

BAB V

PEMBAHASAN

Sesuai temuan dari hasil penelitian didalam berbentuk wawancara, pengobservasian dan dokumentasi selanjutnya akan dilaksanakan analisis data temuan hasil penelitian akan dilaksanakan pembahasan sesuai dengan teori dan logika. Untuk lebih terperinci dan terurai, jadi pada pembahasan disini tersajikan dengan permasalahan yang diteliti.

A. Pembahasan tentang Peranan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan dalam Meningkatkan Kerajinan Batik Terang Galih di Pasar Tingkat Nasional

1. Pembinaan

Pembinaan merupakan usaha dimana dilaksanakan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan pelatihan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang kuat dan mandiri serta berkembang menjadi usaha menengah. Sebagaimana menurut Widjaja, pembinaan yaitu suatu aktivitas ataupun pengembangan dimana mencakup urutan pengertian, diawali dengan mendirikan, menumbuhkan, memelihara pertumbuhan tersebut yang disertai usaha-usaha perbaikan, menyempurnakan dan mengembangkannya.⁵⁹

⁵⁹Alhempy, Raden Rudi dan Wismar Harianto, “Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil pada Progam Kemitraan Bina Lingkungan”, *Media Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 12, No. 1, April 2013, hal. 20

Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek berusaha membina demi peningkatan kerajinan kain batik di pasar tingkat nasional dilakukan melalui program pelatihan. Pelatihan adalah proses pembinaan, pengertian dan pengetahuan tentang serangkaian fakta, aturan dan metode yang terorganisasikan berdasarkan prioritas kejujuran dan pengembangan keterampilan operasional.⁶⁰ Hal ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Roro Merry Chornelia Wulandary, Yuli Andy Gani dan Hermawan yang menyatakan pemerintah perlu melaksanakan pelatihan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas batik agar bisa mendobrak pangsa pasar batik nasional.⁶¹

Program latihan dan bimbingan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan untuk meningkatkan kerajinan batik meliputi:

a. Pelatihan Peningkatan Kapasitas Produksi

Dalam meningkatkan kapasitas produksi, berbagai pelatihan telah digelar oleh Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan seperti pewarnaan batik menggunakan pewarna alami seperti kulit kayu tingi, kulit kayu mauni, dan daun mangga, untuk pewarna sintesis menggunakan indigusol, naftol, dan remasol.

⁶⁰Rina Irawati, "Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil", *Jurnal Jibeka*, Vol. 12, No. 1, 2018, hal. 75

⁶¹Roro Merry Chornelia Wulandary, et. al., "Peranan Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Budaya Lokal (Studi tentang Program Pemberdayaan Pengrajin Batik Dalam Rangka Meningkatkan Komoditi Ekonomi di Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan-Madura)", *Jurnal Wacana*, Vol. 18, No. 3 2015, hal. 193

b. Pelatihan untuk Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia

Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan menggelar agenda latihan keterampilan batik dan sibori. Keterampilan tersebut berupa menciptakan motif batik, cara membuat batik cap, dan membuat batik sibori atau dikenal dengan batik celup.

c. Pelatihan Peningkatan Pemasaran

Dalam meningkatkan pemasaran, Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan melaksanakan program pendidikan dan latihan pemasaran online seperti, latihan pembuatan konten yang menarik, cara promosi di sosial media, dan cara mengambil gambar yang bagus.

Tabel 5.1
Peran Pemerintah Kabupaten Trenggalek Melalui Pembinaan

No	Pembinaan	Peran Pemerintah
1.	Peningkatan kapasitas produksi	Pelatihan pewarnaan batik menggunakan pewarna alami dan pewarna buatan
2.	Peningkatan kualitas sumber daya manusia	Pelatihan menciptakan motif batik, membuat batik dengan teknik cap serta teknik celup
3.	Peningkatan pemasaran	Pelatihan berbisnis online melalui instagram, facebook dengan membuat konten yang menarik, cara mengambil gambar yang bagus dan cara berpromosi yang baik dan benar

2. Fasilitasi

Menurut Surya Subroto fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang.⁶² Jadi, fasilitas merupakan segala sesuatu yang mendukung berbagai aktivitas untuk mempermudah kegiatan kewirausahaan dan memberikan kesempatan bagi usaha kecil dan menengah untuk menjual produknya serta membantu dan membimbing para pelaku UKM.

Alat penunjang yang disediakan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan sebagai upaya meningkatkan batik terang galih di pasar tingkat nasional yaitu menyediakan *display* yang berada di *outlet* Sarinah Departement Store Jakarta dan di Galeri Gemilang (Galeri Gerakan Mutu Industri Cemerlang) Trenggalek. Informasi tersebut selaras dengan penelitian Nur Maya Sari Rahmadana menyatakan bahwa penyediaan *display* yang efektif dapat mempengaruhi minat beli konsumen, bahkan pembelian yang tidak direncanakan.⁶³

⁶²Sam, Arianto, Pengertian Fasilitas Belajar, dalam <http://sobatbaru.blogspot.co.id/2008/10/pengertian-fasilitas-belajar.html?m''1> diakses 13 Februari 2018

⁶³Nur Maya Sari Rahmadana, "Pengaruh *Display* Produk dan Suasana Toko Terhadap Pembelian Impulsif di Minimarket Eramart Cabang Lembuswana Samarinda", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 4, No 3, 2016, hal. 695

3. Permodalan

Modal adalah faktor utama yang dibutuhkan untuk pengembangan suatu unit usaha. Karena itu, terbatasnya modal akan berpengaruh pada perkembangan suatu usaha tersebut.⁶⁴ Ini menjadi dorongan Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Perdagangan agar melancarkan dan mempermudah prosedur untuk para pelaku usaha dalam memperoleh modal.

Dalam memberikan pinjaman modal Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan bersinergi bersama Bank dan BUMN seperti PT. INKA, semen gresik, perindo, Bank BRI, Bank Mandiri, Bank Jatim. Bank dan BUMN memberikan kredit terjangkau yang dikenal luas masyarakat dengan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Peminjaman modal minimal 10 juta dengan jasa 2% untuk semua pelaku usaha mikro di Trenggalek termasuk 13 pelaku usaha batik. Berikut data pelaku usaha batik yang meminjam untuk dana modal:

Tabel 5.2
Peminjaman Modal

No.	Pelaku Usaha	Pinjaman
1.	Batik Tulis Rahayu	Rp. 20.000.000
2.	Tiepoek Batik Tulis	Rp. 15.000.000
3.	Batik Gotin Warlami	Rp. 20.000.000
4.	Batik Rurik	Rp. 10.000.000

Sumber Data Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan

⁶⁴Arief Rahman Susila, *Kewirausahaan Dalam Multi Perspektif*, (Banten: Universitas Terbuka, 2017), hal. 160

4. Pemasaran

Stanton dalam Buku Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen berpendapat jika pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari aktivitas usaha yang bertujuan untuk merencanakan, menentukan harga, memasarkan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada ataupun pembeli potensial.⁶⁵ Kegiatan pemasaran bertujuan untuk mempromosikan dan menawarkan suatu barang agar mencakup pasar yang lebih luas.

Dalam kegiatan pemasaran, Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan melaksanakan beberapa usaha demi meningkatkan kerajinan batik terang galih yaitu sebagai berikut:

a) Melakukan *Communal Branding*

Menurut Kotler *brand* merupakan sebuah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi semua unsur yang digunakan untuk mengenali produk atau jasa dari seseorang atau sebuah kelompok penjual dari pesaingnya.⁶⁶ Dapat diambil kesimpulan bahwa *communal branding* adalah pemberian merek terhadap suatu produk dengan tujuan mempromosikan produk tersebut di lingkup pasar yang meluas.

Dalam hal ini, Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan melakukan *communal branding* produk batik

⁶⁵Swasta Basu dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan pertama, cetakan keempat*, (Yogyakarta: BPEF, 2008), hal. 4

⁶⁶Muhammad Nastain, "Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding Dan Tantangan Eksistensi Produk)", *Jurnal Channel*, Vol 5, No 1, April 2017, hal. 16

Trenggalek menjadi batik “Terang Galih” yang artinya terang di hati. Selanjutnya, batik terang galih di pasarkan ke Sarinah Departement Store Jakarta dan di Galeri Gemilang (Galeri Gerakan Mutu Industri Cemerlang) Trenggalek. Bahkan batik terang galih dipasarkan ke *store* Sarinah yang berada di Terminal III Soekarno Hatta dan Hotel Sarinah Bandung atas nama Sarinah nama Sarinah untuk di pasarkan ke Upaya tersebut membawa hasil yang baik untuk Kabupaten Trenggalek karena produk batiknya dikenal masyarakat luas, mendapat tanggapan positif dari konsumen lokal maupun luar negeri dan laku terjual. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ikhwanul Qiram dan Gatut Rubiono yang menyatakan Pemerintah Kabupaten harus mendorong perkembangan di industri batik dari melaksanakan Kelola merk produk (*branding*), kemasan dan desain dari produk atau komoditi.⁶⁷

b) Menyelenggarakan dan Mengikuti *Event* Pameran

Aktif dalam kegiatan *event* pameran akan berpengaruh pada perkembangan suatu produk batik. Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Delimiliana yang menyatakan bahwa keikutsertaan para pengusaha batik untuk mengikuti pameran menyebabkan produk batiknya dikenal oleh konsumen dalam negeri maupun mancanegara. Tak jarang muncul ketertarikan konsumen untuk

⁶⁷Ikhwanul Qiram dan Gatut Rubiono, “Peran Pemerintah Daerah dan Masyarakat Dalam Upaya Pelestarian Budaya Batik Banyuwangi”, *Jurnal Universitas PGRI Banyuwangi*, 2017, hal. 124

membeli produk batik, hal ini menyebabkan penjualan produk meningkat dan menambah penghasilan para pengusaha batik.⁶⁸

Di poin ini, Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan bersama para pengusaha batik selalu mengikuti *event* pameran yang diselenggarakan secara rutin setiap satu tahun sekali meliputi pameran pasar Rakyat Hari Jadi Trenggalek, pameran di hari Ramadhan, maupun hari istimewa yang diadakan di Kabupaten Trenggalek, acara memamerkan produk yang digelar di tempat selain wilayah Provinsi Jawa Timur misalnya di TMII (Taman Mini Indonesia Indah) Jakarta, di Hotel Grand Nusa Bali, di Grand City Mall Surabaya, di Makassar, di Samarinda, di Medan, di Batam, dan di Ambon.

B. Pembahasan tentang Perkembangan Kerajinan Batik Terang Galih di Pasar Tingkat Nasional

Kerajinan batik merupakan warisan budaya Indonesia yang sudah diakui oleh dunia. Oleh karena itu dalam perkembangannya pasti mengalami pasang surut. Keberadaan batik di Trenggalek itu dimulai tahun 1970-an, dengan satu sentra industri batik dan motif batik yang sedikit. Kemudian di tahun 1980-an pengrajin batik mengalami gulung tikar karena permintaan pasar yang berubah. Tetapi tidak berhenti sampai begitu saja, para pengrajin tidak mau menyerah dan di tahun 2010 mereka berani menciptakan kreasi

⁶⁸Delimiliana Marses Batjeran, *Strategi Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Dan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Disperindag Kop & UMKM) Kabupaten Karanganyar Dalam Pengembangan Home Industri Batik Tulis*, Skripsi, 2010, hal. 224

motif batik terbaru tanpa mengurangi ciri khas warisan Kabupaten Trenggalek.

Seiring pergantian tahun hingga 2017, Pemerintah Kabupaten Trenggalek saat itu dipimpin oleh Bapak Emil Dardak. Beliau mencetuskan ide *communal branding* menjadi Batik Terang Galih dengan tujuan untuk memasarkan batik di tingkat lokal, nasional bahkan internasional. Selain itu di tahun 2018 batik terang galih dibawa oleh desainer busana muslim yaitu Lia Afif dalam acara London Fashion Week. Pada tahun 2019 hingga 2021 batik terang galih selalu dibawa setiap mengikuti berbagai pameran di sebagai produl unggulan dari Kabupaten Trenggalek.

Batik terang galih dibandrol dengan harga mulai dari Rp. 300.000 sampai jutaan rupiah. Harga tersebut masih tergolong harga yang terjangkau dengan kualitas yang bagus. Sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membeli bati terang galih. Permintaan yaitu banyaknya barang yang diminta konsumen pada harga tertentu. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Alfionata. M. Siahan yang menyatakan bahwa permintaan konsumen atas suatu barang atau jasa menghubungkan jumlah yang diminta dengan harga. Jadi apabila harga suatu barang turun, akan lebih banyak orang yang membelinya. Sedangkan bila harga naik, hanya sedikit orang yang membelinya. Harga suatu barang mempengaruhi permintaan yang juga berpengaruh pada permintaan pasar.⁶⁹

⁶⁹Alfionita S. Siahaan, "Analisis Permintaan Masyarakat Terhadap Produk Oriflame di Kota Pekanbaru", *Jom FEKON*, Vol 2, No 2 Oktober 2015, hal. 10

Jadi, jumlah permintaan konsumen batik yang meningkat dipengaruhi oleh harga batik yang murah dan terjangkau dibandingkan yang lain. Sehingga jika permintaan batik terus naik maka proses produksi semakin ditingkatkan agar tetap bisa memenuhi permintaan konsumen. Hal ini jelas bahwa produk batik akan semakin laris terjual dan akan meningkatkan omset pendapatan para pelaku usaha.

Kerjasama Pemerintah Kabupaten Trenggalek dengan Sarinah Departemen Store merupakan suatu kebanggaan tersendiri karena dengan kerjasama tersebut bisa membawa produk unggulan batik terang galih lebih dikenal masyarakat luas dan mendapat respon yang baik dari para konsumen. Faktanya bahwa batik terang galih itu memiliki keunikan ragam motifnya. Dan harganya pun terjangkau lebih murah di banding batik dari daerah lain. Oleh karena itu, tidak heran jika batik terang galih laris terjual. Hal ini tentu membuat pelaku usaha batik merasa senang bahkan mereka lebih giat dalam proses produksinya untuk memenuhi permintaan konsumen. Dengan meningkatnya permintaan konsumen terkait batik terang galih secara otomatis pendapatan pelaku usaha juga meningkat.

C. Pembahasan Faktor-faktor Pendukung dan Faktor Penghambat yang di hadapi Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan dalam Meningkatkan Kerajinan Batik Terang Galih di Pasar Tingkat Nasional

1. Faktor Pendukung

Faktor pendukung dalam meningkatkan batik terang galih di pasar tingkat nasional yaitu keunikan dari motif batik itu sendiri. Inspirasi motif batik terang galih yaitu melihat dari kekayaan alam kabupaten Trenggalek seperti bunga cengkeh, durian, biji kopi dan manggis. Selain itu, motif batik terang galih diambil dari kesenian khas Trenggalek yaitu turonggo yakso. Setiap motif batik mempunyai makna tersendiri misalnya motif cengkeh dan manggis memberi pelajaran hidup bahwa jadilah manusia yang bermanfaat bagi orang lain. Sedangkan motif turangga yakso mempunyai makna untuk senantiasa menjaga kedamaian dan ketentraman dalam hidup sebagaimana filosofi yang terkandung dalam tari turangga yakso. Sedangkan ragam warna batik terang galih adalah warna merah, kuning, biru, hijau dan ungu dengan menggunakan pewarna sintesis dan pewarna alam.⁷⁰

Hal ini sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Mutiara Zehan yang berpendapat jika batik Banyuwangi berdasarkan riset dan peristiwa yang terjadi dan didominasi dengan berani berinovasi

⁷⁰Nita Adilla Hanny dan Ratna Suhartini, "Motif Batik Trenggalek", *e-Jurnal*, Vol 07 No 03 Tahun 2018, hal. 27

pada motif, pembuatan komoditi baru seperti motif atau corak batik yang berasal dari pemikiran kreatif tanpa menghilangkan pakem batik pesisiran Banyuwangi.⁷¹

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keunikan melalui inovasi dan kreativitas dalam motif batik suatu daerah dapat menjadi faktor pendukung untuk meningkatkan pemasaran batik di tingkat pasar nasional bahkan internasional.

2. Faktor Penghambat

a. Keterbatasan modal

Modal merupakan permasalahan pokok yang dihadapi setiap pelaku usaha bisnis, termasuk pelaku usaha batik ini. Karena sebagian dari mereka mengalami kesulitan untuk mencari tambahan modal usahanya. Apalagi untuk pelaku usaha baru mereka takut untuk melakukan peminjaman di bank karena bunga yang terlalu tinggi. Hal ini sesuai dengan pendapat Mudrajad Kuncoro masalah yang dihadapi usaha mikro kecil dan menengah salah satunya adalah penyusunan proposal dan membuat studi kelayakan agar mendapat kredit modal, baik berasal dari bank atau modal ventura, sebab UMKM sering mengeluhkan tentang prosedur yang berbelit untuk mendapatkan kredit, agunan tidak sesuai syarat dan

⁷¹Mutiara Zehan, *Studi Desain Dan Motif Hias Batik Gajah Oling Produksi Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi*, (Malang: Skripsi di terbitkan, 2018)

bunga yang dinilai terlalu tinggi.⁷² Pendapat tersebut juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Robby Firmansyah dengan hasil penelitian menunjukkan minimnya akses industri-industri kecil di Indonesia pada pinjaman modal dari lembaga keuangan membuat mayoritas pelaku usaha memiliki kecenderungan mengupayakan modal pribadi atau sumber terdekat seperti keluarga dan kerabat. bahkan rentenir.⁷³ Oleh sebab itu, Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan menjadi penyalur bantuan untuk para pengusaha batik saat ingin meminjam bantuan modal.

b. Terbatasnya teknologi

Teknologi merupakan salah satu sarana pendukung dalam melakukan suatu usaha. Perangkat teknologi bisa seperti mesin produksi, alat *packing*, atau sarana pendukung lainnya. Tetapi, jika alat teknologi tidak ada, maka pelaku usaha harus kreatif dan inovatif dalam melaksanakan usaha. Menurut teori Mudrajat Kuncoro masalah yang dihadapi usaha mikro kecil dan menengah salah satunya masalah jalan masuk teknologi, utamanya jika pasar dimonopoli oleh pengusaha/grub bisnis

⁷²Mudrajat Kuncoro, *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hal. 196

⁷³Robby Firmansyah, et. all. "Strategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di kabupaten Madiun (Studi pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dan Sentra Industri Brem Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun), *Jurnal Administrasi Publik Vol. 2, No. 1, 2017*, hal. 154

tertentu dan selera konsumen cepat berubah.⁷⁴ Hal ini diperkuat dengan penelitian Robby Firmansyah yang menyatakan terbatasnya modal, teknologi, produksi, dan sumber daya terkumpul pada hasil akhir mutu produk, akhirnya pengusaha kecil akan kesulitan untuk memproduksi produknya.⁷⁵

Pelaku usaha batik di Trenggalek kebanyakan masih menggunakan teknologi manual dalam produksinya, yaitu seperti batik tulis masih menggunakan tangan manusia, jadi proses produksinya lama. Mereka merasa butuh alat agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi permintaan konsumen dengan efektif dan efisien. Namun teknologi menjadi salah satu hambatan yang dihadapi karena alat teknologi juga membutuhkan biaya yang mahal.

c. Kurangnya jejaring pemasaran

Pemasaran adalah sebuah wujud aktivitas pelaku usaha yang berkaitan menarik minat konsumen dengan memasarkan barang ataupun jasa atas usaha mempertahankan usaha yang dimiliki. Pemasaran jadi salah satunya faktor krusial untuk menggapai keberhasilan bagi suatu usaha. Hal ini diperkuat

⁷⁴Mudrajat Kuncoro, *Masalah, Kebijakan, dan Politik Ekonomika Pembangunan*,, hal. 197

⁷⁵Robby Firmansyah, et. all. "Strategi Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di kabupaten Madiun (Studi pada Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pariwisata Kabupaten Madiun dan Sentra Industri Brem Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun), *Jurnal Administrasi Publik Vol. 2, No. 1, 2017*, hal. 154

oleh penelitian yang dilakukan oleh Usisa Rohmah menyatakan bahwa pemasaran batik dilakukan dengan mempertahankan kualitas dan menginovasi motif agar mampu bersaing di pasar nasional sampai internasional.⁷⁶

Namun jejaring pemasaran ini menjadi salah satu faktor penghambat yang dihadapi Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Trenggalek karena pihak Dinas mendahulukan target pemasaran di Sarinah Jakarta sehingga pasar di daerah sekitar Trenggalek terlupakan dan belum mengenal *brand* batik Trenggalek saat ini.

d. Pola pikir pelaku usaha batik Trenggalek

Pola pikir atau *mindset* merupakan kumpulan pemikiran atau kepercayaan yang menentukan perilaku, sikap, dan pandangan akan masa depan seseorang.⁷⁷ Terdapat dua macam pola pikir yaitu:

- 1) Pola pikir berkembang (*growth mindset*) yaitu pola pikir yang didasarkan pada kepercayaan bahwa kualitas dasar seseorang dapat diolah, berubah dan berkembang melalui perlakuan, pengalaman dan upaya-upaya tertentu.

⁷⁶Usisa Rohmah, et. all., "Upaya Pemerintah Dalam Peningkatan Industri Batik Bakaran di Kabupaten Pati Melalui Program Ekonomi Kreatif", *Jurnal Ilmu Pemerintah*, Vol. 2, No. 2, Oktober 2017, hal. 130

⁷⁷Adi W. Gunawan, *The Secret of Mindset*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2007), hal. 14

- 2) Pola pikir tetap (*fixed mindset*) yaitu pola pikir yang didasarkan pada kepercayaan bahwa kualitas-kualitas seseorang sudah ditetapkan.⁷⁸

Berdasarkan uraian diatas pola pikir pelaku usaha batik Trenggalek tergolong pola pikir tetap dimana mereka sudah percaya bahwa kemampuan mereka hanya berhenti disitu saja. Seperti saat pewarnaan kain batik mereka tetap menggunakan pewarna buatan padahal sudah ada pelatihan untuk pewarna alami yang hasil warnanya jauh lebih bagus. Selain itu untuk inovasi kain batik yang bisa dijadikan baju tunik, dress, kemeja laki-laki, kemeja perempuan agar nilai jualnya lebih tinggi, tetapi mereka tetap menjual hanya berupa kain batik saja karena tidak mau mengambil resiko jika nanti tidak laku dijual. Dari hal tersebut terlihat jelas bahwa pola pikir masyarakat Trenggalek yang belum ada kemajuan untuk berubah dan berkembang. Sehingga menjadi salah satu faktor penghambat dalam meningkatkan batik terang galih dipasar tingkat nasional.

e. Pandemi Covid-19

Menurut data Dana Moneter Internasional (IMF), pandemi covid-19 menyebabkan penyusutan sebesar 3% tahun ini. IMF menyatakan pandemi ini telah mendorong dunia pada krisis

⁷⁸Aris Ariyanto, et. all., *Entrepreneurial Mindsets & Skill*, (Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri, 2021), hal. 29

yang belum pernah terjadi sebelumnya. Merebaknya wabah covid-19 berpeluang mengubah tatanan ekonomi dunia yang ditandai dengan perubahan peta perdagangan dunia, dan menyebabkan berhentinya aktivitas berbagai bidang usaha termasuk pada sektor ekonomi.

Menteri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (MENKOP UKM) RI menyatakan bahwa para pelaku UMKM di Indonesia mulai gelisah karena usaha mereka bersifat harian dan banyak mengandalkan interaksi langsung sehingga adanya pembatasan PSBB dan social distancing tentu saja membuat permintaan turun drastis. Tercatat sekitar 37.000 pelaku usaha UMKM yang melapor pada Kementerian Koperasi dan UKM merakan dampak adanya pandemi covid-19 ke usaha mereka. Dari data laporan tersebut, 56% mengalami penurunan penjualan, 22% mengaku kesulitan permodalan, 15% mengalami keterlambatan dalam kegiatan distribusi, dan 4% kesulitan mencari bahan baku.⁷⁹

Berdasarkan uraian diatas, banyak toko di Jakarta terpaksa ditutup sementara termasuk Sarinah Departement Store yang menjadi tempat pemasaran untuk batik terang galih. Akibatnya pemasaran batik berhenti sejak merebaknya pandemi covid-19 sekitar bulan Mei 2020. Tetapi saat ini Dinas Koperasi, Usaha

⁷⁹Mohammad Rosyada, "Strategi Survival UMKM Batik Tulis Pekalongan Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada "Batik Pesisir Pekalongan)", *Jurnal Banco*, Vol 2, No 1, November 2020, hal. 71-72

Mikro dan Perdagangan juga berusaha untuk mengajukan surat agar tetap bisa bergabung di Sarinah jika sewaktu-waktu sudah dibuka kembali.