

MANAJEMEN PENGEMBANGAN INDUSTRI BATIK GROBOGAN SEBAGAI UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT

¹ Elistriany Intar Maimunah, Zainal Hidayat², Budi Puspo Priyadi³

Departemen Administrasi Publik

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof H. Soedarto, S.H Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407

Faksimile (024) 7465405

E-mail: elistriany8@gmail.com

Abstrak

Pengembangan batik saat ini menjadi permasalahan yang cukup serius di Kabupaten Grobogan karena kurangnya daya saing kualitas batik Grobogan. Minimnya daya tarik masyarakat untuk membeli produk batik menyebabkan turunnya jumlah produksi. Penelitian ini, bertujuan untuk menganalisis manajemen dalam pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dan faktor-faktor yang menjadi kendalanya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian melihat komponen manajemen pada pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat yang meliputi *planning, organizing, actuating, controlling* milik George R. Terry, dan teori proses pemberdayaan milik Wilson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Grobogan sudah cukup baik meskipun masih kurang maksimal karena kegiatan yang hanya berfokus pada pembinaan yang monoton dan kurang adanya inovasi yang bisa lebih menarik masyarakat untuk berpartisipasi. Adapun faktor yang mempengaruhi adalah: lemahnya kesadaran masyarakat, kurangnya tingkat partisipasi masyarakat, kurangnya kemampuan dalam menggunakan teknologi, *mindset* masyarakat masih tradisional, masyarakat masih memasarkan produk batik dengan konvensional, dan kurangnya daya tarik masyarakat sehingga perlu adanya kesempatan lebih bagi masyarakat untuk meningkatkan partisipasi, masih terdapat perasaan sungkan yang berlebihan dan inovasi serta perluasan kerjasama dengan *marketplace*. Saran yang diberikan adalah: memberikan ruang dan kesempatan masyarakat dalam menyampaikan aspirasi, mengembangkan inovasi dengan mendatangkan pembicara profesional dalam seminar yang berkelanjutan, memberikan pelatihan market place, melakukan pelaporan pengawasan dengan terbuka yang diunggah melalui web Disperindag, serta memasarkan produk batik Grobogan, di tempat wisata.

Kata Kunci: Manajemen, Pengembangan, Batik Grobogan, Pemberdayaan.

Abstract

The development of batik is currently a serious problem in Grobogan Regency due to the lack of competitiveness of grobogan batik quality. The lack of attractiveness of the public to buy batik products led to a decrease in the amount of production. This research aims to analyze management in the development of Grobogan batik industry as an effort to empower the community and the factors that are the obstacles. This research uses qualitative descriptive method with data collection techniques using interview, observation and documentation techniques. The research looked at the management component in the development of Grobogan batik industry as a community empowerment effort that includes planning, organizing, actuating, controlling owned by George R. Terry, and wilson's theory of empowerment process. The results showed that the management of the development of the Grobogan batik industry as an effort to empower the community in Grobogan Regency is good enough although still not maximal because of activities that only focus on monotonous coaching and lack of innovations that can attract more people to participate. The factors that influence are: weak public awareness, lack of community participation rate, lack of ability to use technology, traditional mindset of society, people still market batik products with conventional, and lack of public attraction so that there needs to be more opportunities for the community to increase participation, there is still a feeling of excessive sungkan and innovation and expansion of cooperation with the marketplace. The suggestions provided are: provide space and opportunities for the community in conveying aspirations, developing innovations by bringing professional speakers in sustainable seminars, providing market place training, conducting open surveillance reporting uploaded through the Disperindag web, as well as marketing Grobogan batik products, in tourist attractions.

Keywords: *Management, Development, Batik Grobogan, Empowerment.*

A. PENDAHULUAN

Kabupaten Grobogan memiliki potensi industri batik tradisional. Batik Grobogan ini sudah ada sejak 1938, tetapi pada tahun 2010 pemerintah menyediakan akses guna menghidupkan lagi eksistensi Batik Grobogan. Kabupaten Grobogan merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Grobogan adalah kabupaten paling luas kedua pada Provinsi Jawa Tengah sesudah Kabupaten Cilacap. Perencanaan pembangunan Bupati Grobogan Sri Sumarni SH, MM dalam visi pembangunan Kabupaten Grobogan 2016-2021, yaitu Pembangunan Ekonomi Kerakyatan Bidang UMKM, Industri, Koperasi, Pariwisata, serta Perdagangan. Hal ini, mempunyai tujuan guna menumbuhkan usaha ekonomi kerakyatan baik UMKM serta koperasi, industri dan perdagangan serta meningkatkan pariwisata daerah dengan daya saing. Kemudian, berdasarkan pada Peraturan Daerah Kabupaten Grobogan No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan dan Pengembangan Batik Kabupaten Grobogan, sejatinya menjelaskan bahwa dalam pengembangan batik tersebut, pemerintah Kabupaten Grobogan memiliki 6 kewajiban dalam mengembangkan batik Grobogan dan telah berupaya untuk memenuhi hal tersebut sebagai berikut:

1. Mengupayakan ketersediaan bahan baku batik di Daerah, yang diwujudkan dengan pemberian fasilitas pada saat kegiatan pembinaan dan pelatihan batik.
2. Melakukan fasilitasi pelatihan teknis maupun non teknis kepada pencipta, perajin, dan KUB, dengan diselenggarakannya pelatihan membatik dengan mendatangkan designer profesional, sedangkan pelatihan non teknis diselenggarakan pelatihan yang tidak berkaitan langsung dengan

teknis membatik. Pelatihan ini diselenggarakan oleh Pemerintah Kabupaten pada setiap tahun dengan menggunakan anggaran APBD. Selanjutnya, dalam pengembangannya Dinas Perindustrian membentuk perajin batik yang dijadikan kelompok disetiap daerah dinamakan Kelompok Usaha Bersama (KUB).

3. Mewajibkan kepada pegawai pemerintah di Daerah untuk menggunakan batik pada hari-hari tertentu. Hal ini diwujudkan dalam penerbitan SK Bupati Grobogan Nomor 050/213/2020 tentang Penetapan Motif Batik Khas Grobogan dan SE Bupati Grobogan Nomor 537/16811/III/2020 tentang Penggunaan Pakaian Batik Motif Khas Grobogan di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Grobogan setiap hari kamis dimulai dari tahun 2017.
4. Menjadikan membatik sebagai muatan lokal di sekolah. Muatan lokal tersebut berlaku untuk tingkat SD hingga SLTP/SMP dengan metode pembelajaran apresiasi batik Grobogan dengan menggunakan teknik tertentu.
5. Melakukan dan/atau memfasilitasi promosi dan pemasaran, melalui pengadaan Pasar Rakyat, Grobogan *expo*, serta saat ada kunjungan kenegaraan. Selain difasilitasi bimbingan pemasaran *online*, memfasilitasi pemasaran di Hotel maupun di toko modern, fasilitas di Pusat Promosi IKM Gedung Ir Dalmadi yang berada di Jl Jend Sudirman No.8 Purwodadi, Di Dekranasda Setda Grobogan serta di Bidang Ekonomi Kreatif yang berada di Jl Panjaitan Purwodadi Grobogan. Selain itu, cara promosi batik Grobogan masih konvensional

menggunakan kartu nama, nomer hp, dan dari mulut ke mulut.

6. Memberikan fasilitas kemudahan pinjaman kepada Pencipta dan KUB dari lembaga keuangan dan/atau badan usaha milik daerah. Bentuk fasilitas tersebut ditunjukkan dengan surat rekomendasi dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Dengan begitu, para pencipta, perajin dan Kelompok Usaha Bersama (KUB) dapat menambah modal usahanya untuk mengembangkan produk batik sehingga perekonomian lebih meningkat.

Berbagai upaya yang dilakukan pemerintah tersebut pada pelaksanaannya masih mengalami banyak kendala terutama dalam promosi dan pemasaran. Promosi dan pemasaran batik Grobogan mengalami daya saing yang masih rendah. Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang dapat memproduksi batik setiap hari Senin sampai Jumat hanya terdapat 3-4 KUB saja, sedangkan Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang lainnya memproduksi batik pada saat ada pesanan saja. Masyarakat sangat jarang yang membeli batik Grobogan, masyarakat lebih tertarik terhadap produk batik luar kota seperti batik Solo, batik Pekalongan yang di desain menjadi daster, jarik, baju dan lain-lain dengan harga yang lebih murah dan terjangkau dibandingkan batik Grobogan. Masyarakat kurang tertarik dengan batik Grobogan karena harga kainnya yang mahal yang dibandrol mulai harga berkisaran Rp 100.000 - Rp 300.000 tergantung motif, serta nantinya juga harus menjahitkan kainnya sehingga menjadikan banyak biaya yang harus dikeluarkan. Selain itu, masyarakat juga kurang sadar terhadap adanya potensi batik Grobogan dengan corak dan motif khas Grobogan. Hal tersebut dapat dilihat lebih jelas dari tabel berikut

Tabel 1
Rata-Rata Produksi Batik Grobogan Pada Tahun 2017-2019

Tahun	Kelompok Usaha Bersaha (KUB)		PRODUKSI BATIK
	Jenis KUB	Jumlah KUB	
2017	1. Besar	11	12.160
	2. Menengah	11	3.330
	3. Kecil	18	3.436
	JUMLAH	40	18.926
2018	1. Besar	11	11,340
	2. Menengah	11	2,850
	3. Kecil	18	3,730
	JUMLAH	40	17.920
2019	1. Besar	8	8,046
	2. Menengah	7	2,616
	3. Kecil	12	1,627
	JUMLAH	27	12.289

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan

Berdasarkan data dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah KUB dan jumlah produksi batik Grobogan dalam 3 (tiga) tahun terakhir mengalami penurunan dari tahun 2017 dimana jumlah KUB Pengrajin Batik Grobogan mencapai 40 KUB dengan total jumlah produksi mencapai 18.926 kain batik pada tahun 2019 hanya menyisakan 27 KUB dengan jumlah produksi 12.289 kain batik. Penurunan jumlah KUB dan jumlah produksi tersebut memberikan gambaran adanya permasalahan dalam pengembangan Batik Grobogan. Dari hasil uraian tersebut dan data yang menunjukkan masih adanya permasalahan dalam pengembangan batik Grobogan maka, penulis tertarik untuk menganalisis lebih jauh berkaitan dengan **Manajemen Pengembangan Industri Batik Grobogan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat.**

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Administrasi Publik

Administrasi publik merupakan salah satu ilmu yang memiliki cakupan yang cukup luas. Chandler serta Plano (dalam Keban, 2014:4) mengartikan administrasi

publik merupakan suatu kegiatan yang mana personal publik serta sumber daya diorganisir serta dikoordinasikan guna mengimplementasikan, memformulasikan, serta mengelola ketetapan-ketetapan kebijakan publik. Chandler serta Plano menekankan bahwa administrasi publik merupakan suatu proses guna mengatur keputusan pada kebijakan publik serta mengatur hal-hal yang berkaitan dengan urusan publik untuk memecahkan masalah-masalah publik. Administrasi publik merupakan urusan pemerintah sebab tujuan pemerintah adalah melakukan pekerjaan publik dengan cara efisien serta sejauh mungkin selaras pada keinginan serta kelera masyarakat, adanya administrasi publik ini pemerintah berupaya mencukupi kebutuhan rakyat yang tidak bisa ataupun tidak akan dicukupi oleh usaha swasta/privat Woodrow Wilson (dalam Definta, 2008:4-5). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa administrasi publik merupakan ilmu sosial yang memuat 3 (tiga) unsur penting yang mencakup lembaga eksekutif, legislatif, dan yudikatif serta semua hal yang berhubungan dengan publik mengenai cara pengelolaan sebuah organisasi publik, pada langkah menyelenggarakan pemerintah yang bisa mewujudkan tujuan semua organisasi.

2. Manajemen

Manajemen menurut John M Prifner (1960), yaitu berkaitan dengan pengarahan orang serta tugas-tugas guna mewujudkan tujuan yang sudah ditentukan. Sedangkan menurut Harord Koontz serta Cyril O'Donnel (1996:459) menjelaskan manajemen adalah upaya meraih tujuan tertentu melalui kerja individu lain. Ketika mencapai sebuah tujuan dalam organisasi publik diperlukan alat bantu unsur dari manajemen sebagai

pendukung dalam melakukan aktivitas di dalamnya. Menurut Simbolon (2004) alat tersebut disebut dengan 6M, antara lain *man* (manusia), *money* (uang), *materials* (bahan), *machines* (mesin), *method* (metode), dan *markets* (pasar). Selanjutnya, dalam menjalankan suatu manajemen George R. Terry (dalam Sukarno, 2011:10) membagi 4 (empat) fungsi dasar manajemen, yaitu:

1. *Planning* (perencanaan), yaitu memilih fakta serta pengaitan fakta dan pembuatan serta pengiraan pikiran-pikiran ataupun asumsi-asumsi untuk masa mendatang dalam merumuskan serta menggambarkan aktivitas-aktivitas yang dibutuhkan guna meraih hasil yang diharapkan.
2. *Organizing* (organisasi) merupakan penentuan, pengelompokan, serta penyusunan jenis-jenis aktivitas yang dibutuhkan guna meraih tujuan, penempatan pegawai, atas aktivitas-aktivitas ini penyediaan faktor-faktor fisik yang sesuai untuk kerja serta penunjukan hubungan wewenang, yang diberikan pada semua individu dengan hubungannya pada pelaksanaan semua aktivitas yang diinginkan.
3. *Actuating* (pengarahan) merupakan serta membangkitkan seluruh anggota kelompok agar berkeinginan serta berusaha dengan sungguh-sungguh guna mewujudkan tujuan secara ikhlas dan selaras pada perencanaan serta usaha-usaha pengorganisasian melalui pihak pemimpin.
4. *Controlling* (pengawasan) merupakan tahap penentuan apa yang harus diwujudkan, yakni

standard, apa yang sedang dilaksanakan, yakni pelaksanaan, yakni menilai pelaksanaan, serta jika perlu melaksanakan perubahan-perubahan, dan akhirnya melaksanakan selaras pada rencana, yakni sesuai dengan ukuran.

3. Manajemen Publik

Manajemen Publik berkaitan dengan paradigma kelima, yaitu paradigma yang sudah mempunyai lokus dan fokus yang jelas. Fokus administrasi publik pada paradigma ini, yaitu teori organisasi, kebijakan publik, serta teori manajemen dan lokusnya pada permasalahan kepentingan publik. Shafritz dan Russek (1997:20) mengatakan bahwa manajemen mengenai pihak yang memiliki dengan tanggung jawab untuk menjalankan sebuah organisasi serta tahap menjalankan organisasi tersebut, yakni pendayagunaan sumberdaya (mesin serta orang) guna mewujudkan tujuan organisasi. Sedangkan, Overman (dalam Ott, Hyde, dan Shafritz, 1991: xi) memaparkan bahwa manajemen publik tidaklah *scientific management*, walaupun sangat dipengaruhi olehnya. Manajemen publik tidak *policy analysis*, tidak juga “administrasi publik baru”, ataupun susunan yang lebih baru. Namun, manajemen publik merefleksikan tekanan-tekanan antara orientasi *rational-instrumental* di satu pihak serta orientasi politik di lain pihak.. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen publik adalah ilmu yang membahas mengenai aktivitas organisasi dengan cara efektif serta efisien guna mencukupi kebutuhan publik untuk suatu masyarakat pada negara.

4. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan menurut Kristiadi (dalam Rw Randy, 2007: 117), yaitu pada dasarnya melalui pemberdayaan masyarakat harus menjadikan rakyat menjadi swadiri, bisa mengurus dirinya, swadana, swadaya, bisa membiayai kebutuhan sendiri, serta seasembada sehingga mampu mencukupi kebutuhan sendiri dengan cara berkelanjutan. Menurut Rw Randy (2007:117) menyimpulkan bahwa kata pemberdayaan sering dipakai pada konteks kompetensi mengembangkan kondisi ekonomi seseorang. Secara umum, pemberdayaan adalah langkah usaha perbaikan ekonomi, psikologis, politik, serta sosial budaya baik dengan cara individual ataupun kolektif yang berada sesuai dengan kelas sosial serta kelompok etnik. Proses pemberdayaan memiliki makna, yaitu sebagai runtutan perubahan pada perkembangan usaha guna menjadikan masyarakat menjadi lebih berdaya. Wilson (1996) (dalam Tukasno 2013:184) memaparkan terdapat 4 proses pemberdayaan, yakni:

1. *Awakening*: Dalam tahap ini masyarakat disadarkan terhadap ketrampilan, sikap, serta kemampuan yang dimiliki dan rencana serta harapan atas keadaan yang lebih baik serta efektif.
2. *Understanding*: Dalam tahap ini masyarakat diberikan persepsi serta pemahaman baru tentang diri mereka, aspirasi mereka serta kondisi umum yang lain.
3. *Harnessing*: Sesudah masyarakat mengerti serta sadar tentang pemberdayaan, waktunya mereka menentukan guna menggunakan untuk kepentingan kelompoknya.

4. *Using*: Kemampuan serta ketrampilan sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.

Tujuan melalui pemberdayaan, yaitu guna menjadikan seseorang menjadi mandiri. Kemandirian itu mencakup mengendalikan apa yang mereka laksanakan itu, bertindak, serta kemandirian berpikir.

5. Pengembangan Industri

Berdasarkan UU No. 18 Tahun 2002 Pengembangan merupakan aktivitas ilmu pengetahuan serta teknologi yang memiliki tujuan mendayagunakan teori ilmu pengetahuan serta kaidah yang sudah terbukti kebenarannya guna mengembangkan manfaat, aplikasi, serta fungsi ilmu pengetahuan dan teknologi yang sudah tersedia, ataupun menciptakan teknologi baru. Pengembangan secara umum memiliki arti pola pertumbuhan, perubahan dengan cara perlahan serta perubahan dengan cara bertahap. Pengembangan pada KBBI (dalam Daryanto, 1997) didefinisikan mengembangkan, pembuatan, cara, serta proses. Kemudian, definisi dari industri berdasarkan KBBI (1997, h.378) merupakan aktivitas memproses barang dengan memakai peralatan serta sarana, seperti mesin. Melalui definisi itu, dapat disimpulkan jika industri merupakan proses aktivitas yang dilaksanakan oleh individu guna mengelola sebuah bahan menjadi barang yang memiliki nilai jual lebih besar. Dalam upaya pengembangan industri memerlukan adanya manajemen industri di dalamnya, dengan cara umum tahap mengatur *Planning, Organizing, Actuating, Controlling* yang dilaksanakan oleh sebuah industri guna mewujudkan tujuan usaha dengan cara efektif serta efisien. Oleh karena itu, manajemen mempunyai sangat erat hubungannya

dengan upaya pemeliharaan kerjasama pada sebuah organisasi guna mewujudkan tujuan yang disusun dengan memakai sumber daya yang dimiliki. Sementara itu, sesuai paparan Sigit (1987 : 100) aktivitas pengembangan industri kecil harus ditunjang oleh pemasaran yang baik, yaitu aktivitas pemasaran itu bisa dikelompokkan menjadi empat aktivitas yakni: promosi, tempat, harga, dan produk.

C. METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dimana menurut Sugiyono (2010) Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif seperti kata-kata tertulis ataupun lisan melalui individu serta tingkah laku yang bisa dilihat. Pada saat melakukan penelitian ini, penulis mengamati secara langsung maupun tidak langsung terkait manajemen pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kata-kata, sumber tertulis dan foto dimana data tersebut dibedakan menjadi data primer atau data yang diperoleh secara langsung melalui teknik wawancara dan observasi. Dimana pemilihan informasi dalam penelitian ini menggunakan *snowball sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula kecil, kemudian membesar. Dalam penentuan sampel, penulis memilih informan yang dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan yang terdiri dari Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan, Kepala Bidang Perindustrian, Energi dan SDM, Penyuluh Perindag Madya Bidang Perindustrian, Energi dan

SDM, Kepala Seksi Non Agro Industri dan ESDM, tetapi karena dengan informasi dari sampel Disperindag belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka diperlukan perajin batik Grobogan, yaitu ketua paguyuban batik Grobogan dan pengrajin batik Grobogan untuk melengkapi data yang diperlukan. Kemudian data sekunder yang didapatkan dengan teknik dokumentasi. Analisis dan interpretasi data dalam penelitian ini menggunakan Model Spadley, yaitu menggunakan metode analisis domain karena dalam menganalisis pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat membutuhkan banyak domain atau aspek, yaitu siapa saja yang terlibat pada pelaksanaannya (dalam Sugiyono, 2013). Kualitas data dalam penelitian ini diuji dengan teknik triangulasi dengan mengecek kondisi lapangan dengan data-data yang dimiliki.

D. PEMBAHASAN

Mutirara (2016:9) menjelaskan bahwa pengembangan industri merupakan sebuah kegiatan mengolah barang mentah maupun setengah jadi yang mempunyai nilai ekonomi tinggi dan memperoleh keuntungan. Pengembangan industri mempunyai sasaran pembangunan pada bidang ekonomi dalam SDM yang mandiri, produktif, berdaya saing serta maju sebab dunia industri dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang bapat menyejahterakan masyarakat sehingga dalam pelaksanaan pengembangan memerlukan adanya pemberdayaan sumber daya manusia sebagai alat bantu untuk menciptakan tujuan tersebut. Pada penelitian ini, penulis memakai indikator penilaian berdasarkan fungsi manajemen pada pengembangan batik Grobogan karena dalam upaya pengembangan industri memerlukan adanya manajemen

industri di dalamnya yang dilaksanakan untuk mewujudkan tujuan usaha yang efektif dan efisien. Menurut George. R. Terry (dalam Sukarna 2011:10) membagi empat (4) fungsi dasar manajemen, yakni: *Planning* (perencanaan), *Organizing* (organisasi), *Actuating* (pengarahan), dan *Controlling* (pengawasan). Sedangkan dalam proses pemberdayaan menurut Wilson (dalam Tukasno 2013 : 184) menyebutkan bahwa proses pemberdayaan perlu melewati (4) empat tahapan penting, yaitu: *Awakening* (penyadaran), *Understanding* (pemahaman), *Harnessing* (memanfaatkan), dan *Using* (menggunakan). Dengan demikian, maka Manajemen Pengembangan Industri Batik Grobogan dalam upaya pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Grobogan dapat dilihat dari empat tahapan, yakni perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Sehubungan dengan hal itu, menganalisis pengembangan tersebut juga dilihat dari keberjalanan proses pemberdayaan yang meliputi *awakening*, *understanding*, *harnessing*, dan *using* sehingga akan terlihat sejauh mana manajemen pengembangan dalam pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Grobogan. Pada penelitian ini, penulis menganalisis manajemen pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat sebagai berikut:

Pertama, pada tahap perencanaan (*planning*) Manajemen Pengembangan Industri Batik Grobogan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat merupakan langkah awal dalam menentukan tujuan, merumuskan masalah,

mengumpulkan data, menentukan ramalan, dan menetapkan alternatif tindakan yang akan dilakukan kedepannya. Tahap Perencanaan terdapat peran serta dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan sebagai pencetus utama pengembangan eksistensi batik Grobogan. Pengembangan industri batik sebagai upaya pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu urgensi Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Pada setiap tahun Dinas Perindustrian dan Perdagangan mengajukan anggaran dana yang akan digunakan untuk mengadakan pelatihan - pelatihan kepada masyarakat untuk belajar membatik. Selain itu, juga digunakan untuk pengkoordinasian, pembinaan, pengawasan, pengendalian, pengelolaan, fasilitasi, evaluasi serta monitoring kepada masyarakat yang sudah aktif membatik. Perencanaan kegiatan pengembangan industri Batik Grobogan dilakukan untuk mendukung kegiatan penyelenggaraan pengembangan potensi lokal. Pada proses perencanaan pengembangan batik yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Grobogan dengan Dinas Perindustrian Kabupaten Grobogan juga diikuti oleh stakeholder terkait seperti Sekda Kabupaten Grobogan, dan Bappeda Kabupaten Grobogan, selain itu juga diikuti oleh Perangkat Kelurahan atau Desa yang memperoleh undangan rapat. Perencanaan Manajemen Pengembangan industri batik selain dilakukan kepada ibu-ibu rumah tangga. Pemerintah juga memberikan pelatihan kepada anak-anak putus sekolah yang ada di Kabupaten Grobogan agar dapat dijadikan kesibukan mereka untuk mengisi waktu luang mereka walaupun kuotanya terbatas. Pada tahap perencanaan Manajemen pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya

pemberdayaan masyarakat sejauh ini belum menyiapkan manajemen pengelolaan yang efektif dan efisien dalam kegiatan pengembangan batik Grobogan ini.

Tahap perencanaan

Manajemen pengembangan dalam Pemberdayaan masyarakat ini dapat dilihat dari tahap *awakening* (penyadaran) masih belum nampak. Proses *awakening* (penyadaran) merupakan proses dimana individu atau masyarakat didorong untuk menerima tantangan dan menggunakan potensi yang dimilikinya. Seharusnya dalam perencanaan terdapat penyadaran dari pemerintah kepada masyarakat terhadap potensi yang dimiliki. Namun, sejauh ini proses *awakening* pada manajemen pengembangan dalam pemberdayaan ini hanya sebatas penyadaran masyarakat sebagai individu dan bagian dari masyarakat saja, belum ada penyadaran lebih lanjut dalam Manajemen pengelolaan pada pengembangan industri batik dalam pemberdayaan masyarakat di Kabupaten Grobogan. Proses Pemberdayaan *understanding* (pemahaman) merupakan memberikan persepsi serta pemahaman baru tentang potensi diri mereka, aspirasi mereka serta kondisi umum yang lain. Pada proses Manajemen pengembangan dalam upaya pemberdayaan ini pemberian pemahaman akan potensi yang dimiliki juga belum tampak dalam tahap proses perencanaan. Proses *harnessing* (memanfaatkan) juga belum tampak dalam tahap perencanaan Manajemen Pengembangan sebagai upaya pemberdayaan. Tahap *harnessing* merupakan tahap lanjutan tahap *understanding* ketika masyarakat mampu diterima baik oleh masyarakat sehingga setelah masyarakat mengerti serta sadar akan potensi yang

dimilikinya mereka mampu memanfaatkan potensi yang ada dan termasuk sarana atau fasilitas yang dapat mendukung keberjalanan pengembangan batik Grobogan secara optimal. . Namun, karena proses *understanding* belum dilakukan sehingga proses *harnessing* juga belum dapat dilakukan. Sejauh ini masyarakat khususnya para pengrajin belum mampu memanfaatkan sarana yang dimiliki. Selanjutnya, pada proses *using* merupakan kemampuan serta keterampilan dijadikan sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Jika dilihat dari proses *using* dalam tahap perencanaan Manajemen pengembangan sebagai upaya pemberdayaan belum dilakukan dengan optimal, dari proses *awakening*, *understanding*, *harnessing* dan *using* potensi atau sarana yang dimiliki dalam tahap perencanaan belum digunakan secara optimal. Dengan demikian, Pada tahap perencanaan Manajemen Pengembangan Industri Batik Grobogan, dalam pemberdayaan masyarakat melalui teori proses pemberdayaan yang meliputi *Awakening*, *Understanding*, *Hernasing*, dan *Using*, berdasarkan penelitian penulis pada saat ini pemberdayaan masyarakat baru mencapai pada tahap *awakening*, yang merupakan tahap awal dalam proses pemberdayaan masyarakat itu sendiri sehingga wajar Manajemen Pengembangan Industri Batik Grobogan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Grobogan belum optimal, dan pengembangan lebih fokus pada kegiatan yang dilakukan secara manual.

Kedua, pada tahap pengorganisasian menurut Hariani (2017: 93) mendefinisikan pengorganisasian adalah langkah

untuk menetapkan, menggolong-golongkan, dan mengatur berbagai macam kegiatan yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan organisasi. Pengorganisasian menjadi hal yang penting dalam mencapai tujuan yang telah diinginkan atau ditetapkan. Mewujudkan Manajemen Pengembangan dalam upaya pembedayaan masyarakat harus memperhatikan kegiatan pengorganisasian agar dalam pelaksanaan dapat berjalan dengan efektif dan efisien masyarakat dapat mencapai tujuan apa yang telah direncanakan sebelumnya dan tidak menyimpang dari tujuan yang ditetapkan. Kegiatan Pengorganisasian Batik Grobogan sejauh ini untuk pelibatan antara pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan dengan masyarakat yang tergabung dalam paguyuban sudah berjalan sangat baik, mereka rutin mengadakan pertemuan-pertemuan untuk membahas progress Batik ke depannya. Kegiatan pengorganisasian pada Pengembangan Batik Grobogan sejauh ini melibatkan partisipasi masyarakat untuk berperan aktif dan mengikuti manajemen pengembangan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dengan menjadi pengrajin batik sangat baik. Tidak ada Batasan dari pihak pengurus paguyuban atau dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan untuk semua warganya yang ingin berperan aktif dan suka rela terlibat dalam pelaksanaan pengembangan batik Grobogan. Pengorganisasian antara Dinas Peridustrian dan Perdagangan sebagai pembina turun ke pengurus paguyuban struktural hingga pada masyarakat yang ikut berperan aktif bergabung dalam pemberdayaan setiap kelompok batik di setiap desa. Sejauh ini pelaksanaan yang dilakukan oleh pihak Dinas yaitu dengan mengadakan berbagai pembinaan di berbagai desa

dengan mengajak pengurus paguyuban untuk ikut serta dalam melatih masyarakat. Selain itu, untuk perajin yang sudah tergabung dalam berbagai kelompok pengrajin di setiap Kelompok Usaha Bersama (KUB) diadakan pembinaan secara langsung oleh Disperindag.

Tahap pengorganisasian pengembangan batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan dilihat dari proses pemberdayaan yang meliputi *awakening*, *understanding*, *harnessing*, dan *using* dapat dikatakan belum berjalan dengan baik. Pada tahap pengorganisasian Manajemen Pengembangan Industri Batik dalam Pemberdayaan masyarakat masih dalam proses *understanding*. Adanya kendala miskomunikasi dalam proses *understanding* (pemahaman) tugas pokok dan fungsi perangkat dan pengurus tersebut masih kurang, sehingga untuk melangkah ke proses *harnessing* dan *using* masih perlu diperbaiki. Hal ini bisa dikatakan penting dalam proses pengorganisasian, karena perlu adanya penekanan dan pemahaman perangkat atau pengurus paguyuban terkait, agar tidak terjadi miskomunikasi antar perangkat atau pengurus sehingga Manajemen dalam Pemberdayaan akan lebih maksimal.

Ketiga, pada tahap pengarahannya (*actuating*) menurut Hariani (2017:129) mendefinisikan *Actuating* (Pengarahan) merupakan salah satu fungsi manajemen yang ditunjukkan untuk mewujudkan hasil nyata pelaksanaan perencanaan dan fungsi pengorganisasian. Dalam lingkup kegiatan manajemen *Actuating* berperan sebagai penggerak dari usaha-usaha yang telah ditujukan untuk mencapai tujuan bersama. Dimana tujuan utamanya dilakukan *Actuating* agar terciptanya kerjasama yang efisien, berkembangnya

kemampuan, dan keterampilan anggota serta timbulnya perasaan untuk menyukai pekerjaan yang dilakukan. Dalam tahap pengarahannya yang lebih berperan aktif adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan dan dibantu dengan ketua paguyuban batik Grobogan dari pengurus struktural yang ada. Ketua paguyuban batik Grobogan sejauh ini telah memberikan pengarahannya dalam setiap pelaksanaan pengembangan batik Grobogan yang baik. Disisi lain pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan juga memberikan bimbingan kepada masyarakat dengan berbagai upaya yang dilakukan. Sejauh ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta ketua paguyuban memberikan pengarahannya dalam pelaksanaan pengembangan batik Grobogan kepada masyarakat secara langsung melalui pelatihan maupun pembinaan. Ketua paguyuban beserta Dinas Perindustrian dan Perdagangan selalu memberikan pemahaman tentang mekanisme dan Manajemen dalam Pengembangan yang akan dilaksanakan. Namun, pengarahannya yang diberikan tersebut masih belum dapat dikatakan efektif, karena pelaksanaan pelatihan-pelatihan yang dilakukan diberbagai desa/kelurahan di Kabupaten Grobogan hanya dapat diikuti masyarakat dengan kuota terbatas. Selain itu, masyarakat umum yang mengikuti pelatihan belum mengerti tentang Manajemen Pengembangan sebagai upaya pemberdayaan. Masyarakat mayoritas yang mengikuti pelatihan mayoritas yang belum memiliki usaha dan ibu rumah tangga, dan ada pula pelatihan yang diberikan kepada anak putus sekolah, mereka cenderung belum mengerti tentang pengembangan potensi daerah. Pembinaan menjadi salah satu strategi yang dilakukan

pemerintah Kabupaten Grobogan dalam Manajemen Pengembangan Batik Grobogan. Pembinaan dilakukan secara rutin setiap satu bulan sekali. Akan tetapi, pada saat ini sedang terjadi pandemic *covid-19* pembinaan hanya dilakukan di Ir. Gedung Dalmadi Purwodadi yang hanya bisa dihadiri oleh perwakilan setiap Kelompok Usaha Bersama (KUB) hal ini dilakukan untuk mengurangi kerumunan. Selain pembinaan pada setiap bulan kepada setiap Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan setiap satu tahun sekali kepada masyarakat umum, Disperindag juga memberikan fasilitasi pengembangan batik melalui kegiatan bazar. Kegiatan *event-event* bazar dilakukan dengan tujuan sebagai upaya mengenalkan potensi daerah atau sebagai ajang promosi, yang diadakan di Kabupaten Grobogan setiap hari jadi Kabupaten, Pasar Rakyat, Peringkat 17 Agustus dan *event-event* yang lain. Pada tahun 2018 masih tercatat kurang lebih sebanyak 40 KUB yang masih ikut bergabung dalam paguyuban. Namun, pada tahun 2020 jumlah Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang masih aktif dan terdaftar dalam binaan Diperindag hanya sebanyak 27 Kelompok Usaha Bersama (KUB). Dengan adanya penurunan jumlah KUB tersebut menjadikan Dinas Perindustrian dan Perdagangan membuat strategi baru, yakni dengan menetapkan motif-motif batik Grobogan yang dianggap sebagai ciri khas atau identitas daerah, motif yang dipatennya terdapat lima motif, yaitu: motif Gaandri, Tradisi Boyong Grobog, Api Abadi Mrapen, Simpang Lima Perwodadi, dan Pajale. Hal ini diperkuat dengan adanya Surat Keputusan (SK) Bupati Grobogan Nomor: 050/213/2020 dengan adanya hak paten tersebut diharapkan para perajin batik mampu bersaing di pasar regional maupun nasional. Sehubungan dengan itu, penetapan

motif ini diharapkan depannya Kelompok Usaha Bersama (KUB) di Kabupaten Grobogan mengalami peningkatan pemesanan. Hal ini juga dapat mendukung adanya Surat Edaran Bupati Grobogan Nomor 025/5886/IX/2013 tentang ajuran yang mewajibkan seluruh pegawai Kabupaten Grobogan untuk memakai batik Khas Grobogan pada hari kamis. Pada tahap pengarahannya Manajemen Pengembangan Industri Batik Grobogan, dalam pemberdayaan masyarakat melalui teori proses pemberdayaan yang meliputi *Awakening, Understanding, Hernasing, dan Using*, berdasarkan penelitian penulis pada saat ini pemberdayaan masyarakat sudah melakukan empat proses pemberdayaan, namun dalam proses *Awakening* dan *Understading* masih sangat perlu ditingkatkan dan kembangkan lagi untuk kedepannya, agar dapat mendorong Proses Manajemen Pengembangan Batik Grobogan dalam upaya pemberdayaan bisa lebih maksimal. Jadi, wajar Manajemen Pengembangan Industri Batik Grobogan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Grobogan belum maksimal, karena kegiatan hanya fokus pada kegiatan pembinaan yang monoton dan belum memiliki inovasi baru lebih menarik masyarakat dalam pengembangan Batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan.

Keempat, pengawasan (*controlling*) menurut George R Terry (dalam Sukarna 2011:10) merupakan proses penentuan apa yang harus diraih dan standard, apa yang sedang dilaksanakan dalam pelaksanaan, menilai pelaksanaan, serta jika perlu melaksanakan perubahan, dan pada akhirnya pelaksanaan bisa selaras atau sesuai dengan rencana. Tahap pengawasan pada Manajemen

Pengembangan Industri Batik Grobogan sebagai upaya Pemberdayaan masyarakat sejauh ini dilakukan secara *top down*. Pengawasan *top down* yaitu pengawasan yang dilakukan dari atasan yang ditujukan kepada bawahannya sehingga masyarakat tidak bisa berperan lebih aktif dalam pengawasan ini, karena peran pemerintah lebih dominan apabila dibandingkan peran masyarakat itu sendiri. Sejauh ini pengawasan yang berjalan dalam Manajemen Pengembangan Batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dilakukan secara fungsional oleh pejabat yang berwenang, yaitu Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Pada tahap pengawasan dilakukan secara berjenjang dari atasan kepada bawahan hal ini ditunjukkannya bahwa di dalam Manajemen Pengembangan Batik Grobogan ini, apabila ditemukan suatu penyimpangan atau penyalahgunaan maka penyelesaian dilakukan dari DISPERINDAG, yaitu Bidang Perindustrian, Energi dan SDM kepada tingkat internal paguyuban melalui teguran dan selanjutnya baru akan disampaikan kepada pengrajin atau masyarakat.

Secara umum, pengawasan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan dilakukan melalui tahap monitoring dan evaluasi. Kegiatan monitoring dilakukan secara periodic dari pihak Bidang Perindustrian, Energi dan SDM selama satu bulan sekali dengan mendatangi secara langsung setiap Kelompok Usaha Bersama (KUB). Monitoring ini bertujuan untuk melihat sejauh mana setiap Kelompok Usaha Bersama (KUB) dalam memproduksi batik, dan apakah terjadi kendala atau tidak di dalam memproduksi batik

Grobogan. Selanjutnya, didalam kegiatan evaluasi DISPERINDAG melihat hasil buku laporan produksi batik pada setiap bulannya, maupun rekapan upah untuk setiap pengrajin pada buku laporan pada setiap Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang tersebar diberbagai desa/kelurahan di Kabupaten Grobogan. Dengan demikian, hasil rekapan-rekapan laporan produksi pada setiap Kelompok Usaha Bersama (KUB) nantinya dapat dijadikan bahan acuan evaluasi ke depannya. Sejauh ini dalam Manajemen Pengembangan Batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan, masyarakat belum sepenuhnya dilibatkan dalam upaya pengawasan. Hal tersebut terjadi karena masih kurangnya keterbukaan secara penuh antara pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan kepada masyarakat. Disatu sisi lain, masyarakat yang diberdayakan untuk mengikuti kegiatan pengembangan batik masih sangat bergantung kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan mereka masih kurang aktif dalam memberikan inovasi ataupun masukan dalam kegiatan, karena mereka menganggap hasil yang dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan bisa lebih optimal karena semua tanggungjawab dan kebutuhan ditanggung oleh pemerintah. Sejauh ini, pada tahap pengawasan dilihat dari proses pengembangan batik sebagai upaya pemberdayaan telah mencapai tahap *using*. Meskipun sampai saat ini proses *awakening* masih harus dikembangkan. Tidak hanya itu, pada tahap pengawasan jika dilihat dari hasil laporan yang dibuat sejauh ini juga belum bisa dikatakan maksimal karena pelaporan pengembangan batik Grobogan yang berkaitan dengan hasil akhirnya tidak ada transparansi untuk disampaikan kepada masyarakat umum.

Pada pelaksanaan manajemen pengembangan batik di Kabupaten Grobogan dalam kaitannya pemberdayaan masyarakat ditemukan beberapa kendala yang penulis coba untuk menguraikan kendala tersebut kedalam analisis yang lebih mendalam. Adapun faktor-faktor yang menghambat tersebut adalah:

1. **Faktor Kesadaran Masyarakat,**

Kesadaran adalah suatu hal dianggap penting dalam tahap pemberdayaan. Kesadaran masyarakat merupakan keadaan masyarakat pada suatu perasaan mengetahui atau mengerti atas kejadian yang dialami dan dirasakan didalam pergaulan kelompok maupun lingkungan masyarakat melalui peristiwa-peristiwa yang terjadi dilingkup masyarakat. Sejauh ini, Pengembangan batik di Kabupaten Grobogan telah diberikan sosialisasi sebagai salah satu bentuk penyadaran kepada masyarakat yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Fokus pemerintah dalam Manajemen Pengembangan Batik ini dapat memberdayakan masyarakat serta dapat membuka lapangan pekerjaan baru dengan memanfaatkan potensi daerah yang ada. Melalui sosialisasi dan pengarahan yang dilakukan secara rutin kepada masyarakat perlahan dapat mengerti maksud dari diadakannya kegiatan pengembangan batik ini. Hal ini terbukti dari antusias masyarakat yang sudah ikut tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB), walaupun masih banyak masyarakat belum tertarik untuk berpartisipasi. Namun, kesadaran masyarakat harus dipancing dengan diadakannya pelaksanaan sosialisasi dan pengarahan yang

rutin agar kegiatan pengembangan batik bisa terus berjalan dan masyarakat juga mendapatkan manfaat dari kegiatan pemberdayaan ini.

2. **Faktor Daya Saing,** Daya saing merupakan kemampuan menghasilkan produk barang ataupun jasa yang dapat bersaing dipasar nasional maupun internasional sehingga dapat meningkatkan pendapatannya. Menurut Krugman (dalam Intan, 2020:133) daya saing merupakan suatu kemampuan dan kinerja pada tingkat perusahaan atau industri yang digunakan untuk melihat hasil pemasokan barang atau jasa dalam sebuah pasar tertentu. Sejauh ini, masyarakat Grobogan secara umum masih enggan untuk membeli maupun menggunakan batik Grobogan karena mereka menilai bahwa batik Grobogan dari segi kualitasnya masih kurang baik jika dibandingkan dengan produk luar daerah yang sudah terkenal. Manajemen pengembangan batik di Kabupaten Grobogan dijalankan oleh masyarakat sebagai pengrajin yang dibentuk dan dibina langsung oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Selama ini, memang daya saing menjadi permasalahan utama di dalam pengembangan batik Grobogan. Fakta dilapangan menunjukkan bahwa setiap pengrajin batik Grobogan memang belum menguasai semua macam-macam teknik dalam membatik, karena memang kemampuan dan skill mereka berbeda-beda. Pelatihan teknis dan pembinaan saat ini yang dijadikan sebagai dasar dan pedoman Manajemen Pengembangan Batik Grobogan dalam upaya pemberdayaan masyarakat.

3. **Faktor Pemasaran**, Menurut Kotler (2004) mendefinisikan pemasaran merupakan suatu proses yang terjadi dalam kegiatan sosial antar individu dan kelompok dalam mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan melalui proses menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk dengan nilai yang lebih tinggi. Pemasaran masih menjadi faktor penghambat dalam manajemen pengembangan batik Grobogan. Fakta pada saat penelitian dilapangan menunjukan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh Kelompok Usaha Bersama (KUB) atau pengrajin hanya melalui konvensional yaitu dari mulut ke mulut, maupun kartu nama, adapun pemasaran melalui Whatsapp. Akan tetapi, masyarakat atau konsumen yang memesan melalui Whatapp hanya bagi mereka yang mengetahui nomor WA nya saja, sedangkan yang tidak mempunyai nomor WA dari salah satu pengrajin mereka memilih datang langsung ke rumah pengrajin batik tersebut. Hal tersebut yang menyebabkan kurang metode pemasaran yang digunakan maka pemasaran hanya lingkup regional saja, walaupun pernah juga mendapatkan pesanan dari luar Provinsi.

4. **Faktor Inovasi**, Inovasi merupakan pengembangan pada suatu keterampilan, pengalaman, maupun pengetahuan untuk memperbaiki suatu produk. Manajemen Pengembangan memerlukan adanya inovasi-inovasi yang dapat mendukung suatu produk dapat berjalan dengan baik. Inovasi menurut Cooper (dalam Farida, 2006:86) merupakan sebagai suatu proses, ide, praktek, atau produk baru (penggunaan) yang dianggap sebagai perubahan dalam penggunaan. Sejauh ini Manajemen Pengembangan Batik Grobogan dalam upaya pemberdayaan masyarakat belum dilakukan. Pada fakta yang terjadi dilapangan pengrajin atau Kelompok Usaha Bersama (KUB) dalam memproduksi motif batik masih monoton dan masih kurang mengembangkan ide-idenya, mereka masih bergantung kepada instruksi yang disampaikan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan saja. Dengan demikian, pengembangan produk menggunakan suatu inovasi bukanlah suatu hal yang mudah, karena dalam pengembangan produk sendiri terdapat beberapa hambatan baik dari internal maupun dari luar paguyuban batik. Selain itu, dalam berinovasi atau bereksperimen sudah pasti diperlukan dukungan dalam hal fasilitas maupun dukungan support.

5. **Faktor Sumber Daya Manusia (SDM)** Hendro (dalam Susanto, 2010) menjelaskan Sumber Daya Manusia merupakan bagian penting dari sistem perekonomian ataupun sistem mata pencahariannya. Selain itu, manusia merupakan seseorang yang dapat mengolah bahan-bahan melalui sumber daya lingkungan menjadi suatu produk. Asset organisasi yang paling penting

Gambar 1
Media Pemasaran Melalui Kartu Nama



Sumber : Data primer penulis

dalam sebuah manajemen adalah manusia. Manajemen Pengembangan Batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dijalankan oleh Dinas Perindustrian sebagai pembina dan ketua paguyuban sebagai koordinator. Selama ini masalah SDM memang tidak menjadi permasalahan utama. Fakta dilapangan menunjukkan bahwa pengrajin batik Grobogan berasal dari berbagai latar belakang yang berbeda-beda. Pelatihan teknis dijadikan sebagai dasar dan pedoman dalam manajemen Pengembangan Batik dalam pemberdayaan. Permasalah timbul pada Manajemen Pengembangan Batik karena dalam pengembangan batik Grobogan membutuhkan sumber daya manusia yang mampu mengoperasikan teknologi dan paham bagaimana mengelola pemasaran melalui media sosial. Kebanyakan dari pengrajin batik adalah ibu-ibu rumah tangga yang gaptak dalam menguasai teknologi. Keterbatasan Sumber Daya Manusia dalam Manajemen Pengembangan Batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat ini muncul akibat dari pengurus batik kebanyakan sudah tua dan tidak mendukung kemampuan dalam belajar menggunakan teknologi sehingga dalam pengembangan batik Grobogan dalam hal pemasaran melalui media online tidak dapat optimal. Jadi, dengan keterbatasan kemampuan ini menjadikan Manajemen Pengembangan Batik Grobogan dalam pemberdayaan masih kurang efektif.

6. ***Faktor Sungkan yang Berlebihan***, Soeharjono (dalam Aldri, 2014) mendefinisikan ewuh pekewuh sebagai sikap sungkan atau rasa segan serta menjunjung tinggi rasa

hormat terhadap atasan atau senior. Ewuh pekewuh atau sungkan tidak hanya terjadi pada atasan atau senior saja, menurut Tobin (dalam Aldri, 2014) ewuh pekewuh juga dapat muncul akibat individu sudah mengenal atau banyak menerima suatu kebaikan dari orang lain sehingga bagi individu itu akan sulit untuk menolak atau mengabaikan permintaan, kesalahan orang tersebut, maupun pendapat orang tersebut. Ewuh kepewuh atau sungkan merupakan nilai dalam masyarakat Jawa terdiri dari beberapa prinsip yang sangat erat hubungannya dengan aspek-aspek dalam ewuh-pekekuh, yaitu prinsip kerukunan dan prinsip menghormati. Pada pengawasan manajemen pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Pada saat pengawasan berjalan realita dilapangan terdapat beberapa Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang belum menyiapkan laporan bulanan. Akan tetapi, pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan khususnya bidang industri, energi dan ESDM kurang tegas untuk menegur Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang belum menyiapkan laporan karena Disperindag merasa sungkan karena merasa sudah mengenal pengrajin dari KUB tersebut. Pada dasarnya setiap Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang ada di Kabupaten Grobogan masih belum bisa sadar untuk melaporkan hasil produksinya dengan datang langsung ke kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Dengan demikian, menjadikan Kelompok Usaha Bersama (KUB) dalam

pelaporan jumlah produksi bergantung pada saat Disperindag melakukan pendataan ke setiap pengrajin.

E. PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan uraian hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat yang dilaksanakan di Kabupaten Grobogan sejauh ini pengembangan dilakukan secara rutin satu bulan sekali. Pelaksanaan pengembangan batik Grobogan mendapatkan dukungan oleh pemerintah Kabupaten Grobogan dengan adanya pembinaan langsung oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Manajemen pengembangan Batik Grobogan dalam upaya pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui empat tahapan dalam manajemen, yaitu :

Pertama, tahap perencanaan dalam Manajemen Pengembangan Batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat saat ini baru sampai pada proses *awakening* (penyadaran), yang merupakan tahapan awal pada proses pemberdayaan masyarakat itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dari belum maksimalnya upaya pemberdayaan yang digunakan untuk mengembangkan potensi batik Grobogan. Jadi, wajar Manajemen Pengembangan Industri Batik Grobogan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Grobogan belum optimal, dan pengembangan lebih fokus pada kegiatan yang dilakukan secara manual.

Kedua, tahap pengorganisasian dalam Manajemen Pengembangan Batik Grobogan sebagai upaya

pemberdayaan masyarakat masih pada proses *understanding* (pemahaman) hal ini dapat dilihat pada saat perangkat dan pengurus dalam pemahaman menjalankan tugas dan fungsinya dalam pengembangan batik Grobogan masih dikatakan belum optimal. Oleh karena itu, untuk melangkah ke proses *harnessing* dan *using* masih perlu diperbaiki. Di samping itu, proses pemahaman pada tahap pengorganisasian itu penting agar dalam menjalankan Manajemen Pengembangan Batik tidak terjadi miskomunikasi antar perangkat atau pengurus.

Ketiga, tahap Pengarahan dalam Manajemen Pengembangan Batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat. Sesuai dengan keadaan dilapangan pengembangan sudah melalui empat proses pemberdayaan *awakening, understanding, harnessing, dan using*. Namun, dalam proses *Awakening* dan *Understading* masih sangat perlu ditingkatkan dan kembangkan lagi untuk kedepannya agar dapat mendorong Proses Manajemen Pengembangan Batik Grobogan dalam upaya pemberdayaan bisa lebih maksimal. Manajemen Pengembangan Batik Grobogan belum bisa dikatakan masimal karena kegiatan hanya berfokus pada pembinaan yang monoton dan kurang adanya inovasi yang bisa lebih menarik masyarakat untuk ikut berpartisipasi.

Keempat, tahap pengawasan dalam Manajemen Pengembangan Batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat dilakukan secara *top down* oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan. Kemudian, pada proses pemberdayaan pada pengembangan batik telah mencapai *using*. Meskipun, sampai saat ini proses *awakening* masih perlu

dikembangkan. Tidak hanya itu, pada tahap pengawasan jika dilihat dari hasil laporan juga belum bisa dikatakan maksimal karena pelaporan pengembangan batik Grobogan masih kurang transparansi serta melibatkan masyarakat umum.

Kemudian, dalam manajemen pengembangan industri batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat terdapat beberapa kendala atau faktor penghambat yang mempengaruhi berjalannya manajemen pengembangan batik Grobogan dalam upaya pemberdayaan masyarakat meliputi :

1. Faktor Kesadaran Masyarakat: Pada tahap perencanaan dan pengorganisasian, Sampai saat ini kesadaran masyarakat Kabupaten Grobogan dalam ikut berpartisipasi dalam pengembangan batik Grobogan masih kurang optimal.
2. Faktor Daya Saing: pada faktor ini, pelaksanaan manajemen pengembangan batik dalam upaya pemberdayaan masyarakat masih sangat kurang dibandingkan dengan produk daerah lain yang sudah terkenal sehingga dari segi peminat dan kualitas juga masih kurang.
3. Faktor Pemasaran: Pemasaran yang dilakukan para pengrajin batik masih konvensional dan tidak mengikuti perkembangan elektronik hal ini menunjukkan kurang berdayanya masyarakat dari segi teknologi.
4. Faktor Inovasi: Belum ada inovasi maupun ide baru dalam produksi batik, motif batik yang ada masih monoton.
5. Faktor Sumber Daya Manusia (SDM): Pengurus batik Grobogan tergolong sudah berumur tua maka keterbatasan kemampuannya

dirasa menjadikan mereka kurang melek teknologi dalam menggunakan media online.

6. Faktor Sungkan yang berlebihan, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan dalam melakukan pengawasannya masih kurang tegas dalam menegur kesalahan pengrajin atau Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang belum menyiapkan laporan bulanan sehingga hal ini menjadikan pengrajin batik Grobogan bergantung kepada Disperindag.

b. Saran

Saran yang dapat diberikan penulis bagi pelaksanaan manajemen pengembangan industri Batik Grobogan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Pada tahap perencanaan harus dapat memberikan ruang dan kesempatan yang lebih bagi masyarakat untuk mengikuti musyawarah agar dapat menyampaikan aspirasi dan masukan. Contohnya dengan menyelenggarakan FGD, penyampaian aspirasi melalui media sosial.
2. Pada tahap pengorganisasian dan pengarahan Disperindag perlu bekerjasama dengan pengurus paguyuban untuk mendorong masyarakat supaya ikut serta dalam pelaksanaan pengembangan batik. Contohnya menggelar seminar dengan mendatangkan pembicara profesional terkait kegiatan pelatihan pengembangan batik melalui *market place* dari shopee, toko pedia, buka lapak dan lain sebagainya secara rutin dan berkelanjutan.

3. Pada tahap pengawasan hendanya Disperindag melakukan pengawasan secara tegas dan transparan dengan cara mengunggah laporan pengembangan batik di Web Disperindag Kabupaten Grobogan agar semua masyarakat umum dapat mengakses atau melihat perkembangannya.
4. Perlu adanya inovasi yang dapat menjadikan daya saing dan pemasaran batik meningkat, yaitu dengan membuat inovasi motif batik dengan corak yang bisa dipakai untuk kalangan anak muda maupun orang tua. Selain itu, pemasaran perlu didukung dengan adanya penggunaan teknologi informasi melalui promosi online maupun dipasarkan di seluruh tempat wisata yang ada di Grobogan.

F. REFERENSI

Buku

- A.M.W. Panarka dan Vidyandika Moeljarto. 1996. *Pemberdayaan (Empowerment)*. Penyunting : Onny S. Prijono dan A.M.W. Pranarka, Pemberdayaan Konsep, Kebijakan dan Implementasi, CSIS. Jakarta
- Anwas, M. 2013. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. Bandung. Alfabeta
- Badan Pusat Statistika. 2020. *Kabupaten Grobogan Dalam Angka 2020*. Kabupaten Grobogan
- Baharudin. 2015. *Dasar-Dasar Manajemen*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- George R. Terry. 1984. *Principles of Manajemen*. USA. Ricard. D. Kmin. Inc
- Ginandjar, Kartasasmita. 1996. *Pembangunan Untuk Rakyat Memadukan Pertumbuhan dan Pemerataan*. Jakarta: PT. Pustaka Cidesindo. ISBN 979-638-021-8
- Hariani, Dyah. 2017. *Azas-Azas Manajemen*. Edisi Revisi. Cetakan II. Universitas Diponegoro
- Inu, Kencana Syafie. 2010. *Tahap actuatung atau pengarahan*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
- Irawan dan M. Suparmoko. 1992. *Ekonomika Pembangunan*. Yogyakarta. ISBN 979-503-052-3
- Ir. Muhamad Ali, MT, IPM. 2018. *Manajemen Industri*. Universitas Negeri Yogyakarta. Edisi Pertama. ISBN 978-602-5566-27-1
- Keban, Yeremias T. 2014. *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik, Konsep, Teori, Dan Isu*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Gava Media, ISBN 978-602-8545-45-7
- Kuncoro, Mudrajad. 2006. *Ekonomi Pembangunan Teori, Masalah, Dan Kebijakan*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan (UPP)
- STIM YKPN d/h AMP YKPN. ISBN 979-514-051-5
- M.Lutfi Mustofa. 2012. *Monitoring dan Evaluasi Konsep dan Penerapannya*. UIN Malang.
- Moleong, Lexy J. 2017. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Edisi Ketifa. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. ISBN 979-514-051-5
- Priyono, Marnis. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Zifatama Publisher. Sidoharjo.
- Pemkab Grobogan. 2020. *Ringkasan Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Tahun 2019 Kabupaten Grobogan Provinsi Jawa Tengah*. Kabupaten Grobogan.
- Ruslan, Malik dan Anwari WMK. 2006. *Pemberdayaan Masyarakat; mengantar manusia mandiri, demokratis dan berbudaya*. Jakarta: Khanata,Pustaka LP3S Indonesia. ISBN 979-3330-44-9
- Simbolon, Maringan Masry. 2004. *Dasar-Dasar Administrasi dan Manajemen*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV, ISBN 979-8433-64-0
- Sugiyono. 2016. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV. ISBN 979-8433-64-0
- Suharto, Edi. 2009. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama. ISBN 979-3304-39-9
- Sukarno. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: CV Mandar Maju

- T. Hani, Handoko. 2011. *Manajemen dalam Berbagai Perspektif*. Penerbit Erlangga.
- Thoha, Mifta. 2008. *Ilmu Administrasi Publik Konteporer*. Jakarta: Kencana
- Wahyuningsih, Diah. 2014. *Sejarah Batik Jawa Tengah*. Badan Arsip Dan Perpustakaan Jawa Tengah
- Wijaya, Candara. Muhammad Rifa'i. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif dan Efisien*. Medan: Perdana Publishing. ISBN 978-602-6970-61-9
- Jurnal**
- Agung, Prasaja. 2020. *Pengembangan Industri Batik Tulis "Moch Salam" Sukodono Sidoharjo*. Jurnal of Community Service Consortium. Universitas 17 Agustus Surabaya. Vol 1. No 1.
- Agus, Tjahajana. 2010. *Media Industri (Industrialisasi menuju kehidupan yang lebih baik)*. Kementrian Perindustrian. Jakarta.
- Alfi, Amalia, Wahyu Hidayat dan Agung Budianto. 2012. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada UKM Batik Semarang Di Kota Semarang*. Semarang. Jurusan Administrasi Bisnis.
- Alex, Tribuana Sutanto. 2013. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Artikel Jurnal hasil Penelitian Empiris Dan Artikel Konseptual Yang Mencakup Kajian Bidang Manajemen Dan Bisnis. Fakultas Ekonomi. Universitas Bandar Lampung*.
- A Harits Nu'man. 2005. *Kebijakan Pengembangan Industri Kecil Dan Menengah Sebagai Upaya Untuk Menghadapi era Perdagangan Bebas*. Jurnal Sosial dan Pembangunan. Vol XXI No.3
- Ali, Sumarno. 2012. *Teori Pengembangan*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Barokah, Siti Nur. Rr Ririn Budiningtyas, Azizah. 2017. *Peningkatan Produksi KUB Batik Tulis di Purwodadi-Grobogan Melalui Penerapan IPTEKS*. Administrasi Bisnis. Polines Semarang. Vol 3. ISSN: 2477-2087
- Damayanti, Maya. 2015. *Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik*. Jurnal Pengembangan Kota. Universitas Diponegoro, Semarang. Vol 3 No.2 (100-111)
- Definta, Aliffiana. 2018. *Upaya Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Sentra Industri Konveksi Dan Bordir Di Desa Padurenan Kecamatan Gebog, Kabupaten Kudus*. Departemen Administrasi Publik. Universitas Diponegoro.
- Damayanti, Maya. 2015. *Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik*. Jurnal Pengembangan Kota. Universitas Diponegoro, Semarang. Vol 3 No.2 (100-111)
- Dewi, Andriany. 2015. *Pengembangan Model Pendekatan Partisipatif Dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin Kota Medan Untuk Memperbaiki taraf Hidup*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Fitri, Meiliza. dan Wahyudi Zahar. 2019. *Kebijakan Sektor Industri Pertambangan Indonesia Dalam Revolusi Industri 4.0*. Fakultas Sains dan Teknologi. Universitas Jambi

- Firtriana, Aisyah Nurul. 2014. *Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi Kasus tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu)*. Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya. Malang
- Gumelar, Bayu. Ratih Nur Pratiwi, Riyanto. 2015. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kripik Tempe Di Desa KarangTengah Prandon Kabupaten Ngawi (Studi pada Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Kabupaten Ngawi)*. Jurnal Administrasi Publik. Vol 3. No 1. Hal 55-60. Universitas Brawijaya. Malang
- Hairuddin, Hanitahaiza. 2012. *Why do Microenterprise Refuse to Use Information Technology: A Case of Batik Microenterprises in Malaysia*. Faculty of Business Management, Universitas Teknologi MARA. Malaysia.
- Hendry Janitra Utama. 2015. *Analisis Dan Perumusan Strategi Pemasaran Pada UKM Batik Jawa Anggun Pekalongan Menggunakan Analisis Swot Dan AHP*. Universitas Diponegoro.
- Nila Kurnia Wati. 2013. *Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Apel Berbasis Ekonomi Lokal*. Jurnal Administrasi Publik. Universitas Brawijaya Malang. Vol 2. No.1
- Nurul, Rizka Arumsari. 2017. *Penerapan Planning, Organizing, Actuating, Dan Controlling Di UPTD Dikpora Kecamatan Jepara*. Universitas Muria Kudus.
- Novani, Santi, Utomo Sarjono Putro, Pri Hermawan. 2015. *Value Orchestration Platfrom: Promoting Tourism In Batik Industrial Cluster Solo*. Institut Teknologi Bandung.
- Pangmungkas, Bangkit. 2018. *Perlindungan Hukum Seni Batik Motif Kontemporer Berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta (Studi di Kampung Batik Laweyan Kota Surakarta)*. Fakultas Hukum. Universitas Sebelas Maret.
- Rahmawati, Dwi, Nila Armelia Windasari dan Prawira Fajarinda Belgiawan. *The analysis Of Consumers Preferences For Batik Product In Indonesia*. Institut Teknologi Bandung. *Review of integrative Business and Economics Research*. Vol.9, Supplementary Issue 1.
- Robby, Firmansyah. 2014. *Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Madiun*. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya Malang. Jurnal Administrasi Publik Vol 2, No 1.
- Suhartini. Evi Yuliawati. 2015. *Pengembangan Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Batik Dengan Menggunakan Analisis Value Chain*. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya. Vol XV.
- Susanto, Alex Tribuana. 2013. *Evaluasi Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan (PNPM-MPd) Melalui Proses Pengembangan Kapasitas (Studi di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.3 No.2. 178-197. Lampung
- Surya, Yahya Adi. 2018. *Strategi Pengembangan Usaha Batik Untuk Meningkatkan Daya Saing Klaster Batik Batangan*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang. *Jurnal of Development Economics*, Vol 1: 86-91
- Tri, Yanto. 2019. *Pemahaman Pengertian Kreativitas, Inovasi*

Kewirausahaan dan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Kinerja Perusahaan (Studi UKM Batik di Kabupaten Grobogan). Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, IKIP Veteran Semarang. <http://e-journal.ikip-veteran.ac.id/index.php/pawiyatan>

Tukasno. 2013. *Evaluasi Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Melalui Mandiri Perdesaan (PNPM-MPd) Melalui Proses Pengembangan Kapasitas (Studi di Kecamatan Pekalongan Kabupaten lampung Timur).* Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol.3 No.2 hlm 178-197

Ubaid, Elzaki. 2009. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Industri Kecil Knalpot Di Desa Sayangan Kecamatan Purbalingga Kabupaten Purbalingga.* Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

Wahyunisih, Diyah. Atti Mulyani. 2014. *Sejarah Batik Jawa Tengah.* Badan Arsip Dan Perpustakaan Provinsi Jawa Tengah. Semarang.

Wati, Nila Kurnia. 2014. *Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Apel Berbasis Ekonomi Lokal.* Jurnal Administrasi Publik. Vol 2, No 1. Hal 102-108. Universitas Brawijaya. Malang

Regulasi

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian

Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 74/M-/IND/PER/9/2007 Tentang Penggunaan Batik Mark “natik

Indonesia” Pada Batik Buatan Indonesia

PERMENPERIN Nomor 39 Tahun 2019 tentang Standar Industri Untuk Industri Batik

Peraturan daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 10 Tahun 2017 Tentang Rencana Pembangunan Industri Provinsi Jawa Tengah Tahun 2017-2037

Renstra Tahun 2018-2023 Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Tengah

Peraturan Daerah Kabupaten Grobogan Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan dan Pengembangan Batik Kabupaten Grobogan

Renstra Tahun 2016-2021 Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah

Rencana Kerja Tahun 2019 Kabupaten Grobogan

Pemerintah Kabupaten Grobogan. Ringkasan Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Tahun 2019. Kabupaten Grobogan Provinsi Jawa Tengah

Peraturan Bupati Grobogan Nomor 69 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi Tugas Pokok, Fungsi, Uraian Tugas Jabatan Dan Tata Kerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Grobogan.

Surat Edaran Bupati Grobogan Nomor: 537/1681/ III/ 2020 Tentang Penggunaan Pakaian Batik Motif Khas Grobogan Di Lingkungan Pemerintah Kabupaten Grobogan.

Surat Keputusan Bupati Grobogan Nomor: 050/213/2020 tentang Penetapan Motif Batik Khas Kabupaten Grobogan.