

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada setiap negara berkembang salah satu hal yang menjadi prioritas utama dalam melaksanakan kegiatan negaranya yaitu pembangunan nasional, begitu pula halnya dengan negara Indonesia. Salah satu hal yang diperhatikan dalam pembangunan nasional di Indonesia adalah di bidang ekonomi. Untuk mewujudkan pembangunan nasional di bidang ekonomi bukan hanya menjadi tanggungjawab dari pemerintah pusat tetapi juga tanggungjawab dari pemerintah daerah.

Perekonomian saat ini berubah dengan sangat pesat karena di pengaruhi perkembangan teknologi yang semakin maju. Dan adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) ini bisa menjadikan sebuah tantangan, peluang, dan harapan untuk pengusaha. Sehingga para pelaku bisnis ini dituntut untuk mampu mengembangkan usaha dengan meningkatkan hasil produksi namun tidak meninggalkan mutu produknya. Pelaku bisnis juga harus mampu bertahan dengan membangun dan menetapkan sebuah strategi yang tepat dalam memasarkan produknya dalam persaingan yang ada. Dan setiap pelaku bisnis harus mampu beradaptasi dengan pola perubahan agar tetap kompetitif.

Cool et al (1999) menjelaskan bahwa persaingan kompetitif dapat berpengaruh besar terhadap profitabilitas perusahaan. Ketika persaingan dalam industri meningkat, rata-rata profitabilitas perusahaan yang bersaing di industri menurun. Persaingan usaha memaksa para pelaku usaha yang ada didalamnya untuk memiliki

keunggulan dan strategi dalam bersaing agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan.

Hasil studi yang dilakukan oleh Hadiyati (2008) yang menyatakan bahwa faktor – faktor lingkungan yang dibedakan dalam faktor internal dan eksternal baik langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap strategi daya saing. Oleh karena itu, daya saing sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam menerapkan inovasi produk kedalam aktivitas strategi yang akan menentukan tujuan dan penciptaan kinerja secara superior (Hui Li, et al., 2009). Maka perusahaan semakin menyadari bahwa salah satu kunci kesuksesan mereka dalam memasarkan produknya adalah dengan menawarkan produk yang memiliki nilai lebih jika dibandingkan produk-produk pesaing.

Pengembangan produk strategi inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan. Karena kondisi persaingan yang makin kompetitif, lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi, dan permintaan konsumen, menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam memformulasikan strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup dan daya saing perusahaan. Perusahaan yang melakukan inovasi yang akan terus menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreasi, model dan penampilan produk yang baru. Tapi perusahaan yang tidak melakukan sebuah inovasi produk akan mati. Inovasi produk adalah salah satu cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya, merupakan cara terpenting bagi perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan mencapai keunggulan kompetitif.

Pasar global tidak hanya menghasilkan persaingan yang lebih ketat tapi juga lebih tidak berpola dan kompleks dengan diwarnai perkembangan teknologi informasi yang pesat, sebagai pasar persaingan sempurna (Ellitan & Anatan,2009:2). Era globalisasi yang

penuh dengan persaingan, kompleks dan dinamis, upaya pengembangan usaha kecil dan menengah merupakan sebuah keharusan. Keberadaan industri kecil yang semakin banyak tersebar di semua daerah perlu terus dipertahankan dan dikembangkan karena mampu memberi kesempatan peluang kerja di daerah sekaligus pemerataan pembangunan.

Batik merupakan salah satu karya seni bangsa Indonesia yang sampai sekarang masih tetap eksis dan terus digunakan dan bahkan penggunaan batik terus berkembang tidak hanya sebagai kain atau sarung saja tetapi juga digunakan untuk berbagai keperluan rumah tangga yang mempunyai dampak terhadap industri lain secara luas. Industri perbatikan telah berkembang pesat yang disebabkan oleh kesadaran masyarakat untuk menggunakan batik sebagai bagian dari kehidupan di berbagai kepentingan serta pembentukan ciri-ciri bangsa Indonesia.

Tujuan utama didirikan industri kecil adalah untuk menciptakan pemerataan pendapatan masyarakat serta menumbuhkan kemampuan dan kemandirian berusaha. Industri kecil yang merupakan UMKM, salah satunya adalah industri batik yang ada di Indonesia. Industri ini dirintis dari industri rumah tangga yang kemudian berkembang menjadi industri yang dapat mengenalkan negara Indonesia ke mancanegara. UNESCO secara resmi mengakui batik Indonesia, dengan dimasukkannya ke dalam 'Daftar Representatif sebagai Budaya Tak-benda Warisan Manusia' (Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity) pengumuman resminya di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab, pada tanggal 2 Oktober 2009.

Kini industri batik menjadi salah satu pendorong pertumbuhan perekonomian kreatif yang mampu menyerap banyak tenaga kerja dan mendorong perkembangan industri. Batik telah menjadi kehidupan

bangsa Indonesia yang berskala internasional. Di Indonesia terdapat lebih dari 48.000 industri batik yang sebagian besar berskala kecil menengah dengan memperkerjakan bagi sekitar 792.285 tenaga kerja (Kompas, 6 Maret 2010). Hampir setiap wilayah di Indonesia memiliki kerajinan batik yang tersebar di berbagai sentra industri kerajinan yang bersifat rumah tangga, salah satunya adalah Kota Semarang merupakan kota yang mempunyai keanekaragaman budaya dan potensi wilayah yang dimiliki bisa mengembangkan pariwisata yang dijadikan peluang bisnis untuk mensejahterakan masyarakatnya, sehingga membuat Semarang semakin dikenal.

Industri batik di Semarang mencapai 107 buah, dengan jumlah perajin sebanyak 800 orang. Batik Semarang pernah jaya pada awal abad ke-20 hingga tahun 1980-an. Pada awal abad ke-20 ada perusahaan batik "Batikkerij Tan Kong Tien" yang cukup ternama pada waktu itu, kemudian pada tahun 1980-an ada perusahaan batik "Sri Retno" yang cukup penting bagi industri batik di Kota Semarang. "Setelah itu, batik semarang seolah lenyap karena terdesak batik printing. Baru sekitar tahun 2005 ada Batik Semarang yang kembali memproduksi batik Semarang,".

Motif batik semarang juga mengembangkan motif sendiri sesuai ikon-ikon Kota Semarang seperti ceplok kampung melayur yang diambil dari motif sekat masjid di Kampung Melayu, blekok srongdol, asem arang, lawang sewu. Sehingga di Kota Semarang ini terdapat Kampung Batik sebagai pusat batik di Kota Semarang.

**Tabel 1.1**  
**Data Usaha Batik**  
**Di Kampung Batik Semarang**

No	Nama Usaha	Jenis Usaha	Alamat
1	Batik Lukis Djago	Batik Lukis	Kp.Batik Tengah N0.488 Rt: 004 Rw: 002
2	Batik Figa	Batik Tulis Dan Cap , Tas Batik,Sepatu Batik,Pakaian Jadi	Kp.Batik Malang No.673 Rt: 5 Rw: 2
3	Elly Batik	Batik Cap Dan Batik Tulis	Kp. Batik Gayam 36 B Rt: 5 Rw: 2
4	Cinta Batik Semarang	Batik Tulis & Cap Motif Semarangan,Souvenir Batik,Fashion	Kp. Batik Gedong No.430 Rt: 2 Rw: 2
5	Batik Nur Ayumi	Baju,Kerudung,Hem,Kain	Jl.Kp Batik Gedong 415 Rt: 002 Rw: 002
6	Batik Handayani	Batik Tulis, Batik Cap	Jl. Batik Krajan N0.611 Rt: 7 Rw: 2
7	Kebon Batik	Batik Cap,Tulis,Kain Dan Baju Jadi	Jl.Rejosari Vi/28 Rt: 006 Rw: 010
8	Batik Umi Nuraini	Menjahit Pakaian	Kp. Batik Gedong No. 425 Rt: 002 Rw: 002
9	Batik Pasha	Batik Tulis, Batik Cap,Tas	Rejosari 8/11 RT: 8 RW: 10
10	Eko Batik	Batik Tulis Dan Cap , Tas Batik,Sepatu Batik,Pakaian Jadi	Jl.Kp Batik Gedong 415 Rt: 002 Rw: 002

11	Ngesti Pandawa 2	Batik Cap Dan Batik Tulis	Kp. Batik Gayam 36 B Rt: 5 Rw: 2
12	Rusyda Batik	Batik Tulis Dan Cap , Tas Batik, Sepatu Batik, Pakaian Jadi	Kp. Batik Malang No.673 Rt: 5 Rw: 2
13	Batik Temawon	Baju, Kerudung, Hem, Kain	Jl. Kp Batik Gedong 415 Rt: 002 Rw: 002
14	Batik Balqis	Batik Tulis & Cap Motif Semarangan, Souvenir Batik, Fashion	Kp. Batik Gedong No.430 Rt: 2 Rw: 2

Sumber : Pemerintah Kota Semarang pada tahun 2019

Hasil inovasi model baju yang modern dipadukan dengan motif yang unik dan menarik beranekaragam akan membuat tidak akan bosan untuk memakainya sehingga perlu adanya inovasi produk batik. Keunikan motif batik di setiap daerah berbeda-beda, hal itu menunjukkan sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi pariwisata dari keanekaragaman batik Semarangan untuk menarik wisatawan dan dapat dimanfaatkan untuk peluang bisnis untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Semarang khususnya yang ada di kampung batik.

Kampung batik kini kembali moncer sebagai kawasan kunjungan wisata di Kota Semarang, selain tumbuh para perajin batik yang membuka usaha art shop, toko khusus kain batik juga menjadi arena

belajar membatik. Kampung juga sekaligus menjadi arena pemotretan karena banyak lokasi-lokasi menarik dengan mural di tembok rumah warga. Seiring dengan perkembangan Kampung Batik Semarang, cukup menarik di sini ialah motif dan corak khas batik Semarangan yang ikut terpopulerkan yang diproduksi secara khusus para perajin di kampung ini.

Batik mempunyai banyak keunikan dan tertarik pada perkembangan batik, khususnya batik Semarang walaupun batik bukan kebutuhan primer seperti makanan tapi batik termasuk kebutuhan sekunder yaitu pakaian. Baju batik biasanya dipakai pada acara formal ataupun semi formal, walau bukan untuk pakaian sehari-hari tapi ketika memakainya mempunyai prestise tersendiri. Prestise tersebut membuat orang suka memakainya, terkadang seseorang membutuhkan baju batik untuk acara tertentu. Batik bisa dipakai di semua golongan, bukan terlihat tua tapi dengan model yang classic bisa juga dengan model yang modern di usia remaja sehingga terlihat modis memaka batik dan semakin banyak orang memakai batik. Batik dengan model yang modern sehingga terlihat modis merupakan hasil inovasi atau perubahan batik yang semakin diminati banyak orang karena bisa memakai batik dalam acara apapun bukan hanya acara formal tapi acara yang casual.

Seluruh komponen masyarakat bersama pemerintah melakukan langkah-langkah secara berkesinambungan untuk perlindungan termasuk peningkatan kesadaran akan pentingnya budaya bangsa yang salah satunya adalah Batik, yang telah diakui oleh dunia internasional. Keunikan motif batik disetiap daerah berbeda-beda, hal itu menunjukkan sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi pariwisata dari keanekaragaman kampung batik Semarang untuk menarik wisatawan

dan dapat dimanfaatkan untuk peluang bisnis untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Semarang. Oleh karena itu saat ini di beberapa kota besar di Indonesia menerapkan program Sadar Batik dengan memakai batik setiap hari tertentu, hal tersebut dilakukan dari berbagai lapisan masyarakat mulai dari pegawai pemerintah, karyawan swasta, mahasiswa, pelajar, dan masyarakat umum.

Bahkan untuk lebih mengenalkan/mempromosikan sekaligus mempertahankan batik itu sendiri, banyak pengusaha-pengusaha batik yang membuka diri memberikan kesempatan kepada pelajar atau masyarakat umum untuk belajar membatik di workshopnya (Adi 2002). Kendala salah satunya dari program ini adalah jarak tempuh antara sekolah/tempat tinggal dengan sentra-sentra batik cukup jauh sehingga terkendala di sarana transportasi atau biaya menjadi mahal.

Kemampuan untuk memecahkan masalah dan memanfaatkan peluang didasari sifat kreatif dari pengelolanya. Tindakan yang ditempuh oleh orang-orang kreatif adalah menciptakan gagasan baru dan menemukan cara-cara baru dalam menyikapi masalah dan peluang yang ada. Apabila pemikiran-pemikiran yang kreatif tadi diterapkan dalam aktivitas bisnisnya maka akan menghasilkan inovasi. Proses produksi batik kini telah bergeser dari yang sifatnya teknis ke kreativitas, karena kualitas dan daya tarik batik terfokus pada motif. Motif batik bisa pada jenis bahan yang digunakan, pola, tata warna, ciri-ciri dan atau pengembangan.

Oleh karena itu, berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berjudul **“INOVASI PRODUK BATIK SEMARANGAN DI KAMPUNG BATIK SEMARANG”**.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang terjadi adalah Bagaimana inovasi produk pada Batik Semarangan di Kampung Batik Semarang ?

## 1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi produk pada Batik Semarangan di Kampung Batik Semarang yang di ukur dengan Inovasi Berbasis Modulasi, Inovasi Berbasis Ukuran, Inovasi Berbasis Kemasan, Inovasi Berbasis Desain, Inovasi Berbasis Bahan Komplementer, dan Inovasi Berbasis Pengurangan Upaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan informasi bagi pemilik usaha batik di kampung batik Semarang mengenai inovasi produk.

### 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pembaca dan menjadi tambahan literatur serta bukti empiris penelitian dengan topik serupa di masa mendatang.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini membahas tentang konsep teoritis sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan yang merupakan hasil studi pustaka, kerangka pikir, dan definisi operasional.

**BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi objek dan lokasi penelitian; populasi, sampel, dan teknik sampling; metode pengumpulan data yang terdiri dari jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan validitas dan reliabilitas instrumen; dan analisis data yang terdiri dari alat analisis data.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas gambaran umum obyek penelitian, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

