

## **Batik Glugu: Eksklusivitas dan Upaya Menjadi Identitas Kabupaten Boyolali**

**Widhyasmaramurti**

Program Studi Sastra Daerah untuk Sastra Jawa FIB UI

widyamurti@gmail.com, widhyasmaramurti.s@ui.ac.id

### **Abstrak**

Pengakuan UNESCO terhadap batik yang merupakan warisan dunia tak benda dari Indonesia di tahun 2009 menyebabkan berkembangnya motif batik di pelosok nusantara. Saat ini, hampir semua kota di Indonesia berlomba untuk mengeluarkan motif batik khas daerah mereka. Hal ini juga yang ingin dicapai oleh M. Amin melalui Batik Glugu. Batik Glugu yang memiliki motif khas serat pohon kelapa (*glugu*) dikembangkan oleh M. Amin, penduduk Dusun Godeg, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah (Bhawono, 2012). M. Amin memiliki harapan Batik Glugu dapat menjadi identitas kota. Akan tetapi, proses pemasaran Batik Glugu yang bersifat satu pintu (hanya melalui Galeri Muhammad Amin) demi menjaga eksklusivitas dan persaingan harga membuat Batik Glugu seperti berjalan di tempat. Oleh sebab itu, bagaimana Batik Glugu dapat menjadi identitas Kabupaten Boyolali? Tujuan penelitian ini adalah memaparkan permasalahan mengapa Batik Glugu belum dapat dikatakan sebagai Identitas Kota Boyolali berdasarkan Teori Kearifan Lokal (Meliono, 2011) dan Teori Ekonomi Ganda (Itagaki, 1968). Metode penelitian kualitatif melalui wawancara langsung dengan M. Amin, serta Dinas Perdagangan Boyolali dan didukung oleh data kuesioner tentang posisi Batik Glugu sebagai identitas kota menunjukkan jika Batik Glugu belum dapat dikatakan sebagai identitas kota karena belum dikenal bahkan oleh masyarakat setempat di Boyolali (Ledgerwood, Liviato, Carnevale, 2007). Sebagai simpulan, dapat dikatakan bahwa untuk membuat Batik Glugu sebagai identitas Kabupaten Boyolali, Batik Glugu perlu menjadi kearifan lokal masyarakat Boyolali. Kemudian Batik Glugu sebagai sektor modern diharapkan dapat berjalan berdampingan dengan sektor tradisional yang sudah menginternalisasi di tengah masyarakat Boyolali yaitu sektor pertanian dan peternakan. Batik Glugu sebagai sektor modern juga tidak bisa bergantung pada eksklusivitas, melainkan sinergi yang baik antara produsen Batik Glugu, masyarakat Boyolali, dan Pemda untuk membuat proses produksi dan pemasaran menjadi lebih tertata dan terencana sehingga dapat dikenal dan diakui oleh masyarakat luas baik di Boyolali maupun di nusantara.

**Kata Kunci:** Glugu Batik, Boyolali, Exclusivity, City Identity

### **1. Pendahuluan**

Indonesia merupakan negara yang kaya akan hasil budaya. Salah satu hasil budaya Indonesia yang dikenal hingga mancanegara adalah batik karena batik sudah dikenal ratusan tahun sejak masa Jawa baru (Hitchcock, 1991). Pengakuan UNESCO terhadap batik Indonesia sebagai warisan budaya tak benda dari

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

Indonesia pada tanggal 2 Oktober 2009 (Surya, 2009) membuat pemerintah Indonesia mendukung munculnya usaha kecil menengah (UKM) untuk mengembangkan motif-motif khas nusantara yang dapat mewakili suatu daerah. Motif-motif klasik kraton Jawa (Surakarta-Yogyakarta) seperti motif parang, parang rusak, kawung yang merupakan bagian dari delapan motif larangan (Doelah, 2002), dan motif pesisiran seperti motif Mega Mendung dari Cirebon, dapat dikatakan sebagai motif yang umumnya dikenal di tengah masyarakat Indonesia. Motif-motif tersebut dapat dikenal mewakili kota Surakarta, Yogyakarta, maupun Cirebon karena sudah melewati proses panjang mulai dari produksi hingga pemasaran yang berlangsung berabad-abad (Veldhuisen, 1993). Maka dengan adanya dukungan pemerintah untuk para UKM, diharapkan motif-motif baru yang bermunculan dapat menjadi identitas wilayah tertentu. Oleh karena itu peneliti ini memfokuskan kepada Batik Glugu dari Boyolali yang diharapkan dapat menjadi identitas Kabupaten Boyolali.

Batik Glugu merupakan motif batik yang diciptakan oleh Muhammad Amin dari Desa Godeg, Kabupaten Boyolali di tahun 2007. Inspirasi motif Batik Glugu muncul dari usaha Muhammad Amin di bidang mebel dengan bahan kayu kelapa. Glugu atau *wit (kayune) krambil* (Poerwadarminta, 1939: 151) merupakan kayu pohon kelapa, yang oleh Muhammad Amin diadaptasi menjadi motif batik.



Gambar 6: Motif Serat Kayu Glugu (Widhyasmaramurti, dkk. 2016)

Muhammad Amin sebagai penemu motif Batik Glugu percaya jika serat kayu glugu layaknya sidik jari manusia yang tidak pernah sama antara satu pohon

dengan pohon kelapa yang lain. Karena melimpahnya serat kayu glugu dari pohon kelapa tersebut, hal ini menyebabkan Muhammad Amin lebih mudah dalam mengembangkan motif Batik Glugu. Sampai tahun 2016, Muhammad Amin telah mematenkan 1300 motif dengan 600 motif telah keluar sertifikat paten resmi. Dengan banyaknya motif Batik Glugu yang telah dipatenkan, permasalahan penelitian ini adalah bagaimana Batik Glugu dapat menjadi identitas Kabupaten Boyolali? Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan hal yang perlu dilakukan untuk mendukung Batik Glugu menjadi identitas Kabupaten Boyolali berdasarkan kearifan lokal dan pendekatan ekonomi. Kearifan lokal dan pendekatan ekonomi dipilih karena Batik Glugu muncul sebagai hasil kearifan lokal Muhammad Amin yang melihat potensi wilayahnya (lokal) yang banyak menyediakan kayu glugu sebagai bahan utama munculnya motif-motif batik terbaru, dan Batik Glugu melalui hasil pemasarannya memiliki nilai ekonomi yang dapat membuatnya menjadi identitas Kabupaten Boyolali.

**a. Acuan Teoritis**

Untuk melihat Batik Glugu sebagai identitas kota, penelitian ini menggunakan 2 teori yaitu (1) Teori Kearifan Lokal (Meliono, 2011) dan (2) Teori Ekonomi Ganda '*dual economy*' (Itagaki, 1968). Kearifan lokal dalam tulisan ini tidak dibatasi pada nilai-nilai lokal, karena ada tiga hal yang menunjang kearifan lokal yaitu (1) aspek empiris, (2) simbol budaya, dan (3) pengetahuan (Meliono, 2011, hal.227). Secara lebih lanjut, kearifan lokal bukanlah warisan nenek moyang karena konsep dinamis dan abstrak yang berkembang dari generasi ke generasi. Karakteristik penting lain dari kearifan lokal adalah adanya kesadaran bahwa kearifan lokal dipeluk, diproduksi, dan diakui dalam kelompok orang tertentu. Pemilihan Teori Kearifan Lokal untuk melihat pemunculan Batik Glugu di tengah masyarakat setempat di Boyolali sehingga alasan mengapa Batik Glugu dikenal ataupun tidak terkenal di kalangan mereka bisa diketahui.

Teori ke dua adalah Teori Ekonomi Ganda melihat Batik Glugu dari sektor makro sebagai bagian dari sebuah wilayah tertentu (dalam hal ini sebagai bagian dari hasil ekonomi Kabupaten Boyolali). Teori ini ditemukan oleh Julius Herman

Boeke pada tahun 1953, teori ekonomi ganda menjelaskan situasi di mana sektor ekonomi modern di daerah perkotaan dan sektor ekonomi tradisional di daerah pedesaan hidup berdampingan (Boeke (1953) dikutip dalam Bonatti dan Haiduk, 2010: 4). Akan tetapi, teori ini mendapatkan kritik dari Itagaki (2007) dan Furnifall (2010) baik dari sudut pandang ekonomi maupun sosio-kultural. Itagaki (2007: 157) mengatakan jika Teori Ekonomi Ganda memiliki kekurangan karena tidak mengusulkan kemungkinan transformasi dan / atau transisi kedua model sektor ekonomi, di mana sektor ekonomi modern dan tradisional berjalan sendiri-sendiri (Itagaki, 2007, p.157). Sementara itu, Furnivall (2010) mengkritik adanya kekurangan dari Teori Ekonomi Ganda karena teori ekonomi ini tidak melihat pembagian sektor ekonomi berbasis struktur sosial. Sebagai contoh, kelompok etnis tertentu dapat bekerja di sektor modern, sementara kelompok etnis yang lain bekerja di sektor tradisional Penelitian ini menggunakan Teori Dual Ekonomi karena teori ini melihat dua sektor ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh aspek sosial budaya.

#### **b. Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dengan analisis data bersifat induktif berdasarkan hasil pengumpulan data, dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2008). Secara lebih lanjut, penelitian ini menggunakan metode fenomenologi. Metode ini banyak digunakan dalam penelitian bidang sosial karena maraknya fenomena yang bersifat unik untuk dapat diteliti lebih lanjut. Dalam metode ini, setiap fenomena memiliki tiga variabel yaitu: waktu, lokasi, dan budaya yang bersifat interaktif dan tidak dapat digeneralisasi (Sulistyo-Basuki, 2006). Metode ini ini dipilih karena pemunculan Batik Glugu dapat dikatakan sebagai fenomena unik yang tidak terjadi pada batik lain. Hal ini karena Batik Glugu berhubungan dengan (1) waktu, di mana tahun 2009 merupakan tahun berkembangnya UKM batik di Indonesia efek dari pengakuan UNESCO, (2) lokasi, Batik Glugu diharapkan dapat berkembang sebagai identitas Kabupaten seperti halnya motif Mega

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

Mendung dari Cirebon, dan (3) budaya, pemunculan Batik Glugu tidak lain merupakan hasil budaya Indonesia melalui karya Muhammad Amin.

Secara lebih lanjut, penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Kusioner disebar ke 25 orang yang berusia 20 hingga 50 tahun, berdomisili di Boyolali sejak lahir hingga saat ini, dan memiliki latar belakang pendidikan lulus SLTA (Sekolah Lanjutan Tingkat Atas) hingga lulus pascasarjana. Pemilihan usia, domisili, dan latar belakang pendidikan memiliki tujuan agar responden dapat benar-benar mengenal kondisi Boyolali dengan baik dari sektor ekonomi, sosial, dan budayanya. Pertanyaan-pertanyaan di kuesioner menekankan kepada keberadaan Batik Glugu di tengah masyarakat Boyolali, apakah mereka mengetahui atau tidak tentang keberadaan Batik Glugu tersebut disertai dengan alasannya. Kuesioner disebar di enam kecamatan dari sembilan belas kecamatan yang ada di Kabupaten Boyolali yaitu di (1) Kecamatan Ampel (lokasi produksi Batik Glugu), (2) Kecamatan Boyolali (pusat pemerintahan Kabupaten Boyolali), (3) Kecamatan Cepogo, (4) Kecamatan Selo, (5) Kecamatan Musuk, hingga (6) Kecamatan Simo sebagai wilayah yang bedekatan dengan lokasi produksi di Ampel dan pusat pemerintahan Kabupaten Boyolali, sebagaimana yang dapat dilihat pada Peta 1 atau Peta Administrasi Kabupaten Boyolali.



arti penting dalam kebudayaan, industri, dan perdagangan batik di nusantara. Berdasarkan hal tersebut, bisa dikatakan jika Batik Glugu sebagai motif khas Indonesia perlu dianalisis berdasarkan Kearifan Lokal dan Pendekatan Ekonomi sebelum dapat dinyatakan sebagai Identitas Kabupaten Boyolali.

### **2.1 Kearifan Lokal**

Kehadiran Batik Glugu di Boyolali yang terinspirasi dari ketersediaan pohon-pohon kelapa di wilayah Desa Godeg, Kecamatan Ampel Boyolali dapat menjadi pernyataan bahwa Batik Glugu muncul dari kesuksesan Muhammad Amin dalam memeluk apa yang telah disediakan oleh alam Boyolali. Ketersediaan pohon-pohon kelapa tersebut bahkan berhasil meningkatkan produktivitas Bapak Amin dalam menciptakan motif hingga 1300 motif. Akan tetapi, walaupun Batik Glugu diproduksi di Dusun Godeg, Kecamatan Ampel, Boyolali; mayoritas masyarakat Boyolali belum mengenal atau mendengar tentang Batik Glugu. Bahkan oleh masyarakat di Kecamatan Ampel sendiri, Batik Glugu hanya dikenal oleh mereka yang tinggal di Dusun Godeg saja. Hal itu terjadi karena Muhammad Amin belum mampu merangkul penduduk setempat dalam proses produksi Batik Glugu. Dalam melakukan proses produksi Batik Glugu, Muhammad Amin memproduksi 2 jenis batik baik (1) batik, ataupun (2) tekstil bermotif batik. Dalam memproduksi batik, Muhammad Amin membuat desain motif terlebih dulu dengan menggunakan komputer, lalu menyetak hasil desain tersebut untuk dijadikan pegangan dalam memesan cap tembaga sesuai desain motif serat glugu yang telah didesain tersebut. Untuk proses batik cap ini, Muhammad Amin mempekerjakan pembatik trampil yang didatangkan khusus dari Pekalongan untuk memproduksi Batik Glugu di Dusun Godeg. Kemudian untuk proses yang ke dua (tekstil bermotif batik), Muhammad Amin membuat desain motif Batik Glugu terlebih dulu dengan menggunakan program komputer lalu untuk memproduksi motif tersebut, Muhammad Amin memesan khusus kepada rekanan beliau di Surakarta yang mampu memproduksinya dengan teknologi sablon. Dengan demikian filosofi Batik Glugu tidak dipahami oleh masyarakat

setempat, karena mereka tidak mengenal Batik Glugu sebagai akibat tidak adanya interaksi sosial di tengah masyarakat lokal Boyolali saat memproduksi Batik glugu. Hal ini juga menyebabkan mereka tidak memiliki rasa memiliki terhadap Batik Glugu yang secara otomatis membuat masyarakat belum mengakui Batik Glugu sebagai kearifan lokal Boyolali. Dari situasi ini, dapat dikatakan bahwa Batik Glugu belum berhasil menjadi kearifan lokal di Boyolali karena untuk menjadi kearifan lokal, Batik Glugu perlu untuk dipeluk, diproduksi, dan diakui oleh masyarakat Boyolali.

## **2.2. Pendekatan Ekonomi**

Pendekatan Ekonomi dalam menganalisa Batik Glugu dilihat dengan menggunakan Teori Ekonomi Ganda yang melihat sektor modern di perkotaan dan sektor tradisional di pedesaan perlu berjalan berdampingan Di Boyolali, baik di Kecamatan Ampel maupun di kecamatan-kecamatan lain, ada dua jenis pekerja yang dilihat berdasarkan faktor usia. Para pekerja yang berusia tua umumnya bekerja di sektor tradisional di pedesaan sebagai petani sayur mayur maupun peternak sapi. Akan tetapi mereka yang berusia muda (dalam hal ini mereka yang baru lulus SLTA) lebih menyukai bekerja sebagai pekerja pabrik (umumnya pabrik tekstil) karena diyakini memberi kondisi lebih stabil daripada petani ataupun peternak sapi. Selain itu, sektor pertanian dan peternakan dianggap terbelakang dan tradisional dalam rangka ekonomi ganda, dibandingkan dengan pabrik sebagai sektor modern karena menggunakan teknologi maju (mesin printing) dalam lingkup pekerjaan, memiliki pekerja yang banyak jumlahnya (massal) dan umumnya berlokasi di pusat Kabupaten Boyolali. Jika dihubungkan dengan Batik Glugu, maka Batik Glugu dapat dianggap sebagai sektor modern karena menggunakan teknologi maju (komputer) untuk membuat desain motifnya, dan hasil produksi telah dipasarkan secara luas melalui pameran-pameran baik di wilayah Kabupaten Boyolali hingga di ibukota negara di Jakarta. Meski situasi ini mencerminkan Batik Glugu sebagai bagian dari sektor ekonomi modern dalam Teori Ekonomi Ganda, akan tetapi proses produksi Batik Glugu



### **Seminar Nasional Budaya Urban**

Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

masih belum dapat dikatakan sebagai sektor modern murni karena proses produksi masih berada di daerah pedesaan. Dengan demikian, teori yang menyatakan bahwa sektor modern harus berada di daerah perkotaan ditantang. Mengingat Batik Glugu tidak diinternalisasikan sebagai bagian dari budaya masyarakat Boyolali, maka kemauan masyarakat lokal untuk berpindah dari sektor tradisional di bidang pertanian dan peternakan ke sektor modern dengan turut serta memproduksi Batik Glugu mungkin sangat rendah atau bahkan bisa dikatakan tidak ada. Selain itu, dalam memproduksi Batik Glugu, masyarakat harus mempelajari keterampilan baru seperti teknik memproduksi batik tulis, batik cap, dan batik printing dengan teknik sablon. Untuk mempelajari ketrampilan baru ini, pastinya dibutuhkan banyak waktu, sedangkan masyarakat setempat di Kabupaten Boyolali sebagai lokasi produksi Batik Glugu umumnya sangat membutuhkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Dalam hal ini, tidak ada pihak yang dapat menjamin kesejahteraan mereka saat mempelajari keterampilan baru tersebut.

Kemudian, pendekatan ekonomi juga perlu melihat kepada proses pemasaran Batik Glugu. Terutama apabila ingin menempatkan Batik Glugu dalam sektor modern yang memiliki nilai ekonomi yang berhubungan dengan pemasukan Kabupaten Boyolali. Hingga saat ini, proses pemasaran Batik Glugu masih bersifat satu pintu melalui Muhammad Amin. Komitmen Muhammad Amin untuk menjaga eksklusivitas juga diterapkan melalui (i) produksi, dan (ii) metode penjualan yang dilakukan.

#### (i) Produksi

- Setiap membuat satu cap motif Batik Glugu, hanya dipergunakan oleh Muhammad Amin untuk memproduksi 20 helai (1 kodi kain). Terbatasnya motif yang dicetak menjadi dasar pertimbangan jika motif tersebut akan bersifat eksklusif karena hanya dapat dipakai oleh 20 orang saja dari sekian ratus juta penduduk Indonesia yang menyukai batik.
- Setiap tekstil bermotif Batik Glugu yang dihasilkan dengan teknik sablon, hanya diproduksi oleh Muhammad Amin berdasarkan

pesanan untuk komunitas tertentu, seperti seragam PNS (Pegawai Negeri Sipil) di Kabupaten Boyolali. Maka secara otomatis, masyarakat di luar komunitas tersebut tidak ada yang akan memiliki Batik Glugu.

(ii) Metode Penjualan

Muhammad Amin juga membatasi metode penjualan yang hanya boleh dilakukan oleh melalui beliau sendiri selaku penjualnya. Hal ini memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya tentu saja tidak akan terjadi perbedaan harga jual seperti yang umumnya dilakukan oleh mereka yang menjadi *reseller* atau agen-agen penjualan batik yang banyak ditemukan di dunia maya. Kekurangannya adalah terbatasnya pangsa pasar Batik Glugu karena minimnya pengetahuan masyarakat mengenai batik Glugu, dan juga tidak tersampainya informasi produk dengan baik kepada calon pembeli. Terlebih Muhammad Amin mengakui bahwa sejauh ini proses promosi dalam memasarkan Batik Glugu masih terbatas karena hanya berdasarkan pembicaraan dari satu orang ke orang yang lain, ataupun dari masyarakat yang membaca media cetak ataupun media *daring* yang pernah meliput Batik Glugu, serta adanya undangan untuk mengikuti pameran-pameran. Teknik penjualan atau pemasaran tersebut belum bersifat proaktif sehingga membuat Batik Glugu seperti berjalan di tempat. Ketidakmampuan untuk meningkatkan pemasukan melalui perluasan pangsa pasar ini berimbas pada minimnya jumlah pembeli dan pendapatan yang dapat digunakan sebagai perputaran modal. Arus modal sangat penting untuk ditingkatkan karena sangat berpengaruh pada ritme produksi suatu produk. Oleh sebab itu, apabila produksi Batik Glugu sulit untuk dipasarkan, maka Muhammad Amin akan mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya karena tidak adanya keuntungan yang dapat digunakan sebagai perputaran modalnya.

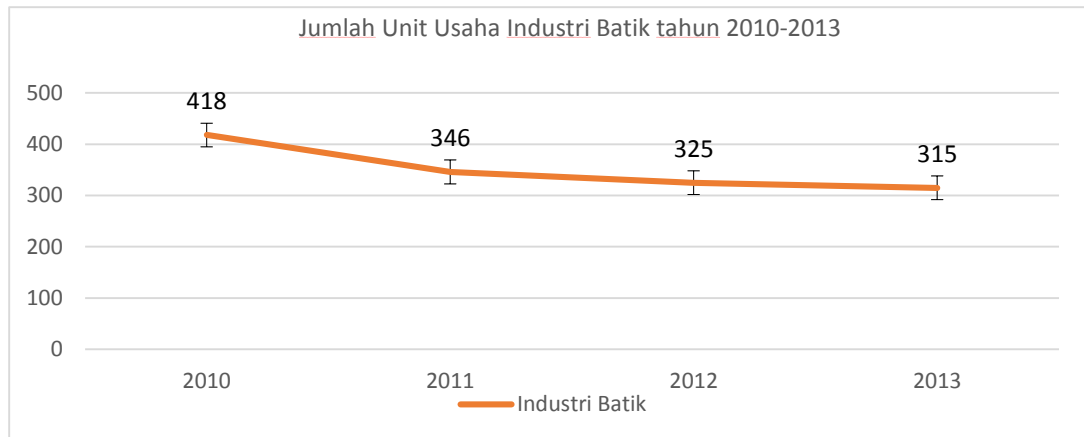
### **Seminar Nasional Budaya Urban**

Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

Permasalahan yang dihadapi Batik Glugu dari segi pemasaran merupakan permasalahan umum yang juga dihadapi oleh para pengusaha UKM batik di nusantara. Terbatasnya bantuan pemerintah daerah dalam memfasilitasi UKM di bawah naungannya dalam memperluas pasar, serta kurangnya akses informasi untuk mengenal produk yang dijual berpengaruh dalam kurangnya penjualan produk tersebut. Dalam hal ini, terdapat dua pandangan yang berbeda dari segi pemasaran produk Batik Glugu. Agus Prasidi, M.M. mewakili Pemda Kabupaten Boyolali mengatakan bahwa Pemda sudah berusaha memfasilitasi dengan memberikan kesempatan Batik Glugu untuk mengikuti pameran yang diadakan oleh Pemda. Akan tetapi motif Batik Glugu yang dipandang monoton menjadi dasar pertimbangan Pemda bahwa Batik Glugu sulit untuk dipasarkan, dikembangkan, dan dijadikan identitas Kabupaten Boyolali seperti halnya tembaga Tumang, Boyolali; ataupun porcelain Boyolali yang memang sudah menjadi ikon Boyolali ([Boyolali.go.id](http://Boyolali.go.id)). Akan tetapi, Muhammad Amin melalui Batik Glugu merasa kurangnya perhatian Pemda kepada Batik Glugu walaupun Batik Glugu telah turut serta memberikan pemasukan kepada Kabupaten Boyolali melalui pembayaran pajak hingga ratusan juta rupiah, membuat Batik Glugu kurang dikenal bahkan dalam oleh masyarakat Boyolali sekalipun.

Terbatasnya pemasaran Batik Glugu karena efek eksklusivitas dan terbatasnya informasi penjualan kepada masyarakat pecinta batik di nusantara membuat posisi Batik Glugu sebagai bagian dari sektor modern dalam Teori Ekonomi Ganda sulit untuk dipertahankan karena tidak dapat berkembang secara cepat ataupun masif. Berdasarkan data statistik yang diperoleh dalam Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, terjadi kecenderungan penurunan jumlah industri batik mulai dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2013 secara berurutan mulai dari 418 unit usaha di tahun 2010, hingga 315 unit usaha di tahun 2013, seperti dalam grafik di bawah ini.

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan



**Grafik 1: Data Jumlah Unit Usaha Industri Batik Tahun 2010-2013,**

**Sumber:**

**[http://www.kemenperin.go.id/statistik/ibs\\_indikator.php?indikator=1&tahun=2010](http://www.kemenperin.go.id/statistik/ibs_indikator.php?indikator=1&tahun=2010)**

Berdasarkan data grafik di atas, dapat dilihat bahwa industri batik mengalami tantangan dalam mengembangkan industrinya. Oleh sebab itu, apabila Muhammad Amin masih berpegang pada proses pemasaran satu pintu demi eksklusivitas tanpa didukung oleh metode pemasaran yang terbaru untuk menjangkau pangsa pasar pembeli yang lebih luas, keberadaan Batik Glugu dapat terancam punah yang secara otomatis akan menutup kesempatan Batik Glugu sebagai identitas Kabupaten Boyolali.

Maka berdasarkan pendekatan kearifan lokal, Batik Glugu belum dapat menjadi identitas Kabupaten Boyolali karena belum dapat merangkul masyarakat setempat untuk menjadi bagian dari proses produksi Batik Glugu. Secara otomatis, Batik Glugu belum dapat menjadi simbol sosial bagi masyarakat Boyolali yang merepresentasikan identitas mereka. Berdasarkan pendekatan ekonomi, motif Batik Glugu yang diproduksi terbatas, dan sistem pemasaran yang bersifat *one man show* atau hanya dikerjakan oleh satu orang yaitu Muhammad Amin sebagai pemilik patennya, maka proses pemasaran tidak dapat berkembang

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

secara cepat. Kemudian, kurangnya dukungan Pemda Boyolali terhadap proses pemasaran Batik Glugu membuat keberadaan Batik Glugu di tengah pangsa pasar lokal di Boyolali juga bersifat rendah. Hal ini menyebabkan masyarakat setempat tidak dapat atau bahkan tidak ingin melakukan upaya untuk mempromosikan Batik Glugu karena Batik Glugu tidak dianggap mewakili budaya mereka. Kehadiran Batik Glugu yang tidak banyak diketahui masyarakat dari berbagai wilayah kecamatan di Boyolali menjadi alasan mengapa masyarakat Boyolali masih belum bisa berpindah dari sektor ekonomi tradisional ke sektor modern. Penduduk lokal di Kabupaten Boyolali masih terikat pada sektor pertanian dan peternakan. Dalam sektor pertanian, Boyolali terkenal karena lahannya yang subur yang terletak di antara Gunung Merapi dan Gunung Merbabu, dan hasil pertaniannya yang produktif seperti sayur mayur (kol, cabai, wortel, tomat, labu siam, jagung dan lain-lain). Dalam sektor peternakan, Kabupaten Boyolali dikenal sebagai wilayah penghasil olahan sapi di Jawa Tengah seperti susu, dan abon. Dapat diasumsikan bahwa masyarakat Boyolali tidak akan meninggalkan sektor tradisional yang sudah dikenal dan dijalani selama generasi ke generasi untuk beralih ke sektor modern yang tidak pasti seperti Batik Glugu yang baru saja produktif selama satu dasawarsa.

Oleh sebab itu, apabila Batik Glugu ingin dinyatakan sebagai identitas Kabupaten Boyolali, maka Batik Glugu perlu memenuhi 2 hal. Pertama, Batik Glugu perlu menjadi kearifan lokal dengan merangkul lebih banyak masyarakat Boyolali dalam proses produksinya. Kedua, Batik Glugu diharapkan mampu melaksanakan Teori Ekonomi Ganda dengan menempatkan Batik Glugu sebagai sektor modern untuk berjalan berdampingan dengan masyarakat Boyolali yang hidup dalam sektor tradisional, seperti halnya tembaga Tumang dan porselen Ampel ([www.boyolali.go.id](http://www.boyolali.go.id)). Kerajinan tembaga di Desa Tumang, Kecamatan Cepogo, serta kerajinan porselen di Kecamatan Ampel telah dinyatakan sebagai ikon atau identitas Kabupaten Boyolali karena dihasilkan oleh lebih dari 1 UKM di Boyolali sehingga tidak menjadi monopoli satu orang pengusaha saja seperti halnya Batik Glugu. Maka dari itu, untuk lebih mengembangkan Batik Glugu, walaupun tidak umum di dunia batik, namun bisa dipertimbangkan kemungkinan

Batik Glugu untuk diproduksi oleh UKM-UKM lain di bawah naungan Muhammad Amin, seperti halnya *franchise*. Terutama karena mengingat hanya Muhammad Amin yang memiliki paten atas nama dan motif Batik Glugu tersebut. Pemasaran Batik Glugu yang berkembang mulai dari Boyolali, hingga seluruh nusantara bahkan tidak menutup kemungkinan hingga mancanegara akan membuat nama Batik Glugu dapat diidentikkan dengan Kabupaten Boyolali.

### **3. Kesimpulan**

Batik Glugu belum dapat menjadi identitas Kabupaten Boyolali karena berdasarkan kearifan lokal, baik secara khusus, yaitu bagi masyarakat di Kecamatan Ampel; maupun secara umum, yaitu masyarakat Kabupaten Boyolali; masih menganggap Batik Glugu sebagai bagian terpisah dari komunitas mereka. Lalu berdasarkan pendekatan ekonomi, Batik Glugu belum dapat dikatakan sebagai sektor modern secara murni karena pertimbangan lokasi produksi, dan pemasaran yang masih terbatas karena masih bersifat satu pintu, dan lebih mementingkan nilai eksklusivitas. Pada akhirnya, Batik Glugu dapat menjadi identitas Kabupaten Boyolali apabila memenuhi pendekatan kearifan lokal dan ekonomi. Kearifan lokal dengan adanya pengakuan masyarakat dan dukungan Pemda Boyolali untuk terlibat dalam proses produksinya secara lebih luas. Kemudian dapat memenuhi tiga unsur pendekatan ekonomi, yaitu (1) Batik Glugu sebagai sektor modern dapat berjalan berdampingan dengan sektor pertanian, (2) Batik Glugu tidak hanya menjadi komoditas eksklusif Muhammad Amin sebagai pemilik paten, dan (3) Batik Glugu memiliki pangsa pasar yang lebih berkembang, tidak hanya di Kabupaten Boyolali semata, namun juga meluas hingga ke seluruh Indonesia, dan bahkan mancanegara.

### **4. Daftar Pustaka**

Bhawono, Ario. (2012). "Batik Glugu Motif Alam Unggulan Boyolali". *Joglosemar*. (Diakses tanggal 6 Juni 2016 pukul 12.30 dari <http://edisicetak.joglosemar.co/berita/batik-glugu-motif-alam-unggulan-boyolali-76274.html>)

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

- Bonatti, L., & Haiduk, K. (2010). *Dualism and growth in transition economies: a two-sector model with efficient and subsidized enterprises* (No. 1015). Retrieved from [http://web.unitn.it/files/download/8303/15\\_10.bonattihaiduk.pdf](http://web.unitn.it/files/download/8303/15_10.bonattihaiduk.pdf) [Diunduh on 9 November 2016]
- Djoemena, Nian S. (1990). *Ungkapan Sehelai Batik It's Mystery and Meaning*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Doellah, Santosa. (2002). *Batik Pengaruh Zaman dan Lingkungan*. Solo: Danar Hadi.
- Furnivall, J. S. (2010). *Netherlands India: A study of plural economy*. Cambridge University Press.
- Hitchcock, Michael. (1991). *Indonesian Textiles*. London: British Museum Press in association with the Centre for South East Asian Studies University of Hull.
- Itagaki, Y. (1968). A Review of the Concept of the "Dual Economy". *The Developing Economies*, 6(2), pp. 143-157. Retrieved from <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1746-1049.1968.tb01121.x/pdf> [Diunduh 9 November 2016]
- Ledgerwood, Alison, Ido Liviatan, and Peter J. Carnevale. (2007). "Group Identity Completion and The Symbolic Value of Preproperty," in *Psychological Science*, Vol. 18, No. 10 (Oct, 2007). Pp.873-878.
- Meliono, Irmayanti. (2011). Understanding the Nusantara Thought and Local Wisdom as an Aspect of the Indonesian Education. *International Journal for Historical Studies, Tawarikh 2* (2) pp. 221-234. Retrieved from <http://www.mindamas-journals.com/index.php/tawarikh/article/view/392> [Diunduh on 16 August 2016]
- Poerwadarminta, W. J. S. (1939). *Baoesastra Djawa*. Batavia: J. B. Wolters Uitgevers Maatschappij N.V.
- Sugiyono. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. (2006). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra
- Surya. (2009). "Batik Indonesia Resmi Diakui UNESCO" dalam <https://www.antaraneews.com/berita/156389/batik-indonesia-resmi-diakui-unesco>. [Diunduh 6 April 2016]

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

Veldhuisen, Harmen C. (1993). *Batik Belanda 1840-1940: Sejarah dan Kisah-Kisah di Sekitarnya*. Jakarta: Gaya Favorit Press

Widhyasmaramurti, Dewi Hermawati Resminingayu, dan Ariq Salim. (2016). “Batik Glugu Boyolali: Kearifan Lokal Dalam Pergulatan Identitas.” Depok: Laporan Akhir Hibah Riset Awal Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia Tahun 2016.

Daring

[http://sisni.bsn.go.id/index.php/?sni\\_main/sni/detail\\_sni/22389](http://sisni.bsn.go.id/index.php/?sni_main/sni/detail_sni/22389) [Diakses pada 10 Agustus 2017]

[http://www.kemenperin.go.id/statistik/ibs\\_indikator.php?indikator=1&tahun=2010](http://www.kemenperin.go.id/statistik/ibs_indikator.php?indikator=1&tahun=2010) [Diakses pada tanggal 10 Agustus 2017]