

## I-V. UPAYA YANG DILAKUKAN DALAM USAHA MENGEMBANGKAN SERTA MEMPROMOSIKAN BATIK DAN DESA KENONGO

### 1. KENDALA-KENDALA YANG DIHADAPI SERTA PEMECAHANNYA

Batik kenongo dari desa Kenongo mempunyai potensi yang besar sebagai salah satu cinderamata khas Sidoarjo untuk daerah Jawa Timur. Tetapi dalam penggunaannya sebagai cinderamata batik Kenongo masih belum berfungsi secara maksimal. Sampai saat ini batik Kenongo lebih banyak digunakan oleh kalangan pemerintah, juga hanya sedikit wisatawan yang mengetahui keberadaan batik ini. Hal ini disebabkan karena adanya kendala baik dalam pengembangan maupun promosinya, kendala yang dihadapi dan pemecahan yang dapat dilakukan dalam usaha mengembangkan serta mempromosikan batik dan desa Kenongo antara lain :

#### 1.1 Kurangnya Minat Menenun Bagi Remaja Putri

Untuk membuat batik diperlukan tenaga kerja wanita karena pekerjaan membuat batik memerlukan ketekunan dan biasanya pekerjaan tangan wanita lebih halus hasilnya. Tetapi untuk sekarang ini, sedikit sekali bahkan hampir tidak ditemukan lagi tenaga kerja wanita khususnya remaja putri yang mau belajar membuat batik. Bagi remaja putri sekarang ini, pekerjaan

membatik adalah pekerjaan yang monoton / membosankan karena dalam membatik dibutuhkan kesabaran dan ketelitian serta memakan waktu yang lama sehingga mereka lebih suka mengisi waktu luangnya dengan kegiatan lain seperti bermain dan mengikuti kegiatan sekolah, juga adanya anggapan bahwa membatik adalah sesuatu yang ketinggalan jaman, para remaja putri lebih suka meninggalkan desanya dan mencari kehidupan lain di kota yang mereka anggap lebih menguntungkan untuk kehidupan masa depan mereka.

Agar kendala ini dapat diatasi menurut penulis, untuk meningkatkan minat membatik bagi remaja putri dapat dilakukan dengan cara memberi penyuluhan yang dilakukan oleh Pemda Sidoarjo dengan memberikan pengertian serta menghilangkan mitos / anggapan di kalangan remaja putri bahwa melakukan pekerjaan membatik bukan berarti melakukan sesuatu pekerjaan yang ketinggalan jaman. Mengingat potensi yang dimiliki desa Kenongo sebagai penghasil cinderamata ini sangat besar, hendaknya diberitahukan juga bahwa peran serta remaja-remaja putri dalam ikut kegiatan membatik dapat membantu menunjang kepariwisataan di desa Kenongo secara tidak langsung, baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Remaja putri hendaknya juga diberikan penyuluhan melalui organisasi ibu-ibu PKK tentang pentingnya keikutsertaan mereka dalam melestarikan batik Kenongo.

## **1.2 Proses yang Lama**

Untuk membuat satu kain panjang batik Kenongo membutuhkan waktu yang lama. Mulai dari menggambar pola, membatik, memberi

warna bersamaan dengan melakukan penutupan lilin yang dilakukan berulang-ulang (tergantung berapa macam warna yang digunakan) sampai pengeringan semuanya dilakukan secara tradisional yaitu menggunakan tangan. Untuk mendapatkan hasil yang bagus, satu kain panjang ukuran 2,75 m x 1,10 m bisa membutuhkan waktu lebih dari 6 bulan. Untuk membatiknya saja perlu waktu 2-3 bulan sedangkan proses pencelupan warna membutuhkan waktu 4-5 bulan. Semuanya itu harus dilakukan dengan ketekunan agar corak dan warna yang dihasilkan bagus dan mempunyai mutu yang tinggi.

Menurut penulis, proses yang lama memang dibutuhkan jika ingin mendapatkan warna dan corak yang indah, hal ini tidak dapat dihindarkan karena sudah memang prosesnya. Untuk menghindari kehabisan stock barang akibat proses yang lama tersebut, menurut penulis cara yang harus dilakukan adalah dengan menambah tenaga kerja, jadi sekah kerja melakukan pembatikan dapat dihasilkan banyak. Untuk itu perlu mendapatkan tenaga kerja yang terampil, tekun dan telah berpengalaman dalam membatik.

### **1.3 Kurangnya Kesadaran Penduduk Akan Potensi yang Dimiliki**

Kesadaran penduduk desa Kenongo untuk melestarikan lebih lanjut potensi membatik yang mereka miliki masih kurang. Oleh karenanya mereka tidak memiliki minat untuk menurunkan seni membatik yang mereka miliki kepada anak-anak mereka. Padahal jika potensi yang mereka miliki diajarkan kepada anak-anak mereka disertai dengan adanya rasa ingin memajukan desa ini, maka keberadaan desa Kenongo sebagai penghasil batik

kenongo akan dapat terus dilestarikan

Menurut penulis untuk meningkatkan kesadaran penduduk desa Kenongo akan perasaan ikut memiliki, mengembangkan desa serta perasaan bangga akan potensi yang dimiliki desanya dengan adanya batik Kenongo adalah perlu. Hal ini perlu dibina sejak dini melalui arahan dari Pemda Sidoarjo, kepala camat dan pertemuan-pertemuan ibu-ibu PKK. Diharapkan perasaan bangga yang timbul akan potensi yang dimiliki daerahnya maka ibu-ibu di desa Kenongo dapat melestarikan keahlian membatik yang dimilikinya dengan menurunkan keahliannya kepada anak-anak puterinya agar dapat menjadi tenaga kerja yang siap pakai nantinya.

#### **1.4 Belum Tersedianya Ruang Pamer untuk Mengoleksi Batik Kenongo di Desa Kenongo**

Saat ini satu-satunya tempat yang berfungsi sebagai rumah mode untuk mengoleksi batik Kenongo terletak di pusat kota Sidoarjo yaitu di jalan RA. Kartini 18-20. Sedangkan di desa Kenongo sebagai tempat proses pembuatan batik Kenongo (pabrik), belum tersedia tempat khusus yang dapat mengoleksi batik Kenongo secara lengkap. Hal ini disebabkan belum banyak wisatawan yang berkunjung ke desa ini. Apabila tempat ini telah dibangun dan keberadaannya hanya tergantung pada daya beli masyarakat setempat saja, keberadaan tempat ini tidak berguna.

Menurut penulis pembangunan ruang pameran sangat diperlukan agar wisatawan yang berkunjung ke desa Kenongo nantinya selain dapat melihat secara langsung proses pembatikan juga dapat langsung membeli batik Kenongo di tempat ini. Pabrik yang sekarang telah ada dapat diperguna-

kan sebagian sebagai ruang pameran tempat untuk mengkoleksi batik Kenongo dan sebagian lagi tempat bekerja tetapi memerlukan sedikit perbaikan dan dibuat dengan tatanan yang berbeda dengan tidak mengurangi keberadaan aslinya sebagai tempat proses pembuatan batik Kenongo yang masih menampilkan kesibukan para remaja putri sedang menggambar pola, ibu-ibu sedang membatik dan pekerja-pekerja yang melakukan pencelupan warna. Mengingat mutu yang dimiliki batik Kenongo berkualitas tinggi maka pembangunan ruang pameran yang cukup besar ini perlu diperhatikan dengan penataan yang baik. Pembangunannya dapat dibuat dengan menampilkan ciri rumah adat Jawa secara umum, yaitu dengan penataan ruang pameran sederhana yang berbentuk pendapa terbuat dari kayu-kayuan dilengkapi dengan ukiran bandeng dan udang yang menampilkan ciri khas Sidoarjo dan di dalam ruang pameran ini dilengkapi dengan kain-kain batik dengan berbagai jenis mulai dari hem, sarung, selendang, kain panjang maupun bahan rok untuk busana gaun malam. Lebih baik lagi jika penataannya ditambahkan dengan lukisan batik Kenongo di kanan kiri dinding yang ada serta foto-foto penghargaan yang pernah didapat oleh tim batik Kenongo. Keberadaan tempat untuk mengkoleksi batik Kenongo sangat diperlukan agar nantinya wisatawan yang datang tidak hanya sekedar menyaksikan proses pembuatannya tetapi juga dapat melihat berbagai koleksi kain batik Kenongo di tempat ini. Ditunjang dengan suasana pedesaan yang asri dan letaknya yang bersebelahan dengan Tanggulangin, diharapkan keberadaan ruang pameran ini dapat menarik wisatawan berkunjung ke desa Kenongo secara langsung di masa yang akan datang. Untuk pembangunannya diperlukan kerjasama dan ijin dari Pemerintah Daerah

Sidoarjo.

### 1.5 Pemasaran yang Terbatas

Ruang lingkup pemasaran yang luas tentunya sangat diperlukan, tetapi sayang sampai sekarang ruang lingkup pemasaran batik Kenongo ini masih terbatas pada kota-kota besar seperti Jakarta. Untuk kota-kota lain di Indonesia mereka masih belum memasarkan kerajinan batik ini. Sehingga banyak sekali wisatawan nusantara yang belum mengetahui keberadaan akan batik Kenongo ini. Di samping itu harga batik itu sendiri tergolong mahal sehingga membuat segmentasi pasarnya terbatas pada kelas menengah ke atas karena pembuatannya yang masih asli menggunakan tangan, membutuhkan ketekunan penuh untuk membatik dan waktu yang lama untuk melakukan pencampuran warna. Kurang gencarnya promosi sehingga pemasarannya yang tidak banyak tempat kurang diketahui oleh para wisatawan

Menurut penulis ruang lingkup pemasaran yang luas diperlukan, agar para wisatawan baik itu wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara akan dapat semakin mengenal keberadaan batik Kenongo sebagai salah satu cinderamata khas dari daerah Sidoarjo. Dan dengan semakin luas pemasarannya secara tidak langsung akan semakin banyak orang mengetahui keberadaan desa Kenongo, serta dapat mempengaruhi aset pendapatan pariwisata di daerah ini. Mengingat produksinya yang terbatas dan harga batik itu sendiri yang tergolong mahal **maka dalam pemasaran**, harus dipilih tempat-tempat yang berpotensi seperti membuka counter khusus di pusat-pusat perbelanjaan atau di Surabaya dapat diti-

tipkan di Mirota agar angka penjualan yang diperoleh semakin meningkat. Usaha-usaha yang telah dilakukan oleh tim batik Kenongo melalui marketingnya yaitu bapak Drs. Ec. Tito Herlambang Oesman adalah bekerjasama dengan pabrik rokok. Menurut penulis, agar keberadaan batik Kenongo lebih dikenal dapat dilaksanakan dengan lebih memperluas kerjasama dengan banyak instansi, perusahaan atau perkantoran, dan hotel-hotel akan sangat membantu, misalnya dengan hotel-hotel berbintang di berbagai daerah di Indonesia.

Seringkali perusahaan-perusahaan semacam ini memerlukan suatu barang yang akan dibagikan kepada para pelanggannya dan apabila marketing batik Kenongo mengadakan kerjasama dengan mereka, hal ini tentunya akan sangat membawa keuntungan. Tetapi juga diharapkan bantuan dari PEMDA Sidoarjo dan Dinas Pariwisata Daerah tingkat I Jawa Timur untuk lebih mempromosikan batik Kenongo kepada masyarakat luas

Untuk hotel-hotel biasanya mereka menggunakan kain batik sebagai salah satu lukisan yang diberi pigura dan diletakkan di tempat-tempat tertentu seperti ruang pertemuan, restaurant, dan lain-lain. Dengan demikian diharapkan agar wisatawan yang tidak membeli setidaknya mereka tahu akan keberadaan batik Kenongo.

Untuk masyarakat umum lainnya agar mereka mengetahui keberadaan batik Kenongo maka dapat dilakukan dengan cara promosi seperti yang disebutkan oleh penulis di bagian belakang.

### **1.6 Belum Tersedia Rumah Makan dan Toilet Umum di Desa Kenongo**

Sampai saat ini di desa Kenongo belum tersedia toilet umum dan

**rumah makan** sederhana yang nantinya diperlukan untuk wisatawan yang berkunjung ke desa Kenongo. Padahal kedua fasilitas ini sangat diperlukan serta dapat menunjang kepariwisataan di desa Kenongo. Karena para wisatawan yang berkunjung akan dibuat nyaman dengan adanya toilet umum ini dan melepas lelah di rumah makan yang disediakan

Menurut penulis, pembangunan toilet umum harus higienis dan sanitasi dilengkapi sarana yaitu air bersih dan tissue toilet, dengan mengenakan tarif Rp 500,~/ orang yang digunakan untuk menjaga kebersihan toilet ini. Lebih baik lagi apabila toilet ini terletak di dalam lokasi ruang pameran batik Kenongo. Sedangkan pembangunan restaurant sederhana saja tetapi harus bersih dengan menyediakan menu masakan Indonesia dan juga makanan khusus Sidoarjo yaitu krupuk ikan, udang, petis udang, dan ikan bandeng.

### **1.7 Harga yang Mahal**

Batik Kenongo merupakan batik tulis asli, pembuatannya menggunakan tangan terampil penduduk setempat, membutuhkan waktu yang lama dan ketekunan yang penuh dari awal proses pembuatan hingga akhir prosesnya. Sehingga tiap kain batik Kenongo yang dihasilkan mempunyai nilai seni yang tinggi, hal ini terlihat pada motif maupun warna yang dihasilkan. Dengan adanya ini semua membuat harga batik Kenongo mahal dan tidak bisa dijangkau / dibeli oleh semua lapisan wisatawan.

Menurut penulis untuk mengatasi harga yang mahal perlu dilakukan dengan menciptakan variasi produk, misalnya berbentuk postcard yang ditempel potongan kecil kain batik Kenongo atau postcard yang bergam-

bar motif batik Kenongo. Dengan adanya variasi produk seperti ini maka batik Kenongo dapat berfungsi sebagai salah satu cindermata khas Sidoarjo yang dapat dirasakan para wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara kelas menengah ke bawah.

## **2. PROMOSI UNTUK MENUNJANG PERKEMBANGAN BATIK KENONGO DAN KEPARIWISATAAN DESA KENONGO**

Promosi memegang peranan penting untuk memperkenalkan potensi-potensi yang dimiliki suatu obyek wisata / atraksi wisata kepada wisatawan. Dalam hal ini batik Kenongo sebagai cinderamata khas dari desa Kenongo. Tetapi tanpa adanya promosi batik Kenongo yang berpotensi itu tidak dapat dikenal, dinikmati dan dibeli oleh wisatawan. Hal ini berkaitan dengan salah satu tujuan dari promosi yaitu memperkenalkan produk wisata seluas mungkin (Salah Wahab, hal 158, Pemasaran Pariwisata ).

Dengan adanya promosi yang gencar dan berkesinambungan ini maka ada dua hal yang dapat dicapai yaitu memperkenalkan batik Kenongo kepada masyarakat luas dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke desa Kenongo. Dalam usaha mempromosikan ini yang bisa dilakukan adalah :

### **2.1 Melalui Unsur Media Cetak yaitu Pembuatan Brosur**

Hal ini dimaksudkan penulis agar lebih banyak wisatawan yang mengetahui tentang keberadaan batik Kenongo dan desa Kenongo sebagai penghasilnya. Brosur-brosur tentang Sidoarjo yang dijadikan satu dengan batik dan desa Kenongo atau bila memungkinkan brosur batik Kenongo

sendiri disebarakan ke berbagai daerah melalui pameran-pameran, toko-toko cinderamata, travel agent, hotel-hotel atau perusahaan-perusahaan yang dianggap berpeluang dan para pelanggan untuk memberitahukan apabila ada perkembangan batik dengan motif yang baru dibuat. Dengan demikian akan banyak wisatawan dari berbagai daerah yang tertarik berkunjung ke desa ini. Pembuatan brosur ini bisa berbentuk leaflet (berbentuk brosur lipat), flyer (brosur berbentuk selebaran), pamflet (brosur berbentuk seperti poster) dan booklet (brosur berbentuk seperti buku). Untuk menghemat pembuatan brosur maka kertas brow yang dibuat dapat menggunakan jenis art paper dan agar hasil yang didapat lebih lengkap maka lebih baik apabila brosur dibuat berupa brosur leaflet (brosur lipat). Pada tiap brosur yang dibuat dilengkapi dengan gambar-gambar motif batik Kenongo bisa gambar kain batik Kenongo itu sendiri maupun dapat diambil dari peragaan-peragaan busana yang pernah ada, dengan menyebutkan spesifikasi batik tersebut, kualitasnya bagaimana, kelebihan atau keunggulannya dari batik lam dan juga dilengkapi peta Sidoarjo. Selain brosur, keberadaan desa ini beserta kekhasannya sebagai desa penghasil batik Kenongo dapat juga dimasukkan ke dalam majalah-majalah pariwisata seperti : Pesona Wisata, Majalah Panorama, Travel Club dan sebagainya. Sedangkan untuk meningkatkan aktivitas pariwisata di Sidoarjo, khususnya untuk berkunjung ke desa Kenongo, kecamatan Tula- ngan harus disertai dengan usaha-usaha penyebarluasan atau pengenalan oleh pemerintah daerah Surabaya maupun Sidoarjo melalui pemasangan gambar-gambar atau poster-poster di stasiun kereta api, terminal bus atau kantor pos. Kegiatan periklanan atau promosi juga harus didu-

kung dengan penyediaan sarana dan prasarana transportasi, keamanan, akomodasi dan komunikasi, sehingga kenaikan jumlah wisatawan sebagai salah satu faktor untuk memasarkan produk batik Kenongo tidak menimbulkan masalah dan sudah dipersiapkan sebelumnya.

## **2.2 Kerjasama dengan Biro Perialanan Umum**

Menurut penulis, untuk mempromosikan keberadaan desa Kenongo sebagai penghasil batik perlu adanya kerjasama dengan biro-biro perjalanan. Potensi desa ini untuk dikunjungi cukup besar karena letaknya yang bersebelahan dengan desa Tanggulangin penghasil kerajinan kulit, kira-kira 9 kilometer. Apabila kerjasama ini terjalin maka biro-biro perjalanan akan dapat memasukkan desa ini ke dalam perjalanan mereka sebagai salah satu obyek baru yang menarik untuk dikunjungi wisatawan.

Di sini penulis member-i masukan agar BPU membuat suatu paket perjalanan dimulai dari Surabaya menuju ke Sidoarjo dengan tujuan pertama desa Kenongo untuk melihat pembuatan batik - ke desa Tanggulangin untuk berbelanja tas kulit - kembali ke Surabaya. Apabila Dinas Pariwisata Daerah tingkat II kabupaten Sidoarjo ini sudah menjalin kerjasama dengan Biro-Biro Perjalanan Umum, tentunya desa ini bisa menjadi salah satu obyek yang dimasukkan ke dalam paket tersebut. Hal ini tentunya akan dapat meningkatkan kepariwisataan di desa ini. Juga keberadaan desa ini semakin dikenal baik oleh wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara.

### **2.3 Kerjasama Antar Instansi**

Selain itu menurut penulis strategi pengembangan batik Kenongo tidak terlepas dari strategi pengembangan pasar wisata di Daerah Tingkat I Jawa Timur dan merupakan kegiatan yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Kadang-kadang keterkaitan itu tidak hanya antar aktifitas, tetapi juga antar lembaga (kanwil dan departemen), bahkan dapat juga antar daerah, misalnya kota Sidoarjo dengan kota Surabaya sebagai kota metropolitan. Kerjasama yang mencakup keterkaitan antar instansi, misalnya :

#### ***1. Keterkaitan antar kanwil dengan departemen, misalnya***

- Kantor departemen perindustrian Jawa Timur maupun Sidoarjo memberikan pengarahannya secara langsung kepada “*kreaitif*” batik Kenongo baik dalam bentuk motif, desain serta kualitas yang sesuai dengan perkembangan selera konsumen tanpa meninggalkan ciri khas Sidoarjo, agar “*kreaitif*” batik Kenongo dapat member&an pengarahannya secara langsung kepada para pembatik asuhannya.
- Kantor departemen perdagangan Jawa Timur diharapkan ikut memasarkan dengan mengikutsertakan batik Kenongo andaikata ada pameran di luar negeri

#### ***2. Keterkaitan antar daerah, misalnya :***

- Beberapa daerah harus bekerjasama dalam mempromosikan obyek dan daya tarik wisatanya masing-masing. Kadang-kadang ada obyek dan daya tarik wisata yang hanya dapat dikelola / dipromosikan dengan baik oleh dua daerah yang berdekatan, misalnya : Sidoarjo banyak memiliki jenis makanan dan barang-barang kerajinan yang ber-

fungsi sebagai cinderamata khas Sidoarjo, dalam hal ini adalah batik Kenongo. Sedangkan wisatawan yang berkunjung ke Jawa Timur, dalam hal ini Surabaya sebagai pintu gerbang masuknya wisatawan ke Jawa Timur kurang memiliki cinderamata khas Surabaya. Maka kota Surabaya dapat ikut mempromosikan dan memasarkan batik Kenongo kepada para wisatawan yang datang ke Surabaya, misalnya melalui hotel-hotel berbintang yang ada di Surabaya yaitu dengan penyebaran / pembagian brosur juga melalui paket city tour Surabaya yang memasukkan Tanggulangin dan desa Kenongo sebagai obyek wisatanya.

#### **2.4 Sarana Promosi Lain**

Selain hal-hal diatas, kegiatan-kegiatan yang perlu dilakukan untuk mengembangkan dan mempromosikan hasil kerajinan batik Kenongo dari desa Kenongo antara lain sebagai berikut :

- Pada saat ini kerajinan batik Kenongo dari desa Kenongo sudah mulai disebarluaskan kepada masyarakat disekitar kota Sidoarjo, bahkan sudah ikut dipromosikan di Pekan Budaya Jawa Timur tahun 1997 yang diselenggarakan di kota Malang. Namun penyebarluasan ini masih perlu ditingkatkan lagi, sebab masih banyak masyarakat yang seharusnya menjadi wisatawan domestik potensial belum banyak terpicat oleh batik Kenongo. Mereka harus dibuat tertarik dan merasa membutuhkannya apabila berkunjung ke Jawa Timur. Untuk menjadikan batik Kenongo sebagai cinderamata yang dibutuhkan oleh wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Jawa Timur

dapat dilakukan berbagai cara diantaranya :

- Penyebarluasan informasi melalui media massa, misalnya koran, majalah, radio dan televisi.
- Pemasangan papan-papan reklame di pinggir-pinggir jalan di Surabaya maupun Sidoarjo. Papan reklame di Sidoarjo dapat dibuat dalam bentuk iklan bando dengan slogan “Selamat Datang Di Kota Delta” atau “Selamat Datang Di Kota Batik” atas kerjasama batik Kenongo Sidoarjo. Untuk papan reklame di Sidoarjo diharapkan bantuan dan ijin dari DISPARDA tingkat II kabupaten Sidoarjo bagian perekonomian. Sedangkan untuk di Surabaya dapat diletakkan dekat pintu gerbang Want-Surabaya dengan slogan “Pesona Batik Kenongo Sidoarjo Adalah Bagian Dari Cermin Nuansa Kota Surabaya”. Untuk pemasangan papan iklan di kota Surabaya diharapkan bantuan dan ijin dari DISPARDA kotamadya tingkat II Surabaya.

Selain itu, ikut dalam berbagai pameran juga sangat membantu dalam mempromosikan hasil kerajinan ini, terutama pameran-pameran yang diselenggarakan baik itu di dalam negeri maupun luar negeri. Pameran di dalam negeri, yang dapat diikuti di kota besar seperti Jakarta dan Surabaya, misalnya Surabaya Trade Fair, program unggulan produk Jawa timur di Balai Pemuda Surabaya, dan lain-lain sehingga keberadaannya dapat diketahui oleh daerah-daerah lain di Indonesia.

Sedangkan untuk keperluan promosi di luar negeri, batik Kenongo dapat mengikutsertakan produknya pada pameran produk Indonesia, yang diselenggarakan oleh pemerintah di luar negeri, selain itu dengan ijin pemerintah batik Kenongo dapat memperkenalkan produknya me-

lalui putra-putri Indonesia yang menjadi duta / utusan Indonesia dalam berbagai bidang, misalnya misi kesenian, olahraga, diplomatik dan lain-lain di luar negeri yaitu dengan membuatkan busana dengan bahan batik Kenongo tmtuk dipakai pada acara-acara khusus yang harus dihadiri oleh duta-duta tersebut.

### **3. UPAYA YANG DILAKUKAN PEMERINTAH UNTUK MEMPERKENALKAN BATIK KENONGO KEPADA MASYARAKAT LUAS**

Upaya-upaya yang telah dilakukan pemerintah dalam mempromosikan batik Kenongo ini serta keberadaan desa ini sebagai penghasil batik, antara lain :

- Dengan memperbaiki jalan. Untuk mencapai desa ini sangat mudah mengingat letaknya yang bersebelahan dengan desa Tanggulangin penghasil kerajinan kulit, jika sudah memasuki desa Tanggulangin tinggal berjalan lurus tidak perlu berbelok-belok dan setelah kira-kira 9 kilometer maka akan memasuki desa Kenongo. Jalan yang dilewati sudah beraspal dan relatif datar dengan suasana pedesaan yang tenang dan jalannya masih sepi belum banyak kendaraan yang lewat.
- Menggunakan busana batik Kenongo pada peristiwa-peristiwa tertentu seperti hari Aksara, hari Anak Nasional, dan lain-lain
- Memberi kemudahan dengan mengikutsertakan dalam pameran-pameran batik dalam negeri yang diselenggarakan Yayasan Batik Indonesia.
- Mengundang pada acara Coffe Morning di Istana Jakarta untuk peragaan busana
- Mengundang team batik Kenongo untuk ikut berpartisipasi memamerkan

batik Kenongo dalam pesta seni KIDI (Kerajinan Indonesia Dalam Interior) yang diadakan setiap tahun di Jakarta

- Mengundang team batik Kenogo pada tanggal 18 desember 1997 untuk memperkenalkan batik Kenongo di gedung GRAHADI dalam rangka kunjungan pemerintah Belanda ke Indonesia. (Jawa Pos, 20 Desember 1997, hal 11, ko13)
- Mengikutsertakan dalam pameran-pameran pariwisata di luar negeri melalui BPEN (Badan Pengembangan Export Nasional) seperti di Australia, Belanda, dan sebagainya.

Sedangkan rencana jangka panjang dari pemerintah bekerjasama dengan pemda Sidoarjo memasukkan kunjungan ke pabrik udang SEKAR group, wisata perikanan tambak bandeng, desa Tanggulangin dan yang terakhir kunjungan ke desa Kenongo dalam rangkaian paket tour Sidoarjo.