

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha batik di Kampung Batik Semarang yang berjumlah 14 orang. Peneliti memperoleh data mengenai usia, jenis kelamin, dan Pendidikan yang diperoleh oleh responden melalui kuesioner yang telah disebar. Dari data tersebut maka dapat diketahui gambaran responden secara umum yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1 usia dan jenis kelamin

		JENIS KELAMIN		TOTAL
		WANITA	PRIA	
USIA	20-30	1 7,15%	1 7,15%	2 14,3%
	31-40	2 14,3%	1 7,1%	3 21,4%
	41-50	2 14,3%	0 0,0%	2 14,3%
	>50	3 21,4%	4 28,6%	7 50,0%
TOTAL		8 57,1%	6 42,9%	14 100%

Tabel di atas menunjukkan gambaran responden berdasarkan usia dan jenis kelamin. Berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden paling banyak adalah wanita yang berjumlah 8 orang, sedangkan responden pria hanya berjumlah 6 orang. Kemudian berdasarkan usia dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berusia >50 tahun yaitu sebanyak 7 orang yang terdiri dari 4 orang pria dan 3 orang wanita.

Tabel 4.2 usia dan Pendidikan

		PENDIDIKAN				TOTAL
		SMA	SMK	D3	S1	
USIA	20-30	0 0,0%	0 0,0%	0 0,0%	2 14,3%	2 14,3%
	31-40	2 14,3%	0 0,0%	1 7,15%	0 0,0%	3 21,4%
	41-50	0 0,0%	0 0,0%	1 7,15%	1 7,15%	2 14,3%
	>50	5 35,7%	1 7,1%	0 0,0%	1 7,15%	7 50,0%
TOTAL		7 50,0%	1 7,1%	2 14,3%	4 28,6%	14 100%

Tabel di atas menunjukkan gambaran responden berdasarkan usia dan pendidikan. Berdasarkan usia dapat diketahui bahwa responden paling banyak berusia >50 tahun yang berjumlah 7 orang, sedangkan responden yang berusia 20-30 tahun berjumlah 2 orang, 31-40 tahun berjumlah 3 orang, dan berusia 41-50 tahun berjumlah 2 orang. Kemudian berdasarkan pendidikan dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berpendidikan SMA yaitu sebanyak 7 orang yang terdiri dari 2 orang berusia 31-40 tahun, dan 5 orang berusia >50 tahun.

Tabel 4.3 Jenis kelamin dan Pendidikan

		PENDIDIKAN				TOTAL
		SMA	SMK	D3	S1	
Jenis Kelamin	Wanita	3 21,4%	1 7,1%	2 14,3%	2 14,3%	8 57,1%
	Pria	4 28,6%	0 0,0%	0 0,0%	2 14,3%	6 42,9%
Total		7 50,00%	1 7,1%	2 14,3%	4 28,6%	14 100%

Tabel di atas menunjukkan gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dan pendidikan. Berdasarkan pendidikan dapat diketahui bahwa responden paling banyak berpendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) yang berjumlah 7 orang, kemudian responden yang berpendidikan SMK berjumlah 1 orang, sedangkan responden yang berpendidikan diploma berjumlah 2 orang dan responden yang berpendidikan sarjana (S1) berjumlah 4 orang. Kemudian berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 8 orang yang terdiri dari 3 orang berpendidikan SMA, 1 orang berpendidikan SMK, 2 orang berpendidikan diploma (D3), dan 2 orang berpendidikan sarjana (S1). Kemudian responden yang berjenis kelamin pria sebanyak 6 orang yang terdiri dari 4 orang berpendidikan SMA dan 2 orang berpendidikan S1.

4.2 Analisis Deskriptif

Inovasi merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi tingkat keberhasilan suatu usaha. Inovasi mencerminkan upaya perusahaan untuk terus bersaing dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya guna memperoleh keuntungan. Dalam penelitian ini, inovasi diukur dengan menggunakan beberapa variabel yaitu Inovasi Produk Berbasis Modulasi , Inovasi Produk Berbasis Ukuran, Inovasi Produk Berbasis Kemasan , Inovasi Produk Berbasis Desain , Inovasi Produk Berbasis Bahan Komplementer, Inovasi Produk Berbasis Pengurangan Upaya. Berikut ini merupakan tanggapan responden mengenai inovasi Produk yang terdiri dari Inovasi Produk Berbasis Modulasi , Inovasi Produk Berbasis Ukuran, Inovasi Produk Berbasis Kemasan , Inovasi Produk Berbasis Desain , Inovasi Produk Berbasis Bahan Komplementer, Inovasi Produk Berbasis Pengurangan Upaya pada usaha batik di kampung batik Kota Semarang.

4.2.1 Analisis Deskriptif Inovasi Produk Berbasis Modulasi

Inovasi berbasis modulasi melibatkan perubahan suatu karakteristik dasar dari produk atau jasa, dengan menaikkan atau menurunkan karakteristik tersebut. Kita secara umum mengacu kepada karakteristik-karakteristik fungsional atau fisik. Dalam inovasi modulasi bahwa karakteristik dasar dari produk perlu ditingkatkan dan diturunkan. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis deskriptif mengenai inovasi produk berbasis modulasi yaitu :

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk Berbasis Modulasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
	Inovasi Berbasis Modulasi							
1	Saya dalam membuat batik menggunakan beberapa proses yaitu batik tulis, batik cap dan batik printing yang memiliki kualitas yang berbeda.	3	3	1	2	5		
	Skor	3	6	3	8	25	3,21	Sedang
2	Saya dalam memproduksi batik tidak hanya memproduksi berupa kain batik saja tapi juga memproduksi produk lain seperti baju, taplak	0	0	0	8	6		

meja, seprei,tas,aksesories, dll								
Skor	0	0	0	32	30	4,43	Tinggi	
Rata - rata Inovasi Berbasis Modulasi	3,82						Tinggi	

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa inovasi produk berbasis modulasi yang dilakukan oleh responden dikategorikan tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 3,82. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden melakukan tindakan inovasi produk berbasis modulasi dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan tabel di atas terdapat 5 responden yang sangat setuju, 2 responden setuju, 1 responden netral, 3 responden tidak setuju, 3 responden tidak setuju sehingga terdapat 7 responden yang menciptakan produk batik menggunakan beberapa teknik yaitu teknik batik tulis, batik cap, dan batik printing yang memiliki ciri khas dan kualitas yang berbeda. Selain itu terdapat 8 responden setuju, 6 responden sangat setuju sehingga semua responden dalam memproduksi batik tidak hanya memproduksi berupa kain batik saja tapi juga berupa baju, taplak meja, seprei, dll

Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner terbuka atau open quest dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memproduksi batik dengan menggunakan teknik yang berbeda karna setiap Teknik pembuatan mempunyai kualitas dan harga yang berbeda sehingga dapat menjangkau konsumen dari golongan bawah sampai golongan atas. Karena batik tulis mempunyai kualitas yang sangat baik dan dalam proses pembuatannya

membutuhkan waktu yang cukup lama karena dibuat secara telaten dan hati-hati. Namun batik cap juga memiliki kualitas yang cukup baik namun dalam pembuatannya menggunakan cap plat besi yang sudah berpola / berbentuk khusus. Sedangkan batik printing ini proses pembuatannya menggunakan mesin sehingga waktu proses pembuatan lebih cepat dan mudah sehingga harganya lebih terjangkau di banding batik tulis dan cap.

Selain memproduksi kain batik para pelaku usaha juga mengembangkan atau menginovasi kain batik dengan mengolahnya menjadi produk-produk yang lain yang bisa digunakan untuk sehari-hari seperti kain batik yang di inovasi menjadi gorden yang bermanfaat untuk menutup jendela selain itu kain batik juga bisa di inovasi menjadi taplak meja dan juga kain batik juga bisa di olah menjadi baju, daster, rok, dll yang merupakan kebutuhan primer manusia ini bisa menjadi daya Tarik konsumen dan memperluas pemasaran. Selain itu kain batik juga bisa di inovasi menjadi barang-barang lain seperti tas tangan, tas laptop, tas punggung, sandal, sepatu, dan aksesoris seperti kalung, gelang, ikat rambut, dll. Dengan melakukan inovasi seperti itu produk yang dihasilkan lebih beragam dan menambah daya tarik konsumen dan juga memperluas pasar. Sehingga produksi batik akan meningkat.

4.2.2 Analisis Deskriptif Inovasi Produk Berbasis Ukuran

Inovasi berbasis ukuran adalah peluncuran produk baru ke pasar tanpamengubah apapun keculi volumenya. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis deskriptif mengenai inovasi produk berbasis modulasi yaitu :

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk Berbasis Ukuran

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
	Inovasi Berbasis Ukuran							
3	Saya menambahkan varian ukuran pada produk batik jenis fashion yang tidak hanya menyediakan ukuran s,m,l,xl tapi menambahkan ukuran xs dan xxl.	0	1	0	1	12		
	Skor	0	2	0	4	60	4,71	Tinggi
4	Saya menambahkan varian ukuran seperti regular fit maupun slim fit atau ukuran wanita maupun pria pada produk baju batik.	1	2	1	3	7		
	Skor	1	4	3	12	35	3,93	Tinggi
5	Saya tidak hanya memiliki 1 ukuran saja tapi memiliki berbagi ukuran untuk kain batik yang saya produksi	0	3	0	3	8		

Skor	0	6	0	12	40	4,14	Tinggi
Rata - rata Inovasi Berbasis Ukuran	4,26						Tinggi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa inovasi produk berbasis ukuran yang dilakukan oleh responden dikategorikan tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,26. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden melakukan tindakan inovasi produk berbasis ukuran dalam menjalankan usahanya terdapat 1 responden tidak setuju, 1 responden setuju, 12 responden sangat setuju sehingga hampir semua responden menambah varian ukuran dengan ukuran xs dan xxl pada produk fashionnya. Terdapat 1 responden sangat tidak setuju, 2 responden tidak setuju, 1 responden netral, 3 responden setuju, 7 responden sangat setuju sehingga terdapat 3 responden yang tidak menciptakan varian ukuran seperti regular fit maupun slim fit atau ukuran wanita maupun pria, dan terdapat 10 responden menciptakan varian ukuran seperti regular fit maupun slim fit atau ukuran wanita maupun pria, dan terdapat 3 responden tidak setuju, 3 responden setuju dan 8 responden sangat setuju sehingga terdapat 3 responden yang tidak memiliki berbagai ukuran untuk kain batik yang di produksi dan 11 responden memiliki berbagai ukuran untuk kain batik yang di produksi .

Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner terbuka atau open quest dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memproduksi batik dengan berbagai jenis ukuran. Pada umumnya kegunaan batik secara tradisional dikaitkan dengan upacara adat. Selain itu waktu juga

berkaitan dengan kedudukan si pemakai batik. Beberapa kegunaan atau fungsi batik yaitu Kain Panjang (Tapih, Jarik) adalah kain yang berbentuk empat persegi panjang yang dililitkan mengelilingi pinggang. Panjangnya hingga pergelangan kaki dengan ukuran lebar antara 100 cm hingga 110 cm, sedangkan panjangnya sekitar 250 cm. Sarung juga telah menjadi pakaian khas melayu. Ukuran kain sarung dengan lebar 100 cm sampai 110 cm dan panjang 180 cm hingga 220 cm. Selendang biasanya mempunyai ukuran lebar 45 cm dan panjang 150 cm. Dan untuk ukuran umum kain batik adalah 200-250 cm ini kain untuk dijadikan baju.

Dan berdasarkan jawaban responden diatas mereka juga memiliki berbagai ukuran dalam produksi baju batik (kemeja, dress, daster, dan cardigan). Dan untuk ukuran di bedakan menjadi 2 yaitu ukuran untuk anak-anak dan juga untuk dewasa. Ukuran pada umumnya seperti S,M,L,dan XL. Namun para pelaku usaha melakukan inovasi dengan melihat kebutuhan dari konsumen sehingga para pelaku usaha menambah beberapa ukuran seperti XS bagi konsumen yang berbadan kecil, lalu ukuran di atas XL ada XXL, dll. Sehingga kebutuhan konsumen bisa terpenuhi. Namun tidak hanya itu pelaku usaha juga melakukan inovasi untuk para remaja yang saat ini menyukai baju yang menyesuaikan badan mereka sehingga pelaku usaha juga mengikuti trend saat ini dengan menyediakan baju dengan model slim fit yang saat ini di gemari oleh para remaja. Dan untuk ukuran baju laki-laki dan perempuan juga berbeda karena bentuk bajunya berbeda sehingga ukuran menyesuaikan model baju. Dengan pelaku usaha melakukan inovasi pada ukuran ini akan menjangkau konsumen lebih luas dan menambah minat beli konsumen sehingga akan berdampak pada produksi batik yang akan meningkat.

4.2.3 Analisis Deskriptif Inovasi Produk Berbasis Kemasan

Cara sebuah produk dikemas dapat mengubah persepsi konsumen mengenai manfaat, fungsi, atau alasan konsumsi dari produk atau jasa. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis deskriptif mengenai inovasi produk berbasis modulasi yaitu :

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk Berbasis Kemasan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
	Inovasi Berbasis Kemasan							
6	Saya membuat kemasan yang lebih menarik atau lebih simpel dari kemasan lama.	6	5	2	0	1		
	Skor	6	10	6	0	5	1,92	Rendah
7	Saya memiliki berbagai macam kemasan untuk masing-masing produk batiknya (misalnya kemasan untuk kain batik, kemasan untuk baju, dll)	0	5	0	9	0		
	Skor	0	10	0	36	0	3,29	Sedang

8	Saya memiliki kemasan yang berbeda dari usaha lain dan kemasan yang saya miliki dapat di gunakan kembali (reuse).	6	7	0	0	1		
	Skor	6	14	0	0	5	1,79	Rendah
	Rata - rata Inovasi Berbasis Kemasan	2,33						Rendah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa inovasi produk berbasis kemasan yang dilakukan oleh responden dikategorikan rendah dengan nilai rata-rata sebesar 2,33. Hal ini dikarenakan Sebagian besar responden tidak melakukan tindakan inovasi produk berbasis kemasan dalam menjalankan usahanya. Terdapat 6 responden sangat tidak setuju, 5 responden tidak setuju, 2 responden netral, dan 1 responden sangat setuju sehingga ada 11 responden tidak membuat kemasan yang lebih menarik atau lebih simple dari kemasan lama hanya ada 1 responden yang membuat kemasan lebih menarik dari kemasan sebelumnya. Kemudian terdapat 5 responden tidak setuju, dan 9 responden setuju sehingga sebagian besar responden memiliki berbagai macam kemasan untuk masing-masing produk batiknya (misalnya kemasan untuk kain batik, kemasan untuk baju, dll). Kemudian terdapat 6 responden sangat tidak setuju, 7 responden tidak setuju, dan 1 responden sangat setuju sehingga terdapat 13 responden tidak memiliki kemasan yang dapat di gunakan Kembali dan hanya 1 responden yang memiliki kemasan menarik dan dapat digunakan kembali.

Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner terbuka atau open quest dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memproduksi batik dengan berbagai jenis kemasan. Untuk kemasan batik ada 3 jenis yaitu kemasan primer, kemasan sekunder, dan kemasan tersier. Kemasan primer mengalami kontak langsung dengan produk, bahkan ikut terproses bersama dengan produk. Sedangkan kemasan sekunder dan tersier tidak mengalami kontak langsung dengan produk. Contoh kemasan primer yaitu plastik untuk membungkus baju, kain, maupun produk lain yang kontak langsung dengan produk. Kemasan sekunder menggabungkan produk yang terbungkus kemasan primer atau pembungkus kemasan primer biasanya di gunakan untuk melindungi kemasan primer. Contoh dari kemasan sekunder adalah kardus untuk tempat kain batik bisa tergolong kemasan sekunder. Sedangkan kemasan tersier menggabungkan produk yang terbungkus kemasan sekunder. Contohnya tas kresek atau tas purun sebagai pembungkus setelah kemasan sekunder.

Pada umumnya kemasan yang ada adalah untuk kain, baju, dan produk lain. Sebagian besar responden memiliki kemasan yang sama yaitu menggunakan kotak untuk kemasan kain batik yang di beri cap usaha dan untuk baju batik menggunakan kemasan plastik untuk baju dan kantong plastik untuk setiap pembelian produk. Dan ada responden yang menggunakan kemasan dengan memakai purun sebagai kemasan produknya dengan berbagai ukuran, purun ini merupakan salah satu tanaman sejenis rumput anggota suku teki-teki (Cyperaceae) yang sering dimanfaatkan sebagai bahan anyam-anyaman. Rumput ini tumbuh di paya dan rawa-rawa. Nama-nama daerahnya, di antaranya, purun, purun danau. Ini merupakan salah satu inovasi kemasan dimana kemasan ini

sangat ramah lingkungan dan kemasan ini dapat digunakan Kembali. Selain itu kemasan dari purun ini sangat kreatif dan dapat menarik minat konsumen.

Dengan adanya kemasan tersebut dapat melindungi produk dari kerusakan-kerusakan yang akan terjadi, selain itu untuk memudahkan dalam menyimpan maupun dipasarkan. Selain itu sebagian besar pelaku usaha menggunakan logo / cap nama usaha di setiap kemasan produk dan terdapat informasi lain seperti alamat, no telepon, dll sehingga dapat menambah nilai jual produk, membantu memasarkan produk lebih luas lagi dan menjadi media promosi.

4.2.4 Analisis Deskriptif Inovasi Produk Berbasis Desain

Inovasi berbasis desain adalah inovasi dimana produk, container, atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, tetapi desain atau tampilannya dimodifikasi. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis deskriptif mengenai inovasi produk berbasis modulasi yaitu :

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk Berbasis Desain

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
	Inovasi Berbasis Desain							
9	Saya Menciptakan desain batik dengan motif terbaru atau kekinian agar konsumen tidak	0	0	0	8	6		

	merasa bosan atau merasa motif nya ketinggalan jaman.							
	Skor	0	0	0	32	30	4,43	Tinggi
10	Saya Menciptakan desain batik yang sesuai dengan target pemasaran, seperti batik untuk seirama satu keluarga, berinovasi juga dengan motif khusus anak-anak.	0	2	0	5	7		
	Skor	0	4	0	20	35	4,21	Tinggi
11	Saya Menciptakan motif batik dengan memberikan kombinasi-kombinasi campuran (Tulis dan Cap) agar produk yang dihasilkan lebih menarik	0	0	0	9	5		
	Skor	0	0	0	36	25	4,36	Tinggi
	Rata - rata Inovasi Berbasis Desain	4,33						Tinggi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa inovasi produk berbasis desain yang dilakukan oleh responden dikategorikan tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,33. Hal ini dikarenakan sebagian responden melakukan tindakan inovasi produk berbasis Desain dalam menjalankan usahanya. Terdapat 8 responden setuju, dan 6 responden sangat setuju sehingga semua responden menciptakan desain batik dengan motif terbaru atau kekinian agar konsumen tidak merasa bosan atau merasa motifnya ketinggalan jaman. Kemudian terdapat 2 responden tidak setuju, 5 responden setuju dan 7 responden sangat setuju sehingga terdapat 12 responden yang menciptakan desain batik yang sesuai dengan target pemasaran, seperti batik untuk seirama satu keluarga, berinovasi juga dengan motif khusus anak-anak dan 2 responden tidak menciptakan desain batik yang sesuai dengan target pemasaran, seperti batik untuk seirama satu keluarga, berinovasi juga dengan motif khusus anak-anak, Terdapat 9 responden sangat setuju dan 5 responden setuju sehingga seluruh responden menciptakan motif batik dengan memberikan kombinasi-kombinasi campuran (Tulis dan Cap) agar produk yang dihasilkan lebih menarik.

Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner terbuka atau open quest dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini menerima jasa pembuatan motif batik yang sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Sebagian besar responden telah melakukan inovasi berbasis desain ini karena sebagian besar pelaku usaha dalam menciptakan atau membuat motif-motif batik dengan selalu mengupgrade atau selalu mengikuti perkembangan jaman yang ada atau mengikuti trend motif saat ini. Dan mereka selalu mengembangkan motif-motif yang ada seperti motif batik

semarangan (tugumuda, lawang sewu, warak ngendog, asam,dll).

Selain itu responden dalam menciptakan motif batik melakukan inovasi dengan menyesuaikan target pemasarannya seperti untuk anak-anak responden membuat motif yang sesuai dengan anak-anak sehingga anak-anak akan lebih tertarik saat mengenakan batik. Motif yang diciptakan atau dibuat adalah motif seperti bunga, buah, hewan, cartoon, dll, selain itu untuk anak-anak biasanya menggunakan motif batik yang simple atau sederhana dan menggunakan corak warna yang terang atau colour full yang disukai oleh anak-anak. Sedangkan motif untuk dewasa yaitu motif batik pada umumnya dan sekarang ini menggunakan motif terbaru dengan mengikuti trend yang ada yaitu motif semarangan seperti tugumuda, lawangsewu, warak, asem,dll. Responden dalam membuat motif selalu melakukan inovasi agar tidak ketinggalan jaman.

Sebagian respoden dalam memproduksi batik mereka menggunakan motif campuran. Pada motif campuran ini gabungan antara batik jumput dan batik tulis. Biasanya batik ini di produksi untuk menyasar pasar domestik. Dan batik campuran ini juga merupakan salah satu andalan dari para pengrajin batik untuk meningkatkan daya saing pemasaran batik di tingkat nasional.

4.2.5 Analisis Deskriptif Inovasi Produk Berbasis Bahan Komplementer

Inovasi berbasis komplemen melibatkan penambahan bahan-bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk atau jasa dasar. Berikut ini merupakan tabel hasil analisis deskriptif mengenai inovasi produk berbasis modulasi yaitu :

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk Berbasis Bahan Komplementer

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
	Inovasi Berbasis Bahan Komplementer							
12	Saya Menciptakan produk batik baru menggunakan bahan-bahan yang kualitasnya lebih baik dari sebelumnya sehingga produk batik yang dihasilkan lebih berkualitas.	1	4	1	6	2		
	Skor	1	8	3	24	10	3,29	Sedang
13	Saya Dalam proses produksi batik menyediakan jasa pembuatan desain yang sesuai dengan permintaan konsumen.	0	0	0	7	7		
	Skor	0	0	0	28	35	4,5	Tinggi
	Rata - rata Inovasi Berbasis Bahan Komplementer	3,89						Tinggi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa inovasi produk berbasis bahan komplementer yang dilakukan oleh responden dikategorikan tinggi dengan nilai rata-rata sebesar

3,89. Hal ini dikarenakan sebagian responden melakukan tindakan inovasi produk berbasis bahan komplementer dalam menjalankan usahanya. Terdapat 1 responden sangat tidak setuju, 4 responden tidak setuju, 1 responden netral, 6 responden setuju, 2 responden sangat setuju, sehingga terdapat 5 responden yang tidak menciptakan produk batik baru menggunakan bahan-bahan yang kualitasnya lebih baik dari sebelumnya, dan terdapat 8 responden yang menciptakan produk batik baru menggunakan bahan-bahan yang kualitasnya lebih baik dari sebelumnya sehingga produk batik yang dihasilkan lebih berkualitas dan terdapat 7 responden setuju dan 7 responden sangat setuju sehingga seluruh responden menyediakan jasa pembuatan desain yang sesuai dengan permintaan konsumen.

Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner terbuka atau open quest dapat diketahui bahwa beberapa responden dalam penelitian ini memproduksi batik dengan menggunakan bahan-bahan utama yang lebih berkualitas, seperti yang kita ketahui bahwa bahan utama dalam pembuatan batik adalah kain, malam, dan pewarna batik. Kain untuk pembuatan batik ada cukup banyak jenisnya namun yang sering digunakan oleh responden adalah kain mori. Dan kain mori ini memiliki beberapa jenis sesuai dengan kualitasnya yaitu ada kain mori primisima merupakan salah satu jenis kain yang memiliki kualitas tertinggi, meski daya serapnya kurang. Selain itu bisa juga menggunakan kain mori berjenis prima yang memiliki kualitas sedang dengan benang yang sedikit kasar. Untuk menghemat biaya bisa juga menggunakan kain mori biru yang merupakan kain dengan kualitas rendah dengan tekstur kasar. Selain tiga jenis kain mori tadi responden juga menggunakan bahan untuk batik tulis dengan Kain rayon, Kain Kapas, Kapas

Grey dan bisa juga menggunakan kain sutera. Dan kain sutera ini merupakan kain dengan kualitas yang sangat tinggi dan harganya pun lebih mahal namun hasil yang di jadikan sangat baik di banding kain-kain yang lainnya. Kedua malam / lilin batik ini memiliki fungsi untuk menutupi bagian tertentu agar tidak terkena warna atau bisa disebut sebagai perintang. Yang ketiga adalah pewarna dalam pembuatan batik ini ada terdapat dua zat pewarna yaitu zat pewarna alami dan sintetis/buatan. Dulu kebanyakan responden menggunakan pewarna alami namun itu cukup sulit dan sekarang ini responden lebih banyak menggunakan pewarna sistetis atau buatan dikarenakan lebih mudah didapat, praktis, dan tentunya murah sehingga lebih memudahkan dan mempercepat dalam proses pembuatan batik.

Selain itu para pelaku usaha juga menyediakan fasilitas yang ditawarkan pada konsumen. Salah satu fasilitas yang diberikan respoden pada konsumen adalah menyediakan jasa pembuatan desain, Sebagian besar respoden memiliki fasilitas ini untuk memenuhi keinginan konsumen. Seperti pesanan konsumen untuk membuat seragam kerja,sekolah atau organisasi yang mereka punya logo sendiri untuk bajunya sehingga dengan adanya fasilitas ini maka memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya sesuai dengan yang diinginkan.

4.2.6 Analisis Deskriptif Inovasi Produk Berbasis Pengurangan Upaya

Inovasi berbasis pengurangan upaya tidak merubah produk atau jasa, tetapi menaikkan ukuran dari pasar.Berikut ini merupakan tabel hasil analisis deskriptif mengenai inovasi produk berbasis modulasi yaitu :

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Inovasi Produk Berbasis Pengurangan Upaya

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Total Skor	Kategori
		1	2	3	4	5		
	Inovasi Berbasis Pengurangan Upaya							
14	Saya Memiliki outlet untuk menjual hasil produksi batik agar konsumen lebih mudah untuk mendapatkannya atau membeli	0	0	0	8	6		
	Skor	0	0	0	32	30	4,43	Tinggi
15	Saya Tidak hanya menjual di toko namun juga menjual hasil produksi batik lewat media sosial (WA, Line, Instagram, Shopee, Tokopedia, dll)	4	0	1	4	5		
	Skor	4	0	3	16	25	3,43	Sedang
	Rata - rata Inovasi Berbasis Pengurangan Upaya	3,93						Tinggi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa inovasi produk berbasis pengurangan upaya yang dilakukan oleh

responden dikategorikan sedang dengan nilai rata-rata sebesar 3,93. Hal ini dikarenakan sebagian responden melakukan tindakan inovasi produk berbasis Pengurangan upaya dalam menjalankan usahanya. Terdapat 8 responden setuju dan 6 responden sangat setuju sehingga seluruh responden memiliki outlet untuk menjual hasil produksi batik agar konsumen lebih mudah untuk mendapatkannya atau membeli, dan terdapat 4 responden yang tidak setuju, 1 responden netral, 4 responden setuju, 5 responden sangat setuju. Sehingga terdapat 4 responden yang tidak menjual produknya melalui media social karna hanya menjual di outlet saja dan terdapat 9 responden yang menjual hasil produksi batik tidak hanya di outlet tapi juga melalui media sosial (WA, Line, Instagram, Shopee, Tokopedia, dll).

Berdasarkan jawaban responden pada kuesioner terbuka atau open quest dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki outlet di kampung batik jadi mereka tidak hanya produksi tapi juga membuka toko/outlet untuk menjual produk mereka sehingga memudahkan konsumen dan perjual dalam proses jual beli.

Selain itu responden juga menerima pesanan melalui mempermudah konsumen dalam pemesanan mereka tidak perlu datang ke outlet atau tempat produksi. Sehingga responden telah melakukan inovasi produk berbasis pengurangan upaya.

Tabel 4.10 Rekapitulasi Inovasi Produk

No	Variabel Inovasi Produk	Rata-rata	Kategori
1	Inovasi Poduk Berbasis Modulasi	3,82	Tinggi
2	Inovasi Produk Berbasis Ukuran	4,26	Tinggi
3	Inovasi Produk Berbasis Kemasan	2,33	Rendah
4	Inovasi Produk Berbasis Desain	4,33	Tinggi
5	Inovasi Produk Berbasis Bahan Komplementer	3,89	Tinggi
6	Inovasi Produk Berbasis Pengurangan Upaya	3,93	Tinggi

Berdasarkan tabel diatas dapat kita ketahui bahwa inovasi produk terdapat 6 variabel yaitu inovasi produk berbasis modulasi, inovasi produk berbasis ukuran, inovasi produk berbasis kemasan, inovasi produk berbasis desain, inovasi produk berbasis bahan komplementer, dan inovasi produk berbasis pengurangan upaya. Dan dari 6 variabel tersebut terdapat 5 variabel dengan kategori tinggi yaitu inovasi produk berbasis modulasi, inovasi produk berbasis ukuran, inovasi produk berbasis desain, inovasi produk berbasis bahan komplementer, dan inovasi produk berbasis pengurangan upaya, dikategorikan tinggi karena para pelaku usaha melakukan inovasi produk pada produk batik yang mereka produksi. Namun terdapat 1 variabel yang di kategorikan rendah yaitu inovasi produk berbasis kemasan karena untuk kemasan produk batik mereka tidak melakukan inovasi.

4.3 Pembahasan

Kampung batik berdiri pada tahun 1970 dan hanya bertahan sampai tahun 1980 setelah itu mati total tidak ada aktivitas. Hingga akhirnya pada tahun 2005 mulai ada kegiatan lagi. Dan pada tahun 2008 kampung batik mulai dikenalkan Kembali oleh bapak eko Haryanto yang juga tinggal di kampung batik dan beliau memberikan

pelatihan-pelatihan pembuatan batik. Dan pada tanggal 2 oktober 2009 kampung batik mulai bangkit Kembali saat bertepatan UNESCO menetapkan batik berasal dari negara republik Indonesia. Kampung batik ini merupakan tempat usaha industry batik. Produk batiknya terdiri dari batik tulis, batik cap, dan batik printing yang memiliki ciri

khas batik semarangan. Tempat produksi beberapa usaha berada di kampung batik namun ada juga yang memiliki tempat produksi sendiri di luar kampung batik. Produksi batik secara umum hampir sama, yang membedakan adalah teknik pembuatannya yaitu menggunakan bahan baku pilihan yang terbaik dan peralatan yang memenuhi standart kinerja sehingga membuat produk batik perusahaan ini berkualitas. Ciri khas di kampung batik ini juga melakukan perombakan warna yang berani dan mencolok sehingga banyak konsumen yang menyukai produk ini.

Konsep inovasi produk yang digunakan oleh pelaku usaha di kampung batik dikarenakan tingkat persaingan yang tinggi menjadi pemicu pelaku usaha untuk terus mengadaptasi sumber-sumber inovasi. Jalan atau alur berpikir yang dilakukan oleh pelaku usaha didasarkan dari individualistisnya sendiri, dan konsumen tidak terlibat secara langsung, sehingga ini relevan dengan pernyataan dari Fontana (2011) bahwa salah satu prinsip inovasi adalah harus mengadaptasi pengetahuan dan sumber-sumber inovasi itu dengan usahanya sendiri sehingga tidak satupun perusahaan yang memiliki keterampilan, pengetahuan dan sumberdaya yang cukup untuk melakukan proses inovasi. Menurut Drucker (2002) mengatakan bahwa ada tujuh sumber dasar dari inovasi, tapi yang paling penting sumber inovasi muncul pada diri pelaku usaha. Proses inovasi dari perusahaan akan lebih mengarah pada proses penciptaan suatu produk baru daripada meneruskan atau melanjutkan produk yang sudah ada. Goswami dan Mathew dalam Fontana (2005) mendefinisikan inovasi dalam

beberapa aspek, salah satunya berbicara tentang proses penciptaan produk baru, aspek pergeseran teknologi, paradigma, keterampilan dan struktur pasar. Aspek tersebut yang mempengaruhi strategi perusahaan agar produknya mampu bersaing dipangsa pasar. Berdasarkan fenomena yang terjadi selama penelitian dalam pendekatan Kotler dan Bes (2004) mampu mendukung inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku usaha batik di kampung batik.

Hasilnya menunjukkan bahwa inovasi berbasis modulasi dengan cara menaikkan atau menurunkan karakteristik dasar produk, yaitu perubahan bentuk. Fenomena yang terjadi terdapat pada kualitas bahan utama batik (kain) dan pada perubahan bentuk yang semula berupa kain batik kemudian menjadi baju batik yang siap pakai, dan juga bisa saja kain batik dibuat dalam bentuk lain seperti taplak meja, tirai, seprai dan lain lain. Perusahaan hanya fokus pada produksi kain batik karena membutuhkan proses yang lama. Pemesanan baju batik siap pakai dilakukan dengan memilih kain batik yang akan digunakan kemudian melakukan pengukuran badan dan penentuan model baju agar sesuai yang diinginkan pelanggan.

Inovasi berbasis ukuran yang dilakukan pelaku usaha dengan cara meluncurkan produk baru kepasar tanpa mengubah apapun kecuali ukuran kain. Kebijakan ini memiliki pengaruh pada peningkatan atau penurunan panjang kain. Perusahaan memproduksi sebuah kain batik yang dalam bentuk potongan per meter yang menghasilkan ukuran kain yang berbeda, yaitu semula ukuran dasar kain berupa gulungan kain mori berwarna putih 210 m- 600 m menjadi kain batik berukuran 2.25 m dan 2,5 m per potong. Selain itu untuk produksi baju dalam ukuran yang berbeda yaitu ukuran untuk anak-anak dan dewasa. Ukuran yang disediakan dari XS sampai XXL.

Kemasan merupakan pendukung bentuk luar suatu produk yang membuat penambahan nilai produk tersebut. Penambahan nilai pada

produk disesuaikan dengan jenis produk, misalnya pada produk batik yang berupa kain maka kemasan berupa pembungkus kain sebagai tempat yang mempermudah pelanggan membawanya ketempat tujuan. Penambahan nilai tersebut membuat produk lebih praktis ketika sudah diterima pelanggan Inovasi berbasis kemasan yang dilakukan perusahaan berupa kemasan yang sederhana hanya sebagai tempat kain batik yang dibeli pelanggan. Pelaku usaha tidak membuat kemasan yang khusus atau yang beranekaragam karena pelaku usaha hanya fokus pada produksinya saja. Kemasan produk bermerk nama usaha masing-masing berupa tas kecil untuk kain batik dalam jumlah sedikit dan kemasan kardus untuk kain batik dalam jumlah banyak.

Inovasi berbasis desain adalah inovasi dimana produk atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, tetapi desain atau tampilannya dimodifikasi. Inovasi berbasis desain memperluas target pasar untuk produk. Inovasi produk berbasis desain yang dilakukan pelaku usaha batik di Kampung Batik Semarang adalah dengan mengikuti trend yang sedang diminati oleh para konsumen di Kampung Batik Semarang. ada motif yang sudah dipatenkan akan menambah keanekaragaman batik semarangan yang lebih kreatif dan inovatif yaitu dengan memodifikasi motif batik yang ada dengan motif ikon Semarang Motif tercipta karena adanya ide kreatif dari pencipta motif yang diwujudkan dalam kain batik yang setiap motif mempunyai arti sendiri.

Inovasi berbasis komplemen melibatkan penambahan bahan-bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk dasar. Produk dasar batik yang mendapatkan penambahan bahan komplementer berupa penambahan pada bahan dasar yang digunakan selama produksi Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer yang digunakan perusahaan berupa bahan baku Pemilihan bahan baku kain batik berupa kain mori sebagai kain dasar

batik berwarna putih dalam bentuk gulungan panjang yang di ambil dari Solo, sedangkan pewarna, malam ataupun campuran bahan pembuat kain batik diambil dari Bali dengan kualitas yang bagus agar selama produksi menghasilkan produk yang berkualitas.

Inovasi berbasis pengurangan upaya merupakan usaha perusahaan memotong arus distribusi produk, sehingga konsumen mudah dalam mendapatkan produk tersebut. Pelaku usaha batik melakukan inovasi berbasis pengurangan upaya dalam produksinya dengan melihat faktor lain yang bisa membantu distribusi produk. Faktor lain tersebut bisa berupa menyediakan sarana dan prasarana yang membantu produk untuk dikenal masyarakat dan mudah didapat oleh pelanggan. Inovasi berbasis pengurangan upaya yang dilakukan pelaku usaha berupa Penyediaan galeri, yaitu galeri yang berada di kampung batik dilengkapi dengan fasilitas yang memadai dan galeri shop yang berada di kota Semarang, hal itu bertujuan agar pelanggan mudah mendapatkan produk. Selain itu pelaku usaha juga memanfaatkan media social yang ada untuk mempermudah para pelanggan untuk mendapatkan produk dan Sebagian besar pelaku usaha menggunakan Whatapps sebagai media penjualan.

Berdasarkan analisis tersebut yang paling dominan dilakukan perusahaan dalam produksi kain batik adalah inovasi desain, sedangkan aspek selain inovasi desain, seperti inovasi modulasi, inovasi kemasan, inovasi ukuran, inovasi pengembangan bahan komplementer, dan inovasi pengurangan upaya merupakan aspek pendukung yang dilakukan perusahaan untuk proses produksi dalam mengembangkan usahanya. Inovasi desain dilakukan dengan penciptaan motif baru pada kain batik dan hal tersebut mempengaruhi semakin besarnya kapasitas produksi perusahaan. Motif yang sudah tersentuh inovasi produk lebih beranekaragam dan mampu

mempertahankan loyalitas pelanggan yang akan berdampak pada keuntungan yang akan diperoleh perusahaan.

