

Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Sebagai Kunci Inovasi Dan Transformasi UMKM Batik Di Era Globalisasi

Junengsih¹, Mohamat Basori², Lusi Reni Intan³, Ade Triana⁴

Universitas Pertiwi¹²³⁴

Email: junengsih@pertiwi.ac.id, 224220010@pertiwi.ac.id, 24220018@pertiwi.ac.id,
24220020@pertiwi.ac.id

Citation: Junengsih., Basori, M., Intan, L.R., & Triana, A. (2025). Pengembangan Kompetensi Sumber Daya Manusia Sebagai Kunci Inovasi Dan Transformasi UMKM Batik Di Era Globalisasi. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 5(3), 220–231.

<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/383>

Received: 1 Maret 2025

Accepted: 17 April 2025

Published: 17 Mei 2025

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2025 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract

This study explores the role of human resource (HR) competencies in driving innovation and transformation in batik SMEs, amidst globalization challenges. A qualitative descriptive method was employed to collect data through observation, interviews, and surveys. The findings reveal that most batik SMEs possess basic competencies in batik production but require improvements in design innovation and technology adaptation. Developing HR competencies through digital design training, online marketing, and strategic management is essential to enhance competitiveness and business sustainability. This study recommends continuous training programs and cross-sector collaborations to support the growth of batik SMEs in domestic and international markets.

Keywords: HR Competencies, Batik SMEs, Innovation, Transformation, Globalization

Abstrak

Penelitian ini membahas peran kompetensi sumber daya manusia (SDM) dalam mendorong inovasi dan transformasi UMKM batik, di tengah tantangan globalisasi. Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dan survei. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM batik telah memiliki kompetensi dasar dalam proses pembuatan batik, tetapi masih memerlukan peningkatan dalam inovasi desain dan adaptasi teknologi. Pengembangan kompetensi SDM melalui pelatihan desain digital, pemasaran online, dan manajemen strategis sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Penelitian ini merekomendasikan program pelatihan berkelanjutan dan kolaborasi lintas sektor untuk mendukung pertumbuhan UMKM batik di pasar domestik dan internasional.

PENDAHULUAN

Batik adalah teknik pewarnaan kain yang menggunakan malam sebagai bahan untuk membuat pola yang indah dan penuh makna. Pola-pola yang dihasilkan melalui teknik ini sangat beragam dan unik, mencerminkan kekayaan budaya Indonesia yang telah berkembang selama berabad-abad. Proses pembuatan batik sendiri sangat rumit dan memerlukan keterampilan serta keahlian khusus yang telah diwariskan turun temurun. Sejarah batik dimulai pada masa Kerajaan Majapahit dan terus berkembang di wilayah Kasunanan Surakarta dan Kasultanan Yogyakarta. Pada awalnya, batik hanya digunakan oleh masyarakat Jawa sebagai pakaian sehari-hari. Namun, seiring berjalannya waktu, batik menyebar ke seluruh penjuru Nusantara, menjadi bagian dari identitas budaya Indonesia yang tak terpisahkan.

Setiap motif batik memiliki filosofi yang mendalam, dan banyak yang mengandung makna simbolis yang mencerminkan nilai-nilai hidup masyarakat. Sebagai contoh, motif kawung yang memiliki makna kesatuan dan keharmonisan, serta motif parang yang melambangkan kekuatan dan keteguhan. Selain makna filosofisnya, batik juga digunakan dalam berbagai macam acara, baik itu upacara adat, perayaan tradisional, maupun acara formal. Dengan demikian, batik bukan hanya sekedar kain atau busana, melainkan juga menjadi bagian penting dari kehidupan sosial, budaya, dan spiritual masyarakat Indonesia.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) sektor batik memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam sektor ekonomi kreatif. UMKM batik tidak hanya menghasilkan produk fashion yang bernilai seni tinggi dan unik, tetapi juga turut serta dalam pelestarian budaya bangsa. Di samping menjaga kelestarian warisan budaya, UMKM batik juga memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar. UMKM batik menciptakan peluang kerja bagi masyarakat lokal, yang turut berperan dalam menjaga dan mengembangkan keterampilan tradisional yang telah ada.

Namun, dalam menghadapi dinamika pasar global dan perubahan zaman yang begitu cepat, UMKM batik harus beradaptasi agar tetap relevan dan kompetitif. Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM batik adalah persaingan global yang semakin ketat, serta perubahan tren mode dan kemajuan teknologi yang sangat pesat. Meskipun demikian, UMKM batik memiliki potensi besar untuk berkembang jika mampu memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam pembuatan desain, proses produksi, serta pemasaran secara online. Dengan memanfaatkan teknologi, UMKM batik dapat menjangkau pasar yang lebih luas, bahkan hingga ke pasar internasional.

Untuk terus tumbuh dan bertahan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM batik perlu memiliki strategi bisnis yang tepat. Salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan adalah pengembangan produk baru. Inovasi desain dan motif batik menjadi kunci untuk memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang dan berubah. Dalam hal ini, penerapan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dalam proses produksi dan pemasaran juga sangat penting. UMKM batik perlu menyesuaikan diri dengan perubahan tren pasar yang cepat, sehingga dapat menawarkan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen. Untuk itu, SDM (sumber daya manusia) yang memiliki keterampilan teknis dalam pembuatan batik sekaligus

mampu beradaptasi dan berinovasi sangat diperlukan. SDM yang berkompeten akan menjadi faktor kunci kesuksesan UMKM batik dalam menghadapi tantangan global.

Pengembangan kompetensi SDM merupakan investasi jangka panjang yang sangat penting bagi keberlangsungan UMKM batik. Dengan memiliki SDM yang terampil dan kompeten, diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan menjaga kelestarian budaya batik Indonesia. Beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kompetensi SDM adalah melalui pelatihan, benchmark, dan kemitraan dengan berbagai pihak. Upaya ini akan memungkinkan UMKM batik untuk memperbarui pengetahuan dan keterampilan, serta memperkenalkan inovasi baru yang akan meningkatkan kualitas produk dan daya tarik pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Barlian et al. (2022) menunjukkan bahwa kompetensi SDM pengusaha kecil dan menengah memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kualitas UMKM. Kompetensi SDM yang baik akan meningkatkan kualitas kerja dan mendorong UMKM untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk yang lebih baik. Oleh karena itu, pengembangan kompetensi SDM menjadi hal yang sangat krusial untuk mendukung inovasi dan transformasi dalam UMKM batik.

SDM yang terampil tidak hanya berperan dalam menciptakan produk batik yang berkualitas, tetapi juga dapat merancang desain yang inovatif dan kreatif. Keahlian dalam mengadaptasi motif tradisional ke dalam desain modern akan membuat produk batik lebih menarik dan dapat bersaing di pasar global. Selain itu, pemahaman terhadap teknologi akan memungkinkan SDM untuk memanfaatkan teknologi dalam proses desain dan produksi batik, serta dalam hal pemasaran produk secara digital. Mengingat pentingnya inovasi dan transformasi, UMKM batik harus selalu beradaptasi dengan perubahan tren mode, teknologi, dan preferensi konsumen.

Selain inovasi dalam produk, pengembangan produk turunan berbahan batik, seperti tas, sepatu, atau aksesoris rumah tangga, juga menjadi peluang yang sangat potensial. Dengan memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial, UMKM batik dapat memperluas jangkauan pasar dan menarik konsumen dari berbagai kalangan. Kolaborasi dengan desainer untuk menciptakan produk batik yang lebih inovatif dan menarik juga menjadi hal yang penting. Semua langkah ini bertujuan untuk menjaga keberlanjutan UMKM batik di tengah persaingan global yang semakin ketat.

Inovasi dan transformasi menjadi kunci utama untuk kelangsungan UMKM batik. Dengan terus beradaptasi, mengembangkan diri, dan memanfaatkan teknologi secara optimal, UMKM batik dapat mempertahankan warisan budaya Indonesia sambil memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Dengan begitu, batik sebagai budaya Indonesia dapat tetap eksis dan dikenal di seluruh dunia, membawa manfaat bagi perekonomian dan masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa peran meningkatkan kompetensi SDM merupakan faktor kunci yang saling terkait dan memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan inovasi dan transformasi. Kompetensi SDM sebagai pelaku inovasi dituntut memiliki keterampilan teknis yang kuat, seperti menguasai teknik pembuatan batik, desain, dan pemasaran, akan mampu menghasilkan produk batik yang berkualitas dan inovatif. Karyawan yang kreatif mampu menghasilkan ide-ide baru dan unik untuk pengembangan produk batik. Kemampuan menghasilkan batik dengan kualitas yang bagus dan memenuhi harapan konsumen. Inovasi dalam proses produksi akan meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya produksi. Inovasi dan transformasi akan memastikan UMKM batik tetap relevan, dapat bertahan dan berkembang dan bersaing di era globalisasi.

Batik merupakan khazanah budaya khas bangsa Indonesia. Keberadaan batik merupakan salah satu bentuk keberadaan kebudayaan bangsa Indonesia yang beragam. Saat ini batik digunakan sebagai trend pakaian bagi seluruh kalangan. Telah banyak paguyuban atau pengrajin batik untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun belum banyak motif dan desain yang dikembangkan, sehingga dibutuhkan pelatihan yang terus menerus untuk meningkatkan kapasitas para pengrajin batik tersebut. (Harimi et al., 2022). Rumusan model kompetensi sumber daya manusia untuk meningkatkan kinerja karyawan, yang meliputi variabel laten: variabel pengetahuan, variabel ketrampilan, variabel perilaku karyawan dan variabel kinerja UMKM dikatakan goodness of fit model, variabel yang paling mempengaruhi peningkatan kinerja adalah perilaku kerja, maka perilaku kerja karyawan mendapatkan perhatian lebih serius dalam rangka peningkatan kinerja UMKM (Suranto et al., 2023).

UMKM Batik dapat menggunakan analisis SWOT sebagai strategi dalam pengembangan usahanya, seperti yang dilakukan oleh UMKM Batik Berkah Mojo, dimana hasil kekuatan dengan peluang dan strategi SO (strengths-opportunities) dapat meningkatkan mutu produk dan meningkatkan promosi. Dan pada strategi ST (strengths-threats) diperoleh hasil peningkatan minat wirausaha batik dan peningkatan kesadaran dan kecintaan masyarakat akan produk batik dapat digunakan Begitu pula dengan strategi WO (weakness-opportunities) diperoleh hasil untuk meningkatkan skala usaha serta perlu diadakan usaha-usaha untuk mengembangkan kualitas SDM. dan terakhir yaitu strategi WT (weakness-threats) dapat diperoleh hasil untuk meningkatkan kerjasama antar pengusaha/pengrajin batik serta menciptakan dan meningkatkan inovasi-inovasi baru motif batik serta dapat menciptakan branding (Nurrozaqkul, 2024). Menurut (Rahmawati et al., 2018) strategi penguatan kinerja pemasaran pengrajin batik melalui pengembangan modal sosial pada kampung batik kota Semarang dengan menggunakan analisis QSPM merupakan alat mengevaluasi strategi alternatif secara obyektif, berdasarkan faktor-faktor kritis yang dikenali pada tahap awal. Adapun prioritas strategi berdasarkan nilai TAS tertinggi sampai terendah antara lain:

1. memberdayakan paguyuban untuk mensinergikan seluruh elemen yang ada di kampung batik maupun kampung jadul,
2. meningkatkan branding dengan dilandasi adanya rasa memiliki,
3. memberdayakan keberadaan organisasi serta dukungan pemerintah untuk mengorganisir semua pengrajin untuk bergabung dan aktif secara bersama memajukan kampung batik yang dilandasi rasa percaya dan rasa memiliki,
4. mengoptimalkan pelatihan dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas serta keterampilan SDM guna menunjang proses produksi, pemasaran serta sistem manajemen,
5. meningkatkan kreatifitas dan inovasi batik Semarang,
6. mengoptimalkan identitas kampung tematik yang memiliki dukungan dari pemerintah dan swasta dalam pemodalan maupun pelatihan,
7. mengoptimalkan prospek bisnis yang baik dan ramah lingkungan dengan berpartisipasi aktif dalam pameran produk unggulan lokal sebagai media promosi dan bersaing dengan produk lain yang semakin kompetitif,
8. berperan aktif dalam kegiatan promosi produk secara konvensional maupun modern dengan pemanfaatan teknologi ditengah peningkatan prospek bisnis,
9. meningkatkan inovasi dalam produksi maupun pemasaran,
10. meningkatkan inovasi dan kualitas batik sebagai pakaian nasional di era ecommerce,

11. terus meningkatkan kondisi internal organisasi yang baik serta pelayanan yang ramah untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, serta
12. mengoptimalkan pelayanan yang ramah serta internal organisasi yang sehat.

Menurut (Sukmawati & Fathoni Kurniawan, 2020) diversifikasi produk dan inovasi terhadap ragam hias batik sangat dibutuhkan untuk menambah peluang bagi produk batik Indonesia di pasar global. Salah satunya melalui inovasi terbaru dalam hal desain serta pemanfaatan rekayasa alat tepat guna lainnya. Dan dengan perkembangan teknologi dan industri yang saat ini menginjak masa digitalisasi industri 4.0, perajin dan pengusaha UMKM batik dapat mengadaptasi pembuatan desain motif dan pola dengan memanfaatkan teknologi grafis secara digital (Dewanti, Melati, & Simbolan, 2013). Masalah manajemen, mulai dari pembukuan, sumber daya manusia, dan yang terutama masalah pemasaran menghadapi era 4.0 merupakan salah satu permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin batik. Seperti diketahui selama ini sistem promosi yang dilakukan masih promosi tradisional dan terkesan pasif dimana para pembatik hanya menunggu pembeli datang. Hal ini karena kesadaran pentingnya pemasaran digital masih sangat rendah, juga kompetensi sumber daya manusia yang gagap teknologi. Oleh karena itu para UMKM batik diharapkan memiliki sumber daya manusia yang kompeten, sarana dan prasarana pemasaran digital yang mencukupi, dan pendampingan pemasaran digital. Ini akan berdampak langsung pada pertumbuhan omzet dan pendapatan sekaligus meningkatkan popularitas batik itu sendiri (Rahmiaji et al., 2020). Peran inovasi juga berpengaruh pada bentuk proses produksi batik. Dengan teknologi para UMKM batik dapat melakukan upaya peningkatan perajin batik dalam menentukan motif dan warna sesuai dengan permintaan pasar, sehingga terjadi perkembangan terus-menerus untuk meningkatkan keberlanjutan industri batik (Utami, 2009).

METODE PENELITIAN

Metoda penelitian yang digunakan dalam penulisan artikel ini adalah deskriptif kualitatif. Adapun penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mengumpulkan informasi secara aktual dan terperinci, mengidentifikasi masalah, membuat perbandingan atau evaluasi, dan menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan di waktu mendatang (Suyanto & Sutinah 2006). Dengan demikian, penelitian deskriptif kualitatif hanyalah menguraikan tanggapan terhadap situasi atau peristiwa, sehingga tidak menjelaskan hubungan sebab akibat maupun melakukan uji hipotesis.

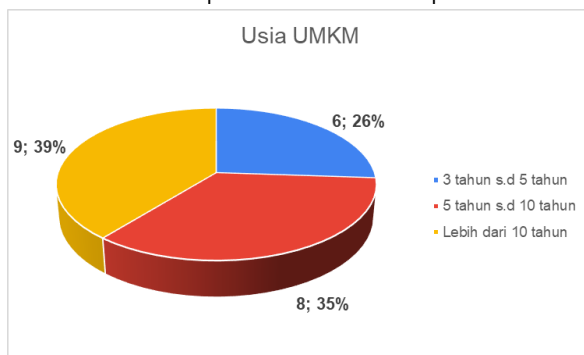
Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah kualitatif eksplanatif. Penelitian eksplanatif bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang sebab dan akibat dari suatu gagasan, ide, fenomena atau gejala Moloeng 2017, Wahyuni et. Al. 2018. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan pengisian kuisioner. Responden adalah pemilik, manajer/supervisor, karyawan dan jaringan penjualan UMKM batik. Desain penelitian deskriptif-analitis dengan menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perhitungan korelasi dan cronbach's alpha menunjukkan nilai $> 0,5$, hal tersebut bahwa reliabilitas dan validitas cukup tinggi.

Variabel	r	Cronbach's Alpha
Memiliki pengetahuan yang mendalam tentang berbagai teknik pewarnaan batik	0,508	0,748
Dapat menciptakan desain batik yang unik dan menarik	0,582	0,748
Mengikuti perkembangan tren desain batik terbaru	0,754	0,742
Memahami proses produksi batik secara keseluruhan	0,453	0,753
Memiliki ide-ide baru untuk pengembangan produk batik	0,710	0,746
Menerapkan inovasi dalam proses produksi batik	0,733	0,744
Selalu mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk batik	0,607	0,749
Mengikuti perkembangan teknologi yang dapat diterapkan dalam produksi batik	0,785	0,742
Seringkali meluncurkan produk batik baru dengan desain yang unik	0,786	0,741
Memiliki tim khusus yang bertugas mengembangkan produk baru	0,750	0,742
Memperhatikan tren pasar dalam melakukan modifikasi produk	0,827	0,742
Melibatkan pelanggan dalam memberikan masukan untuk modifikasi produk	0,629	0,747
Mengadopsi teknologi baru dalam proses produksi batik	0,651	0,740
Menggunakan software/aplikasi desain yang canggih dalam pengembangan produk batik	0,737	0,739
Memanfaatkan e-commerce untuk memasarkan produk batik	0,783	0,743
Menggunakan teknologi informasi untuk mengelola data pelanggan	0,765	0,741

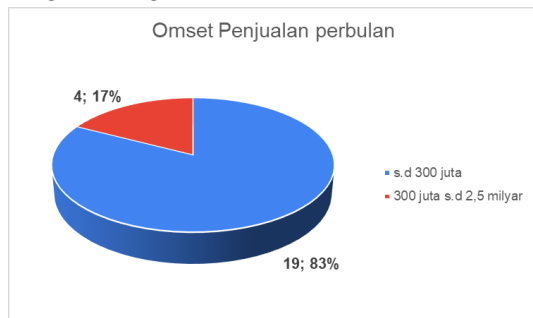
Dari hasil penelitian terhadap 23 UMKM Batik, diperoleh data sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Usia UMKM

Responden dengan pengalaman lebih dari 10 tahun merupakan kelompok mayoritas (sebanyak 42,1%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki wawasan mendalam dan pengalaman panjang dalam menjalankan UMKM batik. Sedangkan dengan kategori 5 tahun s.d 10 tahun (sebanyak 26,3%) menunjukkan mereka memiliki pengalaman yang cukup matang. Kelompok usia 3 tahun s.d. 5 tahun (sebanyak 31.6%, terbesar kedua) merupakan UMKM Batik dalam fase

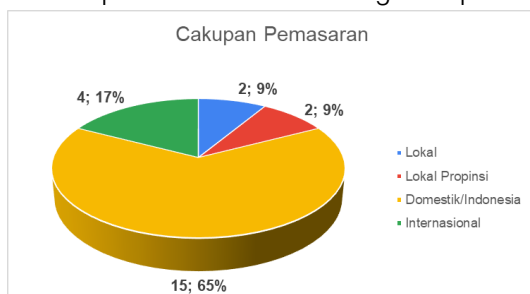
pengembangan, baik dalam hal inovasi maupun transformasi bisnis.



Gambar 2. Diagram Omset Penjualan per Bulan

Sebagian besar responden (78.9%) memiliki omset bulanan di bawah 300 juta. Hal ini mencerminkan bahwa sebagian besar UMKM batik yang menjadi responden berada pada skala usaha mikro. Sisanya (21.1%) memiliki omset bulanan dalam rentang 300 juta hingga 2,5 miliar, menunjukkan adanya pelaku usaha kecil. Jadi dapat diinterpretasikan bahwa sebagian besar UMKM batik yang disurvei adalah usaha mikro dengan kapasitas omset terbatas. Strategi pengembangan kompetensi SDM dan

inovasi perlu disesuaikan dengan kapasitas mereka untuk mendukung pertumbuhan.

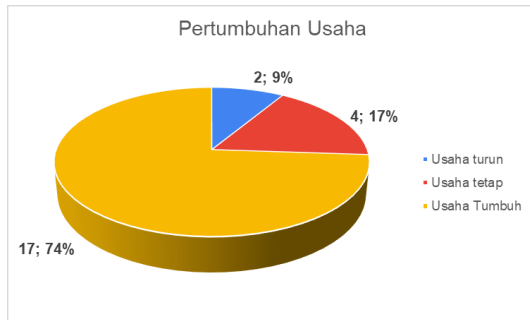


Gambar 3. Diagram Cakupan Pemasaran

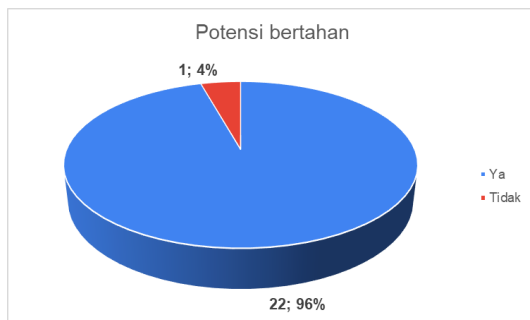
Sebagian besar responden (63.2%) memasarkan produk mereka di pasar domestik skala nasional. Ini menunjukkan bahwa produk batik cukup diminati di berbagai wilayah Indonesia. Dan sebagian kecil responden (15.8%) telah menjangkau pasar internasional. Ini menjadi indikasi adanya potensi ekspor batik, meskipun masih terbatas dan

mencerminkan keterbatasan akses atau strategi pemasaran sebagian pelaku usaha.

Dari hal tersebut sebagian besar UMKM batik memiliki fokus pada pasar domestik nasional, dengan sebagian kecil yang telah menembus pasar internasional. Untuk meningkatkan daya saing di era globalisasi, strategi pemasaran internasional dapat diperkuat melalui peningkatan kualitas produk, branding, dan akses pemasaran Internasional. Sebagian besar responden telah memiliki pengalaman yang cukup lama (lebih dari 5 tahun). Hal ini menjadi indikasi bahwa inovasi dan transformasi pada UMKM batik kemungkinan dipengaruhi oleh pengalaman mereka di bidang ini. Kelompok dengan pengalaman lebih sedikit (3-5 tahun) juga cukup signifikan, sehingga mereka dapat menjadi sasaran strategis untuk pelatihan peningkatan kompetensi SDM.



Gambar 4. Diagram Pertumbuhan Usaha



Gambar 5. Diagram Potensi Bertahan

Dari diagram pertumbuhan usaha, UMKM batik sebagian besar menyatakan mengalami pertumbuhan (73,7%), yang menyatakan pertumbuhan usaha tetap (15,8% sisanya mengalami penurunan usaha (10,5%). Ini menunjukkan bahwa UMKM batik memiliki prospek bisnis yang masih tumbuh berkembang. Didukung diagram berikut yang menyatakan keyakinan optimis dari UMKM batik bahwa mereka akan terus bertahan dimasa mendatang.

Diagram keyakinan UMKM memiliki potensi untuk bertahan dan berkembang dalam jangka Panjang, sebanyak 94,75% responden bahwa usaha mereka UMKM batik mampu bertahan hingga dimasa mendatang.

Tabel 1. Kompetensi Yang Dimiliki

Memiliki pengetahuan yang mendalam tentang berbagai teknik pewarnaan batik			
	Frekuensi	%	P-Value
Tidak setuju	1	5,3%	0,076
Netral	2	10,5%	
Setuju	6	31,6%	
Sangat setuju	14	73,7%	

Nilai P-Value > 0,05 menunjukkan bahwa masih terdapat UMKM batik yang memiliki pengetahuan yang mendalam tentang berbagai Teknik pewarnaan batik sudah cukup baik.

Dapat menciptakan desain batik yang unik dan menarik

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	3	15,8%	0,02
Setuju	7	36,8%	
Sangat setuju	13	68,4%	

Sebagian besar UMKM batik menyatakan sangat setuju bahwa telah memiliki kemampuan untuk menciptakan desain batik yang unik dan menarik sebanyak 68,4%.

Mengikuti perkembangan tren desain batik terbaru

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	4	21,1%	0,04
Setuju	7	36,8%	
Sangat setuju	12	63,2%	

Sebagian besar UMKM batik sangat setuju telah mengikuti tren desain batik terbaru sebanyak 63,2%.

Memahami proses produksi batik secara keseluruhan

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	1	5,3%	0,005
Setuju	5	26,3%	
Sangat setuju	17	89,5%	

Sebagian besar UMKM batik sangat setuju telah memahami proses batik secara keseluruhan sebanyak 89,5%. Secara umum kompetensi yang dimiliki pengrajin UMKM Batik dalam proses pembuatan batik sudah cukup bagus. Seperti kemampuan menciptakan desain batik yang unik dan menarik, telah mengikuti tren desain batik terbaru dan memahami proses produksi batik secara keseluruhan. Namun yang masih perlu untuk ditingkatkan kompetensi pengrajin adalah pengetahuan yang mendalam mengenai teknik pewarnaan batik Hal ini sangat penting mengingat kemampuan pewarnaan sangat berpengaruh terhadap penciptaan produk yang memiliki warna menarik yang dapat diterima oleh pasar. Mengingat untuk terus bertahan di era globalisasi diperlukan kreativitas untuk mengikuti perkembangan tren saat ini.

Memiliki ide-ide baru untuk pengembangan produk batik

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	2	10,5%	0,005
Setuju	8	42,1%	
Sangat setuju	13	68,4%	

Sebagian besar UMKM batik sangat setuju memiliki ide-ide baru untuk pengembangan produk batik sebanyak 68,4%.

Dapat menerapkan inovasi dalam proses produksi batik

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	3	15,8%	0,032
Setuju	5	26,3%	
Sangat setuju	15	78,9%	

Sebagian besar UMKM batik sangat setuju untuk menerapkan inovasi dalam proses produksi batik sebanyak 78,9%.

Selalu mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk batik

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	1	5,3%	0,001
Setuju	9	47,4%	
Sangat setuju	13	68,4%	

Sebagian besar UMKM batik sangat setuju mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk batik sebanyak 68,4%.

Mengikuti perkembangan teknologi yang dapat diterapkan dalam produksi batik

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	5	26,3%	0,003
Setuju	10	52,6%	
Sangat setuju	8	42,1%	

Sebagian besar UMKM batik setuju untuk mengikuti perkembangan teknologi yang dapat diterapkan dalam produksi batik sebanyak 52,6%.

Proses inovasi yang telah dilakukan oleh UMKM batik sudah sangat memadai didalam melakukan inovasi produk batik yang dihasilkan. Memiliki ide-ide baru untuk pengembangan produk batik, menerapkan inovasi dalam proses produksi, meningkatkan kualitas produk, serta mengikuti perkembangan teknologi yang dapat diterapkan dalam produksi batik. Kemampuan untuk membuat hal-hal baru yang lebih diterima oleh pasar sudah dilakukan.

Seringkali meluncurkan produk batik baru dengan desain yang unik

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	6	31,6%	0,015
Setuju	9	47,4%	
Sangat setuju	8	42,1%	

Sebagian besar UMKM batik setuju seringkali meluncurkan produk batik baru dengan desain unik sebanyak 47,4%.

Memiliki tim khusus yang bertugas mengembangkan produk baru

	Frekuensi	%	P-Value
Tidak setuju	1	5,3%	0,001
Netral	5	26,3%	
Setuju	11	57,9%	
Sangat setuju	6	31,6%	

Sebagian besar UMKM batik setuju telah memiliki tim khusus yang bertugas mengembangkan produk baru sebanyak 57,9%.

Memperhatikan tren pasar dalam melakukan modifikasi produk

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	4	21,1%	0,000
Setuju	12	63,2%	
Sangat setuju	7	36,8%	

Sebagian besar UMKM batik setuju untuk memperhatikan tren pasar dalam melakukan modifikasi produk sebanyak 63,2%.

Melibatkan pelanggan dalam memberikan masukan untuk modifikasi produk

	Frekuensi	%	P-Value
Netral	3	15,8%	0,020
Setuju	7	36,8%	
Sangat setuju	13	68,4%	

Sebagian besar UMKM batik sangat setuju bahwa melibatkan pelanggan dalam memberikan masukan untuk modifikasi produk sebanyak 68,4%.

Mengadopsi teknologi baru dalam proses produksi batik

	Frekuensi	%	P-Value
Sangat tidak setuju	1	5,3%	0,152
Tidak setuju	1	5,3%	
Netral	5	26,3%	
Setuju	8	42,1%	
Sangat setuju	8	42,1%	

P-Value > 0,05 tidak ada perbedaan dalam mengadopsi teknologi baru dalam proses produksi batik.

Menggunakan software/aplikasi desain yang canggih dalam pengembangan produk batik

	Frekuensi	%	P-Value
Sangat tidak setuju	1	5,3%	0,014
Netral	7	36,8%	
Setuju	9	47,4%	
Sangat setuju	6	31,6%	

Sebagian besar UMKM batik setuju untuk menggunakan software/aplikasi desain yang canggih dalam mengembangkan produk batik sebanyak 47,4%.

Memanfaatkan e-commerce untuk memasarkan produk batik

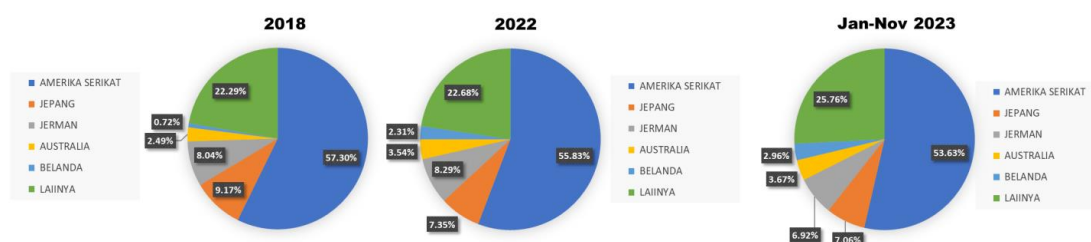
	Frekuensi	%	P-Value
Netral	5	26,3%	0,001
Setuju	11	57,9%	
Sangat setuju	7	36,8%	

Sebagian besar UMKM batik setuju untuk memanfaatkan e-commerce untuk memasarkan produk batik sebanyak 57,9%.

Menggunakan teknologi informasi untuk mengelola data pelanggan

	Frekuensi	%	P-Value
Tidak setuju	1	5,3%	0,005
Netral	5	26,3%	
Setuju	10	52,6%	
Sangat setuju	7	36,8%	

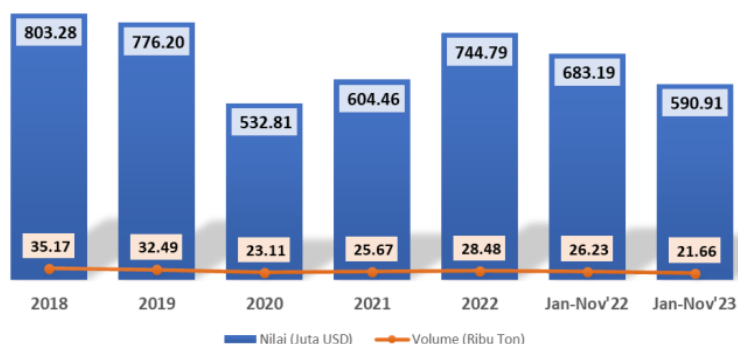
Sebagian besar UMKM setuju untuk menggunakan teknologi informasi untuk mengelola data pelanggan sebanyak 52,6%. Untuk transformasi yang dilakukan UMKM batik dirasakan setuju untuk dilakukan transformasi secara terus-menerus, mengingat transformasi yang dilakukan untuk dapat mengikuti persaingan yang ada. UMKM batik sudah memiliki tim khusus yang bertugas mengembangkan produk baru, memperhatikan tren pasar dalam melakukan modifikasi produk, Melibatkan pelanggan dalam memberikan masukan untuk modifikasi produk, menggunakan software/aplikasi desain yang canggih dalam pengembangan produk batik, memanfaatkan e-commerce untuk memasarkan produk batik, serta menggunakan teknologi informasi untuk mengelola data pelanggan. Hal-hal yang perlu menjadi perhatian dalam melakukan transformasi berupa adopsi teknologi baru dalam proses produksi batik.



Negara Tujuan Ekspor Batik Indonesia 2018-2023 (Jan-Nov)

Sejak tahun 2018 hingga tahun 2023, Amerika Serikat, Jepang, Jerman, Australia, dan Belanda selalu menjadi negara tujuan ekspor utama untuk batik Indonesia.

1. Pangsa ekspor batik Indonesia ke Amerika Serikat sejak tahun 2018 selalu lebih dari 50%.
2. Trend tersebut terus berlanjut di tahun 2023, dimana nilai ekspor batik ke Amerika Serikat mencapai USD 326,57 juta atau 53,63% dari total ekspor batik Indonesia.



Realisasi ekspor batik Indonesia terus mengalami kenaikan sejak tahun 2020 hingga tahun 2022.

1. Nilai ekspor pada tahun 2022 mencapai USD 744,79 juta, tertinggi sejak tahun 2020.
2. Namun pada tahun 2023 (Januari-November), ekspor batik Indonesia mengalami penurunan 13,51% (YoY), menjadi USD 590,91 juta.

Batik yang paling banyak diekspor pada periode Jan-Nov 2023:

1. Kemeja pria, USD 271,54 juta (share 46%)
2. Setelan, ensemble, jas, gaun wanita, USD 155,44 juta (share 26%)
3. Blus wanita, USD 97,07 juta (share 16%)
4. Pakaian wanita lainnya, USD 30,34 juta (share 5%)
5. Kain katun, USD 22,67 juta, (share 4%)
6. Setelan, ensemble, jas, blazer, celana panjang pria, USD 10,95 juta (share 2%)

Sumber: BPS (diolah PDSI Kementerian Perdagangan)

Industri batik memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar global, namun juga menghadapi berbagai tantangan. Dengan dukungan kebijakan yang tepat dan upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, industri batik dapat terus berkontribusi pada perekonomian nasional dan memperkuat posisinya di pasar internasional.

Kompetensi SDM yang dibutuhkan saat ini

1. Kemampuan membatik bagi tenaga kerja khususnya batik tulis serta pemahaman tentang kualitas produksi;
2. Kemampuan pemasaran offline dan online, termasuk juga pemasaran/penjualan sampai ke luar negeri;
3. Design batik dengan memanfaatkan teknologi dengan aplikasi digital utk mempermudah desain.

Saran bentuk pelaksanaan peningkatan Kompetensi SDM agar bermanfaat bagi keberlangsungan usaha UMKM Batik:

1. Teknik-teknik proses membatik agar bisa mengikuti di era globalisasi, eksploitasi warna alami keperwarnaan alami secara menyeluruh yang lebih ramah lingkungan untuk mendukung sustainability;
2. Pelatihan aplikasi desain batik dengan komputer & pelatihan digital marketing;
3. Pemasaran, pengelolaan dan management, selalu memperhatikan kebutuhan pangsa pasar dan inovasi trending model, serta berexplorasi ke pasar batik Internasional;
4. Melakukan upgrade skill dan kompetensi dan pembaharuan secara berkelanjutan.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menegaskan pentingnya pengembangan kompetensi SDM sebagai kunci keberhasilan inovasi dan transformasi UMKM batik di era globalisasi. Kompetensi teknis seperti pembuatan batik dan desain, serta kemampuan adaptasi teknologi, menjadi hal yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing. Sebagian besar UMKM batik menunjukkan pertumbuhan yang positif, peningkatan kompetensi pengrajin adalah pengetahuan yang mendalam mengenai teknik pewarnaan batik menjadikan hal yang perlu mendapat perhatian lebih. Disamping namun masih memerlukan peningkatan dalam inovasi produk dan strategi pemasaran internasional. Rekomendasi utama adalah pelaksanaan pelatihan berkelanjutan, adopsi teknologi, dan kolaborasi lintas sektor untuk mendukung keberlanjutan UMKM batik di pasar global.

Pengembangan kompetensi sumber daya manusia (SDM) pada UMKM batik memainkan peran penting dalam inovasi dan transformasi bisnis, yang merupakan inti dari keberlanjutan di

era globalisasi. Bahwa kompetensi SDM yang kuat, seperti kemampuan desain inovatif dan adaptasi teknologi, berkontribusi pada penciptaan nilai (value creation) yang unik bagi konsumen. Produk batik yang berkualitas tinggi, dengan desain yang menarik dan sesuai tren, memberikan keunggulan kompetitif yang membedakan UMKM batik dari pesaing global.

Keterbatasan ruang lingkup dibatasi pada UMKM batik, sehingga tidak mencerminkan kondisi UMKM batik secara nasional. Meskipun kompetensi SDM adalah fokus utama, penelitian ini kurang mendalami aspek lain yang mungkin berkontribusi terhadap inovasi dan transformasi, seperti kebijakan pemerintah, infrastruktur teknologi, atau dukungan keuangan. Dan sebagian besar analisis didasarkan pada data deskriptif kualitatif, dengan sedikit data kuantitatif untuk mendukung generalisasi atau pengujian hubungan antarvariabel.

REFERENCES

- Barlian, B., Dian Rosalin, L., Pebrian, A., Abdul Hak, C., Intan Mahmudah, A., & Nurhasanah, F. (2022). Peranan kompetensi SDM UMKM dalam meningkatkan kualitas kerja UMKM Kota Tasikmalaya (Studi Kasus UMKM Batik Kota Tasikmalaya). *Journal of Business Management Education* |, 7(2).
- Dewanti, R., Melati, I., dan Simbolon, F. (2013). Pengembangan Model Daya Saing UMKM Batik Melalui ECS. *BINUS Business Vol. 4 No. 1*.
- Harimi, A. C., Ansori, A., Hermawan, M. A., & Mardiyah, L. (2022). Pelatihan Konsep Desain Motif dan Pewarnaan Sebagai Upaya Peningkatan Kompetensi Pengrajin Batik Tulis Kamandaka. *Surya Abdimas*, 6(4). <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i4.2201>
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian*, cetakan ke-36. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurrozaqkul, A. F. (2024). Analisis Swot Strategi Pengembangan Usaha Batik Berkah Mojo. *Journal of Islamic Philanthropy and Disaster (JOIPAD)*, 3(2). <https://doi.org/10.21154/joipad.v3i2.6295>
- Rahmawati, S. N., Achsa, A., & Destiningsih, R. (2018). Strategi Penguatan Kinerja Pemasaran Pengrajin Batik Melalui Pengembangan Modal Sosial Pada Kampung Batik Kota Semarang. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 3(2). <https://doi.org/10.31002/rep.v3i2.1044>
- Rahmiaji, L. R., Sulistyani, H., & Raharjo, T. (2020). Promosi Digital sebagai Upaya Penguatan Manajemen Pemasaran Batik di Kampung Gedong Kota Semarang. *Journal of Community Development & Empowerment*, 1(1). <https://doi.org/10.29303/jcommdev.v1i1.5>
- Sukmawati, A. D., & Fathoni Kurniawan, A. (2020). Strategi dan Kebijakan Promosi Batik di Pasar Global. *Transformasi Global*, 7(2). <https://doi.org/10.21776/ub.jtg.2020.007.02.3>
- Suranto, Amalia, M. R., & Pratiwi, A. (2023). Kompetensi Sumber Daya Manusia Bagi Peningkatan Kinerja Karyawan UMKM di Sentra Industri Batik. *Permana : Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 15(2). <https://doi.org/10.24905/permana.v15i2.282>
- Suyanto, Bagong, dan Sutinah. (2006). *Metode penelitian sosial*. Jakarta: PT Kencana Persada.