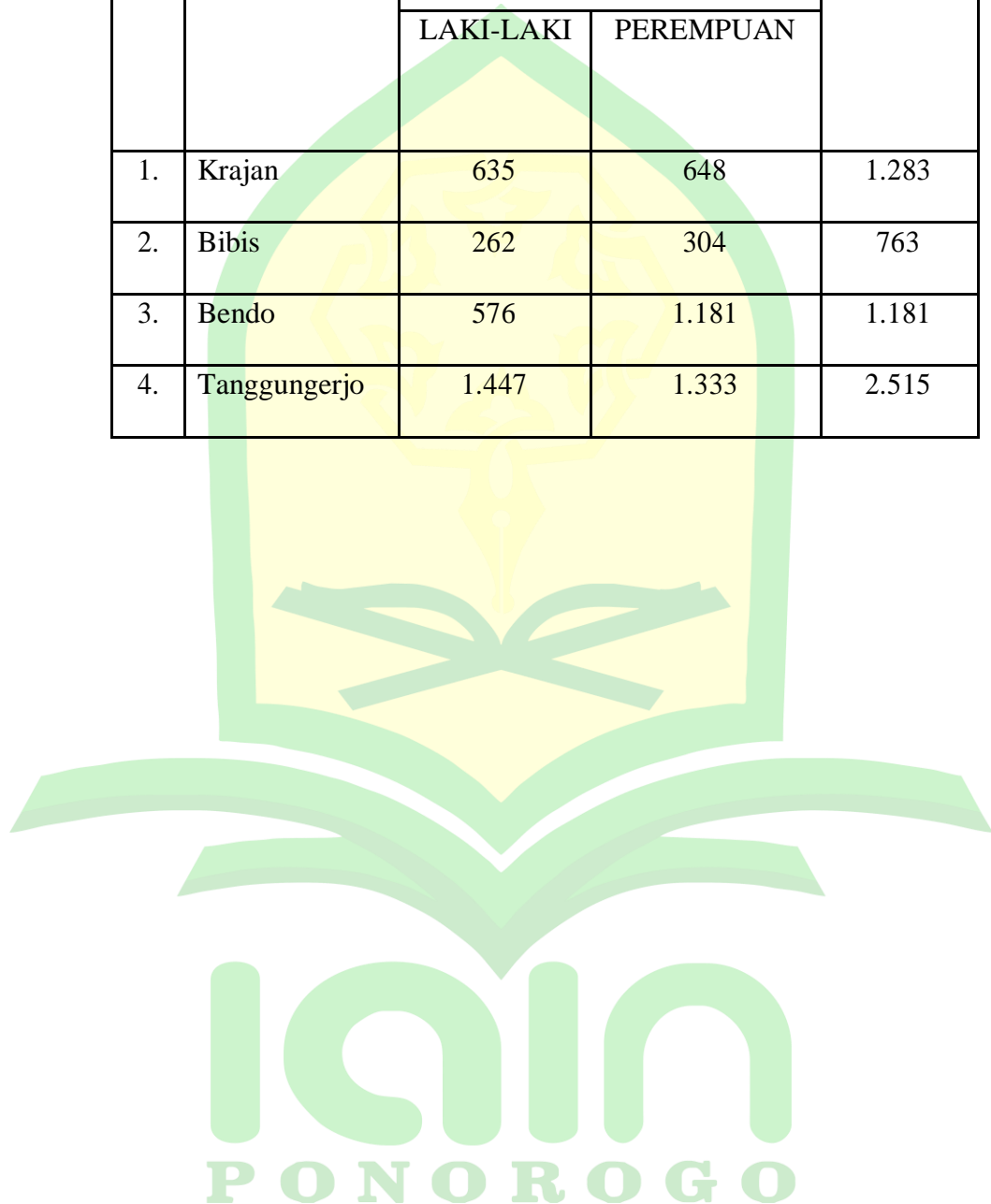


Lampiran-Lampiran

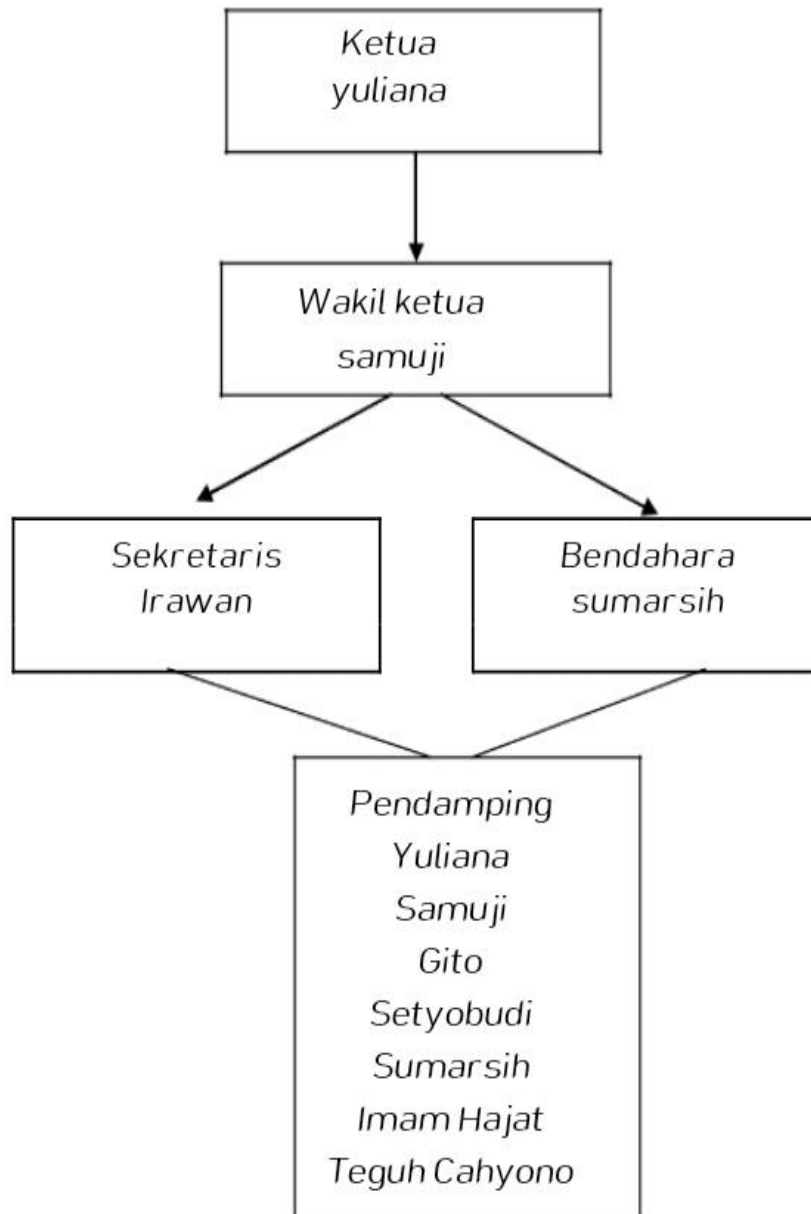


Lampiran 1: populasi penduduk Desa Karagpatihan

NO	KELURAHAN	JUMLAH PENDUDUK		JUMLAH
		LAKI-LAKI	PEREMPUAN	
1.	Krajan	635	648	1.283
2.	Bibis	262	304	763
3.	Bendo	576	1.181	1.181
4.	Tanggungarjo	1.447	1.333	2.515



Lampiran 2: Struktur Organisasi



Lampiran 3: Wawancara

1. Bagaimana sejarah berdirinya usaha batik ciprat Karangpatihan?

Usaha batik ciprat yang berada di desa Karangpatihan ke. Balong kab. Ponorogo yang berdiri pada tahun 2017 pemilik Bapak Eko Mulyadi yang didirikan secara swadaya dan dipimpin oleh istrinya ibu Yuliana. Pada tujuan awal berdirinya usaha batik ciprat ini melalui Balai Besar Rehabilitasi Sosial Bina Grahita Temanggung, Jateng selama satu tahun di Desa Karangpatihan untuk memberdayakan warga tunagrahita yang selama ini terabaikan dan kurang mendapatkan respon baik dari pihak keluarganya, agar dapat meningkatkan kemampuan dan mampu meningkatkan ketrampilan masyarakat tunagrahita.

2. Bagaimana strategi yang digunakan usaha batik ciprat Karangpatihan dalam pengembangan produk batik?

Dalam usaha batik ciprat di Desa Karangpatihan ini awalnya produk yang kita produksi hanya batik ciprat saja karena masih pemulaan dan juga masih menyesuaikan dengan tenaga kerja yang dimiliki yaitu warga tunagrahita, dalam pembuatan batik ciprat ini proses awal yang dilakukan dengan menyiapkan bahan dan alat yang dibutuhkan. Dalam mencipratan di atas kain yang telah disiapkan warga tunagrahita diberi kebebasan untuk memberikan cipratan warna yang dikehendaki, tetapi tetap dengan pengawasan pendamping. Dimulai dari dua tahun terakhir ini kami mulai menambahkan produk baru untuk menarik minat pembeli, karena melihat

begitu banyaknya pesaing maka kami berinisiatif untuk menambah produk baru dengan mengkombinasi antara batik ciprat dengan batik tulis.

3. Bagaimana sistem penjualan yang digunakan oleh usaha batik ciprat Karangpatihan?

awal mula berdirinya usaha ini hanya untuk pemberdayaan warga tunagrahita yang dibantu oleh balai besar rehabilitasi sosial bina grahita Temanggung, Jateng. Akan tetapi dengan kemampuan warga tunagrahita yang sudah mulai bisa membuat batik ciprat ini maka kami berinisiatif untuk mulai melakukan penjualan ke beberapa kota, karena jika hanya untuk latihan warga tunagrahita sangat tidak produktif jadi kain batik yang sudah jadi mulai di pasarkan. dalam pemasaran yang dilakukan batik ciprat ini, saya melakukan strategi dengan memperkenalkan kain batik ketika saya melakukan seminar di luar kota, sehingga dengan begitu batik ciprat Karangpatihan ini di kenal di luar kota bahkan luar negeri juga. Dengan menggunakan strategi ini pesanan dari luar kota mulai ada bahkan luar negeri juga ada.

4. Apakah usaha batik ciprat Karangpatihan sudah melakukan kerja sama dengan perusahaan lain?

Untuk batik ciprat ini belum melakukan kerja sama dengan perusahaan lain, karena usaha yang dirikan Pak Eko bersama rekannya masih termasuk UKM jadi kami masih berdiri sendiri, selain itu awal tujuan mendirikan usaha ini untuk lebih menghidupkan Desa Karangpatihan dan juga agar masyarakat tunagrahita lebih produktif dengan bekerja di usaha

batik ciprat. Tetapi alhamdulillahnya usaha ini bisa berkembang dengan baik dengan berjalannya waktu

5. Berapa harga untuk perlembar kain batik ciprat maupun batik kombinasi?

Untuk kain batik ciprat dihargai mulai 100.000 sampai 200.000 dan untuk batik kombinasi mulai harga 200.000 sampai 500.000 tergantung tingkat kesulitan dalam motifnya.

6. Apa saja faktor kekuatan yang dimiliki usaha batik ciprat Karangpatihan?

kekuatan yang dimiliki usaha batik ciprat adalah pilihan produk batik dan motif yang beragam, menyediakan pesanan batik sesuai dengan *request* pelanggan.

7. Apa saja yang menjadi faktor kelemahan dalam usaha batik ciprat Karangpatihan?

kelemahan yang dimiliki usaha batik ciprat adalah lokasi sulit dijangkau, tenaga kerja kurang konsisten, tidak mampu menerima pesanan dalam jumlah banyak.

8. Apa saja peluang yang dimiliki usaha batik ciprat Karangpatihan? Peluang

yang dimiliki usaha batik ciprat adalah pangsa pasar yang luas, pemasaran yang menarik.

9. Apa saja yang menjadi faktor ancaman dalam usaha batik ciprat Karangpatihan?

ancaman yang dimiliki usaha batik ciprat adalah pesaing yang bergerak pada bidang yang sama, konsumen beralih ke perusahaan lain.

Lampiran 4: Dokumentasi Foto



F O N O R O G O



PONOROGO



PONOROGO

RIWAYAT HIDUP



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Isna Aviani Nafisa
2. Tempat/Tgl.Lahir : Ponorogo, 29 Desember 1998
3. Alamat Rumah : Rt03/Rw04 Ds.Tulung Kec.Sampung
Kab.Ponorogo Prov.Jawa Timur.
- HP : 0858525583984
- E-mail : Isnaaviani29@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Nawa Kartika
2. MI Maarif Sunan Kalijaga
3. MTs Arrisalah
4. Ma Arrisalah

Ponorogo, 18 April 2021

IAIN
PONOROGO

Isna Aviani Nafisa
NIM: 210717245



IAIN
PONOROGO