



## PENINGKATAN DAYA SAING IKM BATIK TULIS PENDUKUNG IMPLEMENTASI ONE VILLAGE ONE PRODUCT (OVOP)

Ida Kusnawati Tjahjani<sup>1\*</sup>, Mochammad Hatta<sup>2</sup>, Dedy Kunhadi<sup>3</sup>, Purwanto<sup>4</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas 45 Surabaya, Indonesia, [idakusnawati43@gmail.com](mailto:idakusnawati43@gmail.com)<sup>1</sup>,  
[hatahattahatta@gmail.com](mailto:hatahattahatta@gmail.com)<sup>2</sup>

<sup>3</sup>Program Studi Teknik Industri, Universitas WR Supratman Surabaya, Indonesia,  
[kunhadi.unipra76@gmail.com](mailto:kunhadi.unipra76@gmail.com)

<sup>4</sup>Program Studi Manajemen, Universitas WR Supratman Surabaya, Indonesia, [cakpo3r@gmail.com](mailto:cakpo3r@gmail.com)

---

### ABSTRAK

**Abstrak:** Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah (PPPUD) ini merupakan kegiatan lanjutan dari Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan tahun 2019. Dari observasi dan wawancara, teridentifikasi masalah pada 3 bidang, yaitu Produksi, Manajemen, dan Sumber Daya Manusia (SDM). Berbagai kegiatan dirancang untuk tujuan: 1) peningkatan hasil produksi; 2) memiliki merek dagang resmi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan; 3) peningkatan keahlian dan kompetensi SDM di bidang produksi dan manajemen; 4) teridentifikasinya lebih banyak motif khas Sekardangan; 5) lebih dikenalnya batik tulis Sekardangan; 6) peningkatan daya saing pengrajin; 7) eksistensi batik tulis Sekardangan; 8) mendukung implementasi program OVOP yang telah ditetapkan. Metode pelaksanaan kegiatan, meliputi: 1) observasi dan wawancara; 2) identifikasi masalah, 3) pengambilan data: FGD dengan para ahli di bidangnya; 4) mendesain ulang (inovasi) beberapa peralatan membatik, 5) membuat modul pelatihan, 6) pelatihan dan pendampingan; 7) pembuatan laporan hasil pelatihan, laporan kemajuan, laporan akhir dan laporan keuangan, 8) publikasi media massa *online*; 10) Youtube; 11) pembuatan artikel jurnal nasional ber-ISSN; 12) pendaftaran HKI; 13) pembuatan buku referensi. Hasil pelaksanaan kegiatan adalah terwujudnya semua target kegiatan, terjalin kerja sama yang baik dan berkelanjutan serta peningkatan daya saing batik tulis sebagai produk unggulan daerah.

**Kata Kunci:** IKM, Strategi, Daya Saing, OVOP.

**Abstract:** *The Regional Superior Product Development Program (PPPUD) is a continuation of the Community Partnership Program (PKM) which has been implemented in 2019. From observations and interviews, identified problems in 3 areas, namely Production, Management, and Human Resources (HR). Various activities are designed for the purpose of: 1) increased production; 2) has an official trademark from the Industry and Trade Office; 3) increased expertise and competence of human resources in the field of production and management; 4) identification of more typical motifs Sekardangan; 5) better known Sekardangan batik; 6) increasing the competitiveness of craftsmen; 7) the existence of Sekardangan handmade batik; 8) supports the implementation of predetermined OVOP programs. Methods of carrying out activities, including; 1) observation and interview; 2) identification of problems, 3) data collection: FGD with experts in their fields; 4) redesigning (innovation) some batik equipment; 5) making training modules; 6) training and mentoring; 7) making training report, progress report, final report and financial report; 8) online mass media publication; 10) Youtube; 11) preparation of ISSN national journal articles; 12) registration of IPR; 13) making reference books. The results of the implementation of the activities are the realization of all activity targets, good and sustainable cooperation established as well as increasing the competitiveness of written batik as a regional superior product.*

**Keywords:** *IKM, Strategy, Competitiveness, OVOP.*

---



## Article History:

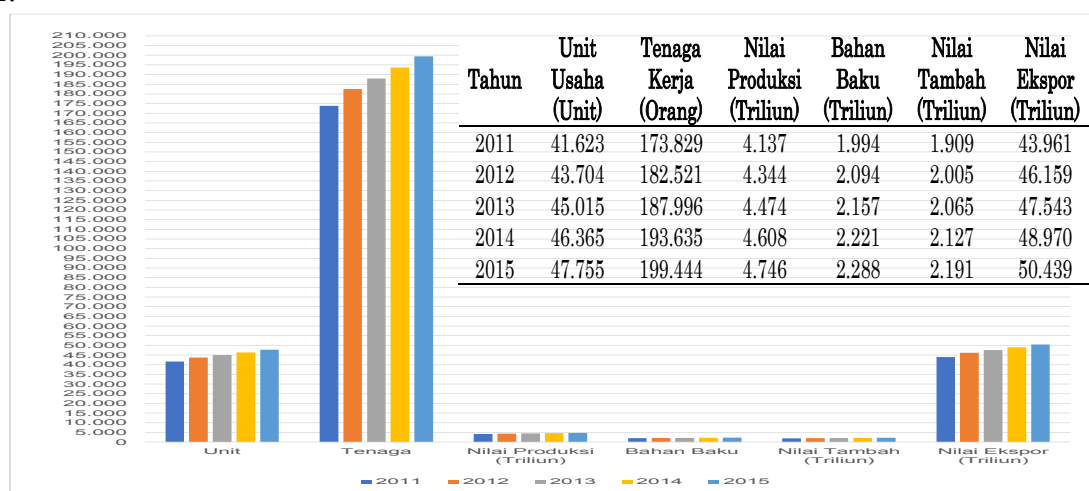
Received : 08-06-2020  
 Revised : 13-06-2020  
 Accepted : 13-07-2020  
 Online : 16-07-2020



This is an open access article under the  
 CC-BY-SA license

## A. PENDAHULUAN

Sejak ditetapkan sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi (*Masterpieces of the Oral and the Intangible Heritage of Humanity*) oleh *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)* pada 2 Oktober 2009 (Galih, 2017) terlihat bahwa permintaan batik tulis berkembang cukup signifikan (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2015), sehingga diharapkan dapat mendukung ekonomi rakyat sebagai salah satu produk unggulan pada IKM di tengah persaingan yang semakin ketat, sebagaimana dijelaskan gambar 1.



**Gambar 1.** Perkembangan Industri Batik Tahun 2011-2015.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing yang dimiliki, beberapa IKM batik tulis di Provinsi Jawa Timur ini telah memilih strategi yang akan diimplementasikan (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, 2011), yaitu; Kompetensi Inti Daerah (KID), Industri Kreatif (IK), dan OVOP, sebagaimana yang tertera pada tabel 1..

**Tabel 1.** Strategi Peningkatan Daya Saing Beberapa Kabupaten di Jawa Timur.

No.	Kabupaten/ Kota	Strategi Daya Saing	Keterangan
1.	Bangkalan	KID	Batik
2.	Banyuwangi	KID	Batik Gajah Oling
3.	Magetan	IK	Batik
4.	Pacitan	IK	Batik
5.	Pamekasan	IK	Batik Tulis
6.	Sidoarjo	OVOP	Batik Tulis
7.	Sumenep	KID	Batik Tulis
8.	Trenggalek	IK	Batik Tulis

9. Tuban	OVOP	Batik
10. Mojokerto	OVOP	Batik Tulis

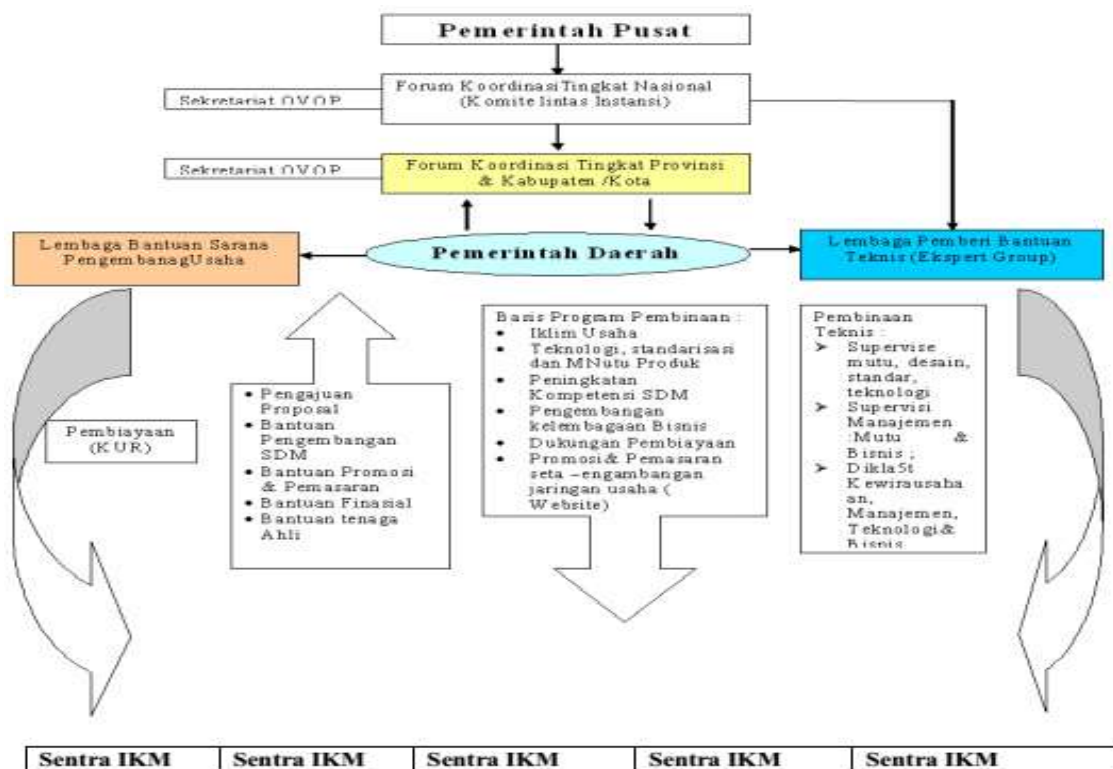
OVOP merupakan suatu konsep penyelesaian masalah kesenjangan sosial dan ekonomi antara desa dan kota dengan mengembangkan potensi daerah untuk menghasilkan produk agar dapat bersaing di pasar global dengan prioritas pada nilai tambah lokal dan memotivasi kemandirian. Konsep yang dikenalkan oleh seorang Gubernur Prefektur Oita di Timur Laut Kyushu Jepang bernama Morihiko Hiramatsu di tahun 1979 ini telah berhasil mengurangi kemiskinan di wilayahnya (Guidelines, 2014), sehingga kemudian diadopsi oleh beberapa negara Asia dengan nama yang berbeda, antara lain; Thailand (*One Tambon One Product* atau *OTOP*), Taiwan dan Filipina (*One Town One Product*), Malaysia (*Satu Distrik Satu Industri*), serta Kamboja dan Indonesia (*OVOP*) (Triharini, 2014). Adapun penelitian terkait implementasi OVOP di berbagai negara dijelaskan pada tabel 2..

**Tabel 2.** Implementasi OVOP di Berbagai Negara.

No.	Negara	Judul Penelitian	Tahun
1.	Africa	<i>Challenge for the OVOP Movement in Sub-Saharan Africa</i> (Kurokawa, Tembo, & Velde, 2010)	2010
2.	Thailand	<i>OVOP- Rural Development Strategy in Asia: The Case of One Tambon One Product (OTOP) in Thailand</i> (Natsuda, Igusa, Wiboonpongse, & Thoburn, 2012)	2012
3.	Thailand	<i>Sustainable Local Development on Grassroots Economy through the OVOP / OTOP Approach in Thailand Background of OTOP in Thailand</i> (Claymone, 2012)	2012
4.	Thailand	<i>OVOP Concept and Community Security in Thailand: Consistency and Limitation</i> (Jaiborisudhi, 2012)	2012
5.	Japan	<i>Locality and Dynamics in OVOP Promotion : Oita's Experience for Regional Development in Developing Countries Kazuhisa</i> (Kazuhisa, 2012)	2012
6.	Thailand	<i>Differences between OTOP Movement and Non-OTOP Movement OTOP Movement in Thailand</i> (Tanwattana, 2012)	2012
7.	Japan & Thailand	<i>A Comparative Analysis of the OVOP/OTOP Administration in Japan and Thailand</i> (Son, 2012)	2012
8.	Thailand	<i>The Role of Folk Wisdom Oriented OTOP in Creating Human Value and Dignity of Disabilities in Thailand</i> (Kaewkumkong, 2012)	2012
9.	Thailand	The Continuity between the Thaksin Government's and the Yingluck Government's Foreign Policies on One Tambon One Product (OTOP) (Korkietpitak, 2012)	2012

No.	Negara	Judul Penelitian	Tahun
10.	Japan & Thailand	<i>Similarity and Difference of OVOP for Rural Development Strategy in Japan and Thailand</i> (Denpaiboon & Amatasawatdee, 2012)	2012
11.	Thailand	<i>The Background to Understanding OTOP in Thailand</i> (Tanwattana & Korkietpitak, 2012)	2012
12.	African	<i>Effectiveness of Third Country Training through Utilizing Thai OTOP Model for African OVOP Expansion of African OVOP with OVOP/OTOP model Common challenges of African OVOP</i> (Aizono, 2012)	2012
13.	Japan	<i>OVOP as an Approach of Local Branding Mechanism with Complementary Model of Onpaku</i> (Uchikawa, 2012)	2012
14.	Japan	<i>OVOP as Small Enterprise Development and Supporting Roles of Government</i> (Takafumi, 2012)	2012
15.	Japan	<i>Understanding the OVOP Movement in Japan</i> (Hiroshi, 2012)	2012
16.	Indonesia	<i>The OVOP Approach to Improve SMEs Business Performance: Indonesia's Experience</i> (Santoso & Fauzi, 2013)	2013
17.	Filipina	<i>Economic Promotion Through OTOP</i> (Parilla, 2013)	2013
18.	Japan	<i>A Study of OVOP and Workforce Development: Lessons for Engaging Rural Communities around the World</i> (Schumann, 2016)	2016
19.	Japan	<i>Reconsidering Community Sustainability in Rural Japan: Women and Young Population as an Inside Power</i> (Ozsen, 2017)	2017

Implementasi konsep OVOP di Indonesia ini berdasarkan pada Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2007 tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil dan Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dan Peraturan Menteri Perindustrian No. 78/M-IND/PER/9/2007 tentang Peningkatan Efektivitas Pengembangan Industri Kecil dan Menengah melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (OVOP) dengan fokus implementasi pada kemakmuran ekonomi (*Gross National Product*) dan kepuasan batin masyarakat setempat (*Gross National Satisfaction*), sesuai dengan kriteria seleksi Direktorat Jendral (Dirjen) IKM 2012, sebagaimana dijelaskan gambar 2 tentang segala hal terkait dengan program OVOP:



Gambar 2. Kerangka Implementasi OVOP.

Adapun batasan dan parameter program OVOP, dijelaskan pada tabel 3. berikut ini.

Tabel 3. Batasan dan Parameter Program OVOP.

No.	Batasan dan Parameter	
	Parameter Umum	Parameter Khusus
1.	Tujuan	Sesuai pengajuan pemohon
2.	Inisiator OVOP	
	Pemerintah	<i>Top - down, Bottom - up</i>
	Masyarakat	
	Lembaga Swadaya Masyarakat	
3.	Pihak yang terlibat selain inisiator dan masyarakat	Pemerintah Sektor swasta Universitas Institusi lainnya
4.	Sumber Pendanaan	Pemerintah Masyarakat Lembaga Swadaya Masyarakat atau Lembaga Pembinaan Sosial Masyarakat Lain - lain
5.	Tahap-tahap pelaksanaan	Sesuai kerangka implementasi OVOP
6.	Bentuk partisipasi dalam menentukan produk	Pemerintah Tim Ahli (Konsultan / <i>Japan External Trade Organization (JETRO)</i> Masyarakat (Frum/Diskusi/Ketua/dll)
7.	Desain	

No.	Batasan dan Parameter	
	Parameter Umum	Parameter Khusus
	Ide Desain	Pemerintah, Desainer
	Ciri-ciri Desain	Lokal, Trend
	Asal bahan/material	Lokal, Luar daerah
	Teknik Produksi	Tradisional, <i>Modern</i> , Campuran
	Produk Akhir	
	Desainer	Latar belakang keilmuan Pengalaman mendesain
8.	Bentuk Pendampingan	Pelatihan, <i>Workshop</i> , Seminar, dll
9.	Jalur Pemasaran (Promosi)	Nasional, Internasional
10.	Kriteria Produk	Internet/Majalah/Pameran/lain – lain Unik, khas budaya, dan kearifan lokal Berkualitas ekspor Produksi berkelanjutan
11.	Produsen	Legalitas usaha Pengajuan permohonan sebagai produsen produk OVOP
12.	Lingkup dan Jenis Produk; Diajukan pemilik dan sesuai cakupan jenis produk IKM	
	▪ Makanan	beras, buah-buahan kering, rosela, biji-bijian, manisan, selai pisang, pisang kering, madu, gurami goreng, ikan kering, bakso ikan, telur, berbagai jenis keripik, dll
	▪ Minuman	kopi, teh, susu, jus buah-buahan, air mineral, dan anggur ( <i>wine</i> ).
	▪ Tekstil, Bahan Kain dan Pakaian	aneka jenis kain sutra dan batik,
	▪ Hiasan ( <i>ornaments</i> )	bingkai foto, keranjang bumbu, tas tangan dari bahan lokal: rami, pandan, dsb nya
	▪ Kerajinan tangan dan souvenirs	bunga tiruan ( <i>artificial flowers</i> ), kertas dari serat nanas, tas tangan dari daun palma, aneka macam hiasan berukir dari bahan seng/kaleng, tembaga, dan metal lainnya.
	▪ Tanaman obat/rempah	berbagai produk perawatan wajah dan tubuh termasuk bedak, sampo, minyak aromaterapi, dsb.
13.	Jumlah Produk	< 2 jenis produk (untuk produk tunggal) < 2 set produk (untuk set produk)

Setelah diperoleh nilai (skor) produk OVOP berdasarkan kriteria seleksi dari Dirjen IKM, kemudian ditetapkan peringkat dan klasifikasinya sebagaimana tertera pada tabel 4. sebagai berikut.

**Tabel 4.** Penetapan Peringkat, Klasifikasi, dan Skor Produk OVOP.

Klasifikasi	Skor	Penilaian
Bintang 5 (*****)	91 – 100	berkualitas sangat baik dan pasar ekspor.
Bintang 4 (****)	81 – 90	berkualitas baik, pasar nasional/dalam negeri. Untuk pasar ekspor dengan beberapa perbaikan.
Bintang 3 (***)	71 – 80	berkualitas cukup baik, dengan beberapa perbaikan dapat mencapai bintang 4 untuk pasar nasional/dalam negeri.
Bintang 2 (**)	61 – 70	masih perlu bimbingan dasar, namun berpeluang meningkat sebagai bintang 3 dengan berbagai perbaikan.
Bintang 1 (*)	50 – 60	produk masih banyak kelemahan dan sulit dikembangkan untuk mencapai bintang 2 dalam waktu dekat.

Pencanangan konsep OVOP sebagai suatu program industri unggulan daerah dilakukan juga oleh Gubernur Jawa Timur tahun 2008 (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur, 2011) yang kemudian ditetapkan oleh Kabupaten Sidoarjo sebagai strategi peningkatan daya saing batik tulis yang merupakan salah satu produk unggulan daerah dengan perbedaan ciri khas dan karakteristik yang tersebar pada 5 sentra di beberapa kecamatan, yaitu 1). Batik tulis Sekardangan dan 2) Jetis di Kecamatan Sidoarjo, 3). Batik tulis Kenongo di Kecamatan Tulangan, 4). Batik tulis Kedungcangkring di Kecamatan Jabon serta Batik China Peranakan (Yusak & Adi, 2011); (I K Tjahjani, Hatta, & Wahyudi, 2017).

Sekardangan merupakan nama sebuah desa di Kecamatan Sidoarjo yang memiliki sentra batik tulis yang dikenal sebagai batik kelas atas dengan dominasi motif flora dan fauna khas Sidoarjo yang rumit, ornamen berbintik, dan komposisi warna mencolok (merah, hijau, kuning, dan hitam), dengan motif andalan bernama Mahkota yang telah dipatenkan sebagai motif khas Sidoarjo (Tjahjani, Baharuddin, & Yulawati, 2019), seperti ditampilkan pada gambar 3. berikut ini.

**Gambar 3.** Beberapa Motif Batik Tulis Sekardangan.

Seiring perjalanan waktu, dalam perkembangannya pengrajin batik tulis Sekardangan harus bersaing ketat dengan batik tulis lain pada kecamatan yang sama yaitu batik tulis Jetis yang lebih diperhatikan Pemerintah Kabupaten dengan didirikannya “Kampoeng Batik Jetis” tahun

2008 oleh Bupati Sidoarjo, Win Hendrarso (Setiawan, 2011). Hal ini dikarenakan faktor jumlah pengrajin tidak sebanyak di Jetis dan lokasinya yang agak sulit dijangkau, meskipun batik tulis Sekardangan lebih dulu dikenal masyarakat.

Kurang berminatnya generasi muda pada profesi membatik serta adanya anggapan kurang terjaminnya perekonomian, menyebabkan lambatnya regenerasi pengrajin sehingga nyaris tidak ada lagi peninggalan rumah batik dengan kesibukan pekerjaannya yang sebagian besar para ibu. Sehingga, hanya ada 2 orang pengrajin saja di Desa Sekardangan yang masih harus berjuang keras mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing yang dimiliki, Hal inilah yang menginspirasi kami untuk memilih batik tulis Sekardangan sebagai mitra PPPUD sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kabupaten Sidoarjo tahun 2016 – 2021 yaitu Program Produk Unggulan Ekonomi Daerah (Tjahjani, Hatta, Kunhadi, & Purwanto, 2019), dengan berbagai solusi yang ditawarkan sebagaimana yang diuraikan pada tahapan dalam metode pelaksanaan selama 3 tahun. Program Pengembangan Produk Unggulan Daerah ini merupakan kegiatan lanjutan dari program kemitraan masyarakat yang telah dilaksanakan tahun 2019.

## **B. METODE PELAKSANAAN**

Program PPPUD ini memuat berbagai kegiatan, yaitu: 1) Observasi dan wawancara; 2) Identifikasi masalah, 3) Pengambilan data: FGD dengan para ahli di bidangnya; 4) Mendesain ulang (inovasi) beberapa peralatan membatik, 5) Membuat modul pelatihan, 6) Melaksanakan pelatihan; 7) Pembuatan laporan hasil pelatihan; 8) Pendampingan; 9) Publikasi media massa online; 10) Upload kegiatan ke youtube; 11) Pembuatan laporan kemajuan; 12) Pembuatan laporan akhir; 13) Pembuatan laporan keuangan; 14) Pembuatan artikel jurnal nasional ber ISSN; 15) Pembuatan HKI; 16) Pembuatan buku referensi, dengan 8 tujuan yang ingin dicapai, meliputi:

- a. peningkatan hasil produksi setiap hari;
- b. memiliki merek dagang resmi dari Disperindag;
- c. peningkatan kompetensi SDM dalam bidang produksi dan manajemen;
- d. dapat teridentifikasinya lebih banyak motif khas Sekardangan;
- e. dapat lebih dikenalnya batik tulis Sekardangan di masyarakat;
- f. terjadinya peningkatan daya saing pengrajin batik tulis Sekardangan;
- g. untuk mempertahankan eksistensi batik tulis Sekardangan agar lestari;
- h. untuk mendukung program *OVOP* yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kabupaten Sidoarjo.

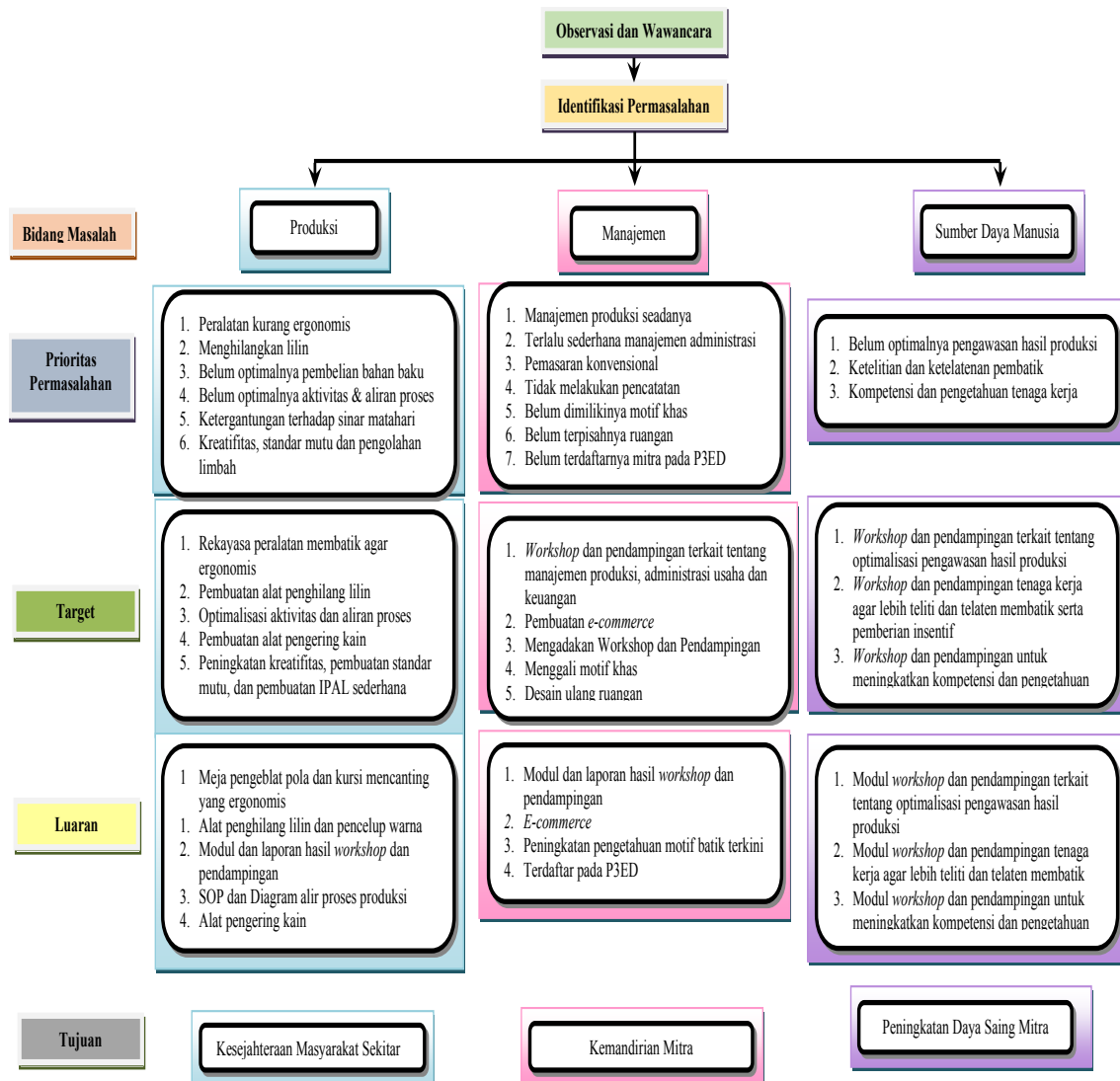


Di dalam program PPPUD ini metode pelaksanaan yang akan dilakukan terbagi atas 3 tahun, sebagaimana penjelasan pada gambar 4, yang akan kami uraikan sebagai berikut.

1. **Tahun 1 (Satu)**, terdiri atas 16 kegiatan, yaitu: observasi dan wawancara; 2) identifikasi masalah; 3) pengambilan data: FGD dengan para ahli di bidangnya; 4) mendesain dan membuat meja pengeblat pola, kursi untuk mencanting, dan alat penghilang atau pelorot lilin; 5) pembuatan modul pelatihan; 6) pelaksanaan pelatihan tentang perencanaan dan pengendalian produksi batik tulis dan manajemen administrasi, optimalisasi pengawasan hasil produksi, dan pengawasan tenaga kerja agar lebih teliti dan telaten dalam membatik; 7) pembuatan laporan hasil pelatihan; 8) pendampingan; 9) publikasi media massa online; 10) *upload* kegiatan ke youtube; 11) pembuatan laporan kemajuan; 12) Pembuatan laporan akhir; 13) pembuatan laporan keuangan; 14) pembuatan artikel jurnal nasional ber ISSN; 15) pembuatan HKI; 16) pembuatan buku referensi.
2. **Tahun 2 (Dua)** meliputi 18 tahap kegiatan: 1) observasi dan wawancara; 2) identifikasi masalah; 3) pengambilan data: FGD dengan para ahli di bidangnya; 4) membuat aplikasi media pemasaran on-line (*ecommerce*); 5) pembuatan modul pelatihan; 6) pelaksanaan pelatihan dan pendampingan tentang optimalisasi persediaan dan pembelian bahan baku, Tata letak aliran proses produksi dari bahan baku hingga hingga barang jadi agar optimal; 7) mendesain alat pengering kain; 8) mendaftarkan Mitra pada P3ED (Pusat Pelatihan dan Promosi Ekspor Daerah), Pemasaran; 9) pembuatan laporan hasil pelatihan; 10) pendampingan; 11) publikasi media massa *online*; 12) *upload* kegiatan ke youtube; 13) pembuatan laporan kemajuan; 14) pembuatan laporan akhir; 15) pembuatan laporan keuangan; 16) pembuatan artikel jurnal nasional ber ISSN; 17) pembuatan HKI; 18) pembuatan buku referensi.
3. **Tahun 3 (Tiga)** terdiri atas 19 kegiatan, yaitu: 1) observasi dan wawancara; 2) identifikasi masalah; 3) pengambilan data: FGD dengan para ahli di bidangnya; 4) pembuatan modul; 5) pelaksanaan pelatihan peningkatan kreativitas pembuatan desain pola, Menentukan standar kualitas dan pengecekan barang jadi, Menggali motif khas/corak khusus yang pernah diproduksi.; 6) pembuatan katalog produk; 7) mendesain ulang tata letak ruang administrasi, ruang produksi, dan ruang penyimpanan; 8) mendaftarkan/mengikutkan tenaga kerja dalam pelatihan yang berhubungan dengan membatik; 9) memperkenalkan pentingnya

HKI bagi UKM dan mendaftarkan produknya; 10) pembuatan laporan hasil pelatihan; 11) pendampingan; 12) publikasi media massa *online*; 13) *upload* kegiatan ke youtube; 14) pembuatan laporan kemajuan; 15) pembuatan laporan akhir; 16) pembuatan laporan keuangan; 17) pembuatan artikel jurnal nasional ber ISSN; 18) pembuatan HKI; 19) pembuatan buku referensi.

Dari uraian di atas, dapat kami rangkum dalam gambar 4. sebagai berikut.



Gambar 4. Metode Pelaksanaan Program PPPUD.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 1. Obyek PPPUD

PPPUD yang dilakukan di Desa Sekardangan Kecamatan Sidoarjo ini merupakan kelanjutan dari PKM sebelumnya (Tjahjani, Evi, et al., 2019) menggunakan beberapa metode pelatihan/workshop dan pendampingan yang rencananya dihadiri oleh ± 40 orang dari berbagai jenis bidang jasa seperti pengrajin, pembatik, dosen, mahasiswa, dan aparatur desa, dengan fokus pada peningkatan kemampuan dalam

bidang produksi, manajemen, dan sumber daya manusia. Adapun perbedaan antara PKM dengan PPPUD, akan kami jelaskan pada tabel 5. berikut ini.

**Tabel 5.** Perbedaan Kegiatan PKM dan PPPUD.

No.	Uraian	PKM	PPPUD
1.	Judul Proposal	PKM Strategi Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis Sekardangan di Desa Sekardangan Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur	PPPUD Strategi Peningkatan Daya Saing Batik Tulis Sekardangan Dalam Mendukung <i>One Village One Product (OVOP)</i> di Kabupaten Sidoarjo - Jawa Timur
2.	Sponsor	DRPM	DRPM
3.	Mitra	Ibu Sugiyati	Ibu Sugiyati
4.	Tahun dan Pelaksanaan	2019, 8 (delapan) bulan	2020 sd. 2022, 3 tahun
5.	Bidang Fokus Kegiatan	Produksi dan Manajemen	Produksi, Manajemen, dan Sumber Daya Manusia
6.	Metode Pelaksanaan	Inovasi peralatan membatik, lomba membatik, sosialisasi dan pendampingan pada mitra	Inovasi peralatan membatik, sosialisasi dan pendampingan pada mitra
7.	Inovasi alat	Meja dan kursi pengeblat pola	Meja dan kursi pengeblat pola, alat pelorod lilin, dan alat pengering kain
8.	Peserta	Pengrajin, Pembatik, Dosen, Mahasiswa, dan Aparatur Desa	Pengrajin, Pembatik, Dosen, Mahasiswa, dan Aparatur Desa
9.	Jumlah	50 orang	40 orang
10.	Judul Publikasi	Strategi Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis dan Peningkatan Daya Saing Pengrajin di Desa Sekardangan Sidoarjo	Peningkatan Daya Saing IKM Batik Tulis Pendukung Implementasi <i>One Village One Product (OVOP)</i>
11.	Nama Jurnal	JPP IPTEK, Mei 2019, Vol. 3, No. 1	Review JCES, Juli 2020, Vol. 3, No. 2
12.	HaKI	<i>Booklet</i> : Kumpulan Motif Hasil Lomba di Sekardangan Sidoarjo	Desain industri alat pelorod lilin, pengering kain, dan hak cipta

## 2. Workshop dan Pendampingan

Pada PPPUD ini metode yang akan dilakukan adalah pelatihan/*workshop* dan pendampingan, tentang berbagai hal sebagai solusi dari permasalahan yang dihadapi, yaitu:

- a. perencanaan dan pengendalian produksi batik tulis;
- b. manajemen administrasi usaha;
- c. optimalisasi pengawasan hasil produksi;
- d. pengawasan tenaga kerja agar lebih teliti dan telaten membuat;
- e. optimalisasi persediaan dan pembelian bahan baku;
- f. pencatatan biaya produksi maupun hasil penjualan;
- g. pemasaran hasil produksi.

### 3. Tujuan Kegiatan PPPUD

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, bahwa kegiatan PPPUD ini merupakan kelanjutan dari PKM tahun sebelumnya (2019) dengan kesamaan tujuan khusus dari tiap bidang yang menjadi prioritas permasalahan yang akan diselesaikan pada mitra selama 3 tahun ke depan (2020 sampai dengan 2022) yaitu 1). Kesejahteraan masyarakat sekitar, 2). Kemandirian mitra, dan 3). Peningkatan daya saing mitra, serta 8 tujuan umum yang telah diuraikan pada metode pelaksanaan. Hal ini kami lakukan, karena masih ada beberapa masalah yang belum dapat terselesaikan dalam PKM tersebut.

## D. TEMUAN ATAU DISKUSI

Berdasarkan hasil identifikasi, berikut ini hasil temuan Tim Pelaksana PPPUD terhadap mitra berupa penilaian berdasarkan kriteria seleksi produk OVOP Dirjen IKM hingga penetapan peringkat dan klasifikasinya, sebagaimana dijelaskan pada tabel 6:

**Tabel 6.** Hasil Penilaian Kriteria Seleksi Produk OVOP Pada Mitra.

INDIKATOR PENILAIAN	SKOR	
	DIKM	REAL
<b>A. ASPEK PRODUKSI, PENGEMBANGAN PRODUK DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT</b>	<b>41</b>	<b>32</b>
<b>Isu ke 1: Aspek Produksi</b>	<b>13</b>	<b>10</b>
<b>A.1.1 Sumber Bahan Baku Utama</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
a Bahan baku utama : kain impor	1	
b Bahan baku utama : kain dalam negeri	2	
c Bahan baku utama : kain lokal (kabupaten/kota)	4	4
<b>A.1.2 Kapasitas Produksi (3 tahun terakhir)</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
a Tidak ada peningkatan kapasitas produksi	1	
b Peningkatan kapasitas produksi kurang dari 50%	2	2
c Peningkatan kapasitas produksi 50% atau lebih	3	
<b>A.1.3 Nilai Tambah Produksi (3 tahun terakhir)</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
a Nilai tambah produksi kurang dari 40%	1	
b Nilai tambah produksi 40% - 80%	2	2
c Nilai tambah produksi lebih dari 80%	3	
<b>A.1.4 Pengendalian Lingkungan</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
a Produksi tidak memperhatikan dampak lingkungan	1	
b Produksi berdampak terhadap lingkungan, ada pengendalian	2	2

c	Produksi tidak berdampak terhadap lingkungan	3	
<b>Isu ke 2: Aspek Pengembangan Produk</b>		<b>16</b>	<b>12</b>
<b>A.2.1</b>	<b>Pengembangan Model/Desain Produk 1 tahun terakhir</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
a	Dikembangkan dari produk produsen lain	1	
b	Dikembangkan dari konsep kelompok	2	
c	Dikembangkan berdasarkan peluang pasar	3	3
<b>A.2.2</b>	<b>Inovasi dan Kreativitas Produk</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
a	Tidak ada inovasi dan kreativitas	1	
b	Ada inovasi dan kreativitas	2	
c	Ada inovasi, kreativitas, dan diversifikasi	3	3
<b>A.2.3</b>	<b>Proses Pembuatan Motif</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
a	Cap	1	
b	Kombinasi (cap dan tulis)	2	2
c	Tulis	3	
<b>A.2.4</b>	<b>Penggunaan Zat Pewarna Kain</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
a	Zat pewarna sintetis	1	1
b	Kombinasi zat pewarna sintetis dan alam	2	
c	Zat pewarna alam dan bahan pembantu kimia sintetis	3	
d	Zat pewarna alam murni tanpa bahan pembantu kimia sintetis	4	
<b>A.2.5</b>	<b>Kemasan</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
a	Tidak menggunakan kemasan	1	
b	Menggunakan kemasan, tapi tidak berlabel	2	
c	Menggunakan kemasan dan berlabel	3	3
<b>Isu ke 3: Aspek Pengembangan Masyarakat</b>		<b>12</b>	<b>10</b>
<b>A.3.1</b>	<b>Keberadaan Perusahaan di Sentra</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
a	Kurang dari 3 tahun	1	
b	3 - 5 tahun	2	
c	5 tahun atau lebih	3	3
<b>A.3.2</b>	<b>Keberadaan Perusahaan dalam Kelompok</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
a	Tidak menjadi anggota kelompok	1	
b	Sebagai anggota kelompok	2	2
c	Sebagai pengurus	3	
<b>A.3.3</b>	<b>Partisipasi Perusahaan dalam Masyarakat</b>	<b>3</b>	<b>3</b>
3.3.1	Tenaga kerja sebagian dari masyarakat setempat		
3.3.2	Memberikan sebagian keuntungan untuk masyarakat setempat		
3.3.3	Mendengarkan/menerima masukan dari masyarakat		
a.	Berpartisipasi 1 faktor	1	
b.	Berpartisipasi 1 faktor	2	
c.	Berpartisipasi 1 faktor	3	3
<b>A.3.4</b>	<b>Pembukuan</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
a	Tidak ada pembukuan	1	
b	Pembukuan sederhana	2	2
c	Pembukuan mengikuti sistem akuntansi	3	
<b>Total Nilai Bagian A =</b>		<b>41</b>	<b>32</b>

<b>B. ASPEK PEMASARAN DAN RIWAYAT PRODUK</b>		<b>18</b>	<b>14</b>
<b>Isu ke 1: Aspek Pemasaran</b>		<b>12</b>	<b>8</b>
<b>B.1.1 Tujuan Pasar</b>		<b>3</b>	<b>2</b>
a	Pasar lokal	1	
b	Pasar lokal dan nasional	2	2
c	Pasar lokal, nasional, dan internasional	3	
<b>B.1.2 Peningkatan Omzet Penjualan (dibanding tahun lalu)</b>		<b>3</b>	<b>2</b>
a	Kenaikan tidak lebih dari 25%	1	
b	Kenaikan 25 - 50%	2	2
c	Kenaikan 51% atau lebih	3	
<b>B.1.3 Pelanggan</b>		<b>3</b>	<b>2</b>
a	Mempunyai pelanggan tidak tetap	1	
b	Mempunyai pelanggan tetap, pembelian tidak tetap	2	2
c	Mempunyai pelanggan tetap dan baru, pembelian meningkat	3	
<b>B.1.4 Upaya Peningkatan Pemasaran</b>		<b>3</b>	<b>2</b>
a	Tidak ada promosi	1	
b	Ada promosi, hanya sewaktu-waktu	2	2
c	Ada promosi secara tetap	3	
<b>Isu ke 2: Aspek Riwayat Produk</b>		<b>6</b>	<b>6</b>
<b>B.2.1 Riwayat Produk</b>		<b>3</b>	<b>3</b>
a	Memiliki riwayat produk, tetapi tidak terdokumentasi	1	
b	Memiliki riwayat produk dan terdokumentasi	2	
c	Memiliki riwayat produk, terdokumentasi, dan dipublikasikan	3	3
<b>B.2.2 Kearifan Lokal</b>		<b>3</b>	<b>3</b>
a	Teknik produksi dan motif tidak asli dari daerah bersangkutan	0	
b	Teknik produksi dari daerah bersangkutan, motif dari daerah lain	2	
c	Teknik produksi dari daerah lain, motif dikembangkan dari daerah yang bersangkutan	2	
d	Teknik produksi dan motif yang dikembangkan asli daerah yang bersangkutan	3	3
<b>Total Nilai Bagian B =</b>		<b>18</b>	<b>14</b>
<b>C. ASPEK JENIS PRODUK, KUALITAS, dan PELUANG PASAR</b>		<b>41</b>	<b>37</b>
<b>Isu ke 1: Aspek Jenis Produk</b>		<b>12</b>	<b>10</b>
<b>C.1.1 Karakteristik Kearifan Lokal dan Fungsi Guna dari Produk</b>		<b>6</b>	<b>6</b>
a	Produk merupakan hasil kearifan lokal	3	
b	Produk memiliki fungsi guna yang tinggi	3	
c	Produk merupakan hasil kearifan lokal memiliki fungsi guna yang tinggi	6	6
<b>C.1.2 Kreativitas Penciptaan Produk Baru Sesuai dengan Selera Pasar</b>		<b>3</b>	<b>2</b>

a	Jumlah motif/desain yang diproduksi < 5 motif/th	1	
b	Jumlah motif/desain yang diproduksi 5 - 10 motif/th	2	2
c	Jumlah motif/desain yang diproduksi > 10 motif/th	3	
<b>C.1.3</b>	<b>Standar yang diterapkan</b>	<b>3</b>	<b>2</b>
a	Belum menerapkan standar	0	
b	Menerapkan standar perusahaan	1	
c	Menerapkan SNI tetapi belum menerapkan Batikmark	2	2
d	Menerapkan Batikmark	3	
<b>Isu ke 2: Aspek Kualitas</b>		<b>24</b>	<b>24</b>
<b>C.2.1</b>	<b>Aspek Kualitas Produk</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
a	Warna tidak luntur	5	5
b	Struktur dan motif konsisten tanpa cacat dan noda	3	3
c	Pingir rapi dan rata	2	2
<b>C.2.2</b>	<b>Aspek Kualitas Motif Produk</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
a	Tampilan motif serasi secara keseluruhan	4	4
b	Goresan canting atau cap batik halus dan rapi	6	6
c	Goresan canting pada dua sisi kain (diterusi)	4	4
<b>Isu ke 3: Aspek Peluang Pasar ditinjau dari Kualitas Produk</b>		<b>5</b>	<b>3</b>
a	Untuk pasar lokal (kecamatan, kabupaten)	1	
b	Untuk pasar nasional (provinsi, antar provinsi)	3	3
c	Untuk pasar ekspor	5	
<b>Total Nilai Bagian C =</b>		<b>41</b>	<b>37</b>
<b>Hasil Pertimbangan Total Nilai ( A + B + C ) =</b>		<b>100</b>	<b>83</b>

Produk OVOP di Desa Sekardangan ini memiliki skor 83 sehingga produk termasuk dalam klasifikasi bintang 4 (\*\*\*\*) yang berarti bahwa produk berkualitas baik, dengan pasar nasional/dalam negeri sehingga masih diperlukan beberapa perbaikan untuk pasar ekspornya, meliputi.

1. Aspek Produksi, Pengembangan Produk, dan Pengembangan Masyarakat.
  - a) Isu ke 1 : Aspek Produksi
    - A.1.2 Kapasitas Produksi
    - A.1.3 Nilai Tambah Produksi
    - A.1.4 Pengendalian Lingkungan
  - b) Isu ke 2 : Aspek Pengembangan Produk
    - A.2.3 Proses Pembuatan Motif
    - A.2.4 Penggunaan Zat Pewarna Kain
  - c) Isu ke 3 : Aspek Pengembangan Masyarakat
    - A.3.2 Keberadaan Perusahaan dalam Kelompok
    - A.3.4 Pembukuan
2. Aspek Pemasaran dan Riwayat Produk
  - a) Isu ke 1 : Aspek Pemasaran
    - B.1.1 Tujuan Pasar
    - B.1.2 Peningkatan Omzet Penjualan
    - B.1.3. Pelanggan
    - B.1.4 Upaya Peningkatan Pemasaran

### 3. Aspek Jenis Produk, Kualitas, dan Peluang Pasar

#### a) Isu ke 1 : Aspek Jenis Produk

C.1.2 Kreativitas Penciptaan Produk Baru Sesuai Selera

C.1.3 Standar yang diterapkan

#### b) Isu ke 3 : Aspek Peluang Pasar ditinjau dari Kualitas Produk.

## E. SIMPULAN DAN SARAN

PPPUD ini merupakan kegiatan bersama antara para pelaku di IKM Batik Tulis Desa Sekardangan Kecamatan Sidoarjo dengan tim pelaksana, akademisi dan para aparatur desa, dengan prioritas permasalahan dikelompokkan menjadi 3 bidang utama, meliputi; bidang produksi, bidang manajemen, dan bidang sumber daya manusia yang akan diselesaikan dalam jangka waktu 3 (tiga) tahun sesuai dengan solusi dan luaran yang ditawarkan. Dari hasil identifikasi, skor produk OVOP yang dimiliki mitra adalah 83 sehingga masih diperlukan perbaikan pada beberapa indikator penilaian sebagaimana yang dijelaskan pada temuan (hasil diskusi), yaitu: (A). Aspek Produksi, Pengembangan Produk dan Pengembangan Masyarakat, (B). Aspek Pemasaran dan Riwayat Produk, (C). Aspek Jenis Produk, Kualitas, dan Peluang Pasar.

Saran dari Tim Pelaksana bagi IKM Batik Tulis Desa Sekardangan adalah meskipun produk OVOP telah masuk dalam klasifikasi bintang 4 (\*\*\*\*), namun masih perlu perbaikan agar dapat naik peringkat ke bintang 5 (\*\*\*\*\*) sehingga bisa memasuki pasar ekspor, dengan fokus perbaikan pada indikator yang memiliki skor di bawah ketentuan yang disyaratkan oleh Dirjen IKM untuk kategori batik.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih tim penulis ucapkan kepada: 1) Ristekdikti, melalui Hibah PPPUD, 2). Pimpinan dan Para Dosen di Universitas 45 Surabaya dan Universitas WR Supratman Surabaya, 3). Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas 45 Surabaya dan Universitas WR Supratman Surabaya, 4). Para aparatur Desa Sekardangan, 5). Bapak Dias Satria, SE.,M.App.EC.Ph.D, selaku Ko Promotor, 6). Para mahasiswa Fakultas Teknik Program Studi Teknik Industri Universitas 45 Surabaya, serta 7). Ibu Sugiyati sebagai pengrajin batik tulis Sekardangan dan para karyawan yang berpartisipasi pada kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aizono, K. (2012). Effectiveness of Third Country Training through Utilizing Thai OTOP Model for African OVOP Expansion of African OVOP with OVOP / OTOP model Common challenges of African OVOP. *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, (Unctad), 165–171.
- Claymone, Y. (2012). Sustainable Local Development on Grassroots



- Economy through the OVOP / OTOP Approach in Thailand Background of One Tambon One Product ( OTOP ) in Thailand. *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, 15–23.
- Denpaiboon, C., & Amatasawatdee, K. (2012). Similarity and Difference of One Village One Product (OVOP) for Rural Development Strategy in Japan and Thailand. *Japanese Studies Journal Special Issue*, 29(2), 52–62.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Jawa Timur. (2011). *Pelaksanaan Kebijakan Pembangunan Industri Jawa Timur*.
- Galih, B. (2017). 2 Oktober 2009, UNESCO Akui Batik sebagai Warisan Dunia dari Indonesia. *Kompas.Com*, pp. 2–7.
- Guidelines, O. (2014). *Improvement Rural Living Condition Through One Village One Product (OVOP) Movement*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Hiroshi, M. (2012). Understanding the OVOP Movement in Japan. *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, 191–208.
- Jaiborisudhi, W. (2012). OVOP Concept and Community Security in Thailand: Consistency and Limitation. *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, 25–38.
- Kaewkumkong, A. (2012). The Role of Folk Wisdom Oriented OTOP in Creating Human Value and Dignity of Disabilities in Thailand. *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, 95–109.
- Kazuhisa, M. (2012). Locality and Dynamics in OVOP Promotion. *Significance of the Regional One-Product Policy*, 1–13.
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. (2015). *Laporan Kinerja Kementrian Perindustrian Indonesia Tahun 2014*.
- Korkietpitak, W. (2012). The Continuity between the Thaksin Government's and the Yingluck Government's Foreign Policies on One Tambon One Product ( OTOP ). *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, 111–123.
- Kurokawa, K., Tembo, F., & Velde, D. W. (2010). Challenge for the OVOP Movement in Sub-Saharan Africa. In *Working Papers* (Vol. 44).
- Natsuda, K., Igusa, K., Wiboonpongse, A., & Thoburn, J. (2012). One Village One Product - Rural Development Strategy in Asia: The Case of OTOP in Thailand. *Canadian Journal of Development Studies*, 33(3), 369–385. <https://doi.org/10.1080/02255189.2012.715082>
- Ozsen, T. (2017). *Reconsidering Community Sustainability in Rural Japan: Women and Young Population as an Inside Power*. (August).
- Parilla, E. S. (2013). Economic Promotion through One-Town One Product. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(7). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v3-i7/75>
- Santoso, S. D., & Fauzi. (2013). The OVOP Approach to Improve SMEs Business Performance: Indonesia's Experience. *GSTF Journal on Business Review*, 2(3), 69–74. <https://doi.org/10.5176/2010-4804>
- Schumann, F. R. (2016). A Study of One Village One Product (OVOP) and Workforce Development: Lessons for Engaging Rural Communities around the World. *Japan Institute for Labour Policy and Training*, (671), 1–23.
- Setiawan, I. (2011). " *Kampoeng Batik Jetis* ". 1–3.

- Son, K. (2012). A Comparative Analysis of the OVOP/OTOP Administration in Japan and Thailand. *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, 75–94.
- Takafumi, U. (2012). OVOP as Small Enterprise Development and Supporting Roles of Government. *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, 179–190.
- Tanwattana, P. (2012). Differences between OTOP Movement and Non-OTOP Movement OTOP Movement in Thailand. *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, (1), 53–74.
- Tanwattana, P., & Korkietpitak, W. (2012). The Background to Understanding One Tambon One Product in Thailand. *Significance Ofthe Regional One-Product Policy*, 137–164.
- Tjahjani, I K, Hatta, M., & Wahyudi, A. (2017). *Peningkatan Kemandirian Pengrajin Batik Tulis Kampoeng Jetis dan Kesejahteraan Masyarakat Sekitar Melalui Program PKM. 2017*, 4–6. Malang.
- Tjahjani, Ida Kusnawati, Baharuddin, F., & Yulawati, E. (2019). Strategi Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis dan Peningkatan Daya Saing Pengrajin di Desa Sekardangan Sidoarjo Psikologi , Universitas 45 Surabaya Teknik Industri , Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya Sidoarjo yang secara administratif berbatasan deng. *Jpp Iptek*, 3(1), 51–60.
- Tjahjani, Ida Kusnawati, Evi, Y., & Baharuddin, F. (2019). *PKM Strategi Mempertahankan Eksistensi Batik Tulis Sekardangan di Desa Sekardangan Kecamatan Sidoarjo Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur*. Sidoarjo.
- Tjahjani, Ida Kusnawati, Hatta, M., Kunhadi, D., & Purwanto. (2019). *PPPUD Strategi Peningkatan Daya Saing Batik Tulis Sekardangan Dalam Mendukung One Village One Product (OVOP) Di Kabupaten Sidoarjo - Jawa Timur*. Sidoarjo.
- Triharini, M., Larasati, D., & Susanto, R. (2014). Pendekatan One Village One Product (OVOP) untuk Mengembangkan Potensi Kerajinan Daerah Studi Kasus: Kerajinan Gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. *ITB Journal of Visual Art and Design*, 6(1), 29–42. <https://doi.org/10.5614/itbj.vad.2014.6.1.4>
- Uchikawa, T. (2012). *OVOP as an Approach of Local Branding Mechanism with Complementary Model of Onpaku*. (Unido 2005), 173–178.
- Yusak, A., & Adi, K. (2011). *Keeksotisan Batik Jawa Timur, Memahami Motif dan Keunikannya*. Elek Media Komputindo.

## DOKUMENTASI KEGIATAN

Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan PKM Sekardangan dan rencana kegiatan PPPUD.



**Gambar 5.** Lokasi IKM Batik Tulis Sekardangan.



**Gambar 6.** Lokasi Galeri Mitra IKM Batik Tulis Sekardangan.



**Gambar 7.** Pelaksanaan Workshop dan Sosialisasi.



**Gambar 8.** Pelaksanaan Workshop dan Sosialisasi.