

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

## **ANALISA MODEL BISNIS INDUSTRI BATIK DENGAN KEKUATAN KEARIFAN LOKAL PROGRAM CSR PT PERTAMINA FUEL TUBAN**

Fardila Nasriyati<sup>1</sup>, Rifa Ayu Nur Khanifa<sup>2</sup>, Ibnu Choldun<sup>3</sup>, Hery Wibowo<sup>4</sup>, Sahadi Humaedi<sup>5</sup>

<sup>1,2,3</sup>Pertamina Fuel Terminal Tuban Jawa Timur

<sup>4,5</sup>Pusat Studi Kewirausahaan Sosial, CSR dan Pemberdayaan Masyarakat FISIP Universitas Padjadjaran

fardillan@gmail.com<sup>1</sup>, rifaayunurkhanifa@ymail.com<sup>2</sup>, ibnu\_choldun@pertamina.com<sup>3</sup>,  
hery.wibowo@unpad.ac.id, sahadhi.humaedi@unpad.ac.id<sup>5</sup>

### **ABSTRAK**

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal dan masyarakat secara lebih luas. PT Pertamina Fuel Terminal Tuban telah melaksanakan program CSR dengan berfokus pada pemberdayaan masyarakat -khususnya kaum Wanita- di Desa Tasikharjo, Kecamatan Jenu, Kabupaten Tuban. Program ditujukan untuk membangun dan mengembangkan industri Batik Sekar Tanjung dengan keunggulan khusus berupa motif batik tradisional yang berbasis pada kearifan lokal daerah. Pada era disrupsi dan digital, tantangan membangun sebuah industri untuk terus bertahan dan berkembang semakin berat, sehingga dibutuhkan perhatian khusus terhadap beragam aspek yang dapat mempengaruhi keberlangsungan industri, termasuk di dalamnya model bisnis. Sehingga, penelitian ini mengkaji model bisnis industri batik sebagai subjek dari pemberdayaan Pengrajin Batik Sekar Tanjung Desa Tasikharjo dengan mengangkat kearifan lokal melalui Program CSR PT Pertamina Fuel Terminal Tuban. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi terhadap Kelompok Sekar Tanjung Desa Tasikharjo. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa industri batik Tasik Harjo telah mulai membangun model bisnis navigator (Gassman, Frankenberger, & Csik, 2016). Hal ini ditandai dengan terpenuhinya 4 komponen dasar model bisnis tersebut yaitu (1) Apa, (2) Siapa, (3) Mengapa dan (4) Bagaimana dalam rangkaian proses industri bisnis Batik Sekar Tanjung.

Kata kunci: Pemberdayaan masyarakat, Kearifan lokal, CSR, Model Bisnis

### **ABSTRACT**

*Corporate Social Responsibility (CSR) is a business commitment to act ethically, operate legally and contribute to economic improvement along with improving the quality of life of employees and their families, local communities and society at large. PT Pertamina Fuel Terminal Tuban has implemented a CSR program with a focus on community empowerment -especially women- in Tasikharjo Village, Jenu District, Tuban Regency. The program is aimed at building and developing the Sekar Tanjung Batik industry with special advantages in the form of traditional batik motifs based on local local wisdom. In the era of disruption and digital, the challenge of building an industry to survive and thrive is getting tougher, so special attention is needed to various aspects that can affect the sustainability of the industry, including the business model. Thus, this study examines the business model of the batik industry as the subject of empowering the Sekar Tanjung Batik Craftsmen in Tasikharjo Village by raising local wisdom through the CSR Program of PT Pertamina Fuel Terminal Tuban. This study uses a descriptive approach. Data was collected by using observation, interview, literature study, and documentation techniques for the Sekar Tanjung Group, Tasikharjo Village. The results of this study indicate that the Tasik Harjo batik industry has begun to build a navigator business model (Gassman, Frankenberger, & Csik, 2016). This is marked by the fulfillment of the 4 basic components of the*

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

*business model, namely (1) What, (2) Who, (3) Why and (4) How in a series of industrial processes. Sekar Tanjung Batik business.*

*Key Words: Community Empowerment, Local Wisdom, CSR, Business Model*

## PENDAHULUAN

Era demokrasi membuka peluang berbagai *stakeholders* untuk turut berperan pada pencapaian kesejahteraan masyarakat. Oleh karenanya, negara bukan menjadi satu-satunya aktor dalam distribusi kesejahteraan sehingga memungkinkan muncul *stakeholders* lain, salah satunya sektor swasta. Keberadaan perusahaan di tengah masyarakat akhir ini juga memberikan kontribusinya terhadap pencapaian kesejahteraan. Program CSR menjadi salah satu wujud pembangunan masyarakat untuk menuju taraf kesejahteraan. Setidaknya, terdapat empat jenis kegiatan CSR yang jamak dijumpai, di antaranya donasi *charity*, pembangunan infrastruktur, pengembangan kapasitas, dan pemberdayaan masyarakat.

Secara lebih sistematis, Carrol (dalam Suharto, 2009) mengembangkan konsep piramida tanggungjawab sosial perusahaan yang menjawab alasan logis korporasi melakukan CSR, dimulai dari dasar: 1) Tanggungjawab ekonomis (*make a profit*); 2) Tanggungjawab legal (*obey the law*); 3) Tanggung jawab etis (*be ethical*), menerapkan praktik bisnis yang adil sesuai dengan norma setempat; dan terakhir paling atas, yakni 4) Tanggung jawab filantropis, perusahaan secara komprehensif memberikan kebermanfaatn bagi internal perusahaan dan publik secara luas (*be a good citizen*). Pada perkembangannya, sebagai konsekuensi logis dari keberadaan perusahaan dalam lingkungan, maka perusahaan memiliki tanggung jawab sosial untuk terlibat secara aktif dalam mewujudkan lingkungan ke arah yang lebih baik bagi masyarakat (Santoso, 2011)

PT Pertamina Fuel Terminal Tuban, biasa disingkat FT Tuban, merupakan salah satu perusahaan yang mengoperasikan kegiatan bisnis distribusinya di Kecamatan Jenu, Kabupaten Tuban, Provinsi Jawa Timur. Desa Tasikharjo merupakan salah satu desa terdekat perusahaan bagian distribusi bahan bakar minyak milik negara ini. Sebagai pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL), FT Tuban melalui divisi

CSRnya melaksanakan kegiatan-kegiatan pembangunan masyarakat bagi masyarakat di Desa Tasikharjo. Kelompok Batik Sekar Tanjung menjadi salah satu mitra dalam pembangunan masyarakat oleh CSR FT Tuban sejak 2015, yakni dengan Program Pemberdayaan masyarakat Batik Sekar Tanjung. Singkat kata, keberadaan kelompok batik ini diinisiasi oleh CSR FT Tuban.

Batik adalah hasil karya bangsa Indonesia yang merupakan perpaduan antara seni dan teknologi oleh leluhur bangsa Indonesia. Corak ragam batik yang mengandung penuh makna dan filosofi akan terus digali dari berbagai adat istiadat maupun budaya yang berkembang di Indonesia. Motif-motif pada batik sebenarnya dapat memiliki filosofi yang bermacam-macam, tergantung dari siapa dan apa tujuan dari sang pembatik. Dalam proses pembuatan batik tulis maupun cap, batik melambangkan kesabaran pengrajanya karena hiasan dibuat dengan teliti dan melalui proses yang panjang. Oleh karena itu, semakin sempurna motif pada batik tersebut, melambangkan ketenangan dari pembatiknya.

Motif batik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, motif adalah corak atau pola. Motif adalah suatu corak yang dibentuk sedemikian rupa hingga menghasilkan suatu bentuk yang beraneka ragam. Motif-motif batik pada umumnya mempunyai dua macam keindahan, yaitu keindahan visual dan keindahan filosofis. Keindahan visual adalah rasa indah yang diperoleh karena perpaduan yang harmoni dari susunan bentuk dan warna melalui penglihatan atau panca indera, sedangkan keindahan filosofi adalah rasa indah yang diperoleh karena susunan arti dari sebuah lambang ornamen-ornamen yang membuat gambaran sesuai dengan paham yang dimengerti (Sewan Susanto dalam Indriani, 2006: 15).

Sedangkan kearifan lokal diartikan sebagai produk budaya yang telah ada sejak dahulu namun hingga saat ini masih patut untuk dijadikan pedoman dalam hidup.

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

Walaupun nilai kearifan sifatnya lokal, namun nilai-nilai yang terkandung didalamnya masih dapat dimanfaatkan secara luas atau universal. Sumber nilai kearifan lokal berasal dari nilai-nilai agama, atau religi pada umumnya disamping nilai-nilai yang dipelajari manusia dari alam. Nilai-nilai tersebut diterima oleh masyarakat dan dijadikan sebagai pandangan hidup (Sartini, 2009)

Kearifan lokal secara epistemologi terdiri dari dua kata yaitu kearifan (*wisdom*) yang berarti kebijaksanaan dan lokal (*local*) berarti setempat. *Local wisdom* dipahami sebagai gagasan-gagasan, nilai-nilai, pandangan-pandangan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Kearifan lokal adalah nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat. Nilai-nilai yang diyakini kebenarannya dan menjadi acuan dalam bertingkah laku sehari-hari masyarakat setempat (Widyanti) (Widyanti, 2015).

Pemberdayaan adalah proses meningkatkan kekuatan pribadi, antar pribadi, atau politik sehingga individu-individu, keluarga-keluarga dan komunitas-komunitas dapat mengambil tindakan untuk memperbaiki situasi-situasi mereka (Gutierrez dalam DuBois & Miley, 2005 dalam (Fahrudin, 2012). Beberapa unsur umum yang menandai proses pemberdayaan adalah sebagai berikut (Fahrudin, 2012):

1. Memusatkan pada kekuatan-kekuatan
2. Bekerja secara kolaboratif
3. Secara kritis memikirkan tentang pengaturan structural.
4. Menghubungkan kekuatan pribadi dan kekuatan politis, dalam arti adalah kemampuan untuk mengubah sistem, mendistribusikan kembali sumber-sumber, membuka struktur kesempatan dan mengorganisasi kembali masyarakat

Perspektif kekuatan sangat erat kaitannya dengan pemberdayaan (*empowerment*). *Empowerment* sebagaimana didefinisikan oleh Barker (1995) dalam (Ishartono, Raharjo, & Rusyidi, 2018) sebagai “*the process of helping individuals, families, groups, and communities to increase their personal, interpersonal, socioeconomic, and political strength and to develop influence toward improving their circumstance*” (p.20). Perspektif ini berupaya mengidentifikasi,

memanfaatkan, membangun, dan memperkuat kekuatan dan kemampuan yang mereka punya. Hal tersebut berlawanan dengan perspektif patologis, yang cenderung fokus pada kelemahan dan ketidakmampuan mereka. Perspektif kekuatan berguna untuk melihat lingkaran kehidupan dan melintasi seluruh tahap proses pertolongan – *assessment, intervention, and evaluation*. Fokus tersebut menekankan pada kemampuan orang, nilai-nilai, minat, keyakinan, sumber-sumber, prestasi dan aspirasi seseorang (Weick, Rapp, Sullivan, & Kisthardt, 1989). (Ishartono, Raharjo, & Rusyidi, 2018). Perspektif berbasis kekuatan (*strength based perspective*) (Poulin, 2005) memberikan lensa/cara pandang untuk melihat situasi masyarakat/klien dengan cara yang berbeda, yaitu berfokus pada kekuatannya, (atau potensi yang dapat dikembangkan dikemudian hari)

Sebuah praktik pemberdayaan, khususnya yang menasar pelaku industri dan pegiat usaha, khususnya lagi jika menggunakan basis pendekatan berbasis kekuatan- tentunya memiliki visi untuk membangun kemandirian dan keberlanjutan usaha dari para pelaku usaha. Salah satu hal yang berpengaruh kuat dalam keberlanjutan usaha adalah model bisnis. Sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2012). Penelitian empiris menunjukkan secara jelas bahwa inovasi model bisnis memiliki potensi keberhasilan yang jauh lebih besar daripada sekadar inovasi produk atau proses (Gassman, Frankenberger, & Csik, 2016). Maka upaya memperhatikan dan menganalisa model bisnis industri binaan, juga merupakan upaya strategis dalam konteks pemberdayaan, khususnya dalam upaya membangun keberlanjutan bisnis. Hal ini khususnya jika mengingat persaingan dunia industri yang semakin ketat dan mampu menggilas pelaku industri yang kurang siap bersaing (Kasali, The Great Shifthing, 2018)

Kajian terkait upaya pengembangan industri dan pemasaran produk pada era disrupsi ini tidak akan terlepas dari upaya membangun inovasi yang menyeluruh dari pengelolaan industri (Kasali, 2017). Pemasaran adalah salah satu unsur terpenting dalam upaya mempertahankan dan mengembangkan usaha. Pada era digital, maka pola pemasaran (dari

seluruh bidang industri) yang diunggulkan adalah yang mengedepankan pendekatan humanis (Kartajaya, 2018). Berikut ini adalah

tabel yang menggambarkan konsep sekaligus fenomena pemasaran

Tabel 1.  
Perbandingan Antara Marketing 1.0, 2.0 dan 3.0

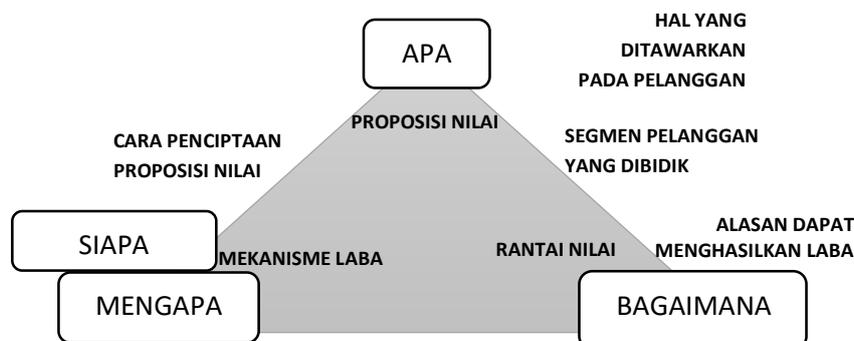
	<b>Marketing 1.0 Product-centric Marketing</b>	<b>Marketing 2.0 Consumer-oriented Marketing</b>	<b>Marketing 3.0 Values-driven Marketing</b>
Tujuan	Menjual Produk	Memuaskan dan mempertahankan konsumen	Menjadikan dunia tempat yang lebih baik
Kekuatan yang menggerakkan	Revolusi Industri	Teknologi informasi	New Wave Technology
Bagaimana perusahaan melihat pasar	Pembeli massal dengan kebutuhan fisik produk	Konsumen yang cerdas dengan pikiran dan hati	Manusia seutuhnya dengan pikiran, hati dan spirit
Konsep inti marketing	Pengembangan Produk	Diferensiasi	Nilai-nilai
Pedoman-pedoman marketing perusahaan	Product specification	Corporate and product positioning	Corporate mission, vision and values
Value propositions	Fungsional	Fungsional dan Emosional	Fungsional, emosional dan spiritual
Interaksi kepada konsumen	Transaksi one to many	Relasi one-to-one	Kolaborasi many-to-many

Sumber: (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2010)

Melalui tabel di atas, dapat dinyatakan bahwa pola dan skema pemasaran berubah dari tahun ke tahun mengikuti tuntutan zaman. Maka hanya pelaku industri yang dapat beradaptasi yang dapat bertahan dan berkembang (Kasali, Disruption, 2017). Salah

satu hal yang mampu membuat pelaku bisnis mempertahankan usahanya ditengah persaingan adalah melalui adaptasi model bisnis. Berikut adalah kajian model bisnis melalui bisnis model navigator (Gassman, Frankenberger, & Csik, 2016)

Gambar 1  
Business Model Navigator



Sumber: Gassman, Frankenberger, & Csik, 2016

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

Melalui diagram di muka, dapat dikaji model bisnis yang dijalankan, yaitu melalui kajian tentang apa (hal yang ditawarkan kepada pelanggan), lalu siapa (segmen pelanggan yang dibidik), mengapa (alasan dapat menghasilkan laba) dan bagaimana (cara penciptaan proposisi nilai). Pada konteks kajian ini, kerangka model bisnis digunakan untuk mendeskripsikan kondisi industri batik Sekar Tanjung. Lebih jauh, hal ini bertujuan untuk membangun proses pemberdayaan yang jauh lebih efektif dan diharapkan dapat memberikan dampak yang maksimal kepada anggota masyarakat.

Adapun berbasis perencanaan perusahaan (Dokumen Profil Batik Sekartani, 2020), tujuan umum program adalah untuk

1. Meningkatkan kreativitas, inovasi dan keterampilan kelompok
2. Mewujudkan tata Kelola pengembangan kewirausahaan dan kemandirian kelompok untuk persaingan secara sehat di *Market Place*
3. Pengembangan bisnis dan pemasaran produk secara masif dan luas baik offline maupun online
4. Menjalani hubungan harmonis antara PT Pertamina Fuel Terminal Tuban dengan masyarakat melalui "Program Pemberdayaan Kelompok Batik Tasikharjo.

Tujuan dari program ini yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya bagi perempuan yang ada di Desa Tasikharjo untuk menciptakan sumber pendapatan sendiri dan sebagai langkah pelestarian nilai-nilai budaya di Desa Tasikharjo dengan mengangkat nilai kearifan lokal Desa Tasikharjo yang dituangkan dalam motif Batik Sekar Tanjung. Berbasis tujuan dari program CSR dimuka, tampak bahwa yang secara khusus berfokus pada peningkatan kapasitas pelaku industri batik, agar mampu bertahan dan berkembang melalui manajemen bisnis yang baik, maka penelitian ini akan mengkaji tentang model bisnis industri batik Tasikharjo.

## METODE

Penelitian ini dilakukan di Dusun Awar-Awar, Desa Tasikharjo, Kecamatan

Jenu, Kabupaten dengan tujuan untuk mendeskripsikan industri batik TasikHarjo dengan menggunakan pisau analisis kerangka model bisnis. Penelitian dijalankan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data-data berupa kata-kata atau lisan maupun gambar dari orang (informan) maupun peristiwa yang sedang diamati (Moleong, 1988:7). Peneliti mencari dan menjelaskan jawaban atas permasalahan yang ingin diketahui. Selain itu, penggunaan pendekatan ini juga untuk mencapai tujuan yang ingin diraih dalam penelitian ini.

Unit analisis penelitian ini adalah Kelompok Batik Sekar Tanjung. Melalui unit analisis tersebut, peneliti dapat menentukan sumber informasi atau informan yang akan dituju. Penentuan unit analisis juga berguna dalam mencapai hasil penelitian yang tepat. Dalam menetapkan informan, penulis menggunakan teknik informan bertujuan (*purposive sampling*). *Purposive sampling* memiliki kecenderungan peneliti memilih informan yang dianggap mengetahui informasi dan permasalahannya yang mantap (Sutopo, 2002:56).

Peneliti menggunakan empat teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Teknik observasi dilakukan peneliti selama peneliti mendampingi program sebagai *Community Development Officer* (CDO). Adapun teknik wawancara dilakukan peneliti dengan cara mewawancarai informan yang berkaitan dengan program Batik Sekar Tanjung. Sedangkan teknik studi pustaka dan dokumentasi, peneliti menggunakan dokumen CSR FT Tuban.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Seiring waktu, upaya dan bantuan CSR yang ditempuh FT Tuban dalam mengembangkan program ini membuahkan kemandirian kelompok. Keterlibatan CSR FT Tuban pada kelompok ini berupa pengembangan kapasitas kelompok, baik secara kemampuan kewirausahaan maupun kelembagaan, melalui pendampingan, pelatihan, bantuan infrastruktur dan sarana prasarana produksi. Sejak 2015 hingga 2020, Kelompok Batik Sekar Tanjung telah

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

mengadakan pelatihan dan pendampingan yang mengarah pada pemberdayaan dalam rangka peningkatan kapasitas anggota kelompoknya agar mandiri dan berkelanjutan. Dalam rencana strategis pada segi kelembagaan, Kelompok Batik Sekar Tanjung diproyeksikan berkembang menjadi *workshop batik center* di Desa Tasikharjo.

Program CSR FT Tuban yang bertajuk “Pemberdayaan masyarakat Batik Sekar Tanjung” ini merupakan program pemberdayaan bagi perempuan di Desa Tasikharjo yang memaksimalkan potensi yang ada di sekitar desa yaitu keterampilan membuat batik. Batik sebagai salah satu kerajinan tangan yang memiliki nilai historis di Indonesia. Secara umum, setiap wilayah di Indonesia yang memproduksi batik memiliki ciri khas atau motif tertentu yang menjadi karakteristik batik lokal tersebut. Hal tersebut juga mendasari Kelompok Batik Sekar Tanjung bersama CSR FT Tuban berkreasi membuat ciri khas batik sendiri dengan mengangkat nilai-nilai kearifan lokal yang sesuai dengan karakteristik Desa Tasikharjo sebagai daya tarik tersendiri bagi Batik Sekar Tanjung.

#### A. Profil Kelompok Sekar Tanjung

Kelompok Batik Sekar Tanjung terletak di Dusun Awar-Awar, Desa Tasikharjo, Kecamatan Jenu, Kabupaten Tuban. Kelompok Batik Sekar Tanjung adalah salah satu media bagi wanita Desa Tasikharjo yang tertarik dalam bidang tekstil, khususnya batik. Kelompok yang didirikan sejak 2015 ini memiliki legalitas organisasi sebagai kelompok masyarakat dari keputusan Kepala Desa Tasikharjo. Kelompok ini memiliki 32 anggota yang berasal dari Desa Tasikharjo. 31 orang diantaranya adalah perempuan. Adapun mayoritas anggota kelompok ini adalah Ibu Rumah Tangga (IRT) tanpa penghasilan (Dokumen Indeks Kepuasan Masyarakat FT Tuban, 2021).

Hingga saat ini, Kelompok Batik Sekar Tanjung aktif dalam memproduksi kain batik dan terus mengembangkan motif yang memiliki ciri khas atau nilai kearifan lokal Desa Tasikharjo. Sejak tahun 2020, Kelompok Batik Sekar Tanjung mulai mengembangkan produknya dengan memproduksi masker, tas, dompet, baju, dan aksesoris lainnya dengan berbahan dasar Batik Sekar Tanjung sehingga dapat menciptakan pasar yang lebih luas.

#### B. Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Batik Sekar Tanjung sebagai Program CSR Pertamina FT Tuban

Kelompok Batik Sekar Tanjung merupakan kelompok binaan CSR Pertamina FT Tuban sejak 2015 yang pengembangannya dikuatkan berdasarkan *social mapping* pada tahun 2018, rencana strategis (renstra) CSR FT Tuban tahun 2019-2023, dan rencana kerja (renja) tahun 2021.

Pertamina diwakili oleh fungsi CSR FT Tuban secara mencolok berperan sebagai inisiator utama kemunculan program Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Batik Sekar Tanjung. Peran potensial tersebut timbul karena adanya dukungan finansial berupa dana tahunan program CSR. Selain itu, adanya kewajiban peraturan undang-undang juga menjadi titik pangkal perusahaan melaksanakan CSR sebagai prinsip kepatuhan (*to obey the law*).

Pendampingan Kelompok Batik Sekar Tanjung oleh CSR FT Tuban diawali dengan merespon adanya potensi kemampuan membuat batik salah seorang warga Desa Tasikharjo. Hal tersebut mendorong CSR FT Tuban untuk mengadakan pelatihan membuat batik bagi wanita-wanita di Desa Tasikharjo. Pendampingan tersebut dibarengi dengan pemberian modal, pengadaan pelatihan peningkatan kapasitas anggota, pembangunan infrastruktur, dan melengkapi sarana prasarana penunjang produksi batik.

Tabel 2.  
Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Batik Sekar Tanjung

No.	Karakteristik Pemberdayaan	Inti pemberdayaan	Deskripsi
1	Memusatkan pada kekuatan-kekuatan	Proses pemberdayaan dilakukan dengan fokus utama mengangkat salah satu kekuatan lokal desa Tasikharjo yaitu motif batik	Program pemberdayaan telah secara konsisten mengangkat kekuatan/potensi/kearifan lokal desa yaitu motif batik.
2	Bekerja secara kolaboratif	Pertamina secara aktif membangun beragam kolaborasi dengan masyarakat dalam rangka mendukung terciptanya ekosistem industri batik yang baik, diantaranya: 1.Instalasi IPAL 2.Program lanjutan sarana rumah batik 3.Prasarana rumah batik 4.Tempat pewarnaan batik 5.Pelatihan pewarnaan alam 6.Pengembangan pemasaran produk 7.Pelatihan menjahit 8.Kerjasama dinas terkait	Pertamina secara konsisten berusaha membangun upaya kolaboratif yang melibatkan anggota masyarakat dan khususnya pelaku industri batik, dalam rangka melanggengkan dan mengembangkan industri batik menjadi kekuatan ekonomi desa.
3	Secara kritis memikirkan tentang pengaturan struktural.	Pihak Pertamina membantu pelaku industri batik agar terhubung dengan beragam pihak eksternal yang berpotensi	Pertamina menciptakan jejaring sehingga kelompok mitra binaan dapat dipertemukan dengan sistem sumber dan stakeholders lainnya
4	Menghubungkan kekuatan pribadi dan kekuatan politis, dalam arti adalah kemampuan untuk mengubah sistem, mendistribusikan kembali sumber-sumber, membuka struktur kesempatan dan mengorganisasi kembali masyarakat	Pada tahun 2020, dimana kondisi ekonomi negara sedang berada pada masa sulitnya akibat Pandemi Covid-19. Program Batik Sekartanjung difokuskan kepada pengembangan produk batik dan <i>brand marketing</i> produk yang disesuaikan dengan kondisi pandemic covid-19 dengan berkerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tuban serta Dinas Pariwisata Kabupaten Tuban. Telah dilaksanakan pelatihan marketing online dan pelatihan membuat masker beserta inovasi desain masker yang unik.	Pertamina memberikan fasilitasi alat-alat bekerja dan lapak dagang melalui dibangunnya toko fisik batik di wilayah desa, untuk dapat dipergunakan dan dioptimalkan oleh pelaku industri batik. Hal ini menjadi modal dasar yang baik bagi terbangun kemandirian industri desa, yang banyak dihuni oleh ibu-ibu warga desa.

Sumber Data: Hasil Evaluasi CSR 2020

Program ini menjadi program unggulan CSR FT Tuban karena sudah mulai terlihat upaya kelompok untuk dapat mandiri dan terus mengupayakan keberlanjutannya dalam mengembangkan usaha batik ini. Selain itu, peminat/konsumen Batik Sekar Tanjung juga mengalami peningkatan. Hal tersebut dapat terlihat dari pemesanan Batik Sekar Tanjung dari masyarakat luas di berbagai kalangan mulai dari pegawai pemerintahan, pegawai

swasta, guru, PKK, dan organisasi masyarakat lainnya.

Hingga saat ini, Kelompok Batik Sekar Tanjung dan CSR FT Tuban bekerjasama telah mengembangkan 17 motif Batik Sekar Tanjung yang mengangkat nilai kearifan lokal Desa Tasikharjo yang dilukiskan pada motif batik tulis dan batik cap. Inovasi motif dan pengemasan perlu untuk selalu ditambah dan ditingkatkan agar semakin banyak menarik minat pasar terhadap batik ini.

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

Tabel 3.  
Analisa Model Bisnis Batik Sekar Tanjung

Komponen Model Bisnis		Kondisi Lapangan	Keterangan
APA	Hal yang ditawarkan kepada pelanggan	Produk utama yang ditawarkan kepada pelanggan adalah kain batik. Sejauh ini, melalui program pemberdayaan, yang telah berjalan sejak 2015, industri batik Sekar Tanjung telah berhasil mengembangkan hingga 17 motif batik berciri khas desa Sekar Tanjung. Secara umum dapat dikatakan bahwa ini adalah kekuatan utama dari industri ini, yaitu memiliki motif batik yang tidak dimiliki oleh industri yang lain	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Sekar Tanjung (Bunga Tanjung)</li> <li>2) Dangsumbi (Sumbi Udang)</li> <li>3) Panduri (Pandan Berduri)</li> <li>4) Sekar rama (Bunga Rama)</li> <li>5) Sekar</li> <li>6) Sekar kupu (Kupu di tengah bunga)</li> <li>7) Tanjung Pipit</li> <li>8) Salur trisno (Cinta berantai)</li> <li>9) Sekar Gading (Bunga Gading)</li> <li>10) Sekar Lintang (Bunga Bintang)</li> <li>11) Sekar Ageng (Kerang Besar)</li> <li>12) Sekar Lembut (Bunga yang kecil-kecil)</li> <li>13) Sekar Langit (Bunga yang tinggi)</li> <li>14) Sekar Godong (Daun Bunga)</li> <li>15) Sekar wiji (Biji Bunga)</li> <li>16) Kacang Tanjung</li> <li>17) Bunga Melati</li> </ol>
BAGAIMANA	Cara Penciptaan Proposisi nilai	<p>Nilai utama yang dimiliki dan ditawarkan oleh Desa Tasikharjo adalah keunikan dan ke-khas-an motif batik Sekar Tanjung.</p> <p>Harga kain Batik Sekar Tanjung berkisar antara Rp. 125.000-Rp.250.000 untuk kain sutra berukuran 150 cm x 150 cm, sedangkan untuk kain yang berbahan dasar sutra ukuran 150 cm x 150 cm dijual dengan harga Rp.300.000. Untuk aksesoris seperti tas, dompet, dan masker dijual dengan kisaran harga Rp.10.000-Rp.80.000.</p>	Kekuatan utama dari industri batik salah satunya adalah motif batiknya itu sendiri. Motif Batik yang dikembangkan dalam hal ini berpotensi memiliki kekuatan pemasaran yang baik dan sejalan dengan konsepsi Marketing 3.0
MENGAPA	Bagaimana Meghasilkan laba	<p>Industri Batik Sekar Tanjung telah membangun Brand Marketing sendiri, untuk membangun kesadaran public yang baik terkait eksistensi dari Batik Sekar Tanjung.</p> <p>Adapun strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Batik Sekar Tanjung adalah dengan cara menjual <i>offline</i> dan <i>online</i>. Penjualan <i>offline</i> batik ini melalui</p>	Melalui upaya mengangkat kekuatan utama dari batik Sekar Tanjung, yaitu motif tradisional khas daerah yang juga merupakan bentuk kearifan lokal (yang sekaligus juga mengangkat kekayaan alam daerah melalui motif batik), pola pengembangan industri ini semakin selaras dengan konsep marketing 3.0 yaitu memandang pasar sebagai manusia seutuhnya dengan

		<i>showroom</i> atau toko Batik Sekar Tanjung.	pikiran, hati dan spirit.  Salah satu kekuatan lain dari industri batik ini adalah telah memiliki pedoman/prosedur produksi yang ditetapkan bersama. Hal ini tentu merupakan sebuah keunggulan dari tipe batik tulis yang mengedepankan sentuhan tangan dan keunikan dalam motifnya.
SIAPA	Segmen pasar yang dibidik	<p>Sejauh ini pasar yang dibidik dibagi menjadi dua kategori yaitu:</p> <p>(a) Pasar individu</p> <p>(b) Pasar industri/organisasi</p> <p>Pemasaran atau terjualnya produk yang diproduksi merupakan indikator bahwa program pemberdayaan masyarakat berhasil, karena kegiatan pendampingan dan pemberdayaan tersebut dapat menghasilkan keuntungan ekonomis bagi penerima manfaat program. Hingga saat ini, Kelompok Batik Sekar Tanjung masih terus memproduksi dan memasarkan batiknya baik berdasarkan pesanan maupun untuk stok di toko <i>online</i> dan <i>offline</i>.</p> <p>Batik Sekar Tanjung tidak hanya menjual kain batik, namun juga menjual baju dan aksesoris seperti tas, dompet, dan masker.</p> <p>Selain itu, kelompok ini juga menerima pemesanan dalam jumlah banyak. Salah satu contohnya adalah pemesanan 750 masker dan 39 kemeja berbahan dasar batik dari Pertamina FT Tuban di tahun 2020.</p> <p>Sedangkan metode <i>online</i> dijual melalui aplikasi whatsapp anggota kelompok. Selain itu, Batik Sekar Tanjung juga memasarkan produknya dengan sering mengikuti pameran yang digelar oleh Pemerintah Kabupaten. Namun karena pandemi covid-19, kegiatan ini tidak lagi diadakan. Target pemasaran Batik Sekar Tanjung untuk berbagai kalangan dan usia. Sebagian besar pemesan berasal dari instansi pemerintahan,</p>	Konsep pengembangan batik sangat selaras dengan dimensi konsep dasar pemasaran dari skema konsep marketing 3.0 yaitu nilai-nilai (values). Pola pemberdayaan industri batik dilakukan dengan mengarusutamakan pembanguan kearifan lokal daerah yaitu motif batik khas daerah, yang saat ini telah berhasil dikembangkan menjadi 17 motif batik.

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

		pendidikan, dan perusahaan. Hasil penjualan Batik Sekar Tanjung di tahun 2020 yaitu sebesar Rp 27.023.500,-.	
--	--	--	--

Sumber Data: Hasil Evaluasi CSR 2020

Berbasis Analisa dimuka, tampak bahwa perkembangan industri batik telah semakin baik dan menjanjikan. Hal ini keterisian indikator model bisnis yang menunjukkan bahwa industri ini telah semakin memiliki kekuatan yang solid. Berikut akan dipaparkan secara lebih detail proses pembuatan

### C. Proses Pembuatan Batik Tulis Sekar Tanjung

Bahan yang digunakan dalam membuat Batik Sekar Tanjung antara lain sebagai berikut:

1. Kain katun
2. Lilin batik atau malam
3. Pewarna batik

Adapun alat membatik yang digunakan adalah peralatan yang sifatnya tradisional dan khas. Adapun peralatan yang digunakan dalam pembuatan Batik Sekar Tanjung diantaranya adalah: Pensil, Canting, Gawangan, Kompur, Wajan, Bak Celup, Ketel atau Panci, Cap Tembaga

Langkah-langkah membatik dalam pembuatan batik tulis harus melalui beberapa tahapan, tahapan-tahapan tersebut adalah sebagai berikut (Kurniadi,1996: 24):

1. Tahap persiapan
 

Dalam tahap persiapan ini juga terbagi dari beberapa tahap, tahapan-tahapan tersebut diantaranya:

  - a. Pemotongan kain
  - b. Mencuci kain atau ngirah
  - c. Menganji mori atau ngloyor
  - d. Ngeempleng
2. Tahap pelekatan atau pemberian lilin batik
 

Bertujuan agar bagian-bagian tertentu tidak terkena warna. Pengaplikasian lilin pada batik dapat dilakukan secara bertahap, yaitu pada tahap awal ngrengreng sampai dengan tahap akhir sebelum batik tersebut dilorod.
3. Tahap pewarnaan batik
 

Ada beberapa teknik pewarnaan yang dapat dilakukan. Menurut Sewan Suwanto (1980:8-9) terdapat empat jenis pewarnaan diantaranya:

- a. Medel
- b. Celupan warna dasar
- c. Menggadung
- d. Coletan atau dulitan

Kelompok Sekar Tanjung cenderung menggunakan teknik celupan warna dasar dengan alasan agar warna tidak tercampur atau berubah dengan warna berikutnya.

4. Tahap penghilangan lilin atau *finishing*

Penghilangan lilin atau malam batik dilakukan untuk mendapatkan corak atau gambar pada kain agar terbuka atau tidak tertutup malam dengan cara sebagai “dikerok” dan “nglorod”.

### D. Kearifan dalam motif Batik Tradisional

Batik Sekar Tanjung merupakan batik gabungan antara metode tulis dan cap. Batik Sekar Tanjung dibuat dengan kombinasi metode tulis dan cap. Menurut Alicia Trixie (2020:3), batik tulis adalah kain yang dihias dengan motif batik menggunakan tangan dengan membutuhkan waktu kurang lebih 2-3 bulan. sedangkan batik cap adalah kain yang dihias dengan motif batik yang terbentuk oleh cap dari cetakan tembaga yang berbentuk motif-motif unik dengan proses yang lebih cepat yaitu kurang lebih 2-3 hari. Beberapa motif yang dimiliki Kelompok Batik Sekar Tanjung antara lain:

#### 1) Sekar Tanjung (Bunga Tanjung)

Diambil dari nama kelompok Batik Sekar Tanjung. Secara Bahasa, Sekar Tanjung artinya Bunga Tanjung. Dilihat dari kondisi Desa Tasikharjo yang berada di daratan yang menjorok ke laut atau yang biasa disebut “Tanjung” dan kata “Sekar” yang memiliki arti “Bunga”. Sebutan “Sekar Tanjung” identik dengan Desa Tasikharjo, penamaan tersebut juga menjadi nama dari Taman Kanak-Kanak dan Kelompok Bermain yang ada di Desa Tasikharjo.

**Gambar 2. Motif Batik Sekar Tanjung**



Sumber Data: Laporan Program CSR 2020

**2) Dangsumbi (Sumbi Udang)**

Filosofi penamaan motif ini berasal dari potensi Desa Tasikharjo berupa udang yang terlihat dari banyaknya tambak udang di desa ini. Potensi ini menjadi sumber inspirasi motif Batik Sekar Tanjung yang bertujuan untuk mempresentasikan kekayaan sumber daya alam Desa Tasikharjo. Adapun penamaan motif Dangsumbi berasal dari kata “Dang” yang artinya “Udang” dan “Sumbi” memiliki arti “Duri”, sehingga makna DangSumbi yaitu Duri Udang. Duri udang menjadi senjata bagi udang untuk melindungi dirinya dari musuh.

**3) Panduri (Pandan Berduri)**

Pandan Berduri terinspirasi dari tumbuhan pandan yang banyak tumbuh di pesisir Pantai Desa Tasikharjo. Pandan memiliki duri yang berguna sebagai alat perlindungan diri. Bagi masyarakat Desa Tasikharjo, pandan menjadi simbol pagar yang dapat menjaga wilayah mereka dari bahaya laut.

**4) Sekar Rama (Bunga Rama)**

Motif Sekar Rama yaitu perbandingan antara motif Sekar yang berarti “bunga” dan motif tokoh wayang “Rama”. Bunga menggambarkan keindahan, sedangkan Rama menggambarkan sosok tokoh yang lembut namun pandai berperang dengan menggunakan panah. Tokoh Rama dikenal kisah percintaannya dengan Shinta dalam perwayangan Jawa. Motif Rama banyak dipesan untuk kain sarimbit karena menyimbolkan maskulinitas laki-

laki. Sebagai pasangannya, motif Shinta yang lebih menyimbolkan perempuan.

**5) Sekar Sinta (Bunga Sinta)**

Sekar Sinta merupakan pasangan dari motif Sekar Rama. Sinta menggambarkan tokoh protagonis wayang wanita cantik jelita dan melambangkan kesucian dan keteguhan cinta. Dalam Bahasa Sansekerta “Shinta” berarti ‘kerut’ dimana menggambarkan tentang kesuburan hingga ia mendapatkan julukan Dewi Bumi yang bisa memberkati ladang hasil panen yang berkualitas. Simbol tokoh wanita ini menjadi gambaran bagi Kelompok Sekar Tanjung yang 97% anggotanya merupakan wanita.

**6) Sekar Kupu (Kupu di Tengah Bunga)**

Motif Sekar Kupu memiliki arti kupu-kupu yang hinggap di tengah bunga. Kupu-Kupu identik dengan keindahan dan kelestarian. Kupu-kupu memiliki proses atau tahapan metamorfosis sempurna sebelum menjadi bentuk yang sempurna. Hal tersebut menjadi inspirasi motif Batik Sekar Tanjung dimana kelompok ini dibangun melalui sebuah proses dengan waktu yang panjang dan tidak instan untuk dapat berkembang kemudian sukses sempurna.

**7) Tanjung Pipit**

Nama “Tanjung Pipit” terinspirasi dari Desa Tasikharjo yang berada di daratan tanjung dan pipit yang merupakan jenis burung. Tanjung pipit menggambarkan sekelompok burung yang sedang bertengger di pesisir pantai.

**8) Salur Trisno (Cinta berantai)**

Salur Trisno berasal dari kata “salur” yang berarti “sambung menyambung” dan “trisno” yang artinya “cinta”. Filosofi dari motif ini sebagai wujud cinta anggotanya terhadap batik yang terus menerus dan tidak berakhir dari generasi ke generasi selanjutnya. Diharapkan kecintaan terhadap kebudayaan batik ini terus melekat di hati anggota dan masyarakat.

**9) Sekar Gading (Bunga gading)**

Sekar Gading atau bunga gading masih digunakan oleh masyarakat Desa Tasikharjo dalam acara-acara khusus seperti khitanan, aqiqah, pemakaman, ziarah atau “nyekar”. Bunga ini erat kaitannya dengan hal-hal berbau mistis namun memiliki bentuk yang indah dan aroma yang sangat wangi. Saat ini, bunga

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

gading cukup sulit ditemui sehingga harga per bunganya cukup mahal.

**10) Sekar Lintang (Bunga bintang)**

Motif sekar lintang terinspirasi dari bintang laut yang merupakan biota laut. Motif bintang laut digunakan sebagai simbol Desa Tasikharjo yang terletak di pesisir pantai. Sekar lintang atau yang memiliki arti “Bunga Bintang” menjadi motif unggulan dari batik Kelompok Sekar Tanjung karena memiliki banyak peminat. Motif ini cukup fleksibel bila dipadupadankan dengan motif yang lain.

**11) Kerang Ageng (Kerang besar)**

Kerang ageng memiliki arti “Kerang yang besar”. Motif ini cocok dipakai oleh tokoh pemimpin karena identik dengan karakter kegagahan, kebijaksanaan, dan kewibawaan. Biasanya, motif ini dipadukan dengan warna yang tegas dan kuat sehingga menonjolkan karakter kepemimpinan bagi yang memakainya.

**12) Sekar Lembut (Bunga kecil-kecil)**

Motif Sekar Lembut menggambarkan kemakmuran dan keadilan. Dalam satu kain dipenuhi motif bunga-bunga kecil dengan bentuk yang sama namun terlihat manis dan indah. Motif ini sangat cocok dipadukan dengan warna-warna yang lembut dan terang. Sekar lembut merupakan salah satu motif sederhana namun menimbulkan kesan yang elegan sehingga cukup memiliki banyak peminat.

**13) Sekar Langit (Bunga yang tinggi)**

Sekar Langit menggambarkan tanaman yang bisa merambat sehingga menjulang tinggi. Diharapkan Kelompok Batik Sekar Tanjung dapat terus bertumbuh dan menyebar hingga ke daerah lain sehingga bisa menjulang tinggi atau menyentuh kancah nasional maupun internasional.

**14) Sekar Godong (Daun Bunga)**

Sekar godong yang artinya “daun bunga” terinspirasi dari bunga dan daun yang berjatuhan dari pohon. Motif Sekar Godong biasanya dipadukan dengan motif sekar lembut untuk mengisi kekosongan ruang pada kain yang telah digambari sekar godong. Perpaduan tersebut menggambarkan keserasian dan keharmonisan didalam perbedaan.

**15) Sekar Wiji (Biji bunga)**

Sekar wiji atau biji bunga merupakan simbol proses Kelompok Batik Sekar Tanjung yang tidak langsung bertumbuh

besar. Biji menyimbolkan awal kehidupan dan akan berkembang apabila dirawat dengan baik. Diharapkan Kelompok Batik Sekar Tanjung menjadi awal kebermanfaatan bagi masyarakat dengan menyebarkan kebaikan dan keindahan.

**16) Kacang Tanjung**

Motif kacang tanjung terinspirasi dari tumbuhan palawija yang berjenis kacang-kacangan. Kacang akan tumbuh dengan akar yang kuat di tanah yang subur. Di Desa Tasikharjo terdapat banyak tanaman kacang sebagai tanaman selingan setelah petani selesai menanam jagung. Melalui motif ini, diharapkan Kelompok Batik Sekar Tanjung dapat terus tumbuh dan kuat seperti kacang yang masih di akarnya.

**17) Sekar Melati**

Melati merupakan salah satu bunga yang memiliki wangi yang kuat. Melalui motif ini diharapkan Kelompok Batik Sekar Tanjung dapat mengharumkan Desa Tasikharjo ke kancah nasional maupun internasional sebagai warisan budaya bangsa.

Pemasaran atau terjualnya produk yang diproduksi merupakan indikator bahwa program pemberdayaan masyarakat berhasil, karena kegiatan pendampingan dan pemberdayaan tersebut dapat menghasilkan keuntungan ekonomis bagi penerima manfaat program. Hingga saat ini, Kelompok Batik Sekar Tanjung masih terus memproduksi dan memasarkan batiknya baik berdasarkan pesanan maupun untuk stok di toko *online* dan *offline*.

Batik Sekar Tanjung tidak hanya menjual kain batik, namun juga menjual baju dan aksesoris seperti tas, dompet, dan masker. Selain itu, kelompok ini juga menerima pemesanan dalam jumlah banyak. Salah satu contohnya adalah pemesanan 750 masker dan 39 kemeja berbahan dasar batik dari Pertamina FT Tuban di tahun 2020.

Sedangkan metode *online* dijual melalui aplikasi whatsapp anggota kelompok. Selain itu, Batik Sekar Tanjung juga memasarkan produknya dengan sering mengikuti pameran yang digelar oleh Pemerintah Kabupaten. Namun karena pandemi covid-19, kegiatan ini tidak lagi diadakan. Target pemasaran Batik Sekar Tanjung untuk berbagai kalangan dan usia.

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

Sebagian besar pemesan berasal dari instansi pemerintahan, pendidikan, dan perusahaan. Hasil penjualan Batik Sekar Tanjung di tahun 2020 yaitu sebesar Rp 27.023.500,-.

Program pemberdayaan masyarakat Batik Sekar Tanjung mampu menambah pundi-pundi pendapatan wanita Desa Tasikharjo, khususnya anggota Kelompok Batik Sekar Tanjung.

## SIMPULAN

1. Upaya pemberdayaan masyarakat, khususnya industri batik Sekar Tanjung, dengan mengedapkan pendekatan berbasis kekuatan telah menemukan kekuatan dan potensi masyarakat Desa Tasikharjo, yaitu keterampilan membatik dan kearifan lokal yaitu motif batik khas Sekar Tanjung. Selain itu, Batik Sekar Tanjung juga turut melestarikan nilai kearifan dan potensi lokal dengan merepresentasikannya melalui motif yang dilukis diatas kain batik. Batik tulis dan cap oleh Kelompok Batik Sekar Tanjung memiliki nilai dan filosofi sendiri pada setiap motifnya sesuai dengan budaya Desa Tasikharjo yang berbeda dengan batik-batik lain yang ada di Kabupaten Tuban. Hingga saat ini terdapat 17 motif yang diciptakan dengan beragam warna khas dari Batik Sekar Tanjung. Motif Batik Desa Tasikharjo yang menjadi unggulan yaitu "Sekar Tanjung" yang menjadi identitas Desa Tasikharjo.
2. Sejumlah turunan dari aktivitas pemberdayaan telah dilakukan melalui CSR Pertamina yang ditujukan untuk membantu pelaku industri batik mempertahankan dan mengembangkan usahanya.
3. Pemahaman terkait model bisnis menjadi urgen untuk memastikan bahwa bisnis ataupun industri yang berjalan dan sedang menjalani program pendampingan, memiliki potensi berkembang yang baik. Hal ini ditandai dengan terpenuhinya 4 komponen dasar model bisnis yaitu (1) Apa, (2) Siapa, (3) Mengapa dan (4) Bagaimana
4. Dengan adanya Program Pemberdayaan Kelompok Batik Sekar Tanjung, di Desa Tasikharjo, Kecamatan Jenu, Kabupaten Tuban, telah mampu membawa dampak

positif bagi warga terutamanya warga yang tergabung pada Kelompok Sekar Tanjung binaan PT Pertamina Fuel Terminal Tuban.

## SARAN

Adapun saran dari penelitian ini ditujukan kepada pelaku usaha Batik Sekar Tanjung, yaitu perlunya untuk lebih peka dalam mengeksplorasi potensi dan nilai kearifan lokal Desa Tasikharjo untuk menambah keberagaman pilihan motif batiknya. Selain itu, strategi penjualan juga perlu untuk ditingkatkan dengan cara membuka reseller serta penjualan melalui *e-commerce* seperti shopee, tokopedia, dan lazada. Saran berikutnya disampaikan kepada Pemerintah Kabupaten Tuban, khususnya kepada Dinas Koperasi Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Tuban dalam mempromosikan dan mengembangkan UMKM Batik Sekar Tanjung ini.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kelompok Batik Sekar Tanjung, selaku penerima manfaat program dan pelaksana Program Pemberdayaan Masyarakat Batik Sekar Tanjung.
2. Pemerintah Desa Tasikharjo, selaku pendukung pelaksanaan Program Pemberdayaan Masyarakat Batik Sekar Tanjung.
3. Tim CSR MOR V Jatimbalinus atas dukungan moril dan materil Program Pemberdayaan Masyarakat Batik Sekar Tanjung.
4. Seluruh pihak yang terlibat dalam keberlangsungan Program Pemberdayaan Masyarakat Batik Sekar Tanjung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahrudin, A. (2012). *Pengantar Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Penerbit Refika Aditama.**
- Community Development Officer Fuel Terminal Tuban. 2021. *Dokumen Indeks Kepuasan Masyarakat PT Pertamina Fuel Terminal Tuban Tahun 2021*. Tuban:CSR PT Pertamina Fuel Terminal Tuban.

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.2	Hal: 339 - 352	Agustus 2021
--	--	-------------	----------------	--------------

- Fahrudin, A. (2012). *Pengantar Kesejahteraan Sosial*. Bandung: Penerbit Refika Aditama.
- Gassman, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2016). *Business Model Navigator*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Indarmaji. 1983. *Seni Kerajinan Batik*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Ishartono, Raharjo, S. T., & Rusyidi, B. (2018). *Kekuatan Keluarga Miskin (Strenght Perpective)*. Bandung: ITB Press.
- Kartajaya, H. (2018). *Citizen 4.0*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, R. (2017). *Disruption*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, R. (2018). *The Great Shifthing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kurniadi, Edi. 1996. *Seni Kerajinan Batik*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Moleong, Lexy J. 1995. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mustangin, Desi Kusniawati, dkk. 2017. *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata di Desa Bumiaji*. Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi 2(1):59-72.
- Nugroho, Adi. 2019. *Simplifikasi Aplikasi Pewarna Indigo*. Kajian 3(2):147-157.
- Nugroho, Hadi. 2020. *Pengertian Motif Batik dan Filosofinya*. Melalui <[https://bbkb.kemenperin.go.id/index.php/post/read/pengertian\\_motif\\_batik\\_dan\\_filosofinya\\_0](https://bbkb.kemenperin.go.id/index.php/post/read/pengertian_motif_batik_dan_filosofinya_0)>[23/07/21].
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Poulin, J. (2005). *Strenght Based Generalist Practice: A Collaborative Approach*. Belmont: Thomson Brook/Cole.
- Rusdi, Moh. 2019. *Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Perusahaan Genting Ud. Berkah Jaya*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis 6(2):49-54.
- Santoso, M. B. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Dalam B. Wibhawa, S. T. Raharjo, H. Wibowo, & N. C. Apsari (Penyunt.), *Social Entrepreneurship, Social Enterprise & Corporate Social Responsibility: Pemikiran, Konseptual dan Praktik*. Bandung: Penerbit Widya Padjadjaran.
- Sartini, 2009. *Mutiara Kearifan Lokal Nusantara*. Kepel, Yogyakarta.
- Sewan Susanto. 1980. *Seni Kerajinan Batik Indonesia*. Jakarta: Departemen Perindustrian RI.
- Suharto, E. 2009. *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri Memperkuat CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sumintarsih. 2009. *Pelestarian Batik Dan Ekonomi Kreatif*. Jurnal Jantran Vol IV. Yogyakarta: Departemen Kebudayaan Dan Pariwisata Balai Pelestarian Sejarah Dan Nilai Tradisional Yogyakarta
- Sutopo, H B. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Trixie, Alicia. 2020. *Filosofi Motif Batik Sebagai Identitas Bangsa Indonesia*. Surabaya: Universitas Ciputra.
- Widyanti, Triani. 2015. *Penerapan Nilai-Nilai Kearifan Lokal Dalam Budaya Masyarakat Kampung Adat Cireundeu Sebagai Sumber Pembelajaran IPS*. Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial 24: 2.