

## Eksistensi Potensi Lokal dalam Fenomena Glokalisasi: Belajar dari Batik Kayu Kreet

Neny Marlina

(Jurusan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro)

Email: marlina.neny2011@gmail.com

### Abstract

*Globalization has an impact on the creation of national economic climate, and also impact on the local economy. Decentralization demanding regional autonomy has led to the birth of local potentials were able to exploit the opportunities of globalization to indicate its local flavor in the overseas. Glocalization phenomenon is understood as globalization becomes significant with local flavor answer the challenge of the global market. Local economic development (LED) becomes inseparable from the role of the public who wish to maximize the local potential through a global approach to the value chain and upgrading into the survival strategies of local products on an international level.*

**Keywords:** *globalization, glocalization, Local Economic Development*

### Abstrak

*Globalisasi telah memberikan dampak bagi terciptanya iklim perekonomian nasional yang juga berimbas pada ekonomi lokal. Era desentralisasi yang menuntut kemandirian daerah telah mendorong lahirnya potensi-potensi lokal yang mampu memanfaatkan peluang globalisasi untuk menunjukkan cita rasa lokalnya di kancah mancanegara. Fenomena glokalisasi yang dimaknai sebagai globalization with local flavour menjadi signifikan menjawab tantangan pasar global. Pengembangan ekonomi lokal (LED) menjadi tidak terlepas dari peran masyarakat yang ingin memaksimalkan potensi lokalnya melalui pendekatan global value chain dan upgrading menjadi strategi bertahannya produk lokal di level internasional.*

**Kata kunci:** *globalisasi, glokalisasi, pengembangan ekonomi lokal*

---

### PENDAHULUAN

Globalisasi, satu kata yang tak habis diperbincangkan meskipun bukan merupakan hal baru. Semua wacana tentang globalisasi bergulir panjang disertai dengan sudut pandang yang beragam untuk memberikan arti tentang 'globalisasi'. Mulai dari kelompok globalisasi yang hiperglobalis, transformasionalis, sampai kelompok skeptis (Rianto, 2004: 164). Pandangan hiperglobalis melihat negara hanya sebagai perantara saja bagi kelangsungan ekonomi global sehingga akan

terbentuk tatanan dunia baru. Pandangan Skeptis melihat bahwa globalisasi hanyalah fenomena yang akan semakin memarjinalkan kehadiran negara-negara miskin. Terlepas dari perdebatan tentang perspektif memaknai globalisasi tersebut, setidaknya globalisasi bisa dipahami sebagai proses sejarah yang muncul sebagai konsekuensi logis dari kemajuan dan inovasi teknologi, serta perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (Winanti, 2003: 180). Kemajuan teknologi dan informasi ini mendorong sekat antar negara menjadi nyaris hilang. Dengan

kata lain, globalisasi menghadirkan jarak yang lebih dekat antar negara untuk menjalin hubungan kerjasama. Semua negara, baik terpaksa maupun tidak, berpacu untuk tetap berada pada 'jalur globalisasi'. Globalisasi yang bias dengan makna kapitalisme, liberalisme serta menciptakan keseragaman pada banyak hal termasuk budaya, tidak selamanya mampu diterima secara serta merta.

Pelajaran dari implikasi globalisasi di abad 19 dan 21 yang menyebabkan ketimpangan dan kemiskinan yang merajalela memunculkan bergulirnya gerakan anti globalisasi yang lazim dikenal dengan fenomena glokalisasi. Melalui fenomena glokalisasi inilah diharapkan terjadi perubahan mindset dimana globalisasi tidak hanya dipahami sebagai penyerang eksistensi budaya asli tetapi mampu menjadi peluang bagi eksistensi lokal. Bagi negara yang multikultural dan plural seperti Indonesia, fenomena glokalisasi relevan digunakan untuk mempertahankan potensi lokal tetap gemilang dalam arena global. Glokalisasi menurut Eko Budiharjo (2012) sebagai *globalization with local flavour*, menjadi konsep yang harus dikelola dengan baik. Tak dapat dipungkiri bahwa globalisasi telah mendorong terjadinya konvergensi dalam kebijakan ekonomi, politik dan kebudayaan antarnegara. Dengan demikian, maka eksistensi lokal seharusnya mampu dijawab dengan kehadiran fenomena glokalisasi. Melalui fenomena glokalisasi ini logika yang seharusnya digunakan adalah 'kita sebagai pemain' bukan lagi hanya merasa bahwa 'kita sebagai korban' dalam kerangka besar globalisasi.

Kebijakan desentralisasi dan otonomi daerah telah memberikan keleluasaan kepada daerah untuk mengelola urusan rumah tangganya sendiri. Hal ini diharapkan mampu mendorong kemandirian daerah dalam mengelola potensi lokal yang dimiliki. Berbanding terbalik dengan keberadaan global-

isasi yang memiliki visi penyeragaman, desentralisasi justru mengakui keberadaan potensi lokal yang beragam. Potensi lokal inilah yang diharapkan mampu menjadi kunci bagi pengembangan ekonomi lokal. Di era globalisasi dan desentralisasi saat ini, setiap daerah dituntut mampu menciptakan kemandirian daerah, meningkatkan daya saing dan kerjasama dalam kegiatan ekonomi antar daerah dan meningkatkan kesejahteraan warganya. Pengembangan ekonomi lokal atau yang saat ini dikenal dengan konsep LED (*Local Economic Development*) merupakan satu pendekatan yang dapat diterapkan untuk mempercepat pencapaian keberhasilan pembangunan ekonomi masyarakat di daerah menuju perekonomian daerah yang mandiri dan *sustainable*. Artinya, fenomena menjadikan globalisasi sebagai peluang bagi eksistensi budaya dan produk lokal bukan hanya menjadi pekerjaan rumah bagi pemerintah pusat melainkan juga pemerintah daerah.

Lokal bukan lagi hanya sebagai pengikut tetapi juga menjadi pemain dalam arena pasar global. Produk-produk lokal milik daerah yang mempunyai keunikan dan ciri khas tidak menutup kemungkinan dapat bersaing di pasar mancanegara. Fenomena ini sudah banyak terjadi di daerah-daerah di Indonesia, hanya saja diperlukan regulasi yang mendukung produk-produk lokal ini untuk bersaing di kancah internasional. Sesuai dengan tujuan desentralisasi yang mengharapkan kemandirian daerah, maka pemerintah baik di tingkat lokal maupun pusat seharusnya mampu menjamin eksistensi lokal tersebut tetap bermain di arena pasar dunia bukan hanya sebagai 'penonton'. Dengan kata lain, Indonesia harus berani berkompetisi di tengah arus globalisasi bukan hanya terdiam dalam keterpurukan. Keanekaragaman budaya yang merupakan kekayaan Indonesia bukan hanya menjadi hal yang harus diratapi ketika tergerus oleh gelombang globalisasi. Seluruh masyarakat Indonesia beserta pemerintahannya baik di level lokal maupun

pusat harus bersama-sama memiliki kepercayaan diri bahwa Indonesia mampu memegang kendali dalam permainan globalisasi. Sehingga globalisasi dapat dimanfaatkan sebagai peluang bagi kebangkitan eksistensi lokal di arena internasional melalui fenomena glokalisasi. Salah satu potensi lokal yang dimiliki daerah dan mampu bersaing di tengah pasar ekspor adalah kerajinan batik kayu di Desa Wisata Krebet, Bantul, Yogyakarta.

Tulisan ini bermaksud melihat potensi lokal batik kayu di Desa Wisata Krebet yang dianggap sebagai bentuk dari fenomena glokalisasi. Dikatakan demikian karena Desa Krebet yang terkenal dengan icon Batik kayunya ini, mampu menembus pasar ekspordi Asia, Eropa dan Timur Tengah. Globalisasi secara garis besar memberikan dua dampak yang bertentangan yakni menggeser eksistensi masyarakat dalam suatu negara atau justru menjadi peluang bagi pengembangan masyarakat. Hal yang menarik adalah Desa Krebet justru memunculkan revitalisasi lokal dimana desa ini memanfaatkan arus globalisasi untuk mengembangkan potensi lokal dengan tetap mempertahankan aroma lokalannya. Artinya globalisasi dimanfaatkan sebagai sarana kebangkitan potensi lokal agar tidak hilang. Ketika banyak desa di Indonesia kehilangan eksistensi adatnya karena kehadiran globalisasi, Desa Krebet justru mencoba menawarkan rasa yang berbeda di ranah internasional dengan potensi lokal batik kayunya. Berawal dari potensi lokal batik kayunya ini, Desa Wisata Krebet kemudian memanfaatkan nuansa desanya untuk menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang merindukan suasana kedesaan khas Indonesia. Berawal dari sinilah potensi ekonomi masyarakat Desa Krebet menjadi meningkat. Hal yang menakjubkan lainnya adalah Desa Krebet dinobatkan di dunia internasional sebagai desa tanpa pengangguran. Artinya, inovasi yang dilakukan Desa Krebet bukan hanya mampu memberikan keuntungan ekonomi bagi pengrajinnya tetapi juga bagi masyarakat

di dalamnya. Sungguh menarik karena kondisi ini mematahkan anggapan bahwa kota adalah satu-satunya tempat yang dituju oleh masyarakat desa. Oleh karena itu, tulisan ini bertujuan untuk menjelaskan tentang kebangkitan potensi lokal dengan berbagai aspek *added value*-nya sehingga mampu mengambil peluang dalam pasar global. Sekaligus mengungkap strategi penguatan nilai lokal di tengah gelombang globalisasi.

## METODE PENELITIAN

Penulisan ini menggunakan metode kualitatif. Adapun lokus penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Krebet yang merupakan sebuah dusun yang terletak di Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan tiga metode yakni: studi literatur yang dilakukan melalui membaca buku-buku yang berkaitan dengan studi, observasi langsung ke lokasi penelitian, dan metode wawancara dengan beberapa orang informan. Adapun informan penelitian ini yaitu: tokoh masyarakat, pemerintah Kabupaten Bantul, penggiat sanggar seni, dan masyarakat di lokasi penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Krebet merupakan sebuah dusun yang terletak di Desa Sendangsari, Kecamatan Pajangan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Dusun ini terletak di pegunungan tandus sekitar 20 km dari kota Yogyakarta. Melewati jalan berkelok dan mendaki, maka sampailah di desa wisata yang menjual beranekaragam barang kerajinan batik kayu yang unik, cantik dan elegan. Terdapat sekitar lima puluh sanggar kerajinan batik kayu terbentang di sepanjang desa ini dan mulai terlihat ketika memasuki wilayah Krebet. Dusun yang berpenduduk sekitar 800 jiwa dengan

luas wilayahsekitar 104 Ha ini memiliki potensi lokal yang unik dan sudah memasuki pasar ekspor yaitu batik kayu. Mayoritas masyarakat Krebet bermatapencaharian sebagai pengrajin. Topeng kayu, miniatur binatang, dan pernik serta hiasan lainnya dihiasi motif-motif batik dengan proses layaknya membatik diatas kain. Barang-barang ini dapat dengan mudah ditemukan di setiap sanggar kerajinan yang ada. Meskipun mayoritas masyarakat Krebet bermatapencaharian sebagai pengrajin tetapi kehadiran batik kayu bukan sekedar merupakan budaya peninggalan nenek moyang. Batik kayu sebagai bentuk inovasi dari penggabungan kerajinan kayu dan batik ini memiliki sejarahnya sendiri bagi masyarakat Krebet.

Awalnya, masyarakat Krebet bermata pencaharian dengan berkebun dan bertani. Namun, karena musim kemarau yang berkepanjangan dan struktur tanah makin kehilangan kesuburan, akhirnya pada tahun 1980an banyak pemuda yang beralih profesi menjadi pengrajin. Dimasa-masa awal ini, pengrajin hanya membuat berbagai macam jenis ukiran dari kayu yang diwarnai secara biasa (tidak dibatik). Seiring dengan perkembangan zaman, inovasi pun muncul dengan menambahkan sentuhan batik pada pewarnaan ukiran kayu. Batik kayu yang merupakan icon kerajinan masyarakat di Desa Wisata Krebet ini ide awalnya berasal dari membatik biasa di atas kain. Keterampilan membatik diatas kain ini diperoleh ketika mendapatkan pelajaran-pelajaran ekstrakurikuler di sekolah. Dengan demikian, kemahiran membatik di atas kain ini membuat rasa penasaran untuk menorehkan membatik pada media lain. Berbekal pada bahan baku berupa kayu sengon yang dapat dengan mudah diperoleh di desa ini, maka jadilah membatik dikembangkan pada media kayu. Ide membatik pada media kayu ini mulai muncul pada tahun 1990an. Jenis kayu yang digunakan sebagai bahan dasar adalah

kayu lunak diantaranya sengon, pule, dan mahoni.

Membatik pada media kayu ini ternyata mampu memberikan nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan dengan membatik diatas kain sehingga kerajinan batik kayu mulai dikembangkan. Menurut pengakuan Kemi-skidi pemilik galeri kerajinan batik kayu Sanggar Peni, setiap bulannya para pengrajin omsetnya mencapai puluhan hingga ratusan juta rupiah. Batik kayu tidak hanya dipasarkan di dalam negeri seperti Bali, Jakarta dan Surabaya namun telah menembus pasar mancanegara di Asia, Eropa, dan Timur Tengah. Kepopuleran batik kayu yang dinikmati oleh pembeli menghantarkan berbagai sanggar kerajinan batik kayu mulai berdiri di sepanjang Krebet dan secara otomatis jumlah pengrajin pun kian bertambah. Salah satu sanggar kerajinan batik kayu yang berada di Krebet dan sudah merambah pasar ekspor adalah Sanggar Peni.

Sanggar kerajinan ini mulai berdiri pada tahun 1988. Pada awalnya sanggar ini hanya menjual kerajinan berbahan dasar kayu seperti topeng yang dibuat dengan warna merah dan putih. Semenjak berkembangnya kerajinan batik kayu, sanggar ini pun ikut membudidayakan kerajinan batik kayu. Akhirnya, topeng dan barang kerajinan lain yang berbahan dasar kayu dengan corak warna polos berubah menjadi lebih menarik dengan sentuhan batik pada permukaannya. Kerajinan Batik Kayu Krebet juga dapat dikatakan sebagai penggabungan antara membatik diatas kain dengan pahatan kayu sehingga kayu yang sudah dipahat terlebih dahulu kemudian dibatik secara manual.

Sentuhan nuansa batik pada kerajinan kayu berupa topeng, aksesoris, lemari, sandal dan kerajinan lainnya membuat kerajinan di dusun ini menjadi unik. Teknik membatik dengan media kayu membutuhkan ketelitian dan keterampilan tersendiri yang berbeda dengan membatik diatas kain. Harga hasil kerajinan batik kayu berkisar dari puluhan ribu

hingga jutaan rupiah. Kerajinan batik kayu menjadi tulang punggung bagi masyarakat Desa Krebet. Keunikan ini kemudian menjadi ciri khas kelokalan Krebet. Jadilah orang-orang kemudian mengenal kerajinan batik kayu ini dengan sebutan Batik Kayu Krebet. Krebet pun terkenal sebagai Desa Wisata sentra kerajinan batik kayu. Kepopuleran Batik Kayu ini bukan hanya dinikmati oleh wisatawan lokal tetapi juga wisatawan mancanegara.

Salah satu sanggar kerajinan batik kayu yang mampu merambah pasar ekspor yaitu ke Asia, Eropa dan Timur Tengah adalah Sanggar Peni. Proses ekspor batik kayu ini dilakukan melalui perantara eksportir. Seperti sanggar kerajinan batik kayu pada umumnya, Sanggar Peni pun awalnya hanya menjual topeng kayu berwarna merah putih. Setelah mendapatkan sentuhan nuansa batik, topeng ini kemudian berkembang menjadi lebih beragam. Awal mula dimulainya kegiatan ekspor pada tahun 2002. Negara pertama yang meminta untuk diekspor adalah Perancis. Sejak saat itulah permintaan ekspor dari negara-negara luar menjadi lebih terbuka. Kegiatan ekspor tentunya memberikan perubahan besar bagi sistem pemasaran barang ini. Terbukanya pasar ekspor dalam menerima kerajinan Batik Kayu Krebet mendorong para pengrajin untuk semakin giat dalam berkreasi dan berinovasi. Barang yang dijual pun menjadi semakin beranekaragam. Pengembangan inovasi varian batik dan model kerajinan menjadi faktor penentu bagi tetap bertahannya kerajinan batik kayu di pasar internasional.

Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan arus globalisasi memaksa produk-produk lokal untuk mampu bersaing dalam arena pasar bebas. Begitu pula yang dialami oleh Pak Kemiskidi pemilik Sanggar Peni. Keterbukaan akses dalam pasar ekspor pada tahun 2002 mengantarkan Sanggar Peni terlibat dalam arus pasar global. Keterbukaan penawaran ekspor pertama kali yang dilakukan oleh

Negara Prancis menjadi pendorong bagi sanggar ini untuk terus mengembangkan kerajinan Batik Kayu yang lebih inovatif dan Kreatif. Dalam satu Dusun Krebet sendiri, ada sekitar lima puluhan sanggar yang serupa sehingga sudah pasti kehadiran mereka dalam arena pasar menjadi semakin kompetitif. Inilah sebabnya tidak semua sanggar yang ada di Krebet mampu merambah pasar internasional.

Menilik dari kaca mata globalisasi, kehadiran pasar bebas tidak selalu menjadi peluang yang mampu dimanfaatkan begitu saja oleh pengrajin batik kayu. Pola bermain pasar yang tidak dapat ditebak arah permainannya membuat pengrajin batik kayu harus menerapkan strategi bertahan di tengah arus globalisasi. Sanggar Peni dalam menghadapi pasar bebas pun tidak mudah. Menurut Pak Kemiskidi, kehadiran batik kayu untuk pasar internasional tidak dapat stabil karena semua tergantung pada permintaan sehingga harus lebih teliti mencari celah atau peluang di dalam pasar. Kegiatan ekspor sendiri tidak dapat selalu diandalkan sedangkan kebutuhan sehari-hari harus tetap dipenuhi. Dengan demikian, Sanggar Peni berusaha bertahan dalam persaingan pasar dengan melakukan pemasaran ke berbagai tempat atau toko seperti di Pasar Kerajinan Gabusan, Mirota dan lain sebagainya. Dengan menggunakan sistem kepanjangan tangan ini, setidaknya peluang untuk mendapatkan pembeli menjadi lebih terbuka dibandingkan hanya mengandalkan pembeli yang akan datang ke sanggar di Krebet. Mengingat bahwa perjalanan ke Krebet pun tidak sebentar.

Dalam rangka berkompetisi dengan sanggar kerajinan batik kayu lainnya, Sanggar Peni berusaha semaksimal mungkin untuk selalu melengkapi varian produknya. Mulai dari varian motif batik, warna, maupun bentuk kerajinan itu sendiri. Pembuatan kerajinan batik kayu diharapkan mendapatkan model yang sesuai dengan perkembangan jaman sehingga banyak menarik minat pembeli dan

tidak terkesan kuno. Selain mengembangkan varian model batik kayu, Sanggar Peni juga sangat menjaga kualitas produknya. Bagi Pak Kemiskidi, harga penjualan di pasaran boleh sama tetapi kualitas tetap menjadi pijakan utama menentukan mutu kerajinan itu sendiri. Penggunaan bahan baku yang baik tetap dipertahankan menjadi prioritas dalam mengembangkan usaha batik kayu ini. Berpegang pada standar penggunaan kayu yang baik inilah yang membuat Sanggar Peni sampai saat ini masih melakukan kegiatan ekspor ke berbagai negara. Dengan sistem pemasaran menggunakan sistem kepanjangan tangan dengan menjual produk kerajinannya ke berbagai tempat membuat Sanggar Peni tetap mampu memenuhi kebutuhannya sehari-hari.

Merambah pasar ekspor bagi Sanggar Peni Kerajinan Batik Kayu bukanlah hal mudah. Kehadiran tawaran ekspor yang datang pada tahun 2002 menjadi momentum awal yang membuka kesempatan masuknya industri lokal dalam kegiatan perekonomian global. Artinya, industri lokal seperti batik kayu sudah terintegrasi dengan jaringan global. Dengan demikian, maka hal yang terjadi di level global juga mempengaruhi kegiatan industri di level lokal. Oleh karena itu, strategi bertahan di tengah permainan pasar global menjadi perbincangan yang menarik untuk dikaji. Global Value Chain (GVC) merupakan pendekatan penting yang mampu mengungkap peluang dalam meningkatkan serta menambahkan nilai pada produk industri tersebut. Konsep penting dalam GVC melihat peluang produk lokal di pasar global adalah peningkatan *added value*. *Added value* yang dimiliki oleh kerajinan batik kayu Krebet adalah digabungkannya cara membatik manual pada kerajinan berbahan dasar kayu. Kerajinan kayu dengan sentuhan batik ini jelas merupakan nilai tambah tersendiri yang memberikan sentuhan unik dan menarik bagi sebuah kerajinan lokal. Bahkan mampu ber-

saing di pasar internasional karena karakteristik khas yang dimilikinya.

Langkah untuk menciptakan produk lokal yang mampu bersaing di kancah mancanegara membutuhkan proses *upgrading*. Upaya *upgrading* merupakan ide awal dalam menciptakan penambahan nilai dalam suatu produk sehingga nilai produk tersebut menjadi bertambah yang dapat dilakukan dengan cara inovasi, membuat proses produksi lebih efisien dan lain sebagainya. Strategi *upgrading* ini dimaksudkan agar produk di tingkat lokal mampu dan layak berkompetisi di pasar global dengan pesaing dari berbagai negara sehingga karakteristik khas suatu produk lokal menjadi kunci masuknya industri lokal di level global. Menurut Kaplinsky dan Morris (2000) terdapat empat langkah *upgrading* yang dapat diadopsi oleh produsen yaitu *Process upgrading*, *product upgrading*, *functional upgrading* dan *chain upgrading*. *Process upgrading* adalah meningkatkan efisiensi proses internal sehingga membuat produk tersebut lebih baik secara signifikan. *Product upgrading* merupakan langkah *upgrading* yang dilakukan dengan mengenalkan produk baru atau meningkatkan kualitas produk lama secara lebih cepat. *Functional upgrading* yaitu merubah aktivitas produksinya ke dalam rantai nilai yang berbeda sedangkan *Chain upgrading* adalah langkah *upgrading* yang beralih ke mata rantai nilai yang baru. Berdasarkan empat langkah *upgrading* yang dijelaskan oleh Kalipsky dan Morris tersebut, maka kerajinan batik kayu Krebet sudah melakukan tiga langkah *upgrading* yaitu *process upgrading*, *product upgrading*, dan *chain upgrading*.

*Process upgrading* yang dilakukan oleh kerajinan batik kayu Krebet adalah dalam pembuatan kerajinan ini, beberapa sanggar sudah menggunakan teknologi modern seperti pada proses pengamplasan dan pengovenan. Meskipun disamping itu proses pembuatan kerajinan batik kayu ini juga masih tradisional

dengan melakukan pematikan secara manual dan perebusan menggunakan tungku pada kerajinan guna menghilangkan 'malam' (bagian dari proses pematikan) yang kemudian di jemur. Namun, setidaknya langkah *upgrading* dalam *Process upgrading* ini mampu mengefisienkan waktu sehingga jumlah produk kerajinan yang dihasilkan meningkat dan hasil serta kehalusan permukaan produk pun terjamin.

*Product upgrading* dilakukan dengan cara mengembangkan serta melengkapi varian model kerajinan serta motif batik yang digunakan. Ide pengembangan varian model dan motif batik kayu diperoleh dari keinginan pembeli yang memesan produk tertentu serta dari pameran-pameran yang pernah diikuti. Jenis motif batik, pemberian warna dan model produk kerajinan batik kayu ini sebisa mungkin disesuaikan dengan perkembangan jaman sehingga tetap modern dan menjawab permintaan pasar. Dengan motif dan model yang semakin bervariasi, maka produk kerajinan batik kayu ini tetap tidak terlihat kuno sehingga tetap relevan menjadi barang kerajinan untuk koleksi maupun digunakan. Awalnya, jenis produk yang dijual hanya topeng, wayang, peralatan dapur, lemari kecil, tetapi seiring berjalannya waktu jenis produk pun ditambah seperti aksesoris berupa kalung, brose, maupun gelang serta sandal.

Dalam langkah *chain upgrading*, Kreetbatik menawarkan produk kerajinan batik kayu mulai merambah pada rantai nilai yang lain yaitu pariwisata. Meskipun Kreetbatik merupakan dusun yang jauh dari hingar binger perkotaan dan masuk dalam kawasan wilayah tandus tetapi masyarakat sekitar mampu menawarkan pesona pariwisata Kreetbatik yang asri. Berbekal pada keaslian tempat dan nuansa pedesaan, masyarakat Kreetbatik yang semula hanya menjual produk-produk kerajinan batik kayu mulai menawarkan jasa lain berupa *home stay* untuk menginap dan pelatihan membuat

batik kayu. Program ini dilakukan guna menarik minat wisatawan baik asing maupun domestik untuk menikmati keaslian alam Kreetbatik sambil melihat produk-produk kerajinan yang dipamerkan pada sanggar-sanggar kerajinan yang ada. Hal ini merupakan suatu rantai nilai yang baru yaitu wisata kebudayaan yang dapat dinikmati pengunjung, langkah ini pulalah yang membuat Kreetbatik kemudian diberikan imbuhan sebagai 'Desa Wisata Kreetbatik'. Dengan demikian terdapat tiga wisata sekaligus yang ditawarkan di desa wisata ini yaitu wisata budaya, wisata industri, dan wisata belanja. Wisata budaya dapat dinikmati pengunjung dengan menggunakan layanan jasa *home stay* sehingga pengunjung dapat dengan leluasa menikmati keaslian suasana desa di Kreetbatik, berkomunikasi dengan masyarakat setempat serta menikmati secara langsung acara kebudayaan yang ada. Wisata Industri dapat dinikmati oleh pengunjung dengan melihat secara langsung bahkan berlatih secara cepat cara pembuatan kerajinan batik kayu. Dengan menggunakan tarif tertentu, para pengunjung dapat membuat kerajinan batik kayu yang hasilnya diperbolehkan untuk dibawa pulang. Sedangkan wisata belanja tentu saja dapat dinikmati oleh pengunjung dengan mengunjungi sanggar-sanggar kerajinan batik kayu yang terdapat di sepanjang desa wisata ini. *Chain upgrading* dapat secara jelas terlihat dari upaya desa wisata Kreetbatik menawarkan tiga paket wisata sekaligus.

Bukan hanya melakukan kegiatan di ranah lokal, berbagai kegiatan yang dilakukan untuk mencapai level internasional pun dilakukan. Untuk *upgrading* dalam peningkatan penjualan ekspor, Humphey (2004) memetakan empat tahapan dalam ekspor marketing yaitu, Assembly, Original Equipment Manufacture (OEM), Original Design Manufacture (ODM), dan Original Brand Manufacture (OBM) yang dapat diringkas sebagai berikut. Pertama adalah tahapan *assembly* yaitu tahap dimana produsen hanya

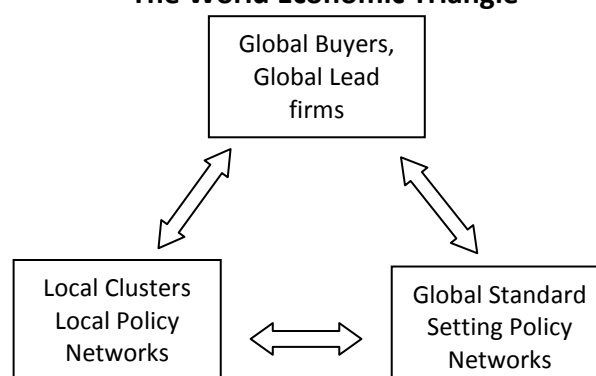
memproduksi dan hanya menerima desain serta bahan dari pembeli, sehingga produsen hanya bertugas memproduksi. Kedua, OEM yakni tahap kspor marketing development yang memosisikan produsen sebagai penyedia bahan dan melakukan proses produksi tetapi design dan pemasaran masih dikelola oleh pembeli. Ketiga, ODM, tahap ketika produsen sudah mampu membuat desain sendiri atau berkolaborasi dengan pembeli tetapi belum memberikan 'brand' pada produknya. Dengan kata lain, pada tahap ini, 'brand' belum menjadi prioritas dan boleh dijual dengan 'brand' apapun oleh pembeli selanjutnya. Tahap keempat adalah OBM, pada tahap ini produsen sudah menguasai dan menjadi pemain penuh dalam pasar ekspor dimana produsen mampu mendesain, memproduksi serta memasarkan produknya dengan 'brand'-nya sendiri. Tahap keempat inilah yang diharapkan mampu diwujudkan oleh produsen-produsen lokal di Indonesia dalam arena pasar global.

Berdasarkan penjelasan Humprey, maka Kerajinan Batik Kayu Krebet berada pada tahap Original Design Manufacture (ODM). Produk kerajinan batik kayu Krebet ini sudah dapat melakukan desainnya sendiri, menyediakan bahan sampai mengolahnya menjadi produk jadi. Selain merancang desain kerajinannya sendiri, Sanggar Peni juga menerima pesanan desain dari pembeli. Kunci penting dari kegiatan produksi ini adalah menjaga kualitas kerajinan sehingga tetap dapat diterima di pasar global sebagai produk yang baik dan terjamin. Hal yang disayangkan dari produk kerajinan pada saat akan memasuki pasar ekspor adalah belum menempelkan 'brand' pada produknya. An-

tara satu sanggar dengan sanggar yang lain memiliki kemiripan produk sehingga melabeli produk mereka dengan 'brand' tertentu menjadi penting. Namun, pada saat pengepakan barang yang akan dikirim tidak terlihat ada 'brand' yang ditempelkan pada produk kerajinan tersebut. Dengan demikian, barang yang dijual maupun diekspor bisa saja dilabeli dengan 'brand' lain. Padahal keberadaan 'brand' merupakan hal yang penting. Sejauh ini Sanggar Peni sebagai salah satu sanggar kerajinan batik kayu Krebet memasarkan hasil produksinya sendiri. Jika akan merambah pasar ekspor, maka akan digunakan jasa eksportir dalam memasarkannya. Sekalipun batik kayu merupakan produk lokal yang dilekatkan dengan Krebet tetapi pemberian 'brand' pada produk kerajinannya menjadi penting untuk membedakan kualitas produk kerajinan batik kayu yang satu dengan yang lainnya mengingat tidak semua sanggar kerajinan batik kayu di Krebet yang mampun merambah pasar ekspor.

Disamping langkah melakukan *upgrading*, menanggapi perubahan dalam GVC membutuhkan penjelasan lebih lanjut mengenai *world economic triangle* (Messner, 2003). Konsep *world economic triangle* dibutuhkan untuk melihat pola governance dalam perekonomian global dengan melihat korelasi antara *global lead firms*, *local policy network* dan *global policy network*. Korelasi ketiga hal inilah yang oleh Messner dikatakan sebagai *world economic triangle* (Gambar 1). Penjelasan ini dibutuhkan guna mengungkap lebih lanjut strategi bertahan di pasar global sekaligus menunjukkan tentang aktor-aktor yang terlibat dalam konsep GVC.

**Gambar 1.**  
**The World Economic Triangle**





Global Lead Firms merupakan aktor yang menggerakkan industri tersebut. Dalam skala kecil, penggerak dari industri kerajinan batik kayu adalah para pemilik sanggar, sedangkan dalam lingkup yang besar, penggerak industri kerajinan batik kayu Krebet adalah paguyuban. Paguyuban Batik Kayu Krebet merupakan kumpulan pengrajin batik kayu yang ada di Krebet. Paguyuban ini berperan penting untuk meminta modal kepada pemerintah daerah ataupun dinas-dinas terkait. Dalam masalah permodalan, permintaan melalui kelompok akan lebih ditanggapi daripada permintaan secara individu. Sehingga paguyuban ini memiliki peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian batik kayu Krebet. Selain memiliki paguyuban, Krebet juga memiliki Koperasi yang bernama Koperasi Sido Katon. Koperasi ini didirikan atas dasar inisiatif warga dusun Krebet pada tahun 2004. Awalnya Koperasi Sido Katon dibentuk dari kebutuhan para pengrajin yang berada di dusun Krebet menyediakan bahan-bahan penolong untuk para pengrajin batik kayu. Koperasi Sido Katon didirikan dengan modal bersama para warga dusun Krebet. Koperasi Sido Katon didirikan dengan tujuan agar para pengrajin dapat memenuhi kebutuhan kerajinan kayu mereka dengan memperoleh bahan penolongnya dalam jarak terdekat. Bahan penolong yang disediakan Koperasi Sido Katon, bahan putihan yang belum dibatik atau diwarnai, bahan cat warna kayu batik, peralatan membatik, dan bahan penolong lainnya. Bahan penolong tersebut disediakan bagi para pengrajin daerah dusun Krebet, namun banyak pula selain warga dusun Krebet yang memesan atau membeli langsung bahan penolong untuk batik kayu di Koperasi Sido Katon tersebut. Koperasi Sido Katon diresmikan pada bulan Januari tahun 2009 dan pada bulan Juni tahun 2010 Koperasi Sido Katon diresmikan oleh Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta.

*Local policy network* merupakan regulasi yang dikeluarkan oleh pemerintah sehingga pemerintah merupakan aktor kunci. Kerjasama dengan pemerintah dilakukan dengan memberikan bantuan promosi melalui penyewaan stand-stand pameran. Sejauh ini belum ada regulasi yang khusus mengatur tentang kerajinan batuk kayu maupun pengrajin di Krebet. Dinas Perdagangan Bantu dan dinas-dinas terkait lainnya pernah berkunjung ke Krebet guna melihat hasil kerajinan batik kayu. Pembukaan situs website resmi batik kayu Krebet merupakan salah satu hasil bantuan dari pemerintah. Dengan demikian, maka pengrajin batik kayu di Krebet tidak bergantung pada upaya pemerintah. Selanjutnya adalah global policy network yaitu mengenai standar global yang disepakati terkait standar mutu produk, standar lingkungan, dan standar sosial.

Peta GVC yang membahas tentang strategi mempertahankan produk lokal di tengah arus globalisasi membuktikan bahwa produk-produk lokal mampu bersaing di tingkat internasional tanpa harus merubah keunikan budaya. Kerajinan batik kayu Krebet merupakan salah satu contoh bahwa masih ada semangat bangkitnya nuansa lokal di ranah global. Batik Kayu Krebet adalah contoh dari fenomena glokalisasi. Krebet dengan strateginya bertahan di tengah pasar global serta kemampuannya untuk merambah pasar ekspor sehingga terintegrasi dengan perekonomian global menunjukkan bahwa Indonesia dengan produk-produk lokal yang unik dapat diterima dan menjawab selera pasar. Inilah bukti bahwa fenomena glokalisasi telah melahirkan citarasa lokal di kancah mancanegara.

Pengembangan potensi lokal batik kayu Krebet yang melakukan *upgrading* pada langkah process, product dan *chain upgrading* menjadikan Krebet mendapat sebutan desa wisata. Langkah *upgrading* yang dilaku-

kan bukan hanya memberikan keuntungan bagi pengrajin atau pemilik sanggar saja tetapi mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Dengan demikian, maka tak heran jika Krebet dinobatkan sebagai desa tanpa pengangguran. Konsep yang digunakan oleh pemilik sanggar adalah merekrut pekerjanya dari masyarakat sekitar sehingga semua masyarakat terlibat dalam industri kerajinan batik kayu ini. Sanggar Peni misalnya, merekrut para pekerjanya dari masyarakat sekitar yang kemudian diklasifikasikan sesuai dengan kemampuannya. Bukan hanya itu, apabila masyarakat yang bekerja di sanggar tersebut belum bisa membatik, maka akan diajari terlebih dahulu sampai mampu melakukannya sendiri. Cara inilah yang disebut sebagai melatih keterampilan sekaligus memberikan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Pekerja yang belum mampu melakukan tugasnya diberikan kesempatan dengan dilatih untuk terampil bekerja, dengan demikian konsep yang dijalankan adalah konsep pemberdayaan.

Masyarakat diberdayakan untuk bisa bekerja dan terampil menciptakan produk-produk kerajinan sehingga menunjang bergeraknya roda perekonomian. Kondisi inilah yang dinamakan dengan *upgrading social*. *Upgrading* yang dilakukan bukan hanya pada strategi meningkatkan barang atau produk di pasar internasional tetapi sekaligus peduli pada lingkungan sosial dengan membuka lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar. Keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat dalam membuat produk kerajinan batik kayu menjadikan masyarakat bertumpu pada industri ini. Kehadiran potensi batik kayu ini merupakan strategi masyarakat untuk menggerakkan roda perekonomiannya di tengah daerah yang bertanah tandus ini. Pelatihan kepada warga agar dapat terlibat dalam industri kerajinan batik kayu ini menunjukkan bahwa peluang penting dalam rangka mengembangkan ekonomi lokal

terletak pada upaya pemberdayaan yang dilakukan para pemilik sanggar.

Konsep pemberdayaan ini merupakan kunci bagi berkembangnya potensi ekonomi lokal. Keikutsertaan masyarakat dalam industri ini menghadirkan bentuk keberdayaan masyarakat. Dengan kata lain proses *upgrading* sosial ini melahirkan kemandirian masyarakat yang pada akhirnya berimbas pada kemandirian daerah menggerakkan roda perekonomiannya yang memungkinkan untuk memajukan wilayahnya. Wilayah yang dapat dikatakan tandus ini mampu menggerakkan roda perekonomiannya sendiri tanpa harus berpangku tangan kepada pemerintah. Pemberdayaan telah meletakkan masyarakat Krebet sebagai titik sentral dalam proses pengembangan dan pembangunan ekonomi lokal. Artinya, fenomena glokalisasi telah membuka peluang bagi penyerapan tenaga kerja sekaligus memberikan kesempatan kepada masyarakat Krebet untuk meningkatkan taraf hidupnya secara mandiri.

Dimilikinya potensi lokal Krebet berupa kerajinan batik kayu ini setidaknya telah memenuhi salah satu isu dalam pelaksanaan konsep LED (*Local Economic Development*) yaitu konsep *one village one product*. Pengenalan potensi lokal ini penting bagi keberlangsungan terciptanya sinergi antara pengrajin dengan pemerintah meskipun sinergi aktor LED yang terjadi di Krebet ini belum maksimal. Tidak dapat dipungkiri bahwa pemerintah merupakan aktor yang seharusnya menciptakan iklim yang sesuai bagi keberlangsungan industri ini.

Melalui konsep pemberdayaan, kemandirian masyarakat mampu tumbuh yang mendorong nilai-nilai positif bagi perekonomian daerah. Pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Konsep ini mencerminkan paradigma baru pembangunan, yakni yang bersifat "*people-centered, participatory, empowering, dan sustainable*" (Chambers, 1995). Jika level desa telah

menunjukkan keberdayaannya bertahan di tengah gelombang globalisasi yang menyebabkan ketidakstabilan perekonomian nasional. Maka, seharusnya kondisi ini mampu mendorong level di atasnya untuk melakukan strategi yang sama dalam memajukan wilayahnya menghadapi pasar global. Hasil pengkajian berbagai proyek yang dilakukan oleh International Fund for Agriculture Development (IFAD) menunjukkan bahwa dukungan bagi produksi yang dihasilkan masyarakat di lapisan bawah telah memberikan sumbangan pada pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan dengan investasi yang sama pada sektor-sektor yang skalanya lebih besar (Kartasasmita, 1997). Pertumbuhan itu dihasilkan bukan hanya dengan biaya lebih kecil, tetapi dengan devisa yang lebih kecil pula (Brown, 1995). Hal terakhir ini besar artinya bagi negara-negara berkembang yang mengalami kelangkaan devisa dan lemah posisi neraca pembayarannya.

Melihat kondisi ini, maka dapat ditemukan bahwa pengembangan ekonomi lokal membutuhkan keberdayaan masyarakat dalam menggerakkan roda perekonomian daerahnya. Hal ini dapat dilakukan dengan menemukan potensi lokal yang berkarakteristik khas. Jika potensi ini sudah ditemukan, *upgrading* merupakan langkah yang harus dilakukan dalam strategi bersaing di tengah pasar global. Selanjutnya adalah dibutuhkan sinergi antar aktor dalam mengembangkan potensi lokal ini. *Upgrading social* yang dilakukan pada potensi lokal Kerajinan Batik Kayu Krebet merupakan salah satu wujud nyata keberdayaan masyarakat Krebet. Artinya, masih ada kemandirian masyarakat lokal untuk bertahan dan memanfaatkan peluang globalisasi tanpa merubah cita rasa kelokalannya melalui sentuhan batiknya.

### KESIMPULAN

Pemetaan GVC yang mengungkap strategi *upgrading* dari kerajinan Batik Kayu Krebet

menunjukkan bahwa Krebet mampu merambah dan bertahan di arena pasar global. Langkah *upgrading social* yang menggunakan konsep pemberdayaan masyarakat telah mendorong masyarakat Krebet menjadi masyarakat yang mandiri. Kemandirian masyarakat inilah yang mampu mendorong lahirnya kemandirian desa dalam menggerakkan roda perekonomiannya sehingga mampu melakukan pengembangan ekonomi lokal. *Upgrading* dan pemberdayaan menjadi dua kata kunci penting dalam tetap bertahannya industri lokal ini. Namun, di samping itu semua masih ada harapan masa depan batik kayu yang belum tercapai.

Dalam rangka memaksimalkan potensi batik kayu sebagai bentuk keunikan lokal, pemerintah diharapkan untuk berperan lebih besar dari sebelumnya. Hal yang paling dibutuhkan dalam membantu pemasaran adalah bantuan promosi baik dengan pameran atau dengan cara yang lain. Meskipun selama ini bantuan promosi dilakukan dengan cara pameran tetapi masih dirasa belum efektif. Krebet mengharapkan batik kayu menjadi lebih populer dengan bantuan promosi yang lebih mendukung. Kedua, pengrajin Krebet sangat membutuhkan campur tangan pemerintah dalam lingkup pembuatan kebijakan politik. Melihat sejauh ini belum ada regulasi khusus yang mendorong keberadaan batik kayu terus berjalan tanpa hambatan. Sejauh ini, batik kayu Krebet berjalan secara mandiri, kehadiran pemerintah hanya muncul pada saat peminjaman modal, setelah itu segala urusan penjualan dikelola mandiri. Dalam konsep pengembangan ekonomi lokal pemerintah baik di tingkat daerah maupun nasional diharapkan mampu memberikan iklim yang kondusif dengan memberikan kemudahan akses kepada pengrajin dalam memasarkan produknya.

Disamping bertumpu pada langkah pemerintah, langkah yang selanjutnya harus dilakukan oleh Krebet adalah menuju tahap *Original Brand Manufacture* (OBM). Krebet

memang sudah dikenal sebagai sentra industri batik kayu tetapi bukan satu-satunya di Indonesia. Dalam proses pengepakan barang yang akan dipasarkan tidak terlihat ada 'brand' yang dilekatkan pada produk kerajinannya. Sehingga dapat dilabeli dengan 'brand' lainnya. Permasalahan yang masih tersisa dalam industri kerajinan batik kayu adalah sinergi antar aktor dalam GVC masih belum maksimal.

Belajar dari pengembangan potensi lokal batik kayu Krebet dapat dilihat bahwa masih ada peluang bagi potensi lokal untuk menunjukkan eksistensinya di level internasional. Bahwa glokalisasi dan desentralisasi telah mendorong terciptanya potensi lokal yang terintegrasi dengan pasar global. Krebet membuktikan bahwa cita rasa lokal masih diminati dalam arena globalisasi. Krebet hanyalah salah satu contoh dari sekian banyak daerah yang memiliki potensi lokalnya sendiri sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa Indonesia memang mampu menjadi pemain dalam arena pasar global bukan hanya sebagai pengikut. Sekaligus menunjukkan bahwa semangat kelokalan dalam sebuah karya masih diminati baik di level daerah, nasional, maupun mancanegara.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Budiharjo, E. (2012). *Dari Globalisasi ke Glokalisasi*. pada [www.kompas.co.id](http://www.kompas.co.id) yang diakses pada 26 Desember 2012.
- Humphrey, J. (2004). *Upgrading in Global Value Chain*. International Labour Organization, Working paper No. 28.
- Kaplinsky, R. & Morris (2000). *A Handbook for Value Chain Research*. paper prepared for United Nations Conference for Trade and development (UNCTAD). Institute of Development Studies University of Sussex, and Centre for Research in Innovation Management, University of Brighton,
- Kartasasmita, G. (1997). *Pemberdayaan Masyarakat: Konsep yang berakar pada Masyarakat*. Disampaikan pada Sarasehan DPD GOLKAR Tk. I Jawa Timur Surabaya, 14 Maret 1997.
- Messner, D. (2003). "The Network Based Global Economy: A New Governance Triangle for Regions" dalam H. Schmitz (ed). *Local Enterprises in the Global Economy: Issues of Governance and Upgrading*. Elgar: Cheltenham.
- Rianto, P. (2004). *Globalisasi, Liberalisasi Ekonomi dan Krisis Demokrasi*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Vol. 8, No. 2, November 2004.
- Winanti, P. S. (2003). *Developmental State dan Tantangan Globalisasi: Pengalaman Korea Selatan*. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Vol. 7, No. 2, November 2003, hal. 180.

[www.krebet.com](http://www.krebet.com)