



Pengelolaan Home Industry Batik Srikandi Di Desa Sibuk Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar

Uswatun Hasanah¹, Wilson², Masyitha Ramadhani³

Universitas Riau¹²³

Abstrak

Received: 2 November 2024
Revised: 13 November 2024
Accepted: 30 November 2024

The purpose of this study is to ascertain and characterize the Batik Home Industry Management in Sibuk Village, Tapung District, Kampar Regency. This study employs a qualitative methodology and is classified as descriptive research. In this study, documentation, interviews, and observations are the methods used for gathering data. The study's findings demonstrate that the administration of the Srikandi Batik Home Industry, first seen from man (humans), is that the number of workers has 9 housewives. Secondly, money (money), the capital used to produce batik uses personal funds from the heroine batik owner and the proceeds from batik sales. The three methods, the production methods used by the Srikandi batik home industry, use traditional methods, namely the written batik and stamped batik methods. Fourth, machines, the types of machines and equipment used by the Srikandi batik home industry are adapted to the techniques used in making batik. The five materials, the types of raw materials used by the Srikandi batik home industry, are mori cloth, wax and dye. The six markets, the targets for marketing Srikandi batik are the people of Sibuk Village, the village government, government agencies, PKK and parties. And online and offline marketing strategies.

Keywords: Management, Home Industry, Batik

(*) Corresponding Author: uswatun.hasanah6149@student.unri.ac.id, wilson@lecturer.unri.ac.id, masyitha@lecturer.unri.ac.id

How to Cite: Hasanah, U., Wilson, W., & Ramadhani, M. (2025). Pengelolaan Home Industry Batik Srikandi di Desa Sibuk Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2.C), 293-298. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9860>

PENDAHULUAN

Pengelolaan adalah upaya terencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui kerja sama dengan orang lain. Pengelolaan diperlukan dalam setiap organisasi, karena tanpa pengelolaan yang baik, upaya apa pun akan menjadi sia-sia dan mencapai tujuan akan menjadi lebih sulit. Menurut Sobry Sutikno, M. (2022:5), istilah manajemen sering disamakan dengan pengelolaan, yang merujuk pada pengaturan atau pengurusan. Kata manajemen berasal dari bahasa Inggris "management," yang berarti pengelolaan. Banyak orang mengartikan manajemen sebagai pengaturan, pengelolaan, dan administrasi, yang memang merupakan pengertian yang umum saat ini. Pengelolaan diartikan sebagai serangkaian kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan tertentu. Manajemen yang efektif akan memudahkan tercapainya tujuan perusahaan, karyawan, dan masyarakat (Huda, M. A. 2020:16).

Menurut Susanto (2018:5), manajemen merupakan suatu rangkaian aktivitas yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan terhadap usaha anggota organisasi serta pemanfaatan sumber daya lainnya untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Dalam mengelola suatu usaha atau organisasi yang mengacu pada prinsip-prinsip manajemen dan berkaitan dengan aspek-aspek pada pengelolaan *home industry*. Menurut Hasibuan,

H.Malayu,S.P. (2020), dengan adanya manajemen daya guna dan hasil guna unsur-unsur dalam manajemen akan dapat ditingkatkan. Adapun unsur dalam manajemen terdiri dari : *man* (manusia), *money* (uang), *methode* (metode), *machines* (mesin), *materials* (bahan), dan *market* (pasar). Keenam unsur manajemen tersebut merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh pengusaha dalam mengelola *home industry* untuk memastikan usahanya berjalan dengan lancar dan sukses.

Menurut Emiliasari, R. N., & Kosmajadi, E. (2020:107), *Home industry* adalah jenis perusahaan kecil yang dimiliki oleh individu dalam masyarakat. Keberadaan industri ini memainkan peran penting dalam memberdayakan masyarakat, sehingga mereka dapat mencapai kemandirian ekonomi. *Home industry* adalah kegiatan mengubah bahan mentah menjadi produk jadi yang dibuat oleh masyarakat dengan kreatifitasnya, dan disesuaikan dengan jumlah modal yang dimiliki. Secara umum, *home industry* tergolong sektor informal, menghasilkan produk-produk unik, dikaitkan dengan kecerdasan lokal, sumber daya lokal dan mengutamakan produk buatan tangan.

Home industry ini diharapkan dapat membawa perubahan dalam kehidupan perekonomian masyarakat agar dapat berkembang dan meningkatkan kesejahteraan hidup. *Home industry* sebagian besar dijalankan oleh masyarakat yang tinggal di pedesaan, dimana mereka hanya mempunyai modal yang sedikit dan tidak banyak memiliki jaringan yang luas di dunia bisnis. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan manajemen yang mampu mempertahankan harmoni antara berbagai tujuan, sasaran, dan kegiatan yang melibatkan pihak-pihak yang memiliki kepentingan berbeda dalam struktur organisasi. Kelompok-kelompok ini, yang meliputi pemilik, karyawan, pelanggan, konsumen, masyarakat, dan pemerintah, seringkali memiliki kepentingan yang saling bertentangan.

Namun, pada kenyataan saat ini, pengelolaan *home industry* batik masih belum maksimal. Masih banyak *home industry* batik yang mengelola usahanya secara tradisional dan belum menerapkan manajemen yang profesional. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan, kekurangan dana dan kurangnya dukungan pemerintah. Di Desa Sibuk sendiri memiliki *home industry* batik yang didirikan sejak tahun 2019 di bawah Binaan Dinas Perdagangan Koperasi dan UKM Provinsi. *Home industry* batik ini didirikan dengan tujuan agar dapat meningkatkan pendapatan daerah, meningkatkan perekonomian keluarga dan dapat mencukupi kebutuhan dan juga kesejahteraan keluarga. *Home industry* batik srikandi ini juga memiliki peran yang cukup penting untuk meningkatkan kinerja karyawan, meningkatkan unit desa, dan menambah pendapatan rumah tangga.

Terungkap dalam wawancara peneliti dengan pengelola atau pemilik dari *home industry* bahwa industri batik srikandi akan berkembang terindikasi dari segi produksi meningkat, serta segi pemasaran. Terdapat beberapa permasalahan di *home industry batik* seperti Kurangnya tenaga kerja yang terampil, Kurangnya akses permodalan, Tingginya harga bahan baku dan sulitnya bahan baku, Kurangnya fasilitas dan Sulitnya memasarkan produk batik. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti ingin melakukan pengkajian secara mendalam untuk mengdeksripsikan bagaimana pengelolaan *home industry* batik srikandi berdasarkan dari unsur-unsur manajemen dengan mengangkat judul “Pengelolaan

Home Industry Batik Srikandi Di Desa Sibuk Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar”

METODE

Metode penelitian yang dipilih dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan dan memahami pengelolaan *home industry* batik Srikandi di desa Sibuk sesuai dengan fokus penelitian. Pendekatan deskriptif kualitatif diimplementasikan untuk mengumpulkan data melalui observasi langsung dan analisis dokumen. Menurut Sugiyono (2022:4), penelitian kualitatif merupakan suatu proses eksplorasi yang bertujuan untuk memahami makna perilaku individu dan kelompok, serta untuk menggambarkan masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian melibatkan formulasi pertanyaan penelitian, pengumpulan data, analisis data, konstruksi dan interpretasi data, serta penyusunan laporan dalam format yang fleksibel. Penelitian deskriptif kualitatif mengarah pada kondisi yang sebenarnya terjadi di lapangan. Sehingga penelitian tentang Pengelolaan *Home Industry* Batik di Desa Sibuk Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar bisa dijelaskan menggunakan teknik yang sudah ditetapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan hasil analisis data dan temuan penelitian tentang Pengelolaan *Home Industry* Batik Srikandi di Desa Sibuk Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar, berikut dipaparkan pembahasan sesuai dengan indikator penelitian.

1. *Man* (manusia)

Hasibuan, H.Malayu,S.P. (2020) mengatakan bahwa *man* (manusia) merupakan aspek terpenting dalam menjalankan *home industry*. Pengusaha harus memiliki keterampilan dan pengetahuan yang tepat untuk menjalankan bisnisnya. Selain itu, pengusaha juga harus mampu mengelola sumber daya manusia (SDM) yang dimilikinya, mulai dari karyawan, pekerja lepas, hingga keluarga. Hasil penelitian dari *man* (manusia), menunjukkan bahwa tenaga kerja yang dimiliki oleh *home industry* batik srikandi 5 pekerja tetap dan 4 pekerja tidak tetap. Dengan, status atau gambaran pekerja *home industry* batik srikandi adalah wanita yang rata-rata hanya lulusan SD dan SMP, yang sudah berkeluarga. Dari keseluruhan tenaga kerja hanya tenaga kerja tetap yang memiliki kompetensi dalam membuat batik, pekerja tidak tetap hanya memiliki kemampuan dalam mewarnai batik. Padahal kompetensi tenaga kerja merupakan salah satu faktor penting dalam efektivitas pengelolaan *home industry* batik. Peningkatan kompetensi tenaga kerja dapat dilakukan melalui pelatihan, pendidikan, pemberian informasi, dan pemberian motivasi.

2. *Money* (uang)

Usman dalam Puspita, A. N. A., & Malik, A. (2024) mengatakan bahwa *money* (uang) merupakan segala sesuatu yang digunakan untuk memperoleh sumber daya organisasi. Uang merujuk pada dana yang dibutuhkan untuk membiayai kegiatan operasional usaha. Aspek penting dalam uang meliputi sumber modal, perencanaan keuangan dan pemanfaatan modal. Hasil penelitian *money* (uang), menunjukkan bahwa batik srikandi di bangun menggunakan dana pribadi

dari pemilik batik srikandi dan untuk memproduksi kembali batik menggunakan hasil penjualan batik. Ketersediaan modal yang cukup dan pemanfaatan modal yang optimal dapat membantu meningkatkan kualitas produk, efisiensi produksi, dan daya saing dipasar. Namun, dengan laba yang tidak dapat dipastikan karena penghasilan batik tergantung pada seberapa banyak pesanan batik yang diterima. Begitu juga dengan pengeluaran yang dibutuhkan untuk memproduksi batik ditentukan dari seberapa banyak pesanan yang diterima. untuk memastikan kelancaran operasi *home industry* batik. Pemilik *home industry* batik perlu membuat catatan keuangan yang rapi dan akurat, serta melakukan perencanaan keuangan yang matang. Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui berapa pengeluaran dan pemasukan dari penjualan kain batik.

3. *Method* (metode)

Menurut Yulianto (2022), G.R. Terry menjelaskan bahwa asal-usul kata "metode" berasal dari Bahasa Yunani "mentodos," yang berarti cara atau jalan yang diambil. Dalam konteks ilmiah, metode merujuk pada prosedur untuk memahami objek yang menjadi fokus penelitian. Metode berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan atau sebagai pedoman dalam melakukan atau menciptakan sesuatu. Fungsi metode berarti sebagai alat untuk mencapai tujuan. Hasil penelitian *methode* (metode), menunjukkan bahwa *home industry* batik srikandi menggunakan metode tradisional yaitu metode batik tulis dan batik cap. Batik Tulis merupakan metode tradisional yang paling tua dan menghasilkan karya seni batik dengan nilai seni tinggi. Sedangkan Batik Cap menggunakan alat cap yang terbuat dari tembaga untuk mencetak tema pada kain. Waktu produksi yang dibutuhkan untuk membuat batik tulis dan batik cap yaitu batik tulis membutuhkan waktu pembuatan selama 5 hari sedangkan batik cap membutuhkan waktu selama 3 hari.

4. *Machines* (mesin)

Hasibuan, H.Malayu,S.P. (2020) mengatakan bahwa *machine* (Mesin), merupakan sarana yang digunakan untuk menghasilkan produk. Pengusaha harus mempunyai mesin yang tepat dan berkualitas agar dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi produksi. Oleh karena itu, pemilihan jenis mesin yang sesuai dengan kebutuhan bisnis sangatlah penting. Hasil penelitian *machines* (mesin), menunjukkan bahwa mesin dan peralatan yang digunakan *home industry* batik srikandi disesuaikan dengan teknik yang digunakan dalam pembuatan batik. Mesin dan peralatan yang digunakan pada teknik batik tulis yaitu yaitu pensil atau kapur, canting, kompor, wajan, kain, meja gambar, dan gawangan. Sedangkan mesin dan peralatan yang digunakan untuk teknik batik cap seperti kain mori, canting cap, wajan, kompor, meja cap, dan gawangan.

5. *Materials* (material)

Menurut Yulianto (2022), R. Terry menyatakan bahwa bahan baku adalah komponen krusial dalam operasi sistem produksi. Absennya bahan baku akan menghambat kemampuan sistem produksi dalam menghasilkan produk akhir yang diinginkan. Dalam konteks sistem produksi, bahan baku berfungsi sebagai input yang harus diolah agar menjadi produk jadi. Definisi bahan baku mencakup bahan mentah dan bahan yang telah diproses sebelumnya, yang keduanya digunakan dalam tahap produksi berikutnya. Hasil penelitian *materials* (material), menunjukkan bahwa bahan baku yang digunakan *home industry* batik srikandi adalah kain mori yaitu katun putih polos yang memiliki tekstur yang halus dan

mudah menyerap warna, lilin memiliki dua jenis yang biasa digunakan dalam membuat batik, yaitu lilin batik tulis dan batik cap dan pewarna yang digunakan dalam membuat batik berupa pewarna alami atau pewarna sintesis. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan batik sangat beragam dan memiliki peran penting dalam menghasilkan batik yang berkualitas. Namun, terdapat kekurangan dalam menyediakan bahan baku yang disebabkan karena bahan baku yang tidak tersedia di daerah sekitar yang mengharuskan pemilik batik untuk membeli bahan baku secara online. Ketersediaan bahan baku batik di *home industry* batik srikandi masih perlu ditingkatkan.

6. *Market* (pasar)

Widodo, A. S., Kumara, D., & Wardani, S. (2020) mengatakan bahwa pasar memiliki peran krusial dalam pemasaran produk karena keberhasilan penjualan barang-barang yang diproduksi menentukan kelangsungan proses produksi. Penguasaan pasar, yang melibatkan distribusi hasil produksi, merupakan faktor utama bagi keberhasilan perusahaan. Untuk mencapai penguasaan pasar ini, penting untuk memastikan bahwa kualitas dan harga barang sesuai dengan preferensi dan kemampuan beli konsumen.. Hasil penelitian *market* (pasar), menunjukkan bahwa target pasar dari *home industry* batik srikandi, target dari pemasaran batik srikandi ini adalah masyarakat Desa Sibuk, pemerintah desa, dinas dan partai. Target pemasaran batik di desa perlu disesuaikan dengan berbagai faktor seperti jenis batik, lokasi desa, ketersediaan bahan baku, dan kemampuan pengrajin batik. Kemudian ditinjau dari, strategi pemasaran yang digunakan pemilik batik srikandi adalah memasarkan secara offline dengan menjual batik kepada masyarakat Desa Sibuk, dan pemerintah desa. Dan memasarkan batik secara online melalui media masa seperti Facebook dan Instagram.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa hasil yaitu : pertama, *Man* (manusia), bahwa jumlah tenaga kerja yang dimiliki *home industry* batik srikandi berjumlah 5 pekerja tetap dan 4 pekerja tidak tetap. Dari keseluruhan pekerja hanya tenaga kerja tetap yang memiliki kompetensi atau keterampilan dalam membuat batik sesuai dengan metode yang digunakan, sedangkan pekerja tidak tetap hanya memiliki kemampuan atau keterampilan dalam mewarnai batik. Kedua, *Money* (uang), bahwa modal yang digunakan dalam mendirikan *home industry* batik menggunakan uang pribadi dari pemilik batik srikandi. Laba dan pengeluaran tidak bisa ditentukan karena tergantung pada seberapa banyak pemesanan kain batik. Pengelolaan keuangan yang baik sangat penting untuk memastikan kelancaran *home industry* batik.

Ketiga, *Methode* (metode), bahwa metode yang digunakan *home industry* batik srikandi adalah metode tradisional yaitu metode batik tulis dan batik cap. Dengan waktu produksi yang dibutuhkan untuk membuat batik tulis yaitu selama 5 hari sedangkan batik cap membutuhkan waktu selama 3 hari. Keempat, *Machines* (mesin), bahwa mesin dan peralatan yang digunakan *home industry* batik srikandi dikategorikan berdasarkan dengan teknik yang digunakan dalam pembuatan batik. Namun, masih terdapat kekurangan pada jumlah mesin dan peralatan, hal ini disebabkan karena pemilik batik memiliki modal yang terbatas untuk membeli mesin dan peralatan.

Kelima, *Materials* (material), bahwa bahan baku yang digunakan dalam pembuatan batik sangat beragam dan memiliki peran penting dalam menghasilkan batik yang berkualitas. Pemilihan bahan baku yang tepat dan berkualitas akan menghasilkan batik yang indah, tahan lama, dan ramah lingkungan. Dan keenam, *Market* (pasar), bahwa target pemasaran batik adalah masyarakat Desa Sibuk, pemerintah desa, dinas dan partai. Strategi pemasaran adalah memasarkan secara offline dan memasarkan batik secara online melalui media masa seperti Facebook dan Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyam, M. (2020). Manajemen Pendidikan Islam, STAI-DDI, Makasar.
- Emiliasari, R. N., & Kosmajadi, E. (2020). Pendampingan Penerapan Manajemen Pemasaran Produk Home Industri Desa Cikadu. *JURNAL PARAHITA ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 106-115.
- Hanafi, M. (2015). Konsep dasar dan perkembangan teori manajemen. M. Hanafi, Manajemen. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Hasibuan, H. Malayu, S.P. 2020. Manajemen Sumber Daya Manusia, Bumi Aksara, Jakarta
- Huda, M. A. (2020). Manajemen Pengelolaan Fungsi Wakaf Mushola Al-Amin Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Puspita, A. N. A., & Malik, A. (2024). Analisis Pengelolaan Desa Wisata Religi Studi Pada Desa Nyatnyono Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(2), 90-106.
- Sobry Sutikno, M. (2022). Pengantar Supervisi Pendidikan. Mataram: UIN MATARAM PRESS.
- Susanto, A. (2018). Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (Bum Desa) Bumi Patalo di Desa. *Finest: Jurnal Riset dan Pengembangan Ekonomi Islam*, 2(1), 1-19.
- Sugiyono. (2022). Metode penelitian kualitatif, Alfabeta, Bandung
- Widodo, A. S., Kumara, D., & Wardani, S. (2020). Reorientasi Peran Karang Taruna: Mengembangkan Manajemen Organisasi Yang Selaras Dengan Konteks Pembangunan Daerah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 28-40.
- Yulianto, Y. (2022). Penerapan Unsur-Unsur Manajemen di Rudi Aurel (RA) Point Swalayan & Dept Store Metro dalam Perspektif Manajemen Bisnis Islam (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Metro).