

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

2.1 Profil Disperindagkop Kabupaten Bantul dan Profil Dinas KUKM Kabupaten Bantul

Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi (Disperindagkop) Kab.Bantul adalah salah satu unsur pelaksana Pemerintah Daerah di bidang Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi yang beralamat di Jl. Prof. Dr. Soepomo. Sh, Ringinharjo, Kecamatan Bantul, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55164, Indonesia. Hal ini tertuang dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 16 Tahun 2007 tentang Pembentukan Organisasi Dinas Daerah di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul dan Tupoksi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi.

Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul merupakan unsur pelaksana daerah dalam Program Kampung UKM Digital, tetapi hanya berlangsung selama tahun 2016. Hal ini dikarenakan terdapat penggantian nomenklatur dinas menjadi Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Kabupaten Bantul, sehingga pelaksana Program Kampung UKM Digital kini diampu oleh Dinas KUKMP Kabupaten Bantul. Maka dari itu akan diuraikan profil dinas sebelum dan sesudah adanya penggantian nomenklatur tersebut.

a. Visi Disperindagkop Kabupaten Bantul

“TERWUJUDNYA USAHA KECIL MENENGAH DAN KOPERASI YANG KUAT, SEJAHTERA BERKEADILAN SERTA

PENINGKATAN PEMBERDAYAAN INVESTASI YANG TERARAH
SEBAGAI PENDUKUNG PEREKONOMIAN DAERAH”

b. Misi Disperindagkop Kabupaten Bantul

Disperindagkop Kabupaten Bantul mempunyai misi:

- 1) Mewujudkan peningkatan daya saing dengan meningkatkan produksi dan nilai tambah, serta pemanfaatan hasil potensi daerah yang berkelanjutan yang berwawasan lingkungan demi terwujudnya kesejahteraan KUKM.
- 2) Mewujudkan peningkatan pertumbuhan investasi daerah yang terarah melalui pengembangan sistem pendukung usaha bagi KUKM serta peningkatan nilai investasi dan investor.
- 3) Mewujudkan peningkatan perdagangan dalam rangka menggerakkan perekonomian daerah, dan perlindungan konsumen.

2.1.1 Tugas Pokok dan Fungsi Disperindagkop Kabupaten Bantul

Sesuai dengan Peraturan Bupati Bantul Nomor 67 Tahun 2008 tentang Rincian Tugas, Fungsi dan Tatakerja Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Bupati Bantul Nomor 18A Tahun 2011 tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Nomor 67 tahun 2008 tentang Rincian Tugas, Fungsi dan Tatakerja Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul. Untuk melaksanakan tugas tersebut Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul mempunyai fungsi:

- 1) Perumusan Kebijakan Teknis di bidang Perindustrian, perdagangan, koperasi dan penanaman modal
- 2) Penyelenggaraan urusan pemerintahan dan pelayanan umum di bidang perindustrian, perdagangan, koperasi dan penanaman modal
- 3) Pembinaan dan pelaksanaan tugas bidang perindustrian, perdagangan, koperasi dan penanaman modal
- 4) Melaksanakan kesekretariatan Dinas
- 5) Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh Bupati sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi mempunyai tugas melaksanakan urusan rumah tangga Pemerintah Daerah dan tugas pembantuan di bidang Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi.

2.1.2 Tujuan dan Sasaran Organisasi

a. Tujuan

Tujuan Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul sebagai berikut :

- 1) Meningkatkan daya saing pada era globalisasi dengan meningkatkan produksi, nilai tambah serta pemanfaatan hasil potensi daerah melalui, pemberdayaan, peningkatan kapasitas IPTEK, SDM, sistem produksi dengan mengacu pada pembangunan yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.

- 2) Peningkatan pertumbuhan investasi daerah yang terarah melalui pengembangan sistem pendukung usaha bagi KUKM serta peningkatan nilai investasi dan investor.
- 3) Peningkatan sistem distribusi dan lembaga usaha perdagangan yang baik
- 4) Peningkatan pengawasan peredaran barang dan jasa demi terwujudnyaperlindungan konsumen serta pengamanan perdagangan.
- 5) Peningkatan Kinerja dan Pelayanan

b. Sasaran organisasi

Sasaran organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul sebagai berikut :

- 1) Peningkatan produksi, dan nilai tambah melalui pemberdayaan, peningkatkankapasitas IPTEK, SDM, sistem produksi serta mewujudkan peningkatanpemanfaatan hasil potensi daerah dan teknologi yang tepat serta berwawasanlingkungan.
- 2) Meningkatkan dan mengembangkan sistem pendukung usaha bagi KUKM serta pertumbuhan investasi daerah.
- 3) Peningkatan sistem distribusi dan lembaga usaha perdagangan yang baik.
- 4) Peningkatan perlindungan konsumen dan pengamanan perdagangan.
- 5) Meningkatkan kinerja dan pelayanan

2.1.3 Struktur Organisasi

Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 16 Tahun 2007 tentang Pembentukan Organisasi Dinas Daerah di lingkungan Pemerintah Kabupaten Bantul dan Tupoksi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi. Struktur organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Susunan Organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi, terdiri atas :

- 1) Kepala Dinas
- 2) Sekretariat, terdiri atas :
 - Sub Bagian Umum;
 - Sub Bagian Program, dan
 - Sub Bagian Keuangan dan Aset.
- 3) Bidang Perindustrian, terdiri atas :
 - Seksi Sarana dan Usaha Industri,
 - Seksi Pengembangan Produksi Industri.
- 4) Bidang Perdagangan, terdiri atas :
 - Seksi Sarana dan Usaha Perdagangan,
 - Seksi Pengembangan Perdagangan Dalam dan Luar Negeri.
- 5) Bidang Koperasi, terdiri atas :
 - Seksi Pemberdayaan Koperasi dan UKM,
 - Seksi Fasilitas Pembiayaan dan Simpan Pinjam.
- 6) Bidang Penanaman Modal, terdiri atas :
 - Seksi Promosi dan Kerjasama Investasi,

– Seksi Sarana dan Pengendalian Investasi.

7) Unit Pelaksana Teknis

2.1.4 Profil Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah, dan Perindustrian Kabupaten Bantul

Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Dan Perindustrian Kabupaten Bantul dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 12 Tahun 2016 tentang Pembentukan dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Dan Perindustrian Kabupaten Bantul dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 12 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Dan Perindustrian merupakan unsur staf yang dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati. Rincian tugas, fungsi dan tata kerja Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan Perindustrian Kabupaten Bantul diatur dalam Peraturan Bupati Nomor 122 Tahun 2017 tentang Rincian Tugas, Fungsi, dan Tata Kerja Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Kabupaten Bantul (Booklet Profil Dinas KUKMP Kab. Bantul, 2017: 4).

a. Visi Dinas KUKMP Kabupaten Bantul

Visi Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan Perindustrian Kabupaten Bantul (Booklet Profil Dinas KUKMP Kab. Bantul, 2017: 3):

“PRODUK BANTUL MENJADI PRODUK UNGGULAN INDONESIA”

b. Misi Dinas KUKMP Kabupaten Bantul

Dinas Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan Perindustrian Kabupaten Bantul (Booklet Profil Dinas KUKMP Kab. Bantul, 2017: 3):

- 1) Mewujudkan koperasi yang sehat dan mandiri untuk kesejahteraan anggota
- 2) Mewujudkan kreatifitas, daya saing produk ukm dan penguatan kelembagaan kukm
- 3) Mewujudkna industri yang berdaya saing tinggi, berkualitas, ramah lingkungan dan berkelanjutan
- 4) Mewujudkan sarana dan infrastruktur industri dalam dan luar kawasan insdustri yang berwawasan lingkungan

2.1.5 Tugas Pokok dan Fungsi

Tugas pokok Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan Perindustrian Kabupaten Bantul adalah membantu Bupati dalam penyusunan kebijakan dan mengkoordinasikan dinas daerah dan lembaga tehnis daerah. tugas dan kewajiban cukup berat, luas dan kompleks ini tentu saja dibutuhkan tenaga dan personil yang handal dalam upaya mendukung pelaksanaan tugas membantu Bupati dalam menyusun kebijakan pemerintah daerah. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana tersebut diatas Dinas Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, dan

Perindustrian Kabupaten Bantul mempunyai fungsi sebagai berikut
(Booklet Profil Dinas KUKMP Kab. Bantul, 2017: 4):

- 1) Perumusan kebijakan bidang koperasi, usaha kecil menengah, perindustrian, dan energi sumber daya mineral.
- 2) Pelaksanaan kebijakan bidang koperasi, usaha kecil menengah, perindustrian, dan energi sumber daya mineral.
- 3) Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan bidang koperasi usaha kecil menengah, perindustrian, dan energi sumber daya mineral.
- 4) Pelaksanaan administrasi dinas sesuai dengan lingkup tugasnya, dan
- 5) Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh bupati sesuai bidang tugas dan fungsinya.

2.2 PT. Telkom Kandatel Bantul

2.2.1 Tentang Telkomgroup

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan *New York Stock Exchange* (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi digital *telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya.

Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

1) *Mobile*

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.

2) *Fixed*

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice*, *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan brand IndiHome.

3) *Wholesale & International*

Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.

4) *Network Infrastructure*

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.

5) *Enterprise Digital*

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service*.

6) *Consumer Digital*

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti e-commerce (blanja.com), video/TV dan *mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti *digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), digital payment seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti bisnis *digital advertising* dan *solusi mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan Internet of Things (IoT).

2.2.2 Visi dan Misi

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

Visi: *Be the King of Digital in the Region*

Misi: *Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*

2.2.3 Sejarah PT. Telkom Indonesia

Dalam perjalanan sejarahnya, Telkom telah melalui berbagai dinamika bisnis dan melewati beberapa fase perubahan, yakni kemunculan telepon, perubahan organisasi jawatan yang merupakan kelahiran Telkom, tumbuhnya teknologi seluler, berkembangnya era digital, ekspansi bisnis internasional, serta transformasi menjadi perusahaan telekomunikasi berbasis digital.

1882 – Kemunculan Telepon

Pada 1882, kemunculan telepon menyaingi layanan pos dan telegraf yang sebelumnya digunakan pada 1856. Hadirnya telepon membuat masyarakat kian memilih untuk menggunakan teknologi baru ini. Kala itu, banyak perusahaan swasta menyelenggarakan bisnis telepon. Banyaknya pemain ini membuat industri telepon berkembang lebih cepat: pada 1892 telepon sudah digunakan secara interlokal dan tahun 1929 terkoneksi secara internasional.

1965 – Kelahiran Telkom

Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Namun, seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi.

Dengan pemisahan ini, setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal-bakal Telkom saat ini. Sejak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari lahir Telkom.

1995 – Tumbuhnya Teknologi Seluler

2.2.4 Strategi Objektif

Sebagai Indonesia *powerhouse company* yang telah memiliki *footprint* bisnis internasional, TelkomGroup memiliki *strategic objectives* sebagai *Top 10 Market Capitalization Telco in Asia-Pacific by 2020*

2.2.5 Strategi Korporasi

TelkomGroup juga telah menyusun strategi korporasi guna menciptakan *sustainable competitive growth* dan mendorong cita-cita Indonesia untuk menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara.

1) *Directional Strategy: Disruptive competitive growth*

Di tengah perubahan lingkungan industri yang sangat menantang, TelkomGroup yakin bahwa kapitalisasi pasar akan tumbuh secara signifikan. Ini dilakukan dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan melalui inovasi produk dan layanan, mendorong sinergi serta membangun ekosistem digital yang kuat baik di pasar domestik maupun internasional.

2) *Portfolio Strategy: Customer value through digital TIMES portfolio*

TelkomGroup berfokus pada portofolio digital TIMES (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment & Services*) melalui penyediaan layanan yang nyaman dan konvergen sehingga memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan.

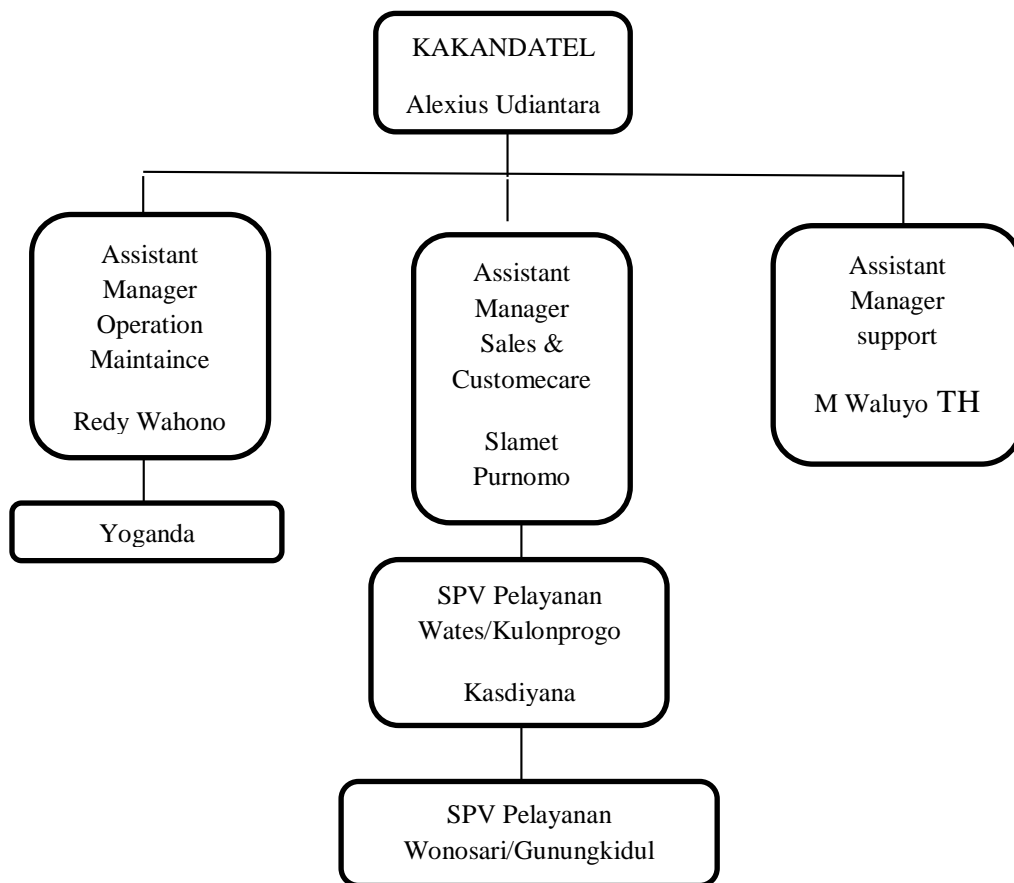
3) *Parenting Strategy: Strategic Control*

Untuk mendukung pertumbuhan bisnis secara efektif, TelkomGroup menerapkan pendekatan strategic control untuk menyelaraskan unit bisnis, unit fungsional dan anak perusahaan agar proses dapat berjalan lebih terarah, bersinergi, dan efektif dalam mencapai tujuan perusahaan.

2.2.6 Struktur Organisasi Kantor Telkom Kandatel Bantul

Bagan 2.2

Struktur Organisasi PT Telekomunikasi Indonesia Kandatel Bantul



2.3 Sentra Kerajinan Batik Kayu Krebet

2.3.1 Sejarah Kerajinan Batik Kayu

a. Awal Mula

Warga Dusun Krebet dengan keadaan geografisnya yang berupa perbukitan berkapur memenuhi kebutuhan hidup dari sektor pertanian. Sekitar tahun 1970-an sebagian kecil masyarakat Dusun Krebet mencari pekerjaan lain selain bertani, salah satunya adalah membuat kerajinan berbahan baku kayu seperti irus, siwur, beruk, dan pisau, meski saat itu hanya untuk memenuhi kebutuhan warga dusun. Kerajinan kayu tersebut kemudian dipasarkan di desa-desa sekitar demi menambah penghasilan disela-sela bertani. Bentuk kerajinan kayu dan proses pembuatan yang sederhana membuat kerajinan kayu tersebut belum mempunyai daya jual tinggi dan membatasi proses penjualan. Meskipun sederhana, kerajinan-kerajinan tersebut merupakan kerajinan pertama yang ada di Dusun Krebet.

Sekitar taun 1980-1985, kerajinan belum begitu diminati oleh masyarakat Krebet sebagai mata pencaharian utama. Sanggar-sanggar yang ada saat itu masih sedikit. Seiring waktu berjalan permintaan pasar akan kerajinan dari kayu mulai meningkat, barulah ada beberapa warga mulai bekerja sebagai buruh pengrajin di dua sanggar ini yaitu sanggar Punokawan dan sanggar Peni. Kerajinan yang muncul di Krebet kala itu adalah wayang klithik dan topeng dengan *finishing cat*.

Belum diketahui tepatnya kapan batik kayu muncul di Indonesia khususnya di Yogyakarta, tetapi pada tahun 1991 batik kayu mulai muncul di Dusun Kreet. Kerajinan batik kayu mampu memberikan perubahan yang luar biasa terhadap kerajinan dan kehidupan masyarakat Dusun Kreet. Pada era ini adalah era yang sangat bersejarah berdirinya sejumlah sanggar baru di Dusun Kreet, dan pada tahun inilah yang menjadi catatan dalam sejarah batik kayu Dusun Kreet.

b. Perkembangan

1) Perkembangan Pengrajin

Penyebaran batik kayu di Dusun Kreet diawali dari magang/nyantrik. Proses nyantrik diawali dari penggarapan pesanan di sanggar Windarti. Untuk memenuhi pesanan yang banyak maka Windarti merekrut beberapa karyawan untuk membantunya. Karyawannya sendiri adalah tetangga yang terdiri dari ibu-ibu dan remaja putri di Dusun Kreet. Proses pembatikan pada kayu di Dusun Kreet rata-rata dikerjakan oleh permepuan. Selain tenaga perempuan, Windarti juga merekrut beberapa pemuda Kreet untuk bekerja membuat putihan, pengamplasan, tenaga pewarnaan, maupun penjemuran.

Kegiatan membatik yang dikerjakan oleh Windarti berkembang pesat. Meski demikian Windarti tidak membatasi bagi siapapun yang ingin belajar membatik kayu. Terbukti pemilik

sanggar lain dan para warga Dusun Kreet lain melihat kegiatan membatik kayu dari mulai proses pematikan sampai pewarnaan. Sejak itulah keterampilan membatik diatas kayu menjadi tren di Dusun Kreet. Melalui proses nyantrik/magang, ilmu membatik yang dimiliki Windarti menyebar di Dusun Kreet dan berkembang sampai sekarang. Proses nyantrik/magang itu sendiri secara tidak langsung merupakan proses regenerasi dan sebagai bukti adanya perkembangan kerajinan batik kayu di Dusun Kreet, agar kerajinan ini dapat tetap lestari.

Menyebarkan tekni membatik kayu yang dipopulerkan Windarti ini mulai membangkitkan para pengrajin kayu untuk memfinish kerajinannya dengan proses batik. Banyaknya peminat terhadap kerajinan batik kayu ini membuat kerajinan ini berkembang pesat. Sekitar 1995, satu persatu sanggar batik kayu bermunculan di Dusun ini. Sanggar-sanggar itu muncul dengan sejarah yang berbeda-beda sesuai dengan latar belakang pemiliknya. Tetapi sanggar-sanggar tersebut mempunyai tujuan yang hampir sama yaitu meningkatkan kesejahteraan mereka. Berawal dari 3 sanggar, sekarang berkembang menjadi 57 sanggar kerajinan batik kayu di Dusun Kreet. Sanggar-sanggar tersebut tergabung dalam Koperasi Sido Katon dan sudah mampu mencari pangsa pasar baik domestik maupun mancanegara.

Proses regenerasi kerajinan batik kayu di Dusun Krebet berlangsung dengan sistematis. Berdirinya sanggar-sanggar yang didirikan pemuda-pemuda Dusun Krebet sebagai bukti bahwa kerajinan ini mempunyai regenerasi yang bagus. Sanggar-sanggar tersebut antara lain sanggar Yuan Art yang didirikan oleh Yulianto, sanggar Bagong oleh Riyanto, dan sanggar Linggar Jati oleh Supriyono dan pemuda-pemuda lain yang turut andil dalam koperasi Sido Katon.

Pada awal-awal batik kayu tersebut mulai berkembang hanya beberapa orang saja yang menekuni, setelah berkembang, sekarang sudah kurang lebih 450 pengrajin dari total penduduk Dusun Krebet 905 jiwa.

Bersarnya produksi perbulan mempengaruhi jumlah karyawan/pengrajin yang diberdayakan. Adapun sanggar-sanggar yang dianggap produktif menurut tingkta pesanan dan perkembangannya adalah sanggar Peni, sanggar Ragil, sanggar Punokawan, sanggar Dewi Sri, sanggar Sri Rejeki, sanggar Arjuna, sanggar Yuan Art, sanggar Yanto Batik, dan sanggar Wanaji.

2) Perkembangan Bentuk Kerajinan

Perkembangan dapat dilihat baik dari segi bentuk maupun fungsinya. Perkembangan batik kayu dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor dari dalam dan faktor dari luar. Masyarakat pengrajin di Dusun Krebet selalu menciptakan bentuk-bentuk baru, hal

tersebut salah satu pengaruh dari dalam. Keterbukaan mereka dalam menerima kritik, saran, dan desain konsumen, mampu mengasah kreativitas dan keahlian para pengrajin. Keinginan yang kuat untuk mempertahankan kerajinan batik kayu sebagai sumber mata pencaharian membuat para pengrajin bekerja keras dalam meningkatkan keterampilan dan produksinya. Dengan demikian faktor dari dalam pengaruhnya sangat kecil dalam perkembangan bentuk kerajinan di Dusun Kreet.

Faktor eksternal adalah faktor dari luar diri perajin yang mempengaruhi perkembangan batik kayu di Dusun Kreet. Faktor dari luar diantaranya adalah konsumen, pemerintahan, pihak swasta, perguruan tinggi, dan teknologi. Perkembangan produk batik kayu tercipta untuk memenuhi kebutuhan para penggunannya. Kebutuhan yang semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman menuntut para pengrajin untuk selalu berinovasi. Kebanyakan konsumen memfungsikan kerajinan batik kayu untuk kebutuhan interior dan eksterior ruangan mereka agar memiliki kesan estetika tertentu yang mewakili sang pemilik rumah.

Lembaga pemerintahan seperti departemen-departemen terkait bagi perkembangan kerajinan di Dusun Kreet. Dalam hal ini Dinas Perindustrian Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul, berperan penting dalam perkembangan industri kerajinan batik

kayu di Dusun Krebet sehingga menjadi industri batik kayu yang besar. Program-program yang diadakan dimaksudkan untuk lebih mendorong industri kecil agar lebih berkembang. Selain itu pemerintah daerah Bantul juga aktif menggelar pameran yang diperuntukkan bagi pengrajin-pengrajin di daerah Bantul. Kegiatan berpameran, memperbaiki sarana dan prasarana, dan pembinaan-pembinaan dalam bidang kerajinan dan pemasaran terus dilakukan demi tercapainya kesejahteraan masyarakat.

Dengan adanya alat produksi dan teknologi lebih maju dapat mendongkrak kuantitas dan kualitas produksi batik kayu menjadi lebih baik. Keberadaan internet di Dusun Krebet juga turut memperbaiki pemasaran batik kayu. Pemasaran melalui dunia maya jauh lebih efisien sehingga keberadaan batik kayu dapat diketahui seluruh dunia. Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Bantul menjadikan Dusun Krebet sebagai Sentra Industri Batik Kayu yang merupakan hasil karya asli warga Kabupaten Bantul. Melalui program-program Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi mendukung dan membina perkembangan serta pemasaran dengan tujuan peningkatan produksi batik kayu sehingga dapat menjadi sentra industri rumahan yang besar dan dapat menyerap tenaga kerja sehingga dapat menekan angka pengangguran di Kabupaten Bantul.

2.3.2 Pemasaran

Perkembangan dunia teknologi, terutama sistem informasi yang mendunia sangat berperan penting dalam sektor penyediaan informasi secara baik, dalam hal ini penyampaian informasi tentang batik kayu Kreet yang mempunyai nilai seni tinggi dan merupakan hasil karya asli Indonesia kepada semua orang yang menggunakan layanan sistem informasi tersebut. Sehingga semakin luas dan besar peluang pasar yang diciptakan. Sistem informasi tersebut salah satunya adalah jaringan internet yang sudah sangat familiar bagi sebagian besar penduduk dunia. Adanya perkembangan jasa kurir pengiriman yang sudah menjangkau banyak negara dan daerah terpencil juga menjadi aspek penting dalam peningkatan pemasaran. Mudah-mudahan mendapatkan informasi sekaligus mendapatkan produknya sampai di rumah merupakan kaunggulan tersendiri dalam pemasaran global.

Selain menggunakan internet/dunia maya, Pemerintah bekerjasama dengan pengrajin mengadakan pameran-pameran di daerah ataupun di luar negeri, meskipun setiap pameran tidak memungkinkan untuk memamerkan semua jenis bentuk kerajinan batik kayu Kreet, untuk itu Pemerintah Kabupaten Bantul melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi memfasilitasi dengan pembuatan katalog dan audio visual hasil produksi batik kayu Kreet. Adanya katalog dan audio visual ini dimaksudkan dapat mempresentasikan produk dari sentra industri batik

kayu Krebetm sehingga tidak lagi memerlukan contoh produk yang banyak untuk dipamerkan.

Dengan pemasaran yang luas, peluang pasar menjadi lebih terbuka, omset penjualan semakin meningkat, jumlah produksi meningkat, penyerapan tenaga kerja semakin besar, maka kesejahteraan masyarakat akan lebih baik.

2.3.3 Koperasi Sido Katon

Koperasi Serba Usaha (KSU) Sido Katon merupakan koperasi yang terletak di Dusun Krebet RT 04, Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Koperasi Serba Usaha (KSU) Sido Katon merupakan koperasi yang didirikan secara bersama oleh P2K (Paguyuban Perajin Krebet), yaitu organisasi para pengrajin didusun Krebet dan sekitarnya. KSU Sido Katon mulai didirikan oleh para pengrajin tersebut pada bulan April tahun 2004 dengan modal bersama para pengrajin dusun Krebet yang tergabung dalam P2K tersebut.

Awalnya KSU Sido Katon didirikan untuk menyediakan kebutuhan para pengrajin yang berada didusun Krebet. KSU Sido Katon menyediakan dan memenuhi kebutuhan bahan-bahan untuk para pengrajin, berupa bahan baku dan bahan penolong untuk kebutuhan para pengrajin dalam membuat kerajinan batik kayu dengan jarak terdekat.

Bahan penolong yang disediakan KSU Sido Katon adalah bahan putihan yang belum dibatik atau diwarnai, bahan cat, pewarna batik,

peralatan membatik, amplas, mata gergaji, material *finishing*, material *packing*, dan bahan penolong lainnya. Bahan penolong tersebut pada umumnya disediakan bagi warga dan para pengrajin di Desa Wisata Kreet, namun banyak pula selain warga Desa Wisata Kreet yang memesan atau membeli langsung bahan penolong untuk membuat kerajinan batik kayu maupun kerajinan yang lain di KSU Sido Katon.

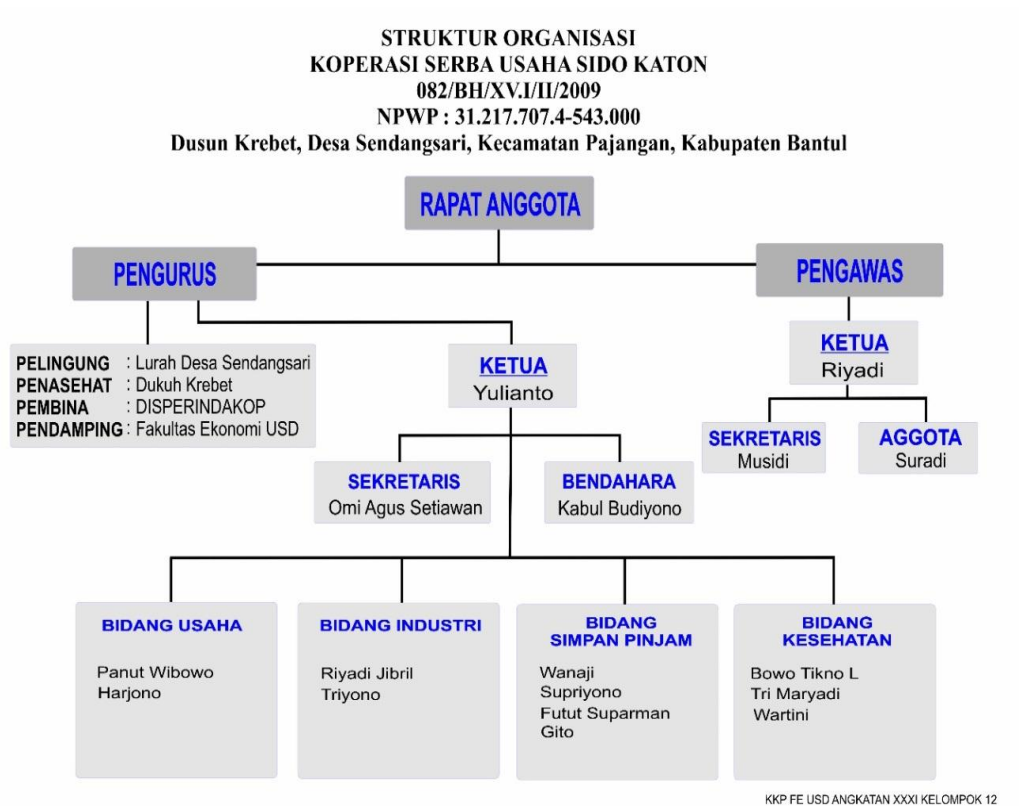
KSU Sido Katon mendapatkan Badan Hukum: No. 082 / BH / XV.1 / II / 2009. Pada bulan Juni tahun 2010, KSU Sido Katon diresmikan oleh Gubernur DI Yogyakarta.

Pada Rapat Anggota Tahunan (RAT) tutup buku tahun 2012, disepakati bahwa Paguyuban Perajin Kreet (P2K) dijadikan satu untuk pengelolaannya, dan menjadi salah satu bidang di keperguruan KSU Sido Katon. Pada mulanya terdapat 3 bidang dalam keperguruan KSU Sido Katon, yakni Bidang Usaha, Bidang Simpan Pinjam, dan Bidang Industri. Bidang usaha meliputi kegiatan atau usaha pertokoan yang menjadi sumber pendapatan KSU Sido Katon. Bidang Simpan Pinjam meliputi kegiatan yang bersifat pengembangan diantaranya pengembangan jaringan KSU Sido Katon, pengembangan SDM, dan pengembangan lainnya. Bidang Simpan Pinjam meliputi kegiatan penyaluran dana dari anggota dan untuk anggota berupa iuran pokok dan wajib setiap bulannya serta fasilitas kredit bagi anggotanya.

2.3.4 Struktur Organisasi Koperasi Sido Katon

Bagan 2.3

Struktur Organisasi Koperasi Sido Katon



2.4 Program Kampung UKM Digital

2.4.1 Profil Program Kampung UKM Digital

Program Kampung UKM Digital merupakan salah satu jawaban yang dirancang Telkom terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Definisi Kampung UKM Digital adalah program pemberdayaan masyarakat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) melalui upaya mendorong pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi secara komprehensif dan integratif untuk mendukung proses bisnis yang berjalan,

sehingga para pelaku UMKM penggunaanya semakin Maju, Mandiri, dan Modern.

Maju dalam arti UMKM Indonesia dapat berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi baik di lingkup Nasional maupun Internasional. Mandiri dalam arti setiap pelaku UMKM dapat menjalankan kegiatan usahanya dominan atas kekuatannya sendiri, dan semakin mampu menopang perekonomian bangsa untuk menjadi tuan di negeri sendiri. Modern dalam arti UMKM mampu mengikuti perkembangan teknologi dan memanfaatkan teknologi untuk maju dan mandiri. Pemanfaatan teknologi yang mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi bisnisnya baik dalam hal waktu, biaya dan modal.

2.4.2 Tujuan Kampung UKM Digital

Tujuan dari program Kampung UKM Digital ini adalah melakukan pemberdayaan masyarakat Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk dapat menjadi lebih Maju, Mandiri dan Modern dengan dipermudahnya semua proses bisnis dengan mensolusikan setiap proses bisnis UKM menggunakan ICT. Tujuan ini juga dapat digambarkan sebagai berikut:

- 1) *Mega Thinking*:
 - a. Sebagai wujud dukungan dari Telkom Indonesia untuk kemajuan Indonesia
 - b. Mendukung *Indonesia Digital Network (IDN)*, *Digital Society* dan Masterplan Percepatan & Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI)

2) *Macro Thinking*

- a. Menyediakan layanan ICT kepada para pelaku UMKM seluas-luasnya, dengan segala kemudahan dan keterjangkauan harga bagi para pelaku UMKM untuk membantu dalam melakukan aktifitas dan pengembangan usahanya

3) *Micro Thinking*

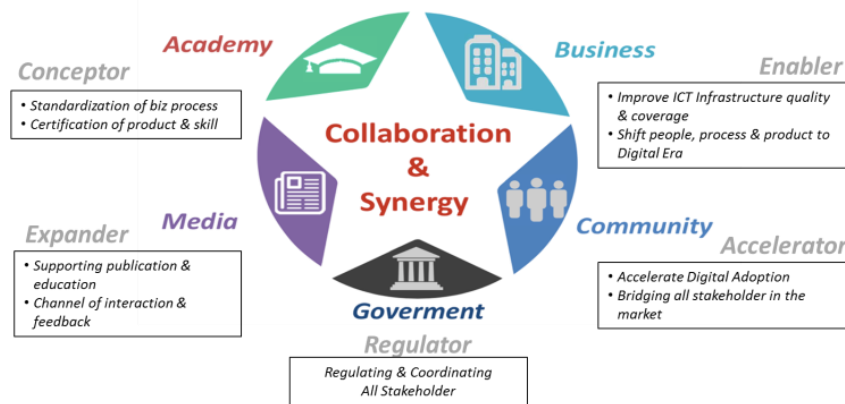
- a. Menyediakan berbagai solusi layanan produk Telkom kepada para pelaku UMKM secara luas yang menjangkau seluruh wilayah nusantara untuk maju bersama UMKM Indonesia Maju, Mandiri dan Modern.

2.4.3 Konsep Pentahelix dalam Kampung UKM Digital

Pendekatan melalui konsep Penta Helix ABCGM, yang merupakan pendekatan kolaboratif dan sinergi dari unsur Akademisi, unsur Bisnis (yang dalam hal ini Telkom sebagai *ICT provider*), Unsur *Community* (Komunitas UMKM), unsur *Government* (atensi dan keterlibatan pemerintah daerah/lokal) dan terakhir unsur Media. Telkom diharapkan tidak sendiri dalam melakukan implementasi Kampung UKM Digital. Implementasi ini melibatkan berbagai stakeholder ABCGM (Akademisi, Business, Community, Government, dan Media). Stakeholder ABCGM ini diharapkan dapat memberikan kontribusinya secara aktif melalui peran dan fungsi masing-masing stakeholder. Fungsi dan peran masing-masing stakeholder dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Sinergi Pentahelix ABCGM



Sumber: Buku Implementasi Kampung UKM Digital

Masing-masing peran dari stakeholder tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Akademisi as Conceptor*, peran akademisi melalui risetnya diharapkan dapat memberikan manfaat langsung dalam terapannya dimasyarakat dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan itu sendiri sekaligus ruang Kampung UKM Digital menjadi wadah/Lab Kewirausahaan dimana perguruan tinggi tidak hanya mencetak tenaga kerja terdidik namun memberikan kontribusi langsung dalam pengembangan teknologi nasional (termasuk didalamnya teknologi *ICT*) agar berdaya saing
- 2) *Business as Enabler*, Business dalam konteks ini diwakili Telkom sebagai menyediakan teknologi *ICT* yang meng-enabler modernisasi UMKM Indonesia melalui penyediaan solusi dan layanan sesuai dengan kebutuhan UMKM. Disisi lain penyediaan layanan *ICT* bagi UMKM akan membantu mempercepat terlaksananya MP3EI dan

mewujudkan ekonomi yang berdaulat. Selain itu, Telkom juga membuka kerjasama dengan pelaku bisnis lain yang mempunyai visi yang sama untuk bekerja sama baik dari perbankan maupun dari pihak lainnya seperti Perpusru dari Coca Cola Foundation dan sebagainya.

- 3) *Community as Accelerator*, komunitas merupakan pelaku atau subjek utama dalam konteks Kampung UKM Digital menjadi sangat penting dalam perannya sebagai wadah berinteraksi dan berkomunikasi, sebagai penggerak sekaligus sebagai penjaga keseimbangan dan keberlangsungan kultur asli budaya lokal dalam menjalankan aktivitas bisnis di daerahnya. Perannya diharapkan mampu sebagai endorser maupun motivator pelaku usaha di daerahnya sehingga transformasi kearah UMKM yang maju, mandiri dan modern dapat terjadi lebih cepat dan masif terlebih melalui *Community Generated Content* yang lahir dari UMKM dan untuk UMKM.
- 4) *Government as Regulator*, pemerintah daerah diharapkan menjadi katalisator pertumbuhan perekonomian kerakyatan dengan memberikan ruang pertumbuhan dan ruang usaha yang lebih luas bagi semua pelaku UMKM diwilayahnya melalui implementasi/penerapan kebijakan-kebijakan, pembangunan infrastruktur dan pengawalan/supervisi yang mendorong terwujudnya UMKM Indonesia yang Maju, Mandiri dan Modern untuk kesejahteraan masyarakat diwilayahnya.

5) *Media as Expander*, Media diharapkan mampu mendorong semakin luasnya gerakan-gerakan pemberdayaan UMKM Indonesia yang dalam hal ini Kampung UKM Digital dan men-trigger munculnya harapan baru dari para pelaku UMKM maupun komunitas UMKM untuk menjadi UMKM Indonesia yang lebih maju melalui perannya dalam melakukan amplifikasi informasi, publikasi dan sosialisasi program Kampung UKM Digital.

2.4.4 Tahapan Implementasi Kampung UKM Digital

Tahapan implementasi Kampung UKM Digital ini dilakukan melalui proses sebagai berikut:

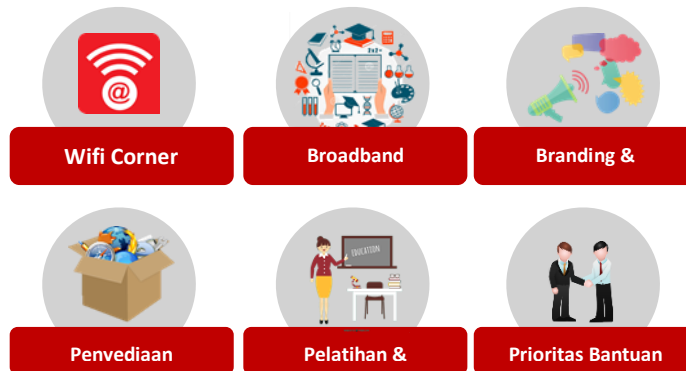
1) Penetapan Kampung UKM Digital

Usulan Kampung UKM Digital dilakukan melalui salah satu dari tiga cara berikut: usulan dari publik/komunitas, usulan dari pemerintah daerah setempat, atau usulan dari internal Telkom oleh Witel. Pengusulan ini nantinya akan dikelola melalui website kampungUKMDigital.com.

2) Inisiasi Kampung UKM Digital

Sarana & prasarana pendukung implementasi Kampung UKM Digital yang disiapkan oleh Telkom dapat terlihat pada gambar dibawah ini. Sarana tersebut disiapkan untuk tujuan membantu meningkatkan kapasitas dan kapabilitas para pelaku UMKM dan bisnisnya yang tergabung dalam program Kampung UKM Digital.

Gambar 2.2 Sarana Pendukung Kampung UKM Digital



Sumber: Buku Implementasi Kampung UKM Digital

Fasilitas ataupun sarana yang disiapkan di Kampung UKM Digital pada prinsipnya adalah hal-hal yang berkaitan dengan jawaban bagi permasalahan UMKM (SME Pain). Fasilitas dimaksud adalah berupa :

- a. Pojok Kompetensi berupa penyediaan *Broadband Learning Center* (BLC) sarana pendukung Kampung UKM Digital dibangun/disiapkan dengan memperhatikan lokasi berkumpul yang sudah tersedia.
- b. Inisiasi pelatihan dan pendampingan yang bersesuaian dengan tingkat ICT literasi para pelaku UMKM di Kampung UKM Digital. Pendampingan juga akan dilakukan melalui SOBAT UMKM yang dapat diakses menggunakan *media phone call* (1500249), *video call*, *email*, *live chat*, maupun menggunakan webinar. SOBAT UMKM merupakan layanan yang diberikan Telkom sebagai solusi bisnis untuk pelaku usaha kecil menengah. Platform Bisnis ini diharapkan mampu mendukung pertumbuhan

bisnis UKM di Indonesia melalui menu Konsultasi Bisnis dan Solusi UKM yang disediakan. Dibalik SOBAT UKM, Telkom bekerja sama dengan berbagai *expert* UKM dari berbagai komunitas UKM khusus untuk memberikan solusi bisnis yang tepat sasaran dan kebutuhan dari UKM itu sendiri. Pendampingan melalui SOBAT UKM untuk Kampung UKM Diigital juga ditujukan untuk dapat membentuk OKOSS (*One Kampong One Success Story*).

Infrastruktur lainnya yang disiapkan Telkom untuk Program Kampung UKM Digital yaitu:

- a. Akses jaringan fiber optik atau tembaga atau jaringan seluler GSM Telkomsel.
 - b. Akses poin wifi.id dengan paket basic yang akan dapat dimanfaatkan sebagai wifi corner.
 - c. Layanan Indihome dengan bandwidth maksimum 10 Mbps juga akan disediakan untuk BLC Kampung UKM Digital.
- 3) Membangun kerjasama dan sinergi dengan semua stakeholder terkait (ABCGM), untuk secara bersama sama mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan bisnis UMKM.

2.4.5 Indikator Keberhasilan Kampung UKM Digital

Ukuran keberhasilan dari suksesnya Program Kampung UKM Digital secara singkat adalah sebagai berikut :

- 1) Ter-utilisasi-nya infrastruktur ICT di setiap aktivitas dan proses bisnis UMKM.
- 2) Berjalannya secara mandiri aktivitas-aktivitas penunjang peningkatan dan pemberdayaan UMKM berupa aktivitas pelatihan, pendampingan, optimalisasi pemanfaatan *Broadband Learning Center, sharing knowledge*.
- 3) Representasi keberhasilan suatu Kampung UKM Digital dengan hadirnya OKOSS (*One Kampong One Success Story*) sebagai self endorser bagi UMKM.