

KOMPONEN DAN DAMPAK SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DALAM UPAYA REVITALISASI BUDAYA DAN INDUSTRI BATIK LASEM KABUPATEN REMBANG

Oleh:

Haniek Listyorini

Dosen Pascasarjana STIEPARI Semarang

ABSTRACT

This paper seeks to identify factors associated with successful social entrepreneurship. It focus on what are components that form the social entrepreneurship and does social entrepreneurship lead to any social transformation in social and economic contexts for poor and marginalized groups. This study applied a qualitative method in a Single Case Study design. The field research took place in Koperasi Usaha Bersama (KUB) "Srikandi Jeruk" of Jeruk Village, Pancur, Rembang under Cultural and Industrial Revitalization Project by Indonesian Pluralism Institute (IPI) for Batik Lasem Rembang. Deep interview were conducted with the President of IPI, Focus Group Discussion (FGD) with Management team of KUB, some observations and study documentary. The paper concludes that factors associate with successful social entrepreneurship are three components of the ability to: identify an unequal condition in the community, realize the opportunities and take actions to make significant changes for local community. It also concludes that Social entrepreneurship by IPI does lead to some significant changes or social transformation in the availability of quantity and quality employment, innovation, social capital accumulation and equality for poor and marginalized group of local people.

Keywords: Social Entrepreneurship, Component, Impact, Social Transformation.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Social entrepreneurship banyak mendapatkan perhatian karena ada keistimewaan dalam istilah ini yang menarik untuk dipelajari, tentang apa, mengapa serta bagaimana *social entrepreneurship* tersebut, juga mengenal siapa tokoh-tokoh *social entrepreneur*. Mereka sering mendapat julukan agung yaitu *the changemakers*, Julukan ini memberi gambaran bahwa para tokoh *social entrepreneur* ini memang orang-orang yang sangat istimewa. Mereka muncul dengan ide brilian dan berani melawan arus sehingga sukses pada penciptaan produk dan jasa yang secara dramatis mengubah kehidupan masyarakatnya (Yousry, 2007)

Munculnya *Social entrepreneurship* menandai perlunya dorongan perubahan sosial dalam masyarakat untuk menghasilkan transformasi bermanfaat yang berkelanjutan. Ketika kondisi ekonomi mengalami keterpurukan, ketika ada kelompok masyarakat yang mengalami kondisi kemiskinan, tidak berdaya mengatasi kemiskinan mereka sendiri, angka pengangguran tinggi, banyak pengemis, preman dan gelandangan yang digolongkan fakir miskin, maka menjadi kewajiban setiap

orang yang mampu untuk membantu yang lemah. Sehingga munculnya *social entrepreneurship* penting sebagai jalan keluar masyarakat sendiri, dan bukan mengandalkan langkah dari pemerintah.

Sebenarnya contoh kesuksesan *Social Entrepreneurship* telah ada sejak dulu. Contoh klasik tentang seorang *social entrepreneur* diawali oleh Florence Nightingale (Inggris) dengan inovasinya mendirikan sekolah perawat pertama dan menerapkan cara modern serta upaya meningkatkan kondisi rumah sakit. Vinoba Bhave (India) pendiri dan pemimpin gerakan *the Land Gift Movement*, dengan program redistribusi 7,000,000 hektar tanah untuk membantu warga India terlantar. Fazle Abed, seorang eksekutif perusahaan di Bangladesh di tahun 1972 mendirikan Bangladesh Rural Advancement Committee (BRAC) fokus pada memecahkan masalah kemiskinan di pedesaan Bangladesh, dengan layanan dan membangun kapasitas pedesaan dalam pendidikan, kesehatan dan kredit mikro untuk 2,6 juta penduduk desa, telah sukses menciptakan ketahanan finansial pada para wanita pedesaan (Alvord, Brown dan Letts, 2007). Selanjutnya Brent Freeman, Norma LaRosa, dan Nick Reder yang merupakan para

pendiri dari MARCs Movement dari Moral And Responsible Companies/MARCs sebuah perusahaan situs online retail untuk yang mendonasikan setiap 5% dari tiap penjualan untuk tujuan sosial di Amerika, membantu para pemuda menjadi pemimpin masa depan. Situs online ini bertujuan memberdayakan pembeli online agar melakukan perubahan bagi dunia melalui konsumsi sehari-hari.

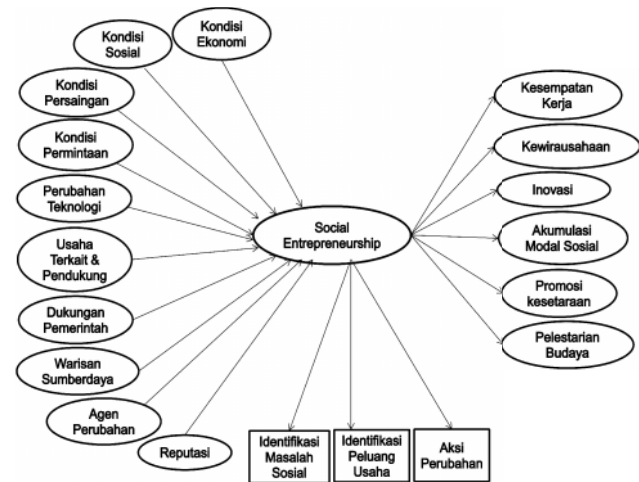
Tokoh *social entrepreneurship* kontemporer yang sangat terkenal masa kini adalah Muhammed Yunus pemenang *Nobel Peace Price* 2006. Seorang professor ekonomi Bangladesh, pendiri dan manajer *The Grameen Bank*, mengusung inovasi kelayakan kredit mikro bagi wanita miskin tanpa jaminan (*Colateral*) atau hanya dengan jaminan moral kolektif. M Yunus terpilih diantara *social entrepreneur* modern lainnya karena menekankan pada besarnya sinergi dan manfaat ketika prinsip bisnis di satukan dengan akumulasi modal bisnis sosial atau *Business-Social Venture* (<http://www.changemakers.net>, 2006).

Di Indonesia contoh sukses *Social Entrepreneurship*, misalnya lembaga amal dan zakat seperti Dompot Dhuafa dan Rumah Zakat. Awalnya merupakan inisiatif beberapa orang untuk donasi dan *voluntary* mengurus masalah zakat, infak dan shodaqoh. Tapi dalam perkembangannya sangat pesat, menyerap ribuan tenaga kerja, menyediakan rumah sakit bersalin gratis, mobil jenazah keliling dan berobat gratis di berbagai pos kesehatan yang tersebar di kota-kota besar, memberikan banyak kemanfaatan bukan hanya untuk kebaikan umat, tetapi juga keuntungan atau profit secara finansial (Santosa, 2007).

Dari berbagai contoh *social entrepreneurship* dan para *social entrepreneurs* di atas, tulisan ini ingin mengangkat contoh *social entrepreneurship* lain yang ada di Jawa Tengah yang dilakukan oleh sebuah lembaga nirlaba yaitu Indonesia Pluralism Institute (IPI), dalam pendampingan pemberdayaan masyarakat dengan tujuan mendorong revitalisasi budaya dan usaha kecil batik Lasem di Rembang. Kajian ini menganalisis adanya komponen-komponen *social entrepreneurship*, serta dampak-dampak yang ditimbulkannya.

TELAAH PUSTAKA

2.1 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi *social entrepreneurship* meliputi: kondisi ekonomi, kondisi sosial, kondisi persaingan, kondisi permintaan, perubahan teknologi, usaha terkait & pendukung, dukungan pemerintah, warisan sumberdaya, agen perubahan, dan reputasi.
2. Dimensi *social entrepreneurship* adalah: identifikasi masalah sosial, identifikasi peluang usaha, dan aksi perubahan.
3. Dampak dari *social entrepreneurship* meliputi: kesempatan kerja, kewirausahaan, inovasi, akumulasi modal sosial, promosi kesetaraan, dan pelestarian budaya.

2.2 Definisi-definisi Konsep *Social Entrepreneurship*

Social Entrepreneurship merupakan sebuah istilah turunan dari kewirausahaan. Gabungan dari dua kata, *social* yang artinya kemasyarakatan, dan *entrepreneurship* yang artinya kewirausahaan. Pengertian sederhana dari *Social Entrepreneur* adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *entrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), terutama meliputi bidang kesejahteraan (*welfare*), pendidikan dan kesehatan (Santosa, 2007).

Di dalam konsep *entrepreneurship*, terdapat unsur pemberdayaan atau *empowerment*. Empowerment bisa diartikan sebagai memberi kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelegasikan otoritas ke pihak lain. Bisa juga diterjemahkan sebagai usaha memberi kemampuan. Salah satu unsur yang terkandung dalam kewirausahaan memang bermakna sebagai sebuah usaha untuk memberikan kemampuan dan mengalihkan kekuatan seseorang atau beberapa orang menuju sebuah kemandirian. (Santoso, 2007).

Banyak pihak mencoba mendefinisikan *social entrepreneurship* yang kemudian kembali pada terminologi yang pernah digunakan oleh ekonom Perancis Jean-Baptiste Say di awal abad 19, yang mendefinisikan entrepreneur “As a person who creates value by shifting economic resources out of an area of lower and into an area of higher productivity and greater yield ” (dalam Yousry, 2007). Kemudian ekonom Austria Joseph Schumpeter menambahkan ide paling berpengaruh tentang konsep *entrepreneurship* sebagai kekuatan untuk mendorong perbaikan ekonomi, tanpa adanya perbaikan ekonomi akan menjadi suatu yang statis. Identifikasi peluang inovasi baik pada bahan mentah, produk, jasa atau bisnis dan mengorganisir modal untuk mengimplementasinya, menyebarluaskan inovasi yang dilakukan untuk kemajuan ekonomi dan sebagai agen perubahan.

Istilah *Social Entrepreneurship* pertama kali dipergunakan dalam literatur *Social Change* 1960an hingga 1970an oleh Robert Owen (pendiri koperasi). Pengertian *Social Entrepreneurship* berkembang sejak tahun 1980an yang diawali oleh para tokoh-tokoh seperti Rosabeth Moss Kanter, dipopulerkan oleh Bill Drayton pendiri Ashoka dalam *Innovators for the Public*, oleh Charles Leadbeater dalam *The Rise of the Social Entrepreneur* serta Profesor Daniel Bell dari Universitas Harvard yang disebut sebagai ‘the world’s most successful entrepreneur of social enterprises’ karena kesuksesannya sejak tahun 1980 berhasil membentuk 60 organisasi baru yang tersebar di seluruh dunia, termasuk beberapa lembaga pendidikan untuk *Social Entrepreneurs* di Inggris.

Social entrepreneurs dibedakan dari kegiatan organisasi sektor nir laba, seperti kegiatan amal dan pengumpulan dana. Definisi yang lebih modern tentang *social*

entrepreneurship memasukan tujuan dan kepemilikan social, dimana perusahaan social ini pada umumnya mengambil bentuk kepemilikan kolektif masyarakat ketimbang investasi para pemegang saham. Sebuah *social enterprise* adalah sebuah usaha bisnis yang dicipta untuk tujuan social, yaitu mengatasi atau mengurangi masalah social dan masalah kegagalan pasar, dan untuk mendorong nilai social sambil tetap beroperasi secara disiplin keuangan, inovasi dan taktik-taktik sektor bisnis (Alter, 2006, p.3, dalam Yousry, 2007)

Social Entrepreneurship bukan merupakan sebuah lembaga atau organisasi bentukan atau turunan dari perusahaan swasta (misalnya hasil dari CSR, *Corporate Social Responsibility*) dan lembaga pemerintahan (dalam hal ini yang terkait dengan Dinas Kesejahteraan Sosial), akan tetapi murni merupakan sebuah usaha *entrepreneurship* yang bergerak di bidang sosial. Para *Entrepreneurs* dan perusahaan social memiliki komitmen dan mendorong misi social dan upaya perbaikan kondisi masyarakat. Para pengusaha social adalah orang-orang yang memiliki daya inovasi, bermotivasi tinggi, dan pemikir kritis. Jika atribut diatas dikombinasikan dengan adanya dorongan untuk menyelesaikan masalah social maka akan melahirkan seorang *Social Entrepreneur*

(<http://www.beyondgreypinstripes.org>)

Hasil kerja *social entrepreneur* bukan diukur dari besaran laba atau tingkat pengembalian investasi seperti pada entrepreneur bisnis lainnya tetapi pada kesuksesannya dalam dampak sosial yang ditimbulkannya sekaligus dampak pengembalian modal dan labanya. Meskipun *social entrepreneurs* seringkali diasosiasikan dengan nonprofits, tetapi bukan berarti tidak memiliki kemampuan untuk menghasilkan profit karena *Social enterprises* adalah untuk ‘more-than-profit,’ menggunakan [blended value business models](#) yang mengkombinasikan a *revenue-generating business* dengan a *social – value-generating structure*

(<http://en.wikipedia.org>)

PEMBAHASAN

Dari pemahaman *social entrepreneurship* diatas tulisan ini ingin mengangkat sebuah contoh *social entrepreneurship* yang dilakukan sebuah lembaga nir laba dalam membangkitkan kembali (revitalisasi) kondisi

budaya dan social Batik Lasem Rembang. Tulisan ini menganalisis adanya komponen-komponen *social entrepreneurship* pada revitalisasi batik Lasem serta mengkaji dampak-dampaknya terhadap masyarakat.

1. Deskripsi Batik Lasem

Batik Lasem merupakan salah satu jenis batik pesisiran, tepatnya pesisiran Utara Laut Jawa, yang dihasilkan oleh para pengrajin batik di Kabupaten Rembang, khususnya di Kecamatan Lasem, Pancur, Pamotan dan Rembang. Batik Lasem sudah dikenal luas sejak abad ke-19 dengan jangkauan pemasaran meliputi pulau Jawa, pulau Sumatra, Semenanjung Malaka, pulau Bali, pulau Sulawesi, wilayah-wilayah Asia Timur, Suriname dan benua Eropa. Skala produksi Batik Lasem yang cukup besar menjadikannya sebagai salah satu dari lima sentra produksi batik terbesar jaman Hindia Belanda selain Yogyakarta, Surakarta, Pekalongan dan Cirebon (<http://batiklasem.org>).

Batik Lasem merupakan seni batik tulis yang memiliki ciri multikultural (keragaman budaya), akibat akulturasi aneka budaya, khususnya budaya Cina/ Tionghoa dan budaya Jawa di kota Lasem yang dulu merupakan salah satu dari tiga kota pelabuhan terbesar sejak jaman kerajaan Majapahit. Melalui pengamatan terhadap sehelai batik Lasem, kita dapat mengenali hasil silang budaya (multikultur) tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Silang budaya melalui motif

Terjadi silang budaya dalam motif batik Lasem. Motif Cina yaitu fauna (burung, naga, ikan, ayam, kelelawar dll), flora (seruni, delima, magnolia, sakura dll), geometris, benda alam (gunung, rembulan dll), dan motif lainnya (mata uang, gulungan surat), bersilang dengan motif Jawa yaitu geometris khas batik *vorstenlanden* (Solo dan Yogya) ceplok, parang, lereng dan sebagainya.

2. Silang budaya melalui warna

Warna dominan batik Lasem adalah merah, biru, sogu, hijau, ungu, hitam, krem (kuning muda) dan putih. Warna merah darah menegaskan pengaruh budaya Cina. Warna biru dipengaruhi oleh budaya Belanda/Eropa. Warna sogu mencerminkan pengaruh budaya Jawa, yaitu diambil dari warna sogu pada batik Surakarta. Sedangkan warna

hijau berasosiasi dengan komunitas Muslim.

Hasil silang budaya dapat dilihat pada jenis Batik Tiga Negeri yang dikembangkan pada masa Hindia Belanda dengan ciri-ciri kombinasi tiga warna khas yang dibuat di tiga wilayah produksi, yaitu merah proses pewarnaan di Lasem, biru proses pewarnaan di Pekalongan, dan sogu proses pewarnaan di Solo. Warna-warna merah dan sogu yang menjadi warna utama batik Tiga Negeri. Warna merah dan sogu ini selalu ada pada semua batik Tiga Negeri yang diproduksi di Lasem. Sedangkan warna lain sesuai dengan permintaan calon pembeli. (IPI, 2006)

3. Silang budaya melalui bentuk produk akhir

Pemasaran batik Lasem yang cukup luas di berbagai daerah dan negara menghasilkan aneka produk dengan bahan baku kain batik Lasem. Produk akhir batik berupa (1) selendang atau ikat pinggang pada berbagai upacara di Bali, Lombok dan Sumbawa, (2) sebagai syal kaum pria dan selendang kaum perempuan pada upacara adat di Sumatera Barat, serta (3) sebagai kain panjang atau sarung para perempuan etnis Cina/Tionghoa.

2. Komponen Social Entrepreneurship Dalam Revitalisasi Batik Lasem

Martin dan Osberg (2007) mengemukakan bahwa definisi social entrepreneurship memiliki 3 komponen sebagai berikut: (1). mengidentifikasi adanya kondisi statis yang sesungguhnya merupakan ketimpangan sehingga menyebabkan pengabaian, marginalisasi atau keterbatasan akan pendanaan atau politik untuk melakukan suatu perubahan dan mencapai manfaat dari perubahan tersebut, (2) mengidentifikasi adanya peluang dari ketimpangan ini, untuk mengembangkan nilai-nilai sosial dan membawa aspirasi, kreativitas, aksi langsung, motivasi serta keberanian, mengatasi kondisi yang ada, dan (3) memelopori pembaharuan, keluar dari jerat kondisi statis dan penderitaan kelompok masyarakat yang ditargetkan, melalui pembelajaran serta kreasi pada kondisi ekosistem statis disekitarnya berubah menuju ke kondisi keseimbangan baru yang menjamin

masa depan yang lebih baik bagi kelompok masyarakat tersebut dan bahkan masyarakat yang lebih luas.

2.1 Identifikasi Kondisi Ketimpangan

Indonesia Pluralism Institute (IPI) sebuah lembaga nir-laba ini melakukan identifikasi terhadap industri batik Lasem dan menemukenali permasalahan ekonomi dan sosial dalam industri perbatikan di Lasem :

Terjadi penurunan jumlah unit usaha batik di Kabupaten Lasem dalam kurun waktu 70 tahun terakhir ini. Penurunan jumlah unit bisnis batik juga terjadi di seluruh wilayah sentra Batik di Pulau Jawa. Sejak tahun 1930an Industri perbatikan di Pulau Jawa berjumlah sekitar 1.367 Unit tersebar di Pulau Jawa yaitu di Garut, Tasikmalaya, Ciamis, Indramayu, Surakarta, Banyumas dan Lasem. Namun di 2000-2007, hanya tinggal 301 unit saja, terbanyak di kawasan Surakarta dan Tasikmalaya. Untuk wilayah Lasem sendiri yang semula tahun 1930an ada 120 unit, akhirnya di tahun 2007 tinggal 20 unit berlokasi di Kecamatan Lasem (18 unit) dan Kecamatan Pancur (2 unit).

Terjadi penurunan partisipasi wanita dalam pekerjaan perajin batik dari 90% menjadi 10%. Hal ini karena banyaknya penutupan usaha batik Lasem, akibat persaingan tajam antara industri kecil batik cap di Lasem versus industri besar batik printing dari Pekalongan dan Surakarta sekitar tahun 1970-1990. Banyak industri kecil batik cap di Lasem tutup usaha, dan tinggal beberapa usaha batik tulis Lasem yang bertahan dari serbuan batik printing yang lebih murah di pasar tekstil nasional.

Selanjutnya diidentifikasi rendahnya tingkat partisipasi pribumi pada dunia usaha batik Lasem. Di tahun 1970, terdapat 144 pengusaha batik yang semua beretnis Cina, pada tahun 2007 tinggal 20 unit usaha dimana 14 pengusaha beretnis Cina dan 6 pengusaha beretnis pribumi Jawa.

IPI mengidentifikasi kemiskinan pada para perajin batik di Rembang yang mayoritas adalah wanita. Pada tahun 2003 dari jumlah penduduk Rembang sebesar 579.113 orang, 33 % penduduknya berada pada bawah garis kemiskinan. Tercatat 1.596 wanita perajin batik tersebar di 4 kecamatan di Rembang, dengan mayoritas pembatik adalah kategori penduduk miskin.

Selain hal-hal diatas maka telah teridentifikasi hal-hal sebagai berikut : turunnya

tingkat produksi Batik Lasem, keterlambatan inovasi desain, teknologi produksi batik yang tradisional, rendahnya tingkat "cultural awareness" atas Batik Lasem, rendahnya upah perajin batik, sulitnya regenerasi pengusaha maupun perajin batik, kualitas produk batik yang menurun, tingginya tingkat pengangguran perajin batik, rendahnya tingkat pemahaman ramah lingkungan dalam usaha bisnis batik, rendahnya dukungan dalam kebijakan pemerintah, rendahnya dukungan dari institusi bisnis terkait (seperti ketersediaan bidang keuangan, akses pasar dan dukungan promosi), harga bahan baku yang melonjak akibat krisis menyebabkan kebangkrutan mayoritas usaha kecil dan harga jual yang cenderung statis.

Kemerosotan industri Batik Lasem tersebut menyebabkan terjadinya dua ancaman baik aspek ekonomi maupun social yaitu: (1) berkurangnya pekerjaan dan penghasilan bagi para penduduk di daerah pedesaan (2) semakin asing atau bahkan tidak dikenalnya lagi budaya Batik Lasem bagi generasi muda di Kabupaten Rembang di masa mendatang.

2.2 Melihat peluang dari Ketimpangan Sosial

Dari permasalahan di atas maka IPI mampu melihat peluang pengembangan, mengembangkan nilai social kepada perajin dan pengusaha batik, membawa aspirasi revitalisasi. Peluang untuk melakukan revitalisasi (menggairahkan kembali) Batik Lasem baik dari sisi Budaya maupun Industrinya, karena pertimbangan:

1. Tidak mudahnya menambah investasi baru ke daerah pedesaan, khususnya dari luar Kabupaten Rembang, guna mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan, karena itu harus melakukan optimalisasi potensi dan kapasitas ekonomi lokal, termasuk industri kecil batik Lasem.
2. Karakteristik industri kecil batik tulis Lasem layak mendapatkan perhatian untuk direvitalisasi karena: bersifat padat karya, skala usaha kecil sehingga hanya membutuhkan modal yang relatif kecil untuk memulai usaha baru, masih tersedia tenaga kerja trampil dalam jumlah memadai (kebanyakan menganggur), mulai bergairahnya permintaan terhadap batik Lasem sejak tahun 2004 karena membaiknya kondisi ekonomi makro nasional, serta goodwill/ reputasi batik

Lasem masih terjaga baik di kalangan konsumen dan kolektor batik di Indonesia maupun luar negeri sehingga memudahkan peningkatan akses pasar batik Lasem di kemudian hari.

Aspirasi revitalisasi ini dikonsultasikan pada masyarakat dan pemerintah Rembang, dalam berbagai forum untuk membangkitkan kemauan, dukungan dan pengembangan jaringan. Pada akhirnya teretuslah Program Revitalisasi Budaya dan Usaha Kecil Batik Lasem (disingkat Revitalisasi Batik Lasem/ RBL) IPI dimulai sejak 1 Juni 2006 dengan tujuan sebagai berikut:

1. Mendukung upaya multi pihak untuk revitalisasi batik Lasem
2. Membangun proyek percontohan/ pilot project:
3. Membangun Pusat Belajar Masyarakat (PBM) / Learning Center untuk memudahkan proses pembelajaran dalam rangka regenerasi pengrajin/pengusaha batik Lasem.

2.3 Mempelopori Pembaharuan Masyarakat

IPI mempelopori pembaharuan melalui proyek percontohan atau *pilot project* dengan pendirian sebuah usaha berbentuk Kelompok Usaha Bersama (KUB) di desa Jeruk, Kecamatan Pancur. *Social entrepreneurship* diwujudkan dengan mendirikan KUB "Srikandi Jeruk" dan IPI memberikan pembelajaran usaha dan pendampingan serta fasilitas terhadap KUB ini. Penentuan lokasi proyek percontohan ini melalui serangkaian diskusi di Bappeda Kabupaten Rembang dan dengan Kecamatan Pancur tahun 2006.

Secara khusus desa Jeruk dipilih karena beberapa kriteria antara lain : Tingginya tingkat kemiskinan, potensi wanita pembatik berjumlah pembatik 172 orang, belum ada pengusaha batik di desa Jeruk sendiri, ketergantungan ekonomi yang tinggi terhadap sektor pertanian tadah hujan, serta letak geografis desa Jeruk di pinggir jalan besar menghubungkan Rembang-Pancur, berpotensi untuk dikembangkan. Selain itu, terdapat pendukung wisata makanan di desa Jeruk sendiri yakni sentra pedagang lontong ayam tuyuhan/ jeruk.

1. Pembelajaran Kewirausahaan dengan Kelompok Usaha Bersama (KUB)

IPI melakukan pembelajaran usaha pada calon-calon entrepreneur dari kalangan pembatik di desa Jeruk yang

sudah lama menganggur melalui pendirian KUB mulai September 2006 dengan anggota awal 4 orang, yakni Rumini, Juwariyah, Sulastri, dan Sumami, sebagai calon anggota KUB. Pembatasan jumlah anggota KUB pada tahap awal dilakukan agar proses pembelajaran bersama dapat berlangsung baik.

Meski para anggota KUB berlatar belakang pendidikan rendah, yaitu rata-rata lulusan SD, tetapi mereka memiliki potensi beragam dan saling melengkapi. Sumami, memiliki kemampuan "nglerengkeng" (membatik ragam hias di bagian muka mori). Sedangkan untuk "nerusi" (membatik ragam hias di bagian belakang mori) dan "nembok" (menutup kain dengan lilin setelah dibatik) dapat dilakukan oleh tiga anggota lainnya. Semua proses membatik, kecuali proses pewarnaan, akan dapat dilakukan sendiri oleh anggota KUB. Karena selama ini resep pewarnaan hanya diketahui oleh para pengusaha batik. Selain kemampuan membatik, anggota awal KUB juga memiliki kemampuan dan pengalaman yang mendukung pengembangan organisasi KUB, seperti potensi memimpin, komunikasi, mengelola keuangan, kemampuan, dan pengalaman pemasaran sebelumnya.

Model KUB merupakan sesuatu yang baru di desa Jeruk, model penguatan ekonomi masyarakat ini didasarkan atas budaya lokal dan partisipasi aktif anggota. Hubungan sosial yang erat antar anggota masyarakat di desa Jeruk berguna dalam meningkatkan efektivitas pembelajaran usaha. Antar anggota KUB akan saling membantu, proses dan hasil kerjasama selalu terpantau oleh para anggota KUB sendiri. Usaha yang dijalankan akan lebih kokoh karena ditopang oleh tanggung jawab bersama semua anggota.

2. Mengakumulasi Modal Bisnis Sosial

Menggalakkan partisipasi pendanaan dari para perajin batik sebagai akumulasi kepemilikan usaha bersama baik di tingkat desa, kecamatan maupun Kabupaten (*Social Bisnis Venture*). Sejauh ini para anggota KUB masih terdiri dari para pembatik

yang berdomisili di dusun Jeruk desa Jeruk. Selanjutnya mendorong partisipasi pembatik di luar dusun Jeruk, yaitu dusun Gading dan dusun Sendangmulyo yang juga termasuk dalam wilayah desa Jeruk. KUB Srikandi Jeruk meningkatkan jumlah anggota dan partisipasi sesama pembatik lainnya dalam kegiatan KUB dengan cara melibatkan anggota KUB dalam kegiatan desa seperti Posyandu. Melalui keterlibatan dalam kegiatan Posyandu, KUB dapat mensosialisasikan aktivitas KUB selama ini dan masa mendatang kepada sesama pembatik di desa Jeruk. Diharapkan jumlah anggota KUB akan kian meningkat dengan bergabungnya para pembatik lain di semua dusun di desa Jeruk sebagai anggota KUB.

3. Pembangun Pusat Tenaga ahli dan Pusat Pelatihan

IPI membangun pusat tenaga ahli dan sukarelawan yang terdiri dari para desainer, akademisi, aktivis social dan para kolektor batik untuk kemajuan Pusat Pembelajaran Masyarakat. Selanjutnya melaksanakan studi dokumentasi untuk sejarah budaya Batik Lasem. Mendirikan pusat pembelajaran masyarakat di 5 desa sebagai langkah awal.

IPI, selaku fasilitator, selanjutnya mendukung kemajuan KUB melalui pelatihan-pelatihan teknis maupun non teknis bagi anggota KUB maupun sesama pembatik lainnya di desa Jeruk. Pelatihan yang telah diberikan antara lain Kepemimpinan dan pengorganisasian, pengelolaan modal sosial, teknik pewarnaan dengan bahan natural, ketrampilan batik dalam motif dan desain batik, teknik pengembangan desain, pemahaman kebijakan tata kelola pemerintahan dan partisipasi masyarakat, memberikan pelatihan ketrampilan kepada pemuda drop-out dalam ketrampilan batik cap, jahit menjahit dan pembuatan pakaian batik.

4. Membangun jaringan kerjasama dan komunikasi

Menyadari bahwa keberhasilan KUB perlu dukungan berbagai pihak lain, maka IPI juga mendampingi KUB dalam berkomunikasi serta membina kerjasama dengan pihak-pihak terkait,

melalui aneka kegiatan seperti lokakarya, urun rembuk desa, kunjungan studi dan dialog bersama pemuka masyarakat maupun aparat pemerintahan.

Untuk melaksanakan RBL ini IPI juga berinisiatif membangun kemitraan strategis dengan pihak dalam maupun luar Kabupaten Rembang, antara lain Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, FPESD (Forum Pengembangan Ekonomi dan Sumber Daya) Propinsi Jawa Tengah, FEDEP (Forum for Economic Development and Employment Promotion) Kabupaten Rembang, Klaster Batik Lasem, berbagai paguyuban dan himpunan batik, Asosiasi Perancang Mode, Ford Foundation, The Catwalk Mal Kelapa Gading, fashion designers dan lain-lain.

Beberapa bentuk dukungan dan program disusun sesuai dengan peranan masing-masing instansi atau organisasi. Antara lain dukungan financial, pelatihan, teknologi, promosi, pameran, teknologi informasi, dokumentasi film batik lasem, sosialisasi pendidikan batik di sekolah, forum pertemuan, pembelian dan pemasaran. Untuk membantu promosi IPI mendirikan Majalan Kanuri dan situs Web www.batiklasem.org, melakukan berbagai kegiatan promosi dikota-kota besar serta sosialisasi dalam berbagai seminar, workshop dan pameran.

5. Pelestarian lingkungan dan aset budaya

Melakukan berbagai eksperimen dalam penggunaan bahan natural untuk pewarnaan batik dalam rangka menciptakan ramah lingkungan dalam bahan dan proses produksi Batik di Lasem.

Selanjutnya dalam upaya pelestarian IPI melakukan sosialisasi kepedulian batik kepada masyarakat luas utamanya kepada dunia pendidikan. Sebagai langkah awal kerjasama dengan Dinas Pendidikan setempat, IPI memberikan pelatihan batik kepada para guru, murid di Rembang dan pada anak-anak di desa Jeruk, sebagai upaya memasukan kurikulum batik dalam kurikulum lokal sekolah. Mengembangkan dan

mengimplementasikan pelajaran budaya batik Lasem di 4 Sekolah Dasar.

6. Regenerasi Pengrajin

Dalam mendukung pusat pembelajaran dan regenerasi pengrajin batik, IPI dan KUB membangun sanggar remaja bernama "Sanggar Kembang Gading". Melatih tiap minggu anak-anak dan pemuda desa untuk dapat menguasai ketrampilan seperti membatik, menari dan membuat kerajinan tangan dari bekas gulungan tisu dan biji-bijian. Ada beberapa anak bahkan sudah dapat membantu ibunya membatik, untuk menambah penghasilan atau sekedar untuk menambah uang jajan.

3. Dampak Social Entrepreneurship

Social Entrepreneurship yang dilakukan IPI membuahkan hasil sebagai berikut:

3.1 Pengembangan kesempatan kerja

Nilai utama dari *social entrepreneurship* sangat jelas yaitu penciptaan pekerjaan penciptaan lapangan kerja. (Organisation for Economic Co-Operation and Development OECD, 1998, p.114 dalam Yousry, 2007) dan kualitas penyerapan tenaga kerja perusahaan social. Social enterprises menyediakan kesempatan kerja dan pelatihan kerja untuk kelompok-kelompok masyarakat yang mengalami permasalahan, seperti lama menganggur, tidak mampu bekerja, tunawisma, putus sekolah atau diskriminasi gender. Sehingga *social enterprises* bertindak sebagai "*intermediate between unemployment and the open labor market*". (OECD, 2000, p.50 dalam Yousry, 2007).

Dalam Kasus Revitalisasi Batik Lasem maka para perajin batik yang semula menganggur telah mendapatkan lapangan kerja bahkan menjadi pengusaha atau pemilik KUB. Para wanita desa terserap pada beberapa pekerjaan pengrajin yang dibutuhkan dalam proses pembuatan batik antara lain pekerjaan "ngenthel" pencucian kain, "ngloyor" atau melembutkan kain, "nglowong" membuat kerangka motif, "isen-isen" atau mengisi kerangka motif, "nerusi" mengerjakan motif bagian belakang kain, "nembok" mengisi kain dengan malam dan "nonyok"

Selain peluang menjadi pengrajin, maka KUB memberi peluang wanita untuk menjadi pemilik usaha. Para anggota KUB dulu adalah

para penganggur, miskin, saat ini dipekerjakan dan bahkan menjadi pemilik usaha. Mereka tidak hanya mendapat upah atas pekerjaannya namun juga bagi hasil usaha. Pada tahun 2009 jumlah unit usaha telah tumbuh menjadi 40 pengusaha batik lasem, 7 unit (18%) saja dimiliki pengusaha Cina sisanya dimiliki oleh pengusaha pribumi. Dengan demikian telah terjadi peningkatan partisipasi wanita pribumi dalam kepemilikan usaha.

(<http://batiklasem.org>)

Peningkatan jumlah usaha batik ini meningkatkan jumlah produksi batik di Lasem. Revitalisasi ini juga berdampak pada peningkatan produktivitas, wanita pengangguran yang semula merupakan sumber daya yang tidak produktif menjadi sumber daya produktif karena keahliannya dimanfaatkan pada pekerjaan yang tepat.

3.2 Inovasi pada produk dan jasa

Social enterprises membangun dan mengaplikasikan inovasi penting bagi pengembangan social, ekonomi dan penciptaan produk dan jasa baru., "*Social-purpose enterprises ... bring new responses to unmet social needs can be measured as the 18* (Organisation for Economic Co -Operation and Development OECD, 1998, p.114 dalam Yousry, 2007) . Penyediaan barang dan jasa baru yang melengkapi produk dan jasa yang telah ada serta memberi akses yang lebih besar pada masyarakat untuk berkonsumsi (OECD, 2000, Pp 50)

IPI dengan KUB mengembangkan inovasi produk baik pada desain motif campuran Cina-Jawa dengan berbagai motif flora, fauna, geometric. Serta dari sisi pewarnaan perpaduan tiga warna, inovasi dari sisi jenis produk untuk selendang, syal dan kain.

Dalam rangka melakukan inovasi desain dan produksi maka IPI dengan pusat tenaga ahlinya serta para sukarelawan memberikan pembiayaan dan pembelajaran trend fashion dan desain. Inovasi lain yang dilakukan adalah dari sisi cara kerja dengan mengubah bentuk kursi bagi para pembatik supaya lebih nyaman. Proses produksi dan bahan pewarna batik juga diinovasi dengan bahan yang lebih ramah lingkungan, dengan menanam atau memanfaatkan tanaman setempat .

Inovasi juga terjadi pada akses pasar, melakukan promosi langsung ke berbagai kota besar, menggandeng kolektor batik, para desainer fashion designers seperti Musa

Widyatmodjo, Dina Midiani, kerjasama dengan Fashion Event Organizer the Catwalk Mal Kelapa gading, pemasaran via web, majalah batik dan mengikut sertakan dalam berbagai pameran.

3.3 Sosial Capital

Selanjutnya adalah terakumulasinya modal ekonomi social (*social capital*) sebagai salah satu nilai penting dari *social entrepreneurship*. Total akumulasi sumberdaya potensial dan aktual yang menyatukan kepemilikan dalam hubungan modal kolektif. *Social capital* adalah bagian penting dari *social entrepreneurs* karena membangun kerjasama ekonomi memerlukan berbagi nilai, kepercayaan dan kerjasama yang merupakan bagian dari *social capital*.

Pada kasus batik Lasem dengan adanya KUB maka terjadi modal sosial dari para anggota KUB, yang dikomitmenkan sebagai modal usaha dari masyarakat anggota KUB secara kolektif. Akumulasi modal sosial ini membutuhkan kepercayaan dan kerjasama untuk menambah menambah anggota. Upaya ini juga dilakukan oleh kelompok KUB dengan senantiasa menambah jumlah akumulasi modal melalui penempatan anggota KUB pada Posyandu dan melakukan sosialisasi di sana.

3.4 Promosi Kesetaraan

Social entrepreneurship telah mendorong adanya kesetaraan dalam masyarakat. Pembentukan KUB dalam Revitalisasi Batik ini merupakan bentuk membangun nilai kesetaraan dengan mendorong tumbuh jiwa berwirausaha dari kalangan wanita. Mengangkat derajat kesetaraan wanita dengan pria dalam hal sebagai penghasil pendapatan keluarga mengurangi ketergantungan pada suami, kesetaraan sebagai pemilik usaha selain sebagai pekerja. Menunjukkan bahwa mereka mampu memimpin dan mengoperasionalkan usaha. Bentuk KUB sendiri mencerminkan kesetaraan karena memberi ruang partisipasi antar anggota secara luas.

SIMPULAN

1. Revitalisasi Batik Lasem oleh IPI merupakan kegiatan *Social Entrepreneurship* dengan dipenuhinya ketiga komponen yaitu pertama menemu kenali masalah ketimpangan social dan ekonomi seperti kemiskinan, ketidakberdayaan, pengangguran serta rendahnya kepedulian terhadap aset

budaya lokal. Kedua menemukan peluang untuk keluar dari kondisi statis dengan menumbuhkan nilai sosial, aspirasi, kreativitas, aksi langsung, serta motivasi agar masyarakat keluar dari kondisi yang ada. Serta ketiga akhirnya IPI memelopori pembaharuan menuju ke kondisi keseimbangan baru melalui proses pembelajaran usaha dalam KUB, dan mentargetkan untuk menjangkau kelompok masyarakat yang semakin luas.

2. Revitalisasi Batik Lasem memiliki dampak berupa transformasi ekonomi dan sosial. Transformasi ekonomi dalam bentuk kuantitas dan kualitas kesempatan kerja, kewirausahaan, modal social, peningkatan pendapatan, peningkatan ketrampilan teknis dan pengelolaan bisnis serta akses pasar atas produk batik. kemampuan untuk melakukan inovasi pada proses, produk dan jasa/desain. Sementara tranformasi social, meliputi peningkatan kesetaraan peran wanita pribumi dalam ekonomi dan kewirausahaan, masyarakat disadarkan akan kapasitasnya untuk melakukan aksi pengentasan kemiskinan, dan penduduk memiliki kesadaran untuk melakukan pelestarian lingkungan dan aset budayanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvord, S. H., Brown, L. D., dan Letts, C. W., 2007, *Social Entrepreneurship Leadership that Facilitates Societal Transformatin- An Explanatory Studi*.
- Elkington John, Pamela H. 2008. *"The Power of Unreasonable People : How Social Entrepreneur creates markets that changes the world"*. Havard Business Press.
- Nobel Foundation, 2006, *"The Nobel Peace Prize 2006"*. [Nobel Foundation](http://nobelprize.org). 2006. <http://nobelprize.org>
- Marianne Bray, *For Rural Women, Land Means Hope*, <http://www.CNN.com>
- Martin, R. L. & Osberg, S., 2007, *Social Entrepreneurship: The Case for Definition*, *Stanford Social Innovation Review*, Spring 2007
- Santosa, Setyanto. 2007. *"Peran Social Entrepreneurship dalam Pembangunan"*. <http://nurrahmanarif.wordpress.com/social-entrepreneurship>

US News & World Report, 2005., ["The Social Entrepreneur Bill Drayton". 2005-10-31. http://www.usnews.com](#)

Willian, Kwan H.L, 2009. " The Revitalization of Batik Lasem Culture and Industri in Rembang Regency", *Paper disajikan pada International Conference SMEs Empowerment : Rhetoric and Rality*, CEMSED UKSW, Salatiga. 3 Desember 2009.

Yousry. A, 2007, *Social Entrepreneurs and Enterprise Development*, Sustainable Development Association, , Alexandria August, 2007

[http://www.changemakers.net](#) , Retrieved 2006-11-03. /"[Business-Social Ventures Reaching for Major Impact](#)". Changemakers. 11-2003.

[http://www.amazon.co.uk/Social Entrepreneur Making Communities Work](#)

[http://www.ashoka.org/social_entrepreneur](#)

[http://www.beyondgreypinstripes.org/pdf/sereport.pdf](#)

[http://www.fuqua.duke.edu/centers/case/documents/Dees_SEdef.pdf](#).

[http://www.beyondgreypinstripes.org](#)

[http://en.wikipedia.org](#)

[http://amawsonpartnerships.com/cms/](#)

[http://batiklasem.org/batik/batiklasem/batik-lasem/](#)