

ALTERNATIF UPAYA KETAHANAN PELAKU HOME-BASED ENTERPRISES (HBE) BATIK PADA MASA PANDEMI COVID-19 DI KAMPUNG BATIK SEMARANG

Bintara Yudha Mustaidz Billah, Samsul Ma'rif*

Departemen Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro
Jln. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang

Jurnal Riptek

Volume 15 No. 1 (70–79)

Tersedia online di:

<http://ripteck.semarangkota.go.id>

Info Artikel:

Diterima: 30 Mei 2021

Direvisi: 11 Juni 2021

Disetujui: 19 Juni 2021

Tersedia online: 26 Juli 2021

Kata Kunci:

Covid-19, HBE Resilience, Kampung Batik Semarang

Korespondensi penulis:

*samsulmarif1612@lecturer.undip.ac.id

Abstract. *The Covid-19 outbreak has had an impact on the national and international economic sectors. Various problems that arise, one of which is in the Micro, Small, Medium Enterprises (MSME) sector due to a decline in buyer demand, supply constraints, and export orders that can cause businesses to run into a deficit. Whereas MSMEs absorb workers up to 90% on a national scale and the informal sector plays a role in the movement of the national economy up to 60%. Thus, a strategy is needed by business actors in an effort to survive Home-Based Business (HBE)/ home-based MSMEs during the Covid-19 pandemic in Kampung Batik Semarang. The method used in this research is descriptive quantitative analysis with primary and secondary data collection. The Sustainable Livelihood Approach (SLA) approach as an introduction to describe the conditions of batik HBE during the Covid-19 pandemic and to support subsequent analysis to obtain results in the form of alternative efforts to resilience for batik HBE actors during the Covid-19 pandemic using the Analytical Hierarchy Process (AHP) analysis method. In this study, the condition of HBE was explained and with AHP analysis, the highest weight was obtained, namely by carrying out a digital marketing strategy of 24%, which means that it is the main alternative in efforts to maintain batik HBE during the Covid-19 pandemic. Furthermore, the second highest weight is promotion with a weight of 22.4%, followed by product lines at 21.2%, then taking action at 19.1%, and business consolidation is in the last rank at 13.3%. This research can be a recommendation to the Semarang City Government in making policies related to the development of MSMEs.*

Cara mengutip:

Billah, B Y M; Ma'rif, S. 2021. Alternatif Upaya Ketahanan Pelaku Home-Based Enterprises (HBE) Batik pada Masa Pandemi Covid-19 di Kampung Batik Semarang. **Jurnal Riptek**. Vol. 15 (1): 70-79.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam menciptakan lapangan pekerjaan serta sumber pendapatan bagi individu di seluruh dunia, sehingga dapat dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian di seluruh dunia (Shafi, et. al, 2020). Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terdapat jenis usaha yang dilakukan dari kegiatan rumahan yang sering dikenal sebagai *Home Based Enterprises/* UMKM berbasis rumahan. Menurut Strassman dalam Tyas (2015), *Home Based Enterprises* (HBE) adalah bentuk usaha yaitu pemilik rumah memanfaatkan lahan rumahnya sebagai tempat beristirahat serta memanfaatkan keterampilan untuk sumber penghasilan. UMKM memiliki peranan sangat penting dalam perkembangan di Indonesia dikarenakan UMKM ini sangat berperan dalam pergerakan perekonomian nasional hingga mencapai 60% (Putra, 2020). Bukan hanya itu, adanya UMKM ini mampu menyerap tenaga kerja hingga mencapai 90% dalam skala nasional (Putra, 2020). Berdasarkan data dari BPS tahun 2020 dalam Putra (2020), total investasi pada

peran UMKM sendiri mencapai 58,18% dalam skala nasional dan total ekspor dari sektor UMKM mencapai 14,17% dalam menambahkan pendapatan perekonomian nasional.

Di Indonesia, keberadaan sebuah kampung kota bukan karena direncanakan tetapi secara organik memang terus berkembang dan menjadi sebuah sejarah pada suatu kota (Dewi, 2020). Hadirnya kampung kota diawali dengan inisiatif masyarakat sekitar untuk merubah kawasan permukiman yang awalnya kumuh dan rawan akan kriminalitas menjadi sebuah kawasan tematik yang mengandung nilai estetika yang baik dan asri (Dewi, 2020).

Berdasarkan RTRW Kota Semarang Tahun 2011–2031, Kecamatan Semarang Timur merupakan kecamatan dengan arahan dari Kota Semarang sebagai Kawasan Pengembangan Industri Kecil dan Rumah Tangga. Sehingga, pada arahan tersebut kecamatan ini mengembangkan berbagai industri kecil dan usaha rumah tangga seperti sentra batik di Kampung Batik, sentra olahan pangan di Kelurahan

Karangtempel, sentra pembuatan tas di Kelurahan Sarirejo, serta pengrajin tempe di Karangtempel dan Kelurahan Bugangan.

Salah satu kampung tematik yang ada di Kota Semarang ialah Kampung Batik yang menjadi suatu potensi yang ada di Kecamatan Semarang Timur. Klaster kampung batik ini memiliki produk hasil produksi sendiri maupun hasil produk distribusi dari wilayah lain. Produk-produk penjualan yang ditawarkan ialah baju batik, jarik, dan lainnya untuk oleh-oleh dengan pilihan yang beragam baik ada ciri motif Semarangan, Pekalongan, Solo, dan Yogya, atau pun yang lainnya. Selain penjualan batik, di Kampung Batik ini juga menjual berbagai makanan khas daerah serta *merchandise* berupa kerajinan untuk oleh-oleh. Bukan hanya menawarkan produk penjualan batik, makanan, dan *merchandise*. Pada klaster kampung batik ini menawarkan berbagai kegiatan untuk para pengunjung yaitu diberikan kesempatan untuk mencoba membatik serta dapat membeli kerajinan batik yang ada di Kampung Batik ini.

Namun, pada kondisi saat ini baik penjualan mau pun kunjungan wisatawan berkurang dikarenakan penyebaran virus Covid-19 yang masuk sampai Indonesia. Wabah Covid-19 sangat mempengaruhi perekonomian nasional serta global. Khususnya pada Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) karena terdampak pada penurunan permintaan, gangguan rantai pasokan, pembatalan pesanan ekspor yang dapat menyebabkan usaha ini mendapatkan defisit dan tidak mendapatkan keuntungan (Shafi et. al, 2020). Dampak Covid-19 membuat UMKM yang belum mempersiapkan keuangan dan manajerialnya sehingga terdapat kemungkinan untuk pelaku usaha mengalami gulung tikar (Mukhtarova, 2020). Adanya dampak ini pihak pemerintah dan *stakeholder* terkait harus tanggap untuk memberikan baik berupa bantuan pekonomian berupa dana atau pun sosial berupa pelatihan (Fabeil et. al, 2020).

Melihat peristiwa ini keberterahan usaha rumah diperlukan suatu strategi atau tindakan secara manajerial yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Kampung Batik Semarang. Adanya strategi atau pun tindakan yang dilakukan oleh pelaku UMKM ini menjadi suatu penelitian penulis untuk melakukan analisa sehingga dapat mengetahui tindakan apa saja yang dilakukan oleh pelaku UMKM di Kampung Batik Semarang agar tetap terjaga ketahanannya pada saat pandemi Covid-19 seperti ini.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode kuantitatif di mana menggunakan metode pengumpulan data yang bersifat data angka serta analisis yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiono, 2015). Guna mencapai tujuan penelitian, dibutuhkan data-data yang digunakan pada penelitian ini dengan metode pengumpulan data primer melalui observasi, wawancara, dan kuesioner serta data sekunder didapatkan dengan kajian literatur dan telaah dokumen. Dengan tujuan penelitian untuk menganalisis tindakan alternatif yang dilakukan oleh *Home-Based Enterprises* (HBE) dalam upaya ketahanan UMKM batik pada masa pandemi Covid-19 di Kampung Batik Semarang, pemilihan responden pada analisa AHP yaitu responden ahli yang dianggap memahami materi penelitian dalam artian lain yaitu seluruh pelaku usaha rumahan penjualan batik yang masih tetap bertahan akibat dampak pandemi Covid-19 di Kampung Batik Semarang. Penulis melakukan observasi dan mendapatkan data pelaku usaha yang masih tetap bertahan pada saat observasi berlangsung yang dapat dilihat pada Tabel 1.

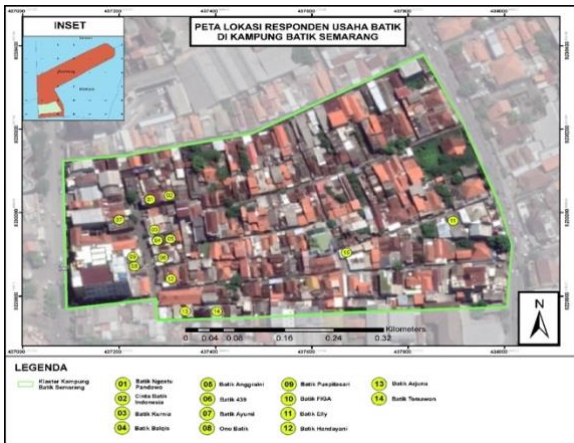
Tabel 1. Responden Penelitian

No.	Nama Usaha	Pemilik
1.	Batik Ngesti Pandowo	Bapak Tri Utomo
2.	Cinta Batik Indonesia	Bapak Eko
3.	Batik Kurnia	Ibu Tumi Welas
4.	Batik Balqis	Bapak Ibrahim
5.	Batik Anggraini	Ibu Ida Purwati
6.	Batik 439	Ibu Anna
7.	Batik Ayumi	Ibu Rochimah
8.	Ono Batik	Bapak Supardan
9.	Batik Puspitasari	Ibu Rita
10.	Batik FIGA	Ibu Afifah
11.	Batik Elly	Ibu Elisabeth A.
12.	Batik Handayani	Ibu Rini
13.	Batik Arjuna	Ibu Monica S.
14.	Batik Temawon	Ibu Oktavia

Sumber: Analisa Penulis, 2021

Jumlah 14 usaha batik ini menjadi responden penelitian untuk selanjutnya dibagikan kuesioner dan dilakukan penelitian. Berdasarkan data tambahan dari Ida, Ketua RW 02 selaku RW di Klaster Kampung Batik Semarang. Usaha batik saat ini terdapat 21 usaha namun belum tahu persis berapa usaha yang masih aktif berapa yang tutup sementara. Sehingga pada kuesioner ini dibagikan kepada 14 responden, namun terdapat susulan pertanyaan dalam penentuan pilihan antar sub faktor, terdapat responden yang menolak untuk memberikan

jawaban dengan itu hanya terdapat 8 responden pada kuesioner susulan.



(Sumber: Analisa Penulis, 2021)

Gambar 1. Peta Lokasi Responden Penelitian

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). *Analytical Hierarchy Process* (AHP) merupakan suatu metode untuk pengambilan keputusan multi kriteria yang diterapkan untuk prioritas alternatif dengan bobot kriteria secara terstruktur (Liu, et al., 2020). Menurut Liu et al., (2020), metode AHP ini dengan menyusun masalah secara sistematis dan menghitung bobot kriteria serta penyusunan proses alternatif dan menghasilkan suatu keputusan. Proses dalam mendapatkan alternatif dengan menggunakan metode AHP menurut Teriyasmur (2014) ialah dengan langkah sebagai berikut:

Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi berdasarkan literatur yang didapatkan.

Perumusan permasalahan yang ada terkait dengan tema yang diteliti. Setelah itu mencari berbagai solusi yang dapat memecahkan masalah tersebut dengan literatur-literatur penelitian terdahulu. Kemudian dilakukan penyusunan struktur hirarki AHP. Setelah struktur hirarki terbuat maka dilakukan perbandingan matriks berpasangan.

Menentukan prioritas indikator atau variabel

- Pembuatan perbandingan pasangan yang ditampilkan pada Gambar 2.
- Matriks perbandingan berpasangan diisi menggunakan bilangan untuk merepresentasikan kepentingan dari satu variabel dengan variabel lainnya.

Sintesis

- Menjumlahkan nilai dari setiap kolom pada matriks.
- Membagi setiap nilai dari kolom dengan total kolom yang bersangkutan untuk memperoleh suatu normalisasi matriks.
- Melakukan penjumlahan terhadap nilai dari setiap baris dan membaginya sesuai dengan jumlah variabel untuk mendapatkan rata-rata.

Mengukur konsistensi.

- Melakukan perkalian setiap nilai pada kolom pertama dengan prioritas relatif variabel pertama, nilai pada kolom kedua dikalikan dengan prioritas relatif variabel kedua, dan seterusnya.
- Menjumlahkan pada setiap baris.
- Hasil dari perhitungan tiap baris dibagi dengan variabel prioritas relatif yang bersangkutan.
- Menjumlahkan hasil bagi diatas dengan banyaknya variabel yang ada, akan mendapatkan hasil yang disebut λ maks.

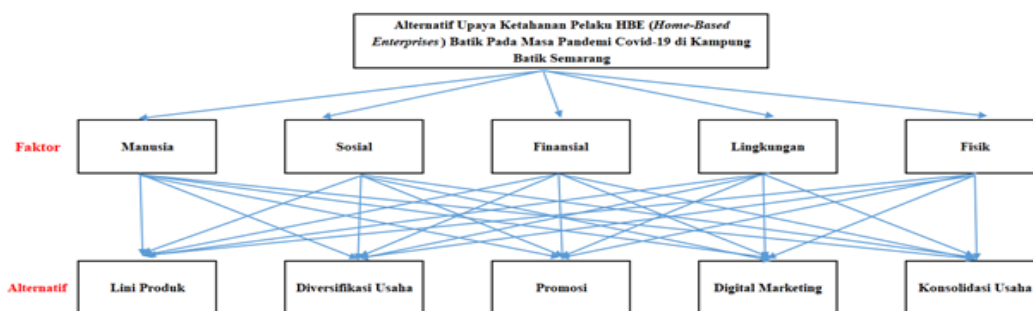
Pemeriksaan Indeks Random Konsistensi (IR)

Tabel 2. Daftar IR

N	1	2	3	4	5	6	7
IR	0,00	0,00	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32
8	9	10	11	12	13	14	15
1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,57	1,59

(Sumber: Analisa Penulis, 2021)

Nilai *Index Random Consistency* (IR) didapatkan dari jumlah n kriteria. Nilai IR diambil untuk mendapatkan *Consistency Ratio* (CR).



Gambar 2. Kerangka AHP

(Sumber : Analisa Penulis, 2021)

Menghitung *Consistency index* (CI) dan *Consistency Ratio* (CR)

$$CR = CI / IR$$

Keterangan:

CR : *Consistency Ratio*

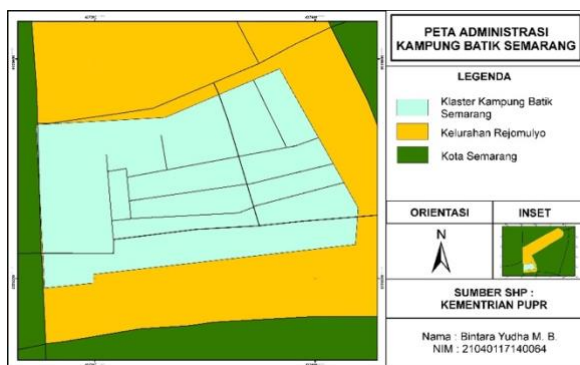
CI : *Consistency Index*

IR : *Index Random Consistency*

Ketentuan jika **CR** \geq **0.1**, maka penilaian data responden perlu diperbaiki. Namun **CR** \leq **0.1**, maka hasil dinyatakan benar.

Gambaran Umum Kampung Batik Semarang

Klaster Kampung Batik Semarang berada di wilayah administratif Kelurahan Rejomulyo, Kecamatan Semarang Timur, Kota Semarang. Klaster Kampung Batik Semarang memiliki luas 3,94 Ha yang tersebar di 5 RT pada RW 02 Kelurahan Rejomulyo.



(Sumber: Analisa Pribadi, 2021)

Gambar 3. Peta Administrasi Kampung Batik

Berdasarkan data yang didapatkan dari Dinas Koperasi dan UMKM (Disperinkop) Kota Semarang pada tahun 2020. Pengusaha batik yang ada di Kampung Batik Semarang terdapat sebanyak 8 pengusaha. Namun setelah melakukan survei primer didapatkan data pelaku usaha batik yang ada di Kampung Batik Semarang. Jumlah dari pelaku usaha saat ini yaitu terdapat 21 usaha batik. Data usaha batik berasal dari ketua RW 02 Kelurahan Rejomulyo yang ternyata hanya tersisa 14 pelaku usaha yang tetap berjalan hingga saat.

Pelaku usaha batik terkonsentrasi berada di RT 02 RW 02 yaitu Kampung Gedong. Sementara pusat dari sektor pariwisata berada di RT 04 RW 02 yaitu Kampung Djadhoeel. Dominasi pelaku usaha batik di Kampung Batik Semarang hanya menjual produk

tanpa melakukan produksi mengingat keterbatasan tempat dan permasalahan tentang IPAL.

Kampung Batik memiliki sejarah yang pada awalnya dicetus oleh Von Ossterom dan Carolina Franquemont yang membuka *workshop* batik di Semarang pada tahun 1850-1860 (Nur, 2014). Pada tahun 1900an, salah satu tuan tanah di Semarang membuka usaha batik yang pekerjaannya merupakan masyarakat sekitar dan usaha batik semakin berkembang di Semarang (Afreliyanti, et al., 2014). Lalu pada tahun 1918 usaha batik ini mengalami kendala pada impor tekstil dari India, Belanda, dan Inggris dikarenakan terjadi krisis ekonomi dampak setelah Perang Dunia I dan ditambah lagi pada 1945 terdapat tragedi pertempuran lima hari di Semarang melawan penjajah Jepang seluruh peralatan batik hangus terbakar ditambah lagi saat krisis ekonomi tahun 1998 mengakibatkan kemunduran usaha batik (Afreliyanti, et al., 2014). Namun pada tahun 2006 Pemerintah Kota Semarang mulai membuka pelatihan membatik, dan batik semakin berkembang di Kota Semarang dan pada tahun 2016. Terdapat suatu program pengembangan kampung tematik oleh Pemerintah Kota Semarang dan Kampung Batik masuk di dalamnya.

Pemerintah Kota Semarang menerapkan program kampung tematik bertujuan untuk pemanfaatan potensi lokal yang ada, peningkatan partisipasi/ peran masyarakat sehingga turut berperan aktif, perbaikan lingkungan kumuh menjadi lingkungan tidak kumuh melalui peningkatan kualitas lingkungan, peningkatan angka kesejahteraan masyarakat lokal, partisipasi dalam mendorong peningkatan perputaran ekonomi daerah, lebih memikat pihak CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam mendukung pendanaan untuk pengembangan, serta pemberi identitas kampung untuk dikenal khalayak umum (Pemerintah Kota Semarang, 2018).

Adanya program kampung tematik membantu perekonomian masyarakat Kampung Batik dengan menjualkan produk-produk batik seperti : baju batik, jarik, dan lainnya dengan pilihan yang beragam baik ada ciri motif Semarangan, Pekalongan, Solo, dan Yogya, atau pun yang lainnya. Penjualan batik untuk sumber penghasilan dan melestarikan budaya. Selain penjualan batik, di Kampung Batik ini juga menjual berbagai makanan khas daerah serta *merchandise* berupa kerajinan untuk oleh-oleh. Terdapat juga pelaku usaha yang membuka pelatihan membatik untuk umum.

Identifikasi Upaya HBE Batik pada Masa Pandemi Covid-19

Lini produk. Lini produk dilakukan dengan inovasi penambahan ukuran produk, kemasan, warna, bentuk, serta rasa yang beragam pada suatu produk sehingga segmen pasar menjadi lebih luas dan konsumen memiliki beragam pilihan.

Pelaku usaha batik memanfaatkan kesempatan ini dengan menjual masker batik mengingat adanya kebutuhan penggunaan masker saat ini. Selain itu dengan melakukan penjualan baju batik motif luar daerah seperti Pekalongan dan Solo. Pelaku usaha batik saat ini terbantu dengan adanya penjualan masker batik ini.

Diversifikasi usaha. Mengingat penjualan batik terkena imbasnya dari pandemi, beberapa pelaku usaha batik melakukan diversifikasi produk untuk meningkatkan perekonomian. Sehingga disamping menjual batik, pelaku usaha melakukan diversifikasi usaha dengan menjual es buah, snack, dan madu.

Tindakan ini dilakukan guna meningkatkan finansial dengan sumber penghasilan selain menjual batik pada masa pandemi mengingat omzet penjualan batik juga menurun.

Promosi. Mengingat penjualan batik menurun akibat adanya pandemi Covid-19, para pelaku usaha melakukan berbagai strategi untuk usaha tetap berjalan. Salah satu strategi yang dilakukan ialah dengan melakukan promosi untuk memikat konsumen sehingga penjualan dapat bertambah.

Promosi yang dilakukan contohnya dalam bentuk bonus masker batik untuk pembelian baju, serta potongan harga agar menarik para konsumen.

Digital marketing. *Digital marketing* untuk meningkatkan penjualan dalam bentuk melebarkan pasar melalui digital atau dalam jaringan. Pelaku usaha saat ini melakukan penawaran produk melalui aplikasi *online shop* serta media sosial.

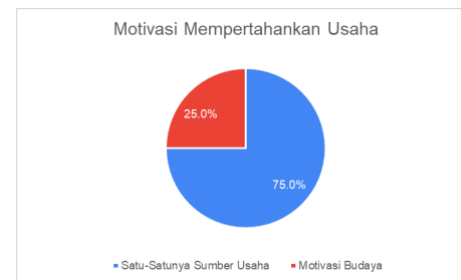
Beberapa penjual merasa terbantu dengan adanya penjualan melalui digital ini dikarenakan adanya *social distancing* yang berdampak pada jumlah pengunjung berkurang sehingga dagangan dapat terjual.

Konsolidasi usaha. Dampak pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan penjualan usaha batik yang berimplikasi pada penurunan omzet. Pada tahap ini pelaku usaha diuji bagaimana usaha tetap bertahan dan berkembang. Sehingga dilakukan strategi

pengurangan *cost production* yaitu penyatuan usaha dalam bentuk pengendalian tenaga kerja dan pengendalian jumlah produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN Pendekatan Sustainable Livelihood Approach (SLA) untuk Tingkat I Faktor manusia

- Motivasi mempertahankan usaha



(Sumber: Hasil Analisis, 2021)

Gambar 4. Motivasi Pelaku Usaha

Terdapat 21 usaha rumahan penjualan batik di kluster Kampung Batik Semarang. Namun, adanya dampak yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 menyisakan 14 usaha batik yang masih tetap berjalan hingga saat ini. Motivasi usaha batik tetap bertahan karena satu-satunya sumber usaha yang dimiliki (75%) dan untuk mempertahankan budaya batik (25%).

- Pengetahuan dan keterampilan
Guna peningkatan keterampilan pelaku usaha baik dari segi manajemen usaha atau produksi batik, berbagai pembinaan dan pelatihan yang diadakan oleh pemerintah dan CSR. Namun masa pandemi hanya dilakukan 1 kali.

Pelatihan yang diadakan oleh pelaku usaha juga tutup sementara dikarenakan pandemi Covid-19. Berdasarkan hasil observasi, usaha batik yang ada di Semarang kalah bersaing dengan Pekalongan dikarenakan memiliki harga yang lebih terjangkau. Pelaku usaha memanfaatkan teknologi dengan penjualan digital.

Faktor sosial

- Peran *stakeholder*
Awal berdirinya Kampung Batik Semarang tidak terlepas dari peran pemerintah pada tahun 2006 yang membuka pelatihan membatik di Kelurahan Rejomulyo. Kemudian diresmikan sebagai Kampung Batik oleh Pemerintah Kota Semarang pada tahun 2016. Peran para *stakeholder* ini antara lain mengadakan pelatihan, membuka galeri penjualan, memberikan berbagai bantuan.

- Ketersediaan wadah organisasi
Terdapat paguyuban pelaku usaha batik di Kampung Batik dengan nama Paguyuban Batik Sekar Kenanga untuk wadah diskusi dan *sharing* antar pelaku usaha batik, serta media penyaluran bantuan dari *stakeholder* terkait sarana prasarana serta peralatan membatik.

Faktor finansial

- Pendapatan usaha

Tabel 3. Penurunan Omzet Saat Pandemi

Besaran Penurunan Omzet	Jumlah
Tidak Berpengaruh (0%)	0
0 – 25 %	0
26 – 50 %	1
51 – 75 %	8
> 75 %	5

Sumber: Hasil Analisis, 2021

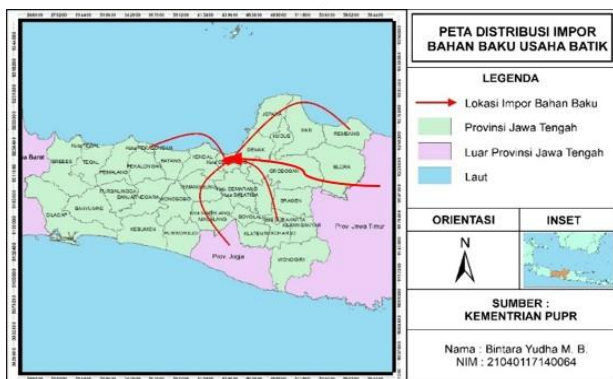
Pandemi Covid-19 memberikan dampak yang cukup berarti bagi para pelaku HBE batik di Kampung Batik Semarang. Bagaimana tidak, semua responden mengalami dampak akibat Covid-19 yang berimbas pada omzet penjualan mereka. Kenaikan penjualan sedikit dirasakan pada saat sebelum Hari Raya Idul Fitri dan perkantoran mulai buka.

- Modal usaha

Akibat pendapatan usaha terganggu berdampak pada pemutaran modal usaha. Terutama pada usaha yang lebih terfokus pada pelatihan membatik hingga menutup usahanya. Pihak pemerintah memberikan bantuan tunai kepada pelaku UMKM untuk mempertahankan usahanya.

Faktor lingkungan

- Bahan baku



(Sumber: Hasil Analisis, 2021)

Gambar 5. Peta Distribusi Impor

Terdapat pasokan bahan baku seperti canting, malam, kain, dan barang jadi seperti batik cap, batik tulis, dan batik print di berbagai wilayah antara lain

Semarang, Pekalongan, Jogja, Solo, Rembang (Lasem), dan Surabaya. Serta terdapat pelaku usaha yang mengambil baju jadi dari toko pakaian batik seperti Benang Raja. Dominasi para pelaku usaha mengambil bahan baku dari Pekalongan karena harga lebih terjangkau dari kompetitor lainnya.

Faktor fisik

- Kemudahan akses lokasi

Klaster Kampung Batik Semarang termasuk mudah dijangkau dari pusat Kota Semarang yaitu Simpang Lima, berada dekat dengan Stasiun Tawang, berada di tenggara Kota Lama Semarang, serta gang masuknya berada di seberang Bundaran Babakan Museum Kota Lama Semarang. Jarak Simpang Lima menuju Kampung Batik Semarang ialah 4,4 kilometer, dari Stasiun Tawang hanya berjarak 900 meter, dan dari Kota Lama Semarang untuk mencapai Kampung Batik Semarang hanya berjarak 700 meter.

- Lahan pengembangan usaha

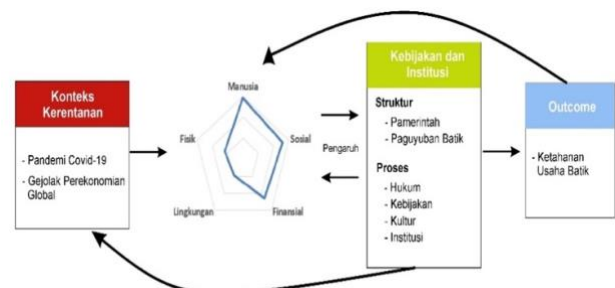


(Sumber: Hasil Analisis, 2021)

Gambar 6. Usaha Batik Ayumi

Seluruh responden yaitu pelaku usaha batik di Kampung Batik Semarang merupakan usaha rumahan yang artinya selain rumahnya sebagai tempat tinggal juga sebagai tempat usaha batik. Tempat untuk usaha batik berada pada ruang bagian depan sementara untuk tempat tinggal berada di bagian belakang.

Sustainable Livelihood Framework



(Sumber: Hasil Analisis, 2021)

Gambar 7. Sustainable Livelihood Framework

Bersumber dari DFID (2000) bahwa pada *framework* terdapat *vulnerability context, capital asset, policies, and institution*, dan *outcome*. Pada setiap bagian saling terhubung untuk ketahanan usaha batik di Kampung Batik Semarang. Diawali dengan adanya kerentanan (*vulnerability*) berupa suatu guncangan (*shock*) yang terjadi yaitu adanya pandemi Covid-19.

Adanya dampak ini, pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk membantu pelaku usaha batik. Kultur yang saat ini berorientasi pada pemanfaatan teknologi dan mengandalkan *online* juga menjadi salah satu tahapan untuk strategi usaha batik tetap berkelanjutan. Penelitian yang didapat untuk mencapai ketahanan usaha batik difokuskan pada kebijakan pengembangan faktor manusia, sosial, dan finansial mengingat *framework* condong ke 3 faktor tersebut.

Pengambilan Keputusan Alternatif

Tingkat 1. Pada tingkat pertama, terdapat 5 faktor yang digunakan dalam upaya ketahanan HBE batik yaitu terdiri dari faktor manusia, sosial, finansial, lingkungan, serta fisik. Untuk mendapatkan alternatif yang didapat dari pilihan kelima faktor tersebut, peneliti menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang nantinya dari bobot tertinggi yang menjadi suatu alternatif. Selanjutnya setelah melakukan analisa didapatkan hasil seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Bobot Tingkat I

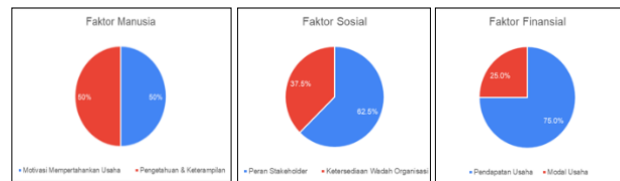
Variabel	Total	Eigen Vector	Bobot (%)
Faktor Manusia	1.47	0.294	29
Faktor Sosial	1.30	0.259	26
Faktor Finansial	1.15	0.231	23
Faktor Fisik	0.61	0.121	12
Faktor Lingkungan	0.47	0.095	9
Jumlah	5	1	100

Sumber : Hasil Anaisis, 2021

Alternatif utama pada tingkat I didapatkan faktor manusia (29%) yang artinya faktor terpenting dalam upaya ketahanan usaha batik yang ada di Kampung Batik Semarang. Mengingat adanya pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pelaku usaha batik perihal memajemen usaha itu lebih penting. Oleh karena itu dalam kaitannya pengembangan faktor manusia ini diperlukan pelatihan-pelatihan bisnis dan produksi seperti pelatihan manajemen bisnis, pelatihan *digital marketing*, pelatihan, dan promosi.

Faktor manusia yang berpengaruh agar usaha tetap bertahan ialah adanya motivasi pelaku usaha serta

keterampilan dan pengetahuan dari pelaku usaha untuk menjalankan usahanya. Motivasi pelaku usaha untuk tetap mempertahankan usaha batik dan usahanya tetap dapat berkembang ialah karena usaha batik merupakan satu-satunya sumber penghasilan bagi pelaku usaha. Selain menjadi sumber penghasilan, usaha batik ini dapat melestarikan kultur budaya batik. Keterampilan dan pengetahuan dalam menjalankan usaha lebih kepada manajemen dalam menjalankan usaha serta adanya keterampilan dalam hal produksi batik dan pelatihan batik.



(Sumber: Hasil Analisis, 2021)

Gambar 8. Sustainable Livelihood Framework

Bobot tertinggi pada tingkat I setelah faktor manusia adalah faktor sosial (26%) setelah itu faktor finansial (23%) yang menjadi alternatif lain. Faktor sosial yang berpengaruh agar usaha tetap bertahan ialah adanya peran *stakeholder* dan ketersediaan wadah organisasi. Peran *stakeholder* yang terkait usaha batik ialah pihak pemerintah dan CSR yang membantu dalam upaya ketahanan usaha dengan melakukan berbagai tindakan. Ketersediaan wadah organisasi ialah adanya suatu komunitas antar pelaku usaha batik, disana terdapat suatu forum antar pelaku usaha batik di Kampung Batik Semarang yang bernama Paguyuban Batik Sekar Kenanga. Berikutnya pada faktor finansial terdapat pendapatan usaha dan modal usaha. Pendapatan usaha yang diharapkan yaitu mengalami peningkatan omzet penjualan. Modal usaha lebih kepada adanya bantuan modal serta pengeluaran untuk modal lebih terjangkau.

Tingkat 2. Pada tingkat 2, terdapat 5 tindakan yang dilakukan oleh pelaku HBE batik dalam kaitannya ketahanan usaha yaitu terdiri dari strategi dalam melakukan lini produk, diversifikasi usaha, promosi, digital marketing serta konsolidasi usaha. Untuk mendapatkan alternatif yang didapat dari pilihan kelima strategi tersebut, maka dilakukan pengambilan keputusan alternatif yaitu menggunakan nilai *alternative weight* yang merupakan tahap untuk membantu dalam pengambilan keputusan. Nilai tersebut didapatkan dari hasil perkalian setiap *eigen vector* tingkat I serta *eigen vector* tingkat 2 yang kemudian dilakukan penjumlahan. Perhitungan dilakukan pada setiap variabel tanpa terkecuali. Didapatkan hasil perhitungan seperti pada Tabel 5.

Tabel 5. Alternative Weight Evaluation

	C1	C2	C3	C4	C5	Alt. Weight Eval.
	0.294	0.259	0.231	0.095	0.121	
A1	0.084	0.028	0.047	0.016	0.037	0.212
A2	0.078	0.038	0.038	0.013	0.024	0.191
A3	0.056	0.075	0.045	0.020	0.028	0.224
A4	0.050	0.078	0.068	0.028	0.017	0.240
A5	0.027	0.041	0.033	0.018	0.015	0.133

Sumber: Hasil Analisis, 2021

Keterangan:

C1 : Faktor Manusia	A1 : Lini Produk
C2 : Faktor Sosial	A2 : Diversifikasi Usaha
C3 : Faktor Finansial	A3 : Promosi
C4 : Faktor Lingkungan	A4 : Digital Marketing
C5 : Faktor Fisik	A5 : Konsolidasi Usaha

Pada Tabel 5 didapatkan *alternative weight evaluation* pada tiap tingkat 2 dari hasil perhitungan. Apabila diperingkatkan pada setiap variabel berdasarkan besaran bobot akan menjadi seperti pada Tabel 6.

Tabel 6. Bobot Tingkat 2

Attribute Weight	Alt. Weigt Evaluation	Bobot (%)	Peringkat
Digital marketing	0.240	24	1
Promosi	0.224	22,4	2
Lini Produk	0.212	21,2	3
Diversifikasi Usaha	0.191	19,1	4
Konsolidasi Usaha	0.133	13,3	5

Sumber: Hasil Analisis, 2021

Alternatif utama yang didapatkan agar usaha tetap bertahan pada masa pandemi ialah dengan melakukan *digital marketing*. Pelaku usaha batik melakukan *digital marketing* agar target pasar semakin luas dan meningkatkan penjualan mengingat pada masa pandemi seperti jumlah pengunjung menurun. Oleh karena itu, penjualan yang sebelumnya *offline* berorientasi menjadi penjualan *online*.

Jika faktor manusia dikaitkan dengan *digital marketing*, persaingan penjualan di *e-commerce* juga membutuhkan pengetahuan dan keterampilan dari pelaku usaha agar produk dapat terjual, selain persaingan penjualan juga untuk pemasaran baru yang lebih luas. Jadi dalam hal ini *digital marketing* ada dikarenakan motivasi pelaku usaha agar usahanya tetap berjalan, pengetahuan dari pelaku usaha dalam memanfaatkan adanya pemasaran *online*, serta keterampilan agar konsumen tertarik untuk membeli produk mengingat banyaknya persaingan di penjualan *online*.

Didukung Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak Covid-19 terhadap UMKM – Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha Bagi UMKM Indonesia bulan Desember 2020 oleh Kementerian PPN/ Bappenas dijelaskan bahwa upaya pemasaran pelaku UMKM pada masa pandemi didominasi dengan penjualan bertransformasi dari *offline* menuju *online* sebesar 50% - 68%.

Tindakan yang dapat dilakukan pelaku usaha batik terkait *digital marketing*:

- Fasilitas telekomunikasi yang memadai di Kecamatan Semarang Timur yang termasuk dalam Pusat Kota Semarang sehingga dimudahkan dalam penjualan *online* melalui *e-commerce/ social media*.
- Pemerintah Kota Semarang bekerjasama dengan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan memberikan layanan wifi gratis di Kampung Batik Semarang untuk mendorong dan mendukung pelaku usaha batik menjualkan produknya melalui *online*.
- Mengingat masa pandemi berakibat pada berkurangnya pengunjung yang datang ke Kampung Batik Semarang. Didorong juga adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar Jawa-Bali (PSBB) pola transformasi menjadi serba *online* membuat pelaku usaha menjualkan produk batiknya melalui pemasaran digital.
- Produksi batik mendapatkan pemesanan juga melalui *social media* dengan memanfaatkan jasa kurir untuk mengantarkan produknya ke pihak konsumen.

KESIMPULAN

Pada analisa AHP didapatkan hasil bahwa responden atau pelaku usaha batik menganggap faktor yang paling berpengaruh dalam upaya ketahanan usaha pada masa pandemi Covid-19 ialah faktor manusia (29%), faktor sosial (26%), faktor finansial (23%), faktor fisik (12%), dan faktor lingkungan (9%). Selanjutnya pada tingkat 2 mengenai upaya pelaku HBE batik dapat tetap bertahan, terdapat 5 variabel yang diambil dari penelitian terdahulu mengenai upaya mempertahankan usaha dan mengembangkan usaha. Dari analisa AHP didapatkan hasil bahwa responden menganggap tindakan yang paling utama dalam upaya ketahanan usaha pada masa pandemi Covid-19 ialah *digital marketing* (24%), promosi (22,4%), lini produk (21,2%), diversifikasi produk (19,1%), dan konsolidasi usaha (13,3%). Didapatkan alternatif utama terkait upaya ketahanan HBE batik pada masa pandemi Covid-19 di Kampung Batik Semarang ialah tindakan *digital marketing*.

Alternatif utama dalam upaya pelaku usaha untuk dapat bertahan pada masa pandemi Covid-19 yang didapatkan ialah *digital marketing*. Tindakan ini dilakukan dengan penjualan melalui media sosial dan *e-commerce*. Adanya upaya melakukan *digital marketing* tidak lain karena motivasi pelaku usaha agar usahanya tetap berjalan, pengetahuan dari pelaku usaha dalam memanfaatkan adanya pemasaran *online*, serta keterampilan agar konsumen tertarik untuk membeli produk mengingat banyaknya persaingan di penjualan *online*. Pemangku kebijakan dengan penelitian ini diharapkan dalam upaya usaha batik tetap bertahan lebih terfokus pada pengembangan manusia dengan pelatihan serta dukungan dalam melakukan pemasaran digital.

Tindakan yang disarankan oleh penulis terkait alternatif yang lebih baik dilakukan pelaku usaha terkait dengan *digital marketing* yaitu sebagai berikut:

- Paguyuban Batik Sekar Kananga bersama-sama memanfaatkan wifi yang telah disediakan oleh pemerintah untuk mengikuti berbagai pelatihan *online* contohnya pelatihan *digital marketing* dan pengelolaan bisnis di rumah masing-masing.
- Paguyuban Batik Sekar Kananga merangkul pemerintah untuk mengenalkan berbagai produk penjualan *online* oleh pelaku usaha batik di Kampung Batik Semarang kepada khalayak umum.
- Pelaku usaha batik turut mengikuti dan memanfaatkan dukungan dari pihak penyedia pasar digital seperti *shopee* yang mendukung dan memprioritaskan penjualan produk UMKM dalam negeri.

Rekomendasi

Rekomendasi bagi Pemerintah Kota Semarang:

- Terdapat *Official Account* (OA) *Instagram* dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (@dinkopusahamikro_kotasemarang) yang notabene memiliki pengikut yang banyak dapat dimanfaatkan untuk pemasaran digital membantu produk UMKM.
- Pemerintah Kota Semarang bekerjasama dengan pihak *e-commerce* dan pihak jasa pengantaran produk dalam kaitannya mendukung penjualan batik-batik dalam bentuk gratis ongkos kirim atau *voucher cashback* agar konsumen tertarik untuk membeli produk.
- Pemerintah Kota Semarang bersama Ekonomi Kreatif Jawa Tengah mengadakan festival industri kreatif yang dikemas secara *online* untuk umum dan pelaku usaha batik dapat sambil mempromosikan produknya di sana.

- Terdapat pelaku usaha yang sudah lanjut usia dan tidak mengerti pemasaran *online* sehingga pasrah dengan keadaan saat ini. Oleh karena itu dilakukan bantuan khusus untuk pelaku usaha yang telah lanjut usia baik bantuan dana atau sosial.
- Hasil dari penelitian ini dapat menjadi suatu pandangan atau referensi kepada Pemerintah Kota Semarang dalam membantu merumuskan kebijakan dalam kaitannya pengembangan HBE di Kota Semarang.

Rekomendasi peneliti lanjut:

- Penelitian ini masih terdapat kekurangan dan belum lengkap dalam penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu diperkenankan peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian ini baik perbaikan dalam hal analisis atau pun responden penelitian.
- Dapat melakukan penelitian dengan responden pihak stakeholder lain salah satunya pemerintah yang mengelola adanya Kampung Tematik salah satunya Kampung Batik Semarang, atau dapat juga melakukan dengan teknik analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Afreliyanti, S., Sejarah, J., Sosial, F. I., & Semarang, U. N. (2014). Mengungkap Sejarah Dan Motif Batik Semarang Serta Pengaruh Terhadap Masyarakat Kampung Batik Tahun 1970-1998. *Journal of Indonesian History*, 3(2), 53–59.
- Dewi, S. P., Ristianti, N. S., & Kurniati, R. (2020). The Economic Sustainability Model of Community Based Tourism in Batik Kampong Semarang. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1-11.
- DFID. (2000). Sustainable Livelihoods Guidance Sheets. Department for International Development.
- Fabeil, N. F., Pazim, K. H., & Langgat, J. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic Crisis on Micro-Enterprises: Entrepreneurs' Perspective on Business Continuity and Recovery Strategy. *Journal of Economics and Business*, 837-844.
- Liu, Y., Eckert, C. M., & Earl, C. (2020). A review of fuzzy AHP methods for decision-making with subjective judgements. *Expert Systems with Applications*, 113738. doi:10.1016/j.eswa.2020.113738.
- Mukhtarova, T. (2020). COVID-19 and the Informal Sector: What it means for women now and in the future. *Georgetown Institute for Women, Peace and Security* (pp. 1-10).

- Washington DC: giwps.georgetown.edu.
- Nur, Fitriastin L. (2014). "Tipologi Ruang Permukiman Di Kampung Batik Semarang". *Desertasi Jurusan Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Diponegoro: Semarang*.
- Putra, S. H. (2020). Pengembangan UMKM, Pariwisata, dan Ekonomi Kreatif Dalam Masa Covid 19 dan New Normal. *Merdeka Kreatif di Era Pandemi Covid-19 (Suatu Pengantar)*, 43-54.
- Shafi, M., Liu, J., & Ren, W. (2020). Impact of COVID-19 Pandemic on Micro, Small, and Medium-sized Enterprises Operating in Pakistan. *Research in Globalization*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Teriyasmur, R. I. (2014). Sistem pendukung keputusan penentuan prioritas untuk pemberian tunas usaha syariah pada bni syariah cabang Palembang dengan metode ahp (analytical hierarchy process) berbasis web. *Sistem Informasi*, 2(Sistem Pendukung Keputusan), 1-72.
- Tyas, W. P. (2016). Home-based enterprises approach for post disaster housing: learnt from post disaster redevelopment programme in developing countries. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 139-145.