



**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP DINAMIKA
INDUSTRI BATIK DI KAMPUNG PESINDON KOTA
PEKALONGAN**

Skripsi

diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Pendidikan Tata Busana

oleh

Ayuning Citra Selaras Wijonarko

NIM. 5401415072

**JURUSAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui pembimbing untuk diajukan ke panitia sidang Ujian Skripsi Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Tata Busana Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang, pada:

Hari : Senin

Tanggal : 4 November 2019

Semarang, 4 November 2019

Dosen Pembimbing



Dra. Sri Endah Wahyuningsih, M.Pd.
NIP. 196805271993032010

]

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ayuning Citra Selaras Wijonarko

NIM : 5401415072

Prodi : Pendidikan Tata Busana

Fakultas : Teknik

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Dinamika Industri Batik Di Kampung Pesindon Kota Pekalongan” disusun berdasarkan hasil penelitian saya dengan arahan dosen pembimbing. Sumber informasi ataupun kutipan yang berasal atau dikutip dari karya diterbitkan tersebut disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini. Skripsi disusun bukan buatan orang lain dan tidak menjiplak karya orang lain, baik seluruhnya maupun sebagian.

Semarang, 4 November 2019

Peneliti



Ayuning Citra Selaras Wijonarko

NIM. 5401415072

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Fashion is part of the daily air and it changes all the time, with all the events. You can even see the approaching of a revolution in clothes. You can see and feel everything in clothes.” —**Diana Vreeland**

“Orang-orang yang berhenti belajar akan menjadi pemilik masa lalu. Orang-orang yang masih terus belajar, akan menjadi pemilik masa depan”
- **Mario Teguh**

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Papa dan mama yang selalu mendukung dan mendoakan.
2. Adik laki laki yang selalu menyayangi dan mendukung.
3. Keluarga besar yang selalu menyayangi dan mendukung langkah saya.
4. Sahabat - sahabat yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
5. Almamater UNNES yang ku banggakan
6. Teman – teman Tata Busana yang selalu menyertaiku

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Ta'ala sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Dinamika Industri Batik Di Kampung Pesindon Kota Pekalongan”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Tata Busana.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Dr. Nur Qudus, M.T., IPM., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan izin dalam pelaksanaan penelitian skripsi ini.
2. Dr. Sri Endah Wahyuningsih, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga dan Dosen Pembimbing saya yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan masukan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Adhi Kusumastuti, S.T., M.T.Ph.D., selaku Dosen Penguji I yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberi bimbingan, arahan, dan masukan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dra. Musdalifah, M.Si., selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberi bimbingan, arahan, dan masukan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamater UNNES serta semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat hingga selesainya skripsi ini.

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi pembaca khususnya dan perkembangan pendidikan pada umumnya.

Semarang, 4 November 2019

Peneliti

Ayuning Citra Selaras Wijonarko

ABSTRAK

Wijonarko, Ayuning Citra Selaras. 2019. “**Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Dinamika Industri Batik Di Kampung Pesindon Kota Pekalongan**”. Skripsi Jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga Fakultas Teknik Universitas Negeri Semarang. Dosen Pembimbing: Dr.Sri Endah Wahyuningsih M.Pd.

Industri batik di kota Pekalongan mengalami penurunan jumlah industri setelah merebaknya teknik sablon atau teknik print dalam menciptakan motif. Tujuan dibuatnya sebagai upaya efisiensi waktu, harga dan jumlah produksi. Batik sablon dijual dengan harga lebih murah sehingga membuat perkembangan batik tradisional sulit berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap dinamika Industri batik di Kota Pekalongan. Yang dimaksud dengan penelitian ini merupakan permasalahan dalam sudut pandang aktivitas yang terjadi pada industri batik di kampung Pesindon, kota Pekalongan yang merupakan salah satu kampung yang telah di sahkan sebagai Kampung Batik di kota Pekalongan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang disusun dengan metode observasi, wawancara, penyebaran kuestioner, dan dokumentasi. Instrumen penelitian ini menggunakan pedoman observasi, pedoman wawancara dan pedoman dokumentasi, sedangkan alat bantu penelitian yang digunakan yaitu peralatan tulis dan kamera. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh industri batik di paguyuban kampung Pesindon. Penelitian diujikan menggunakan bantuan SPSS *for window realease* 21.0. Sampel yang digunakan, dilakukan uji formula penentuan sampel slovin. Uji coba penelitian, dilakukan di kampung Kauman Kota Pekalongan. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi dan angket. Uji coba instrumen menggunakan uji validitas dengan rumus korelasi *product moment* dan uji reliabilitas dengan rumus *alpha cronbach*. Metode analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan *inferensial*. Statistik deskriptif menggunakan tabel distribusi frekuensi, dan grafik distribusi. Statistik inferensial diawali dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian Industri Batik di Kampung Pesindon kota Pekalongan terkait dengan pengaruh hubungan dinamika industri, menghasilkan data sebagai berikut; 1) Terdapat penurunan jumlah industri batik di kampung batik Pesindon. 2) Perkembangan inovasi produk batik di kampung batik Pesindon 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara inovasi produk batik dengan dinamika industri di Kampung batik Pesindon Kota Pekalongan. Kontribusi tersebut menjelaskan bahwa 83,3% menyatakan bahwa inovasi produk batik yang terbentuk baik. Dan 86,7% menyatakan bahwa dinamika industri yang terbentuk baik.

Kata kunci: Dinamika, industri batik Pekalongan, inovasi produk.

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | I |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | II |
| HALAMAN PENGESAHAN | III |
| PERNYATAAN KEASLIAN | IV |
| MOTO DAN PERSEMBAHAN | V |
| KATA PENGANTAR | VI |
| ABSTRAK | VII |
| DAFTAR ISI | VIII |
| DAFTAR TABEL..... | X |
| DAFTAR GAMBAR | XII |
| DAFTAR LAMPIRAN | XIII |
| BAB | |
| I. PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Alasan Pemilihan topik | 5 |
| 1.3 Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.4 Perumusan Masalah | 6 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 7 |
| 1.7 Ruang Lingkup Penelitian | 9 |

| | | |
|---|-------------------------------|-----|
| 1.8 | Sistematika Skripsi | 9 |
| II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TERORITIS | | |
| 2.1 | Kajian Pustaka | 11 |
| 2.3 | Kajian Teori | 12 |
| 2.4 | Kerangka Berpikir | 53 |
| III. METODE PENELITIAN | | |
| 3.1 | Desain Penelitian | 56 |
| 3.2 | Objek Penelitian | 58 |
| 3.3 | Variabel Penelitian | 59 |
| 3.4 | Hipotesis | 60 |
| 3.5 | Instrumen Penelitian | 60 |
| 3.6 | Metode Pengumpulan Data | 64 |
| 3.7 | Metode Analisis Data | 69 |
| IV. HASIL DAN BAHASAN | | |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 74 |
| 4.2 | Pembahasan | 101 |
| V. SIMPULAN DAN SARAN | | |
| 5.1 | Simpulan | 106 |
| 5.2 | Saran | 107 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 110 |
| | LAMPIRAN | 114 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|----------------|
| 3.1 Daftar Pemilik Usaha Batik Di Kampung Batik Kauman..... | 56 |
| 3.2 Hasil Reliabilitas Uji Coba Instrumen | 58 |
| 3.3 Penskoran Jawaban | 62 |
| 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia Pemilik Industri..... | 72 |
| 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Pemilik..... | 73 |
| 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Tahun Berdiri | 74 |
| 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan | 75 |
| 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Usaha | 76 |
| 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Fungsi Tempat Usaha | 77 |
| 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Kepemilikan Tempat..... | 77 |
| 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Modal Usaha | 78 |
| 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Daerah Pemasaran | 79 |
| 4.10 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Produk Batik | 80 |
| 4.11 Distribusi Responden Berdasarkan Bentuk Produk Batik..... | 81 |
| 4.12 Distribusi Responden Berdasarkan Bentuk Jasa | 82 |
| 4.13 Deskripsi Presentasi Inovasi Produk | 83 |
| 4.14 Prsentase Tiap Indikator | 84 |
| 4.15 Deskripsi Presentasi Dinamika Industri | 85 |
| 4.16 Presentase Dinamika Industri..... | 86 |
| 4.17 Uji Normalitas Data | 87 |
| 4.18 Uji Linearitas | 89 |

| | |
|----------------------------|----|
| 4.19 Uji Gletser | 91 |
| 4.20 Uji Hipotesis | 92 |
| 4.20 Uji Determinasi | 93 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | | Halaman |
|--------|--|---------|
| 1 | Gapura Kampung Pesindon | 67 |
| 2 | Denah Lokasi Kampung Pesindon | 68 |
| 3 | Diagram Deskripsi Inovasi Produk | 84 |
| 4 | Diagram Deskripsi Dinamika Industri | 86 |
| 5 | Histogram Uji Normalitas Data | 88 |
| 6 | Histogram Standar Regresi | 88 |
| 7 | Diagram Uji Heterokedasitas | 91 |
| 8 | Jalan utama Kampung Pesindon | 147 |
| 9 | Jalan utama Kampung Pesindon Kota Pekalongan | 147 |
| 10 | Denah Kampung Pesindon | 148 |
| 11 | Showroom Industri Batik Larissa | 148 |
| 12 | Showroom Industri Batik Dannis Art | 148 |
| 13 | Lingkungan Workshop Kampung Pesindon | 149 |
| 14 | Peneliti dan pemilik industri batik Suci..... | 149 |
| 15 | Peneliti dan pemilik industri batik Pawana..... | 150 |
| 16 | Peneliti dan pemilik industri batik Dannis Art..... | 150 |
| 17 | Peneliti dan pemilik industri batik BL..... | 151 |
| 18 | Peneliti dan pemilik industri batik Larissa | 151 |
| 19 | Kegiatan di Kampung Pesindon oleh Paguyuban Batik..... | 152 |
| 20 | Aktivitas di Kampung Pesindon | 152 |
| 21 | Struktur Organisasi Kampung Pesindon | 153 |
| 22 | Proses Batik di Kampung Pesindon..... | 153 |

| | | |
|----|--|-----|
| 23 | Jenis Batik Cap Kombinasi Tulis | 154 |
| 24 | Jenis Batik Cap | 154 |
| 25 | Jenis Batik Tulis | 155 |
| 26 | Jenis Kain bermotif batik (Teknik Print) | 155 |
| 27 | Kegiatan Pameran di Kota Pekalongan | 156 |
| 28 | Kegiatan Pameran di Kota Pekalongan | 156 |
| 29 | Motif batik Larissa Tahun 2017 | 157 |
| 30 | Motif batik Suci Tahun 2017 | 157 |
| 31 | Motif batik BL Putra Tahun 2017 | 158 |
| 32 | Motif batik Suci Tahun 2017 | 158 |
| 33 | Motif batik Larissa Tahun 2018 | 159 |
| 34 | Motif batik Larissa Tahun 2018 | 159 |
| 35 | Motif batik Suci Tahun 2018 | 160 |
| 36 | Motif batik BL Putra Tahun 2018 | 160 |
| 37 | Motif batik Suci Tahun 2018 | 161 |
| 38 | Motif batik BL Putra Tahun 2018 | 161 |
| 39 | Motif batik Larissa Tahun 2019 | 162 |
| 40 | Motif batik Larissa Tahun 2019 | 162 |
| 41 | Motif batik Larissa Tahun 2019 | 163 |
| 42 | Motif batik BL Putra Tahun 2019 | 163 |
| 43 | Motif batik BL Putra Tahun 2019 | 164 |
| 44 | Motif batik BL Putra Tahun 2019 | 164 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|---|---------|
| 1 Kisi-Kisi Instrumen | 107 |
| 2 Surat Permohonan Izin Observasi Sementara | 109 |
| 3 Formulir Usul Topik Skripsi | 110 |
| 4 Formulir Usulan Dosen Pembimbing | 111 |
| 5 Surat Keputusan Dosen Pembimbing | 112 |
| 6 Berita Acara Seminar Proposal | 113 |
| 7 Surat Tugas Penguji Seminar Proposal | 114 |
| 8 Daftar Hadir Dosen Seminar Proposal | 115 |
| 9 Surat Permohonan Izin Penelitian | 116 |
| 10 Formulir Bimbingan Skripsi /TA | 117 |
| 11 Formulir Laporan Selesai Bimbingan Skripsi/ TA | 118 |
| 12 Daftar Nama Responden Uji Coba | 119 |
| 13 Instrumen Penelitian | 108 |
| 14 Hasil Tabulasi Data | 120 |
| 15 Hasil Uji Validitas | 121 |
| 16 Hasil Uji Reliabilitas..... | 122 |
| 17 Daftar Nama Responden Penelitian | 123 |
| Foto hasil dokumentasi | 124 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi industri di Indonesia digambarkan sebagai sektor perdagangan yang mempunyai peranan yang penting. Sektor industri merupakan salah satu sektor ekonomi yang sedang dikembangkan di Indonesia sebagai sektor penggerak kemajuan sektor-sektor ekonomi lainnya (Ratnasari dan Kirwani, 2013). Provinsi Jawa Tengah memiliki sumber alam yang beraneka ragam dan jumlah penduduk mencapai 30 juta jiwa, dengan kondisi demikian potensi usaha untuk berkembang di wilayah Jawa Tengah tinggi. Usaha industri di wilayah Jawa Tengah tersebar pada banyak sektor usaha, antara lain pertanian, industri, perdagangan, pertambangan dan sebagainya.

Sektor usaha unggulan Jawa Tengah adalah sektor usaha tekstil dan garment, khususnya batik. Dokumen sejarah menjelaskan (Wulandari, 2011) batik di Indonesia sudah dikenal sejak abad XVII. Kota Pekalongan memiliki ciri khas yaitu dengan ikon kota batik. Pekalongan adalah sebuah kota di pesisir pantai utara pulau jawa yang mempunyai rentang kehidupan sebagaimana masyarakat masyarakat pesisir yang kental dengan kehidupan niaga. Mata pencaharian penduduknya pun beragam, bukan hanya pada sektor perikanan namun juga dalam sektor kerajinan.

Industri batik di Indonesia umumnya merupakan industri kecil menengah yang menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat. Sebelum krisis moneter

pada tahun 1997 industri kecil menengah ini sempat mengalami kemajuan yang pesat. Beberapa pengusaha batik sempat mengalami masa kejayaan. Apalagi pada tahun 1980-an batik merupakan pakaian resmi yang harus dipakai pada setiap acara kenegaraan ataupun acara resmi lainnya. Sehingga dapat mengenalkan dan meningkatkan citra batik di dunia internasional pada waktu itu. Industri batik di Indonesia tersebar di beberapa daerah di pulau Jawa yang kemudian menjadi nama dari jenis-jenis batik tersebut seperti batik Pekalongan, batik Surakarta, batik Yogya, batik Lasem, batik Cirebon, batik Sragen. Setiap batik dari daerah tersebut memiliki ciri motif yang spesifik (Nurainun, Heriyana & Rasyimah., 2008:124).

Batik memiliki proses yang identik dengan teknik yang diawali dari penggambaran motif hingga pelorodan. Penggambaran motif pada kain menggunakan proses pemalaman dengan penggoresan malam yang ditempakan pada wadah yang bernama canting dan cap. Batik menjadi karya seni budaya bangsa Indonesia yang dikagumi dunia dan patut dilestarikan keberadaannya serta dibudidayakan secara maksimal. Salah satu daerah di Indonesia pengembang batik adalah Kota Pekalongan.

Kota Pekalongan memiliki motto BATIK yang berarti Bersi, Aman, Tertib, Indah, Komunikatif. Sari & Wijaya (2016:2) menyatakan bahwa Pekalongan mendapatkan predikat “Kota Kreatif Dunia” oleh UNESCO pada tanggal 1 Desember 2014 dalam kategori *"craft and folks art"* (kerajinan dan kesenian masyarakat) berdasarkan hasil batiknya. Menurutnya, pada tahun 2014 Kota Pekalongan merupakan satu-satunya kota pertama yang mendapatkan

predikat tersebut, bahkan di Asia Tenggara. (*Republika, 2009*) Sejak diakui batik sebagai warisan budaya tak benda oleh UNESCO, perkembangan industri batik mengalami perkembangan seiring dengan peningkatan permintaan pasar.

Berdasarkan hasil observasi sementara dari dinas Perindustrian pada tanggal 4 April 2019, jumlah Industri batik di Pekalongan pada tahun 2012 berjumlah 634 industri, tahun 2013 berjumlah 860 industri, tahun 2014 berjumlah 861 industri, tahun 2015 berjumlah 878 industri. Data tersebut menunjukkan dari tahun ke tahun meningkat, meskipun begitu data pada tahun 2017 menyebutkan bahwa data mengalami penurunan menjadi 760 industri. Hal ini didukung oleh (Mulyawan B, 2018) industri batik jumlahnya menurun karena dengan adanya teknik sablon menyebabkan sejumlah pengusaha batik di Setono gulung tikar. Batik sablon dijual dengan harga lebih murah sehingga membuat perkembangan batik tradisional menjadi hancur.

Kondisi perekonomian dalam dua tahun terakhir ini, menurut hasil wawancara sementara di Kota Pekalongan tidak mengalami kemajuan. Tingkat persaingan terlebih pada Industri batik saat ini semakin ketat, setiap industri batik harus mampu bertahan hidup meskipun memiliki harapan yang tinggi untuk dapat terus berkembang. Salah satu hal penting yang perlu dilakukan dan diperhatikan oleh setiap industri batik adalah mempertahankan pelanggan yang telah ada, serta terus mencari pelanggan potensial baru agar dapat terus eksis. Sejalan dengan pendapat (Nurainun, Heriyana & Rasyimah.,2008:125) geliat industri batik meredup, dapat dilihat dari berkurangnya usaha-usaha produksi batik dan mengalihkannya pada bidang usaha yang lain.

Kegiatan wisata batik di Pekalongan yang dapat dijadikan wisata edukasi dan berbelanja ialah Kampung Batik Pesindon. Kampung Pesindon merupakan Kampung Batik yang diajukkan langsung oleh warga setempat dengan harapan citra batik akan meningkatkan daya tarik pengunjung dari dalam maupun luar Pekalongan. Letak kampung batik Pesindon sangat strategis yaitu terletak di Jalan Hayam Wuruk, persis disamping monumen. Pesindon menjadi kampung batik dengan sentra pengusaha batik yang masih terus menjadikan sebagai mata pencaharian tempat destinasi wisata kerajinan dan edukasi batik yang menyuguhkan keunikan dan kreasi batik nusantara. Diresmikan pada tanggal 10 April 2010 oleh walikota Pekalongan dr. Basyir Ahmad, Kampung batik Pesindon memiliki 32 industri yang telah menekuni usaha batik secara turun temurun. Hasil karya kampung batik pesindon sendiri memiliki motif dan aplikasi batik yang mengikuti modernisasi zaman.

Inovasi produk adalah aktivitas sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Inovasi produk pada beberapa perusahaan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan. Pentingnya inovasi ini diteliti sebagai upaya industri batik mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan yang ada. Kunci dari inovasi adalah kreativitas dari sumber daya manusia yang menggerakkan industri tersebut. Menurunnya inovasi produk dipengaruhi menurunnya daya kreativitas industri dalam melakukan inovasi.

Berdasarkan uraian dari hasil sementara observasi di kampung batik Pesindon, maka perlu diadakan penelitian mengenai dinamika yang ada dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Dinamika Industri Batik Di Kampung Pesindon Kota Pekalongan.”

1.2 Alasan Pemilihan Topik

Ada beberapa pertimbangan yang mendorong penulis tertarik untuk memilih judul skripsi “Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Dinamika Industri Batik Di Kampung Pesindon Kota Pekalongan.” yaitu:

Pertama, penulis tertarik dengan perkemangan industri batik di Indonesia khususnya di kota Batik, yaitu kota Pekalongan. Pekalongan merupakan kota yang memiliki potensi, baik secara historis, sumber daya alam dan sumber daya manusianya.

Kedua, adanya penetapan “Kota Kreatif Dunia” oleh UNESCO bagi kota Pekalongan dan peresmian sebagai kampung batik di Kampung Pesindon kota Pekalongan. Yang merupakan objek penelitian.

Ketiga, penulis ingin mengetahui lebih lanjut pengaruh dari inovasi produk yang ada dalam perkembangan industri batik, langsung dari kampung mayoritas batik yang sudah dijalankan turun-temurun.

Keempat, penulis ingin mengetahui mengetahui inovasi Produk batik adakah mempengaruhi dinamika Industri di kampung batik Pesindon Kota Pekalongan.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu :

- 1.3.1 Adanya keputusan pemakaian batik dari masing masing kota di Indonesia menyebabkan dinamika industri batik.
- 1.3.2 Banyak pengusaha yang mengalami stagnan maupun penyusutan dalam hal perkembangan batik.
- 1.3.3 Belum maksimalnya yang aktivitas pemasaran warga dikarenakan masih mengandalkan pemerintah dan permodalan.
- 1.3.4 Belum adanya sistem yang pasti dalam mengembangkan batik di Pekalongan.
- 1.3.5 Masih terjadinya persaingan yang tidak sehat terhadap sesama pengusaha batik.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari hasil sementara observasi diatas, maka dapat dirumuskan masalah – masalah :

- 1.4.1 Bagaimana dinamika industri batik di kampung batik Pesindon Kota Pekalongan saat ini?
- 1.4.2 Bagaimana inovasi Produk batik di kampung batik Pesindon Kota Pekalongan saat ini?
- 1.4.3 Bagaimana inovasi Produk batik mempengaruhi dinamika Industri di kampung batik Pesindon Kota Pekalongan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- 1.5.1 Untuk mengetahui dinamika industri batik di kampung batik Pesindon Kota Pekalongan saat ini.
- 1.5.2 Untuk mengetahui inovasi Produk batik di kampung batik Pesindon Kota Pekalongan saat ini.
- 1.5.3 Untuk mengetahui inovasi Produk batik adakah mempengaruhi dinamika Industri di kampung batik Pesindon Kota Pekalongan.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat penelitian sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- 1.6.1.1 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gagasan pemikiran yang cukup penting bagi pengembangan ilmu yang berkaitan dengan dunia pendidikan & industri batik.
- 1.6.1.2 Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi pihak perusahaan industri batik dalam usahanya meningkatkan kinerja pemasaran dan pengembangan batik.
- 1.6.1.3 Sebagai pijakan dan referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengemangan industri batik serta menjadi bahan kajian lebih lanjut.

1.6.2 Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

1.6.2.1 Bagi penulis

Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah penulis dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang proses hingga pengembangan batik langsung di Kampung Batik Pesindon.

1.6.2.2 Bagi pembaca

Manfaat penelitian ini bagi pembaca adalah dapat memberikan wacana ilmu pengetahuan mengenai dinamika industri batik yang ada di Kota Pekalongan khususnya di Kampung Batik Pesindon.

1.6.2.3 Bagi Industri batik

Untuk menambah wawasan dalam mengambil kebijakan atau keputusan sebagai peningkatan inovasi produk perusahaan dari dinamika industri yang ada.

1.6.2.4 Bagi Universitas Negeri Semarang

Bagi Universitas Negeri Semarang penelitian ini diharapkan dapat menjadikan dokumen yang berguna untuk memperkaya pengetahuan dan diskusi ilmu mengenai dinamika industri batik, sehingga Batik yang merupakan Seni dapat tetap di lestarikan dan di perkenalkan kepada mahasiswa.

1.7 Ruang lingkup Penelitian

Ruang lingkup dari penelitian ini dimaksudkan agar pembahasan penelitian tidak meluas, diantara lingkup tersebut adalah:

- 1.7.1 Lokasi penelitian terletak di Jalan Pesindon Raya Kelurahan Kergon, Kecamatan Pekalongan Barat, Kota Pekalongan.
- 1.7.2 Industri batik Kampung Pesindon ini setara dengan industri batik kecil hingga menengah.
- 1.7.3 Industri batik Kampung Pesindon menerapkan proses produksi hingga pemasaran produk

1.8 Sistematika Penelitian

Pada penulisan penelitian skripsi, sistematika penulisan terbagi dari tiga bagian yaitu bagian pendahuluan, isi dan akhir yang terinci sebagai berikut:

- 1.8.1 Bagian Pendahuluan berisi halaman judul, daftar isi, daftar tabel, dan lampiran.
- 1.8.2 Bagian isi ini terdiri dari lima bab yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS pada bab ini memuat kajian mengenai teori kajian pustaka dinamika industri batik yang terdapat di kampung batik, kajian teoritis dan kerangka teoritis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN pada bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian,Objek penelitian, Variabel penelitian, hipotesis, instrumen penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN pada bab ini membahas hasil penelitian dan bahasan tujuan dilaksanakannya penelitian mengenai dinamika industri dan inovasi produk batik di kampung Pesindon Kota Pekalongan.

1.8.3 **BAB V : SIMPULAN DAN SARAN** yang mengakhiri seluruh rangkaian uraian dan pembahasan, sub babnya terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGGKA TEORITIS

2.1 KAJIAN PUSTAKA

Kajian Pustaka berisi tentang penelitian yang relevan, menguraikan tentang penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan dan memiliki kaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai dinamika industri dan inovasi produk batik di kampung pesindon kota Pekalongan. Penelitian sejenis ini pernah dilakukan oleh Setiawan (2012), Sunarjo dkk (2014), Yully Christiana dkk (2014), dan Zulhelmi (2018).

Penelitian pertama dilakukan oleh Setiawan pada tahun 2012. Penelitian ini membahas tentang pengaruh orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk terhadap usaha songket. Penelitian ini dikembangkan dengan Analisis Regresi Linier Berganda. Penelitian menghasilkan sebuah teori bahwa orientasi pasar, orientasi teknologi dan inovasi produk memiliki signifikan pengaruh pada Keunggulan Kompetitif.

Penelitian kedua dilakukan oleh Sunarjo, dkk pada tahun 2014. Penelitian ini membahas tentang Identifikasi lima tahun pasca pengukuhan batik oleh unesco terhadap perkembangan industri batik di kota Pekalongan. Penelitian ini dikembangkan dengan analisis regresi linier berganda. Penelitian menghasilkan sebuah teori bahwa Jumlah UKM, jumlah tenaga kerja dan kapasitas produksi. Di mana ketiga hal ini sangat berpengaruh omset diperoleh.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Yully Christiana dkk pada tahun 2014. Penelitian ini membahas tentang kompetensi wirausaha, pembinaan usaha dan

inovasi produk terhadap perkembangan usaha. Penelitian ini dikembangkan dengan penelitian ini menggunakan teknik analisis kuantitatif dan analisis regresi sederhana. Penelitian menghasilkan sebuah teori bahwa seluruh variabel independen secara parsial, variabel kompetensi wirausaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha, pembinaan usaha berpengaruh terhadap perkembangan usaha, dan inovasi produk berpengaruh terhadap perkembangan usaha.

Penelitian keempat dilakukan oleh Zulhelmi pada tahun 2018. Penelitian ini membahas tentang pengaruh inovasi produk, persepsi harga dan kualitas produk terhadap kepercayaan produk yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini dikembangkan dengan analisis regresi linier berganda. Penelitian menghasilkan sebuah teori bahwa inovasi produk, harga persepsi dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan produk serta berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Industri

Industri berasal dari bahasa latin, yaitu *industry* yang artinya buruh atau tenaga kerja. Istilah industri sering digunakan secara umum dan luas, yaitu semua kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam rangka mencapai kesejahteraan (Sulistiani, 2019:93). Sedangkan, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancangan bangun dan perikayasaan industri.

Definisi Industri menurut Sukirno adalah perusahaan yang menjalankan kegiatan ekonomi yang tergolong dalam sektor sekunder. Industri merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengolah barang mentah, bahan baku, barang setengah jadi atau barang jadi untuk dijadikan barang yang lebih tinggi kegunaannya (Sadono, 1995:54). Industri merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan penduduk (Sulistiani, 2019:93).

Konsentrasi sebuah industri ditunjukkan dari rasio spesialisasi dimana rasio spesialisasi untuk suatu industri sama dengan pengiriman produk dalam industri tertentu dibagi dengan total pengiriman semua produk untuk semua pabrik yang terdaftar sebagai industri. Dengan demikian, spesialisasi desain tampaknya menjadi faktor yang paling penting (Carlton dan Perloff, 2015:459).

Undang-undang Republik Indonesia nomor 3 Tahun 2014 tentang perindustrian, pengertian industri merupakan bentuk seluruh kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jenis industri. Industri menurut Sulistiani (2019:93) menjelaskan bahwa berasal dari bahasa latin, yaitu industri yang artinya buruh atau tenaga kerja. Istilah industri sering digunakan secara umum dan luas, yaitu semua kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dalam rangka mencapai kesejahteraan. Dumairy (1996:227) dalam Gumelar (2015:58) menjelaskan istilah industri mempunyai dua arti. Pertama, industri dapat berarti himpunan perusahaan-perusahaan sejenis. Dalam konteks ini sebutan industri Batik, misalnya, berarti himpunan atau kelompok perusahaan penghasil batik. Kedua,

industri dapat pula merujuk ke suatu sektor ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi.

Tujuan utama didirikan industri dari berbagai kalangan adalah untuk menciptakan pemerataan pendapatan masyarakat serta menumbuhkan kemampuan dan kemandirian berusaha. Industri kecil yang merupakan UKM, 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. *Sejalan dengan hal tersebut industri dalam ekspor batik nusantara tercatat senilai USD 52,44 juta tahun 2018. Kementrian perindustrian menargetkan nilai ekspor batik nasional dapat meningkat hingga 6-8 persen pada tahun 2019. Dengan alasan industri batik sebagai salah satu sektor yang banyak membuka lapangan pekerjaan, dengan didominasi oleh industri yang tersebar di 101 sentra. Jumlah tenaga kerja di sektor industri batik sebanyak 212 ribu orang.* (<https://kemenperin.go.id>)

Atikah (2014:3) menyebutkan berdasarkan jumlah dari tenaga kerja yang digunakan industri dapat dibedakan menjadi (1) industri rumah tangga (2) industri kecil (3) industri sedang (4) industri besar. Sedangkan klasifikasi industri berdasarkan cara pengorganisasian yaitu (1) industri kecil (2) industri menengah (3) industri besar.

Klasifikasi industri berdasarkan tenaga kerja adalah:

1. Industri rumah tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari empat orang. Ciri industri rumah tangga: memiliki modal yang

sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya.

2. Industri kecil, yaitu industri yang tenaga kerjanya berjumlah sekitar 5 sampai 19 orang. Ciri industri kecil adalah memiliki modal yang relative kecil, tenaga kerjanya berasal dari lingkungan sekitar atau masih ada hubungan saudara.
3. Industri sedang, yaitu industri dengan tenaga kerja sekitar 20-99 orang. Ciri industri sedang adalah memiliki modal yang cukup besar, tenaga kerja memiliki keterampilan tertentu, dan pimpinan perusahaan memiliki kemampuan manajerial tertentu.
4. Industri besar, yaitu industri dengan jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang. Ciri industri besar adalah memiliki modal besar yang dihimpun secara kolektif dalam bentuk pemilikan saham, tenaga kerja harus memiliki keterampilan khusus, dan pimpinan perusahaan dipilih melalui uji kemampuan dan kelayakan (*fit and proper test*).

2.2.1.1 Komponen industri

Industri batik di Indonesia tersebar di beberapa daerah di pulau Jawa yang kemudian menjadi nama dari jenis-jenis batik tersebut seperti batik Tulungagung, batik Mojokerto, batik Ponorogo, batik Pekalongan, batik Surakarta, batik Yogya, batik Lasem, batik Cirebon, batik Sragen (Wulandari, 2011:206). Setiap batik dari daerah tersebut memiliki ciri motif yang spesifik. Jenis batik yang diproduksi ada tiga yaitu batik tulis, batik cap dan batik printing. Perkembangan Industri batik di

Indonesia sangat terkait dengan perkembangan batik yang dimulai sejak beratus-ratus tahun yang lalu.

Thompson et al., (2005) dalam Soliha (2008:133) mengungkapkan komponen-komponen industri terdiri dari:

1. Faktor Politik dan Hukum. Kondisi politik di Indonesia yang membaik merupakan salah satu faktor yang membuat pengusaha industri bisnis ritel mulai kembali mengembangkan bisnisnya dengan menambah jumlah gerainya. Dalam faktor hukum pemerintah belum berencana mengeluarkan ketentuan baru yang secara khusus mengatur bisnis *hypermarket* dan yang menjadi landasan hukum bagi keberadaan *hypermarket* sampai saat ini adalah Keputusan Presiden (Keppres) No.118/2000 tentang perubahan atas Keppres No. 96/2000 mengenai bidang usaha yang tertutup dan bidang usaha yang terbuka dengan persyaratan tertentu bagi penanaman modal.
2. Faktor Ekonomi. Dengan ditetapkannya UU No.25 Tahun 1999 tentang perimbangan keuangan pusat dan daerah, diperkirakan akan mendorong terjadinya distribusi pendapatan yang lebih merata dibandingkan dengan sebelumnya. Selain itu juga adanya peningkatan daya beli masyarakat dimana sekarang ini adanya "*dual earning*" dalam rumah tangga.
3. Faktor Demografi yaitu adanya peningkatan jumlah penduduk Indonesia.
4. Faktor Teknologi. Bagi industri ritel perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi sangat berpengaruh dalam proses operasionalnya menjadi lebih efisien, cepat, dan seringkali lebih murah. Keunggulan *technology* yang digunakan dalam bisnis ritel antara lain

dengan menerapkan sistem *Efficient Consumer Response* (ECR) yang ditunjang dengan *Electronic Data Interchange* (EDI).

5. Faktor sosial, *values*, dan *lifestyles*. Berkembangnya bentuk dan jenis bisnis ritel sangat terkait erat dengan terjadinya perubahan perilaku konsumen yang disebabkan antara lain oleh faktor-faktor sebagai berikut:
 - a. Peningkatan penghasilan masyarakat.
 - b. Kebiasaan berbelanja secara harian, mingguan, dan bulanan yang berpindah-pindah sesuai dengan waktu dan kebutuhan serta keinginan konsumen.
 - c. Berbelanja juga dijadikan sebagai sarana rekreasi keluarga
 - d. Terjadinya *impulse buying* yang cukup tinggi
 - e. Menginginkan kemudahan-kemudahan dan hal-hal khusus yang dikehendaki oleh konsumen seperti harga yang murah dan program promosi.

Dalam pelaksanaan aktivitas industri, para pelaku industri mengharapkan adanya loyalitas pelanggan yang membeli produknya. Proses pelanggan atau calon pelanggan untuk menjadi pelanggan yang loyal terbentuk melalui beberapa tahapan. Setiap tahap memiliki kebutuhan khusus, dengan mengenali setiap kebutuhan tersebut, perusahaan mempunyai peluang yang besar untuk mengubah pelanggan atau calon pelanggan menjadi pelanggan yang loyal. Kasus yang diambil dalam penelitian ini adalah kota Pekalongan dengan pertimbangan bahwa kota ini telah diakui secara internasional sebagai kota kreatif (Iglesias, 2014)

Menurut Griffin (2005:35) ada tujuh tahap pertumbuhan seseorang menjadi pelanggan yang loyal, yaitu:

1. Tersangka (*suspect*)

Orang yang mungkin akan membeli produk atau jasa perusahaan. Kita menyebutnya tersangka karena kita percaya atau menyangka mereka akan membeli, tetapi kita masih belum cukup yakin.

2. Prospek (*prospect*)

Merupakan orang yang membutuhkan produk atau jasa tertentu dan memiliki kemampuan untuk membelinya. *Prospect* belum melakukan pembelian dari perusahaan, tetapi mereka telah mendengar tentang keberadaan perusahaan, membaca tentang perusahaan atau ada yang merekomendasikan perusahaan kepadanya. *Prospect* mungkin mengetahui siapa kita, dimana kita dan apa yang kita jual, tetapi mereka belum membeli dari perusahaan.

3. Pelanggan yang diskualifikasi (*disqualified prospect*)

Merupakan prospek yang sudah cukup perusahaan pelajari untuk mengetahui bahwa mereka tidak membutuhkan, atau tidak memiliki kemampuan membeli produk perusahaan.

4. Pelanggan yang pertama kali (*first time customer*)

Merupakan orang yang telah membeli dari perusahaan satu kali. Orang tersebut bisa jadi merupakan pelanggan perusahaan sekaligus pelanggan pesaing perusahaan.

5. Pelanggan yang melakukan pembelian berulang (*repeat customer*)

Pelanggan berulang adalah orang-orang yang telah membeli dari perusahaan dua kali atau lebih. Mereka mungkin telah membeli produk yang sama dua kali atau membeli dua produk atau jasa yang berbeda pada dua kesempatan sama atau lebih.

6. Klien (*client*)

Seorang *client* membeli semua yang perusahaan jual dan dapat digunakan secara teratur. Perusahaan memiliki hubungan yang kuat dan berlanjut, dan menjadikannya kebal terhadap pesaing.

7. Penganjur (*advocates*)

Sama seperti *client*, penganjur membeli apapun yang perusahaan jual yang mungkin bisa ia gunakan dan membelinya secara teratur. Tetapi seorang penganjur akan berusaha mencari orang lain untuk membeli dari perusahaan. Seorang penganjur membicarakan perusahaan, melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa pelanggan kepada perusahaan.

Konsumen yang sudah menetapkan pilihan kepada suatu industri untuk jangka waktu yang lama dapat mendatangkan berbagai macam keuntungan bagi industri tersebut. Griffin (2005:13) mengemukakan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh industri apabila memiliki konsumen yang loyal:

1. Penjualan meningkat karena konsumen membeli lebih banyak dari perusahaan.
2. Perusahaan memperkuat posisi dipasar bila para konsumen membeli dari perusahaan bukan dari pesaing perusahaan.

3. Biaya perusahaan menurun karena perusahaan tidak perlu mengeluarkan uang untuk memikat pelanggan secara berulang. Selain itu, konsumen yang merasa puas akan bercerita ke konsumen lain, dengan demikian bisa mengurangi kebutuhan perusahaan untuk aktivitas promosi.
4. Perusahaan lebih terlindungi dari persaingan harga karena konsumen yang loyal kecil kemungkinan terpicat diskon.
5. Konsumen yang puas cenderung mencoba lini produk konsumen yang lain, dengan demikian membantu perusahaan mendapatkan pangsa pelanggan yang lebih besar.

2.2.2 Dinamika Industri Batik

Dinamika menggambarkan evolusi pasar dan perilaku perusahaan dari waktu ke waktu, dinamika juga untuk menjelaskan perilaku dalam satu periode tunggal (Carlton dan Perloff, 2015:34). Sedangkan menurut Zulkarnain (2013) dinamika diartikan sebagai sesuatu hal yang mempunyai tenaga/ kekuatan, selalu bergerak, berkembang serta bisa menyesuaikan diri terhadap keadaan tertentu. Perubahan tersebut membentuk cara masyarakat berevolusi waktu dan karenanya merupakan kunci untuk memahami perubahan historis yang membentuk interaksi manusia, Karena itu mereka menyusun insentif dalam faktor manusia, apakah politik, sosial, atau ekonomi. ”(North 1990, 3 dalam Carlsson, 2016:11)

Pengertian dinamika berasal dari istilah dinamis yang berarti sifat atau tabiat yang bertenaga atau berkemampuan, serta selalu bergerak dan berubah-ubah (Idrus, 1996:144). Dinamika juga diartikan sebagai bentuk perubahan, baik itu yang sifatnya besar-besaran atau kecil-kecilan, maupun secara cepat atau lambat,

yang sifatnya nyata dan berhubungan dengan suatu kondisi keadaan (Kartono, 2007). Industri juga masuk dalam pengelolaan kebutuhan untuk mengatur strategi koordinasi, pembagian tugas, tanggung jawab, dan wewenang (Wahyuningsih et al, 2018: 458).

Industri UMKM secara umum mempunyai dua permasalahan utama dalam pelaksanaan aktivitasnya, permasalahan finansial dan masalah non finansial, menurut Nika Sartika(2010) dalam Poedjioetami, E. (2011:5) yaitu:

Masalah finansial:

1. Tidak ada keseimbangan dana, kurangnya kesesuaian antara dana yang tersedia yang dapat diakses oleh UMKM.
2. Tidak adanya pendekatan sistematis dalam pendanaan UMKM.
3. Biaya transaksi yang tinggi, yang disebabkan oleh prosedur kredit yang cukup rumit sehingga menyita banyak waktu sementara jumlah kredit yang dikeluarkan kecil.
4. Kurangnya akses ke sumber dana formal, baik yang disebabkan oleh ketiadaan bank dipelosok maupun tidak tersedianya informasi yang memadai.
5. Bunga UMKM yang belum bankable, baik yang disebabkan oleh belum adanya manajemen keuangan yang transparan maupun kurangnya kemampuan manajerial dan finansial.

Masalah non finansial :

1. Kurangnya pengetahuan atas pemasaran yang disebabkan oleh terbatasnya informasi yang dapat dijangkau oleh UMKM mengenai pasar, selain

karena keterbatasan UMKM itu sendiri untuk menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan pasar.

2. Kurangnya pengetahuan atas teknologi produksi dan *quality control* yang disebabkan oleh minimnya kesempatan mengikuti perkembangan teknologi serta kurangnya pendidikan dan pelatihan.
3. Keterbatasan sumber daya manusia (SDM), karena tidak adanya kemampuan mengembangkan atau pengembangan SDM.
4. Kurangnya pemahaman tentang keuangan dan akuntansi.
5. Persaingan usaha yang ketat.
6. Kesulitan bahan baku.

Di masa depan, industri kreatif menjadi sebuah industri terkemuka, yang masalah utamanya menjadi unggulan adalah industri batik salah satu potensi industri kecil dan menengah di tingkat lokal yang dikembangkan dalam upaya mempercepat pemberdayaan ekonomi (Soesanti, I., 2016:272). Soesanti, Indah (2006:272) menambahkan bahwa potensi bisnis industri batik dapat ditunjukkan dengan ketersediaan tenaga kerja tersebut cukup besar, jumlah permintaan untuk batik produk relatif stabil, dan jumlah produksi batik juga relatif stabil beberapa tahun terakhir sedikit menurun karena batik produk yang diimpor dari Cina. Selain itu, Peluang optimalisasi proses produksi batik menjadi keuntungan yang berbeda untuk kemajuan dan pengembangan industri batik, khususnya di Indonesia. Industri batik digolongkan sebagai sub sektor kerajinan yang kreatif sektor ekonomi Indonesia. Pada 2012, industri batik berkontribusi 39,71% dari total nilai ekspor subsektor kerajinan (Kementerian Perindustrian Republik

Indonesia, 2013; Muharti, 2012 dalam Maninggarand Hudalah, 2018:1). Carlsson mengklaim literatur dinamika industri berisi lima tema utama (Carlsson, 2016:2):

1. Penyebab perkembangan industri dan pertumbuhan ekonomi adalah dinamika dan evolusi industri, khususnya aktivitas kewirausahaan dan perubahan kelembagaan.
2. Sifat kegiatan ekonomi dalam perusahaan dan hubungannya dengan dinamika penawaran dan oleh karena itu pertumbuhan ekonomi, khususnya peran pengetahuan (kompetensi).
3. Bagaimana batas-batas perusahaan (derajat integrasi vertikal dan horizontal) dan derajat saling ketergantungan antar perusahaan berubah seiring waktu dan peran apa yang dimainkan oleh saling ketergantungan ini dalam pertumbuhan ekonomi.
4. Perubahan teknologi dan kerangka institusionalnya (khususnya dalam bentuk "sistem" inovasi").
5. Peran kebijakan publik dalam memfasilitasi atau menghambat penyesuaian ekonomi terhadap perubahan keadaan (domestik maupun internasional) di tingkat mikro dan makro.

2.2.3 Inovasi Produk

Pengertian Inovasi menurut UU No. 18 tahun 2002, Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan dan perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Sementara itu menurut Jensen dan

Webster (dalam Sumarsono, 2010) aspek inovasi mencakup empat bagian: produk, proses, organisasi, dan pemasaran. Seorang wiraswasta yang unggul memiliki sifat-sifat kreatif, inovatif, originalitas, berani mengambil risiko, berorientasi ke depan dan mengutamakan prestasi, tahan uji, tekun, tidak gampang patah semangat, bersemangat tinggi, berdisiplin baja dan teguh dalam pendirian. Dengan adanya inovasi produk maka akan memberi nilai tambah dibanding produk sejenis (keunggulan produk), sehingga akan meningkatkan penjualan.

Industri yang memiliki pengembangan produk baru menjadikan factor penting pengendalian kesuksesan maupun kegagalan. Para ahli mengungkapkan berbagai persepsi, pengertian, interpretasi tentang inovasi, diantaranya: Inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya (Crawford & De Benedetto, 2000: 9). Unsur-unsur inovasi produk dalam menciptakan *Differensi* (Kotler, 2003) :

1. Produk (gaya, desain, fitur dan performa).
2. Jasa (pengiriman, penggunaan, pelatihan bagi pelanggan, konsultasi, perbaikan).
3. Tenaga kerja (kompetensi, keramahan, kredibilitas, keandalan, kecepatan, dan kemampuan memberikan respons, *skill* dalam berkomunikasi).
4. Citra (simbol, media tertulis dan audio/video, suasana, dan peristiwa).

Komponen tersebut dijelaskan pula dalam atribut produk tersebut menurut Kotler dan Armstrong (2012:255) diantaranya:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama untuk pemasar. Mempunyai dampak langsung pada kinerja produk.

2. Fitur Produk

Fitur produk adalah sebuah produk dapat ditawarkan dalam beragam fitur, model dasar, model tanpa tambahan apapun, merupakan titik awal. Perusahaan dapat menciptakan tingkat model yang lebih tinggi dengan menambahkan lebih banyak fitur. Fitur adalah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dari produk pesaing.

3. Gaya dan Desain Produk

Desain memiliki konsep lebih luas daripada gaya (style). Desain selain mempertimbangkan faktor penampilan, juga bertujuan untuk memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi, dan menambah keunggulan bersaing.

4. Penetapan Merek

Mungkin keahlian pemasar profesional yang paling istimewa adalah kemampuan mereka untuk membangun dan mengelola merek. Merek adalah sebuah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi semua ini, yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk atau jasa.

5. Kemasan

Kemasan melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus untuk sebuah produk. Fungsi utama kemasan adalah menyimpan dan

melindungi produk. Kemasan yang didesain dengan buruk bisa menyebabkan konsumen pusing dan perusahaan kehilangan penjualan.

6. Label

Label berkisar dari penanda sederhana yang ditempelkan pada produk sampai rangkaian huruf rumit yang menjadi bagian kemasan. Label mempunyai beberapa fungsi. Setidaknya label menunjukkan produk atau merek, seperti nama Sunkist yang tercantum pada jeruk.

7. Pelayanan Pendukung Produk

Pelayanan pelanggan adalah elemen lain dalam strategi produk. Penawaran perusahaan biasanya meliputi beberapa pelayanan pendukung, yang bisa menjadi bagian kecil atau bagian besar dari seluruh penawaran.

Lin dan Chen (2007) Inovasi merupakan salah satu aspek penentu terhadap kinerja perusahaan, jika lingkungan persaingan yang semakin ketat. Inovasi menurut Zimmerer (1996:51) dalam buku Suryana (2006:14) diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Sehingga salah satu cara untuk memenangkan persaingan diupayakan dengan menghadirkan produk yang mempunyai kualitas tinggi serta mampu memenuhi keinginan masyarakat yang terus berubah. Inovasi

Menurut Hurley and Hult dalam Prakosa (2005) adalah suatu mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Rusdiana (2014:45) mengutip berbagai definisi inovasi dari para ahli yang dikemukakan: Rogers (1983:11), "An innovation is an idea, practice, or object that is perceived

as new by an individual or other unit of adoption.” Zaltman dan Duncan (1973:7) mengatakan, Inovasi sering diartikan pembaharuan, penemuan dan ada yang mengaitkan dengan modernisasi. Perubahan dan inovasi, keduanya sama dalam hal memiliki unsur yang baru atau lain dari sebelumnya.

Selanjutnya dalam Rasyid (2018:40) menambahkan terdapat inovasi produk menurut Kotler (2007:357) inovasi produk merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap sebagai sesuatu yang baru. Uliana (2012) menyatakan produk baru atau inovasi dalam konteks pemasaran adalah barang, jasa maupun ide yang dipersepsikan sebagai sesuatu yang baru dan berbeda dari barang, jasa maupun ide yang telah ada sebelumnya. Kotler (2000:84) menjelaskan pengertian produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kedalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan sesuatu keinginan /semua kebutuhan. Dalam pembuatan suatu produk, setiap industri memiliki berbagai spesifikasi dimensi produk yang berbeda. Dimensi kualitas produk untuk produk yang bersifat nyata dikemukakan oleh Griffin (2001:107), antara lain :

1. Kinerja (*performance*)

Kinerja produk merupakan karakteristik operasional dasar dari produk tersebut. Dimensi ini mengombinasikan elemen pengertian mutu dari sudut pandang produk dan penggunaannya. Penilaian terhadap kemampuan produk menjalankan fungsi utamanya seringkali bersifat subyektif.

2. Keistimewaan lainnya (*features*)

Keistimewaan tersebut berupa aspek pelengkap dari kinerja criteria produk yang terdiri dari fungsi atau manfaat tambahan produk. Penilaian terhadap dimensi dipengaruhi oleh persepsi individual konsumen.

3. Keandalan (*reliability*)

Keandalan dipandang dari kemampuan produk untuk dapat menjalankan fungsinya dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu. Dimensi kualitas ini menjadi penting terutama pada saat biaya perbaikan semakin mahal.

4. Kesesuaian (*conformance*)

Kesesuaian merupakan derajat kemampuan produk memenuhi desain dan karakteristik operasionalnya yang ditentukan oleh standar produksi. Pandangan ini berkaitan erat dengan pengendalian proses dan teknik pengambilan sampel. Dimensi keandalan dan kesesuaian mengarah pada pendekatan manufaktur.

5. Kemudahan perbaikan (*serviceability*)

Kemudahan yang dimaksud terdiri dari kecepatan perbaikan, keramahan, keahlian teknisi yang memperbaiki, serta kemudahan untuk perbaikan.

6. Daya tahan (*durability*)

Daya tahan diukur dari umur produk tersebut. Dalam kondisi tertentu, penilaian individu terhadap waktu dan ketidaknyamanan dalam memperbaiki produk, perubahan mode, dan lain-lain.

7. Keindahan (*aesthetic*)

Dimensi ini bersifat subjektif, seperti tampilan produk dan suara. Hal ini merupakan penilaian pribadi dan merefleksikan masing-masing individu.

8. Kualitas yang dirasakan (perceived quality)

Kualitas yang dimaksud dapat berupa merek, iklan, reputasi perusahaan, dan negara asal produk. Dimensi ini menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi konsumen yang kurang memiliki informasi lengkap mengenai atribut produk atau jasa.

Martin Rademakers (2005:132) membagi inovasi ke dalam beberapa tipe yang mempunyai karakteristik masing-masing :

1. Inovasi Produk.

Karakteristik inovasi produk adalah Produk, jasa, atau kombinasi keduanya yang baru.

2. Inovasi Proses

Karakteristik inovasi proses adalah metode baru dalam menjalankan kegiatan bernilai tambah (misalnya distribusi atau produksi) yang lebih baik atau lebih murah.

3. Inovasi Organisasional.

Karakteristik inovasi organisasional adalah metode baru dalam mengelola, mengkoordinasi, dan mengawasi pegawai, kegiatan, dan tanggung jawab

4. Inovasi Bisnis.

Karakteristik Inovasi bisnis adalah Kombinasi produk, proses, dan sistem organisasional yang baru (dikenal juga sebagai model bisnis).

Konsentrasi sebuah industri ditunjukkan dari rasio spesialisasi. Dengan demikian, spesialisasi desain tampaknya menjadi faktor yang paling penting (Carlton dan Perloff, 2015:459). Quinn dan James Brian, tahun 1985 mengungkapkan kunci yang diperlukan oleh perusahaan mapan untuk berinovasi diidentifikasi dan dibahas: (1) orientasi peluang; (2) penataan untuk inovasi; dan (3) perencanaan portofolio yang kompleks. Aspek inovasi menurut Buddelmeyer et al, 2010 mencakup (4) empat bagian: produk, proses, organisasi, dan pemasaran. Suryana (2013:74) menambahkan inovasi memiliki beberapa makna penting yang mencakup, yaitu:

1. Inovasi sebagai pembaruan: nilai tambah baru bagi penggunaannya atas produk, proses atau jasa. Inovasi selalu dinyatakan dalam bentuk solusi teknologi yang lebih baik diterima oleh masyarakat.
2. Inovasi sebagai perubahan: dalam bentuk transformasi, difusi yang berujung pada perubahan. Inovasi diawali dengan proses baru untuk menghasilkan obyek baru.
3. Inovasi sebagai keunggulan: inovasi produk, proses, metode, teknologi dan manajemen. Dalam konteks manajemen, inovasi mengacu pada penciptaan bentuk-bentuk keunggulan baru.

Inovasi produk pada beberapa perusahaan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan. Inovasi produk memerlukan upaya, waktu dan kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalan. Inovasi produk bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen,

teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Dengan adanya inovasi produk maka akan memberi nilai tambah dibanding produk sejenis (keunggulan produk), sehingga akan meningkatkan penjualan.

Gatignon dan Xuereb (1997: 71) mengemukakan 3 (tiga) karakteristik inovasi yaitu keunggulan produk, biaya produk dan kredibilitas produk. Produk inovasi dapat gagal hanya karena alasan tidak menawarkan desain yang unik atau salah perkiraan akan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Inovasi produk seharusnya mampu memberikan nilai tambah dibanding produk sejenis (keunggulan produk) sehingga dapat menjadikan perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan pesaingnya.

Berdasarkan pengertian beberapa ahli tersebut, Inovasi produk bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Inovasi produk pada beberapa perusahaan berdampak pada peningkatan pendapatan perusahaan. Inovasi produk memerlukan upaya, waktu dan kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalan. Inovasi produk bertujuan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, karena produk yang telah ada rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, siklus hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Charisma dkk (2018:36) menjelaskan proses penciptaan

inovasi, seringkali mengalami permasalahan yang menghambat aktivitas produksi diantaranya:

- 1) Mesin dan peralatan, tidak tersedianya mesin dan peralatan dalam jumlah tertentu.
- 2) Bahan baku. Terjadinya tidak kesesuaian jangka waktu pemesanan dan pengiriman untuk bahan baku. Hal tersebut sering menyebabkan tidak kesesuaian waktu yang dijanjikan oleh pemasok bahan pada pesanan pembelian.
- 3) Sumber Daya Manusia (SDM). Tidak tersedianya jumlah SDM berpengalaman sesuai bidang pekerjaannya dibanding jumlah pekerjaan dan permintaan produksi yang ada, tingkat absensi yang tinggi merusak keseimbangan proses produksi, persentase keluar masuk yang tinggi.
- 4) Sistem upah, motivasi, dan kontrol. Tidak terkontrolnya jumlah produksi yang masuk ke pekerja yang sangat tergantung pada berapa persen dari waktu bekerja. Hal tersebut mempengaruhi upah yang akan diterima oleh pekerja. Serta pengaruh motivasi yang kurang mempengaruhi kinerja untuk memastikan kuantitas dan kualitas produk.
- 5) *Working Climate* atau situasi kerja yang kurang nyaman, panas kotor, layout yang salah dan pimpinan kebijaksanaannya yang hanya didasarkan pada peraturan secara kaku tanpa improvisasi, sehingga menurunkan tingkat produktivitas.
- 6) Tanpa melakukan proses penyederhanaan akan sangat merendahkan tingkat produksi. Hal demikian karena terdapat cara kerja yang salah.

Inovasi produk dan motif batik pesisiran khususnya di Pekalongan mempunyai kaitan dengan pertumbuhan industri kreatif sub-sektor *fashion*, desain dan kerajinan serta tumbuhnya sentra-sentra industri batik dan pendukung, pusat-pusat penjualan batik yang menjadi daya tarik wisata minat khusus—wisata belanja batik. Inovasi produk dan motif batik Pesisiran khususnya di Pekalongan telah memberi peluang usaha dan perluasan kerja produktif secara signifikan. (Poerwanto dan Zakaria, 2012:1). Inovasi produk adalah salah satu faktor dalam pengembangan dan kelangsungan hidup industri batik Pekalongan (Bakhtiar, Sriyanto, & Amalia, 2009; dalam Maninggarand Hudalah, 2018:2). Komponen tersebut juga dijelaskan atribut produk tersebut menurut Kotler dan Armstrong (2012:255) diantaranya:

1. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama untuk pemasar. Mempunyai dampak langsung pada kinerja produk. Oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

2. Fitur Produk

Fitur produk adalah sebuah produk dapat ditawarkan dalam beragam fitur, model dasar, model tanpa tambahan apapun, merupakan titik awal.

3. Gaya dan Desain Produk

Desain memiliki konsep lebih luas daripada gaya (*style*). Desain selain mempertimbangkan faktor penampilan, juga bertujuan untuk memperbaiki kinerja produk, mengurangi biaya produksi, dan menambah keunggulan bersaing.

3. Penetapan Merek

Mungkin keahlian pemasar profesional yang paling istimewa adalah kemampuan mereka untuk membangun dan mengelola merek. Konsumen akan memandang merek sebagai bagian penting dari produk, dan penetapan merek bisa menambah nilai bagi suatu produk.

5. Kemasan Kemasan melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus untuk sebuah produk. Fungsi utama kemasan adalah menyimpan dan melindungi produk. Kemasan yang didesain dengan buruk bisa menyebabkan konsumen pusing dan perusahaan kehilangan penjualan. Sebaliknya, kemasan yang inovatif bisa memberikan manfaat kepada perusahaan melebihi pesaing dan mendorong penjualan.

6. Label

Label berkisar dari penanda sederhana yang ditempelkan pada produk sampai rangkaian huruf rumit yang menjadi bagian kemasan.

7. Pelayanan Pendukung Produk

Pelayanan pelanggan adalah elemen lain dalam strategi produk. Penawaran perusahaan biasanya meliputi beberapa pelayanan pendukung, yang bisa menjadi bagian kecil atau bagian besar dari seluruh penawaran.

Dalam menciptakan inovasi produk, terdapat berbagai hal yang dilakukan sebagai unsur unsur inovasi produk. Kotler (2000:15) menyatakan terdapat sepuluh unsur produk menurut McCarthy yaitu :

1. Varietas produk (*produk variety*), cenderung digunakan pada barang-barang yang mempunyai model dan disukai pada saat tertentu, seperti

pakaian yang berubah mengikuti perkembangan mode atau tren yang ada menciptakan berbagai macam jenis produk yang berbeda model.

2. Kualitas (*quality*), hal ini menyangkut kemampuan suatu produk untuk memenuhi harapan dan kepuasan konsumen, dimana dalam pelaksanaannya, kualitas harus seimbang dengan harga suatu barang.
3. Desain (*design*), adalah tambahan pada suatu barang yang akan membuat barang tersebut lebih menarik.
4. Ciri khas (*identity*), merupakan keadaan, kondisi, karakter dari suatu barang, dimana terdapat perubahan tertentu yang dapat dibedakan ciri khasnya dari suatu barang yang lain, yang merupakan standar suatu barang.
5. Merek dagang (*brand name*), merupakan unsur yang tidak dapat dipisahkan dari suatu produk karena produk dikenal dari merek dagang.
6. Kemasan (*packaging*), kemasan harus di rancang dengan baik dan praktis yang meliputi bentuk, warna, efisiensi dan menarik untuk dilihat.
7. Ukuran (*sizes*), ukuran dari suatu barang berguna untuk melakukan pembagian pasar berdasarkan harga maupun sasaran konsumen. Didalam produk terlihat perbedaan ukuran barang konsumen dan barang industri.

Rusdiana (2014:48) disampaikan tujuan inovasi yaitu untuk meningkatkan kemampuan, berupa kemampuan sumber tenaga, uang, dan sarana. Konsep Inovasi Pendidikan Konsep Inovasi Pendidikan prasarana, termasuk struktur dan prosedur organisasi. Jadi, keseluruhan sistem perlu ditingkatkan agar semua

tujuan yang telah direncanakan dapat dicapai dengan sebaik baiknya (Hasbullah: 2001).

Aktivitas pengembangan produk baru bisa menghasilkan 6 macam tipe produk baru menurut Kotler (2007:37) dalam Rasyid (2018:40) antara lain :

1) Produk baru bagi dunia.

Produk-produk yang menciptakan pasar yang sama sekali baru dan membentuk siklus hidup produk yang baru.

Konsep produk baru dari dua perspektif, yakni :

a. Baru bagi pasar (*new to market*) yang mengandung arti belum ada perusahaan yang memproduksi atau memasarkan produk tersebut sebelumnya.

b. Baru bagi perusahaan bersangkutan (*new to deferm*) artinya perusahaan-perusahaan lain sudah membayarkan produk tersebut tetapi perusahaan bersangkutan belum memasarkannya.

2) Lini produk baru.

Produk-produk yang baru bagi perusahaan, namun diluncurkan bagi pasar yang sudah ada.

3) Tambahan pada lini produk yang telah ada.

Produk baru yang memungkinkan perusahaan memperluas pasar yang dilayani dengan penawaran manfaat yang berbeda.

4) Perbaikan produk yang telah ada

Produk-produk yang biasanya dirancang untuk menggantikan penawaran produk yang sudah ada.

5) Penentuan kembali.

Pengembangan teknis yang memungkinkan suatu produk menawarkan aplikasi baru dan melayani kebutuhan yang baru.

6) Pengurangan biaya.

Versi dari produk yang ada yang dapat memberikan kinerja setara pada tingkat harga yang lebih murah.

Kotler & Bes (2004:31) menjelaskan mengenai pendekatan-pendekatan pengembangan produk baru yang didasarkan pada asumsi pasar tetap, yaitu:

1. Inovasi 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.

2. Inovasi berbasis ukuran

Inovasi berbasis ukuran adalah peluncuran produk baru ke pasar tanpa mengubah apa pun kecuali volumenya. Kebijakan ini memiliki keunggulan yaitu memungkinkan peningkatan jumlah konsumsi atau jumlah momen pemakaian. Alasannya karena menumbuhkan pasar dengan memfasilitasi konversi konsumen potensial menjadi konsumen aktual.

3. Inovasi berbasis kemasan

Inovasi berbasis kemasan adalah cara sebuah produk dikemas dapat mengubah persepsi konsumen mengenai manfaat, fungsi, atau alasan konsumsi dari produk atau jasa.

4. Inovasi berbasis Desain

Inovasi berbasis desain adalah inovasi dimana produk, kontainer, atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, tetapi desain atau tampilannya dimodifikasi. Inovasi berbasis desain memperluas target pasar untuk produk atau jasa tertentu dengan memikat pembeli yang menyukai gaya dan positioning yang berbeda.

5. Inovasi Berbasis Pengembangan Bahan Komplementer

Inovasi berbasis komplemen melibatkan penambahan bahan-bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk atau jasa dasar.

6. Inovasi Berbasis Pengurangan Upaya

Inovasi berbasis pengurangan upaya yaitu tidak mengubah produk atau jasa, tetapi menaikkan ukuran dari pasar. Inovasi semacam ini menaikkan nilai dengan menurunkan penyebut, bukan menaikkan pembilang.

Dalam penerapan inovasi produk batik, faktor lain yang berperan dalam inovasi batik adalah munculnya para desainer busana yang turut menggunakan dan mengembangkan batik untuk berkarya. Batik dibuat sebagai salah satu bentuk ekspresi, namun kebanyakan dari mereka tidak beriklan hingga kurang dikenal.

Padahal di kancah internasional, desainer indonesia tidak kalah pamor dari para desainer diluar (Wulandari, 2011:162).

Karakteristik inovasi menurut Everett M. Rogers (2003), menyatakan bahwa inovasi adalah suatu ide, praktek, atau objek yang dipersepsikan baru oleh individu. Menjelaskan bahwa inovasi terdiri atas lima dimensi, antara lain sebagai berikut, yaitu:

1. Keunggulan relatif (*relative advantage*): yaitu sejauh mana inovasi dianggap menguntungkan bagi penerimanya. Tingkat keuntungan atau kemanfaatan suatu inovasi dapat di ukur berdasarkan nilai ekonominya, atau dari faktor status sosial, kesenangan, kepuasan, atau karena mempunyai komponen yang sangat penting. Makin menguntungkan bagi penerima makin cepat tersebarnya inovasi.
2. Kompatibilitas (*compatibility*) : yaitu tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai, pengalaman lalu, dan kebutuhan dari penerima. Inovasi yang tidak sesuai dengan nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma yang ada di masyarakat.
3. Kerumitan (*complexity*) : yaitu tingkat kesukaran untuk memahami dan menggunakan inovasi bagi penerima. Suatu inovasi yang mudah dimengerti dan mudah digunakan oleh penerima akan cepat tersebar, sedangkan inovasi yang sukar dimengerti atau sukar digunakan oleh penerima akan lambat proses penyebarannya.

4. Kemampuan diujicobakan (*triability*) : yaitu untuk diuji cobakan adalah di mana suatu inovasi dapat dicoba atau tidaknya suatu inovasi oleh penerima. Jadi agar dapat dengan cepat di adopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.
5. Kemampuan untuk diamati (*observability*) : yaitu yang dimaksud dengan kemampuan dapat diamati ialah mudah atau tidaknya pengamatan suatu hasil inovasi. Suatu inovasi yang hasilnya mudah diamati akan makin cepat diterima oleh masyarakat, dan sebaliknya bila sukar diamati hasilnya, akan lama diterima oleh masyarakat.

Meskipun demikian inovasi produk memerlukan upaya, waktu dan kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalan. Produk baru yang inovatif tersebut, direncanakan dan dibuat dalam bentuk sampel-sample sesuai standar industri. Produk sample dibuat oleh para tenaga kerja sesuai dengan tingkat kemampuan (*skill*) yang dimiliki. Kesamaan tampilan produk sejenis dari pesaing akan menjadikan suatu efek kejenuhan bagi konsumen dalam berbelanja batik, tanpa upaya produk pesaing dengan upaya menciptakan perubahan yang berarti. Lukas dan Ferrell (2000:240) dalam Cynthia dan Hendra (2014:1217) menjelaskan adanya beberapa indikator dari inovasi produk, yaitu:

1. Perluasan Produk (*Line Extensions*). Perluasan produk merupakan produk yang masih familiar bagi organisasi bisnis tetapi baru bagi pasar.
2. Peniruan Produk (*Me-Too Products*). Peniruan produk merupakan produk yang dianggap baru oleh bisnis tetapi familiar dengan pasar.

3. Produk Baru (*New-To-The-World Products*). Produk baru merupakan produk yang dianggap baru baik oleh bisnis maupun oleh perusahaan. Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur inovasi produk yaitu produk, jasa, keunggulan produk batik, dan tenaga kerja karena sesuai dengan objek dalam penelitian ini.

Terdapat tipe inovasi di sektor publik menurut Halvorsen, et. Al (2005: 5) adalah sebagai berikut :

- a. Pelayanan baru atau pelayanan yang diperbaiki (*A new or improved service*).
- b. Inovasi proses (*Process innovation*).
- c. Inovasi administratif (*administrative innovation*).
- d. Inovasi sistem (*system innovation*) berupa sistem baru atau perubahan mendasar dari sistem yang ada dengan mendirikan organisasi baru atau bentuk baru kerjasama dan interaksi.

Beberapa kebijakan untuk mendukung terciptanya inovasi di industri batik antara lain (Maninggarand Hudalah, 2018:6):

1. Menciptakan jaringan antar peneliti dan pengguna melalui bentuk penelitian, teknologi, dan inovasi (Ristekin) yang memfasilitasi dan menyediakan dana penelitian untuk menghubungkan penemuan universitas dengan pengguna.
2. Mendorong program pembelajaran batik untuk masyarakat dengan mengoptimalkan fungsi museum batik, membuat batik menjadi kurikulum

wajib sekolah dasar dan mendorong pendirian fakultas batik di universitas-universitas di Pekalongan.

Manninggar and Hudalah (2018:6) Menambahkan kolaborasi tersebut dapat menciptakan empat jenis inovasi, yaitu inovasi produk (batik pewarnaan alami, motif baru); memproses inovasi (menggunakan bahan alami baru mis. nila, daun teh, dan kulit pohon); inovasi organisasi (mitra baru dari pelatihan); dan inovasi pemasaran (e-marketplace).

2.2.3.1 Batik

Batik secara bahasa dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah kain yang dilukis menggunakan canting dan cairan lilin malam sehingga membentuk lukisan-lukisan bernilai seni tinggi di atas kain mori. Batik merupakan warisan budaya yang mengalami banyak perkembangan dan dapat menyesuaikan dengan keadaan. Keberadaan batik telah ditetapkan sebagai “Warisan Kemanusiaan Untuk Budaya Lisan dan Non Benda” (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) pada tanggal 2 Oktober 2009 oleh UNESCO, badan Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) yang membidangi masalah budaya. Pengakuan terhadap batik ini diberikan karena pemerintah beserta rakyat Indonesia dinilai telah melakukan banyak langkah nyata untuk melindungi dan melestarikan batik secara turun temurun. Batik dinilai menyatu dengan denyut kehidupan masyarakat pendukungnya secara nyata dengan makna filosofis tentang kearifan hidup yang dalam (Salma, IR, 2013: 87).

Batik dalam (Wulandari, 2011:4) disebutkan berasal dari kata “*amba*” yang berarti lebar, luas, kain; dan “*titik*” yang merupakan bahasa Jawa,

yang artinya adalah menulis titik. Yang kemudian berkembang menjadi istilah “batik” Kalau jaman dulu disebutnya *ambatik*. Yang diterjemahkan berarti kain dengan titik-titik kecil. Pengertian Batik menurut Standar Industri Indonesia (SII) batik adalah bahan tekstil yang diberi warna dan motif khas Indonesia dengan menggunakan alat lukis khusus dan lilin batik sebagai bahan perintang warna (Soerjanto, 1982:1) dalam (Yuliati, 2010:11). Pendapat lain mengenai batik yaitu kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan telah menjadi bagian dari budaya Indonesia (Khususnya Jawa) sejak lama (Ambar B. Arini, 2011:2).

Batik menurut Wulandari (2011) para sarjana ahli, berwarga negara Indonesia maupun asing, hingga saat ini belum mencapai kata sepakat tentang apa sebenarnya arti kata batik. Sebutan “tik” untuk titik ataupun netes, karena dilakukan penetesan mala di atas kain putih. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa Industri Batik merupakan Industri yang mengolah barang setengah jadi menjadi barang jadi sehingga dapat langsung dimanfaatkan oleh konsumen. Pembuatan batik berawal dari kain mori hingga dilakukan prosdes produksi hingga siap menjadi batik. Batik adalah gambar pada mori yg dibuat dengan menggunakan alat bernama canting, yang menghasilkan batikan berupa macam-macam motif dan mempunyai sifat-sifat khusus yang dimiliki oleh batik itu sendiri (Salma I.R, 2013: 88).

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa batik adalah seni kerajinan warisan budaya Indonesia dalam helaian kain dengan pemberian corak yang menggabungkan titik-titik menjadi gambar tertentu dengan warna yang beragam menggunakan lilin batik sebagai bahan perintang warna.

Batik Pekalongan mengalami perkembangan yang terlihat dengan motif-motifnya yang bebas dan juga tidak kaku. Batik dari daerah Pekalongan termasuk batik pesisir yang paling kayawarna. Sebagaimana ciri khas batik pesisir, ragam hiasnya bersifat naturalistik. Batik dari daerah Pekalongan inilah yang sangat dipengaruhi seleraserta gaya para pendatang keturunan China dan Belanda (Djoemena, 1990:59). Pembuat batik Pekalongan dibuat sesuai dengan permintaan konsumen dan juga perkembangan jaman. Batik Pribumi di Pekalongan tidak lagi mengacu pada batik Solo ataupun Yogyakarta yang sangat menunjukkan kesan kratonnya. Karakter warna yang cerah dan terdiri banyak warna dalam satu kain membuat batik Pekalongan ini banyak diminati konsumen batik.

Awal mula pengembangan yang dilakukan terhadap batik Pekalongan menggunakan jenis dan terknik pembuatan atik tulis dan batik cap. Batik Tulis diciptakan dengan cara Tulis, yaitu dengan canting tulis dan malam panas. Seiring kemajuan zaman, batik telah dikembangkan dengan cara cap, printing (sablon), kain tekstil bercorak batik, dan desain batik secara komputer. Dengan pengembangan teknik tersebut, telah membuat batik semakin dikenal luas (Ari Wulandari, 2011 : 6).

Asti Musman dan Ambar B. Arini (2011:17) mengemukakan, batik terbagi menjadi berbagai jenis dan macamnya adalah sebagai berikut :

- a). Batik tulis adalah batik yang cara atau teknik pengerjannya menggunakan canting dan dikerjakan dengan waktu yang cukup lama, memiliki kualitas, serta nilai estetika serta nilai jual tinggi dengan motif khasnya batik yang tidak sama jika dibuat ulang.

- b). Batik cap adalah kain yang diberi hiasan dengan motif maupun corak batik yang menggunakan media tertentu yaitu canting cap. Canting cap adalah suatu alat yang terbuat dari tembaga dengan desain suatu motif yang dikehendaki.
- c). Batik kombinasi adalah batik yang proses pembuatannya dilakukan menggunakan perpaduan dua teknik. Teknik batik penggabungan antara tulis, cap dan screen printing (sablon).
- d). Batik printing atau batik sablon merupakan jenis batik yang proses pembuatannya dengan menggunakan klise (kasa) untuk mencetak motif batik pada kain. Aktivitas teknik printing lebih cepat dibandingkan dengan batik cap ataupun batik tulis. Teknik printing dibuat dengan menyablon atau dengan menggunakan mesin printing.

Tak sejalan dengan hal tersebut, batik printing dianggap merusak tatanan dalam seni batik karena proses pembuatannya tidak menggunakan proses pembuatan batik pada umumnya yaitu menggunakan lilin atau malam. Batik printing disebut sebagai kain bermotif batik. Alasan ekonomi dilakukan oleh pengusaha demi keuntungan bisnis tanpa memikirkan kelestarian batik asli dan mata pencaharian pembatik tradisional (Salma,I.R, 2013: 87-88). Menurut Murniati, Tri (2013: 28) proses pembuatan batik dapat dilakukan dalam beberapa tahap yaitu:

- 1) Nganji

Sebelum dicap setelah proses penganjian, kain batik harus dilapisi dengan kanji dengan ketebalan tertentu, jika terlalu tebal nantinya malam kurang

baik melekatnya dan jika terlalu tipis maka akibatnya malam akan “*mblobor*” yang nantinya akan sulit dihilangkan.

2) Ngemplong

Tujuan ngemplong ialah agar mori menjadi licin dan lemas.

3) Nglowong

Membuat lukisan motif batiknya di atasmori yang dibatik.

4) Pewarnaan

Pencelupankain batik kedalam larutan zat warna, ratakan pewarna, lalu tiriskan. Diangin-angin di bawah sinar matahari langsung sambil dibolak balik berkali-kali.

5) Pemasakan/Pelorotan

Malam yang masih ketinggalan di mori harus dihilangkan, caranya dengan dimasukkan kedalam air mendidih yang disebut *nglorot*.

6) Pencucian

Setelah *dilorot* kain tersebut dicuci supaya bersih. Biasanya pencucian dilakukan dalam beberapa bak besar.

Produk industri batik di Indonesia kini tidak hanya pada produk sandang, sebagai keunggulan batik Indonesia dibandingkan batik negara lainnya adalah keragaman motif dan desain penggarapannya yang cenderung halus, hingga kini dalam Wulandari (163:2011) batik telah dikenakan dalam berbagai keperluan:

1. Sandang: Bahan busana tradisional, kain panjang, sarung, kerudung, selendang, ikat kepala, busana utama, dan kemben.

2. Busana modern: rok, bahan untuk kain, gaun, scarf, dasi, sapatangan, T-shirt, dompet, kostum boneka, tas dan sandal.
3. Kebutuhan rumah tangga: serbet, alas piring, alas gelas, taplak meja, penutup barang rumah tangga, serta seprei dan sarung bantal.
4. Pelengkap interior: gordena, penutup jok, bedcover, dan tutup lampu.
5. Elemen estetis: lukisan, hiasan dinding, dan map.
6. Seni kriya: *patchwork* dan kartu bergambar.

Berbagai jenis teknik membatik dapat mempengaruhi harga jual serta nilai seni yang dihasilkan. Berbagai jenis teknik juga memiliki makna dan filosofi yang sangat menentukan nilai dari kain batik yang dihasilkan. Batik menurut Wulandari (2011:76) komponen utama dalam pembuatan batik adalah :

- 1). Warna adalah suatu spektrum tertentu yang terdapat didalam suatu cahaya sempurna yang berwarna putih. Keberagaman warna dialam, dapat dikelompokkan sebagai berikut :
 - a) Warna netral merupakan warna-warna yang tidak memiliki kemurnian atau dengan kata lain bukan merupakan warna primer maupun sekuunder
 - b) Warna kontras adalah warna yang memiliki maksud berlawanan satu dengan yang lainnya
 - c) Warna panas merupakan kelompok warna dalam rentang yang terdapat di setengah lingkaran dalam lingkaran warna dalam lingkaran warna mulai dari merah sampai dengan warna kuning
 - d) Warna dingin adalah kelompok warna dalam rentang setengah lingkaran warna dimulai dari hijau hingga ungu.

- 2). Garis merupakan suatu hasil goresan di atas permukaan benda atau bidang gambar. Menurut bentuknya garis dapat diedakan menjadi: a) Garis lurus (tegak lurus, horizontal dan condong), b) Garis Lengkung, c) Garis putus-putus, d) Garis berlubang, e) Garis zig-zag, f) Garis Imajinatif.

Berdasarkan penjelasan para ahli, maka peneliti berkesimpulan mengenai dinamika industri batik berdasarkan pengertian beberapa ahli dalam penelitian ini berarti suatu perubahan atau permasalahan yang berhubungan dan mempengaruhi, yang sifatnya besar-besaran atau kecil-kecilan dalam suatu industri. Perkembangannya modifikasi & teknik pembuatan batik mengikuti kemajuan teknologi tekstil. Hal tersebut memiliki peran dalam perkembangan yang berpengaruh pada dinamika industri batik. Banyak perajin batik yang mempertahankan teknik dalam industrinya secara tradisional sebagai cara menjaga warisan budaya.

2.2.3.2 Kinerja Produksi Batik

Produksi batik termasuk kedalam hal penting yang perlu dilaksanakan dengan efektif dan efisien dalam setiap aktifitas industri dan pelaksanaan produk. Dimana batik ini diciptakan sebagai hasil dari produksi sebuah perusahaan. Berkaitan dengan aktivitas produksi, *Asian Productivity Organization* (2001:23) mengungkapkan mengenai produktivitas merupakan hubungan antara apa yang dikeluarkan oleh sistem organisasi, baik dari segi kualitas produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan manusia, dan apa yang masuk ke sistem organisasi, dalam hal sumberdaya yang dikonsumsi untuk menghasilkan produk-produk dan layanan baik kinerja individu maupun kinerja organisasi. Armstrong (1994) dalam

Sulistiyandari (2016:97) menyatakan bahwa kinerja seseorang didasarkan pada pemahaman ilmu pengetahuan, keterampilan dan keahlian yang diperlukan untuk melakukan pekerjaan dengan baik. Wibowo (2008:326) mengungkapkan mengenai kriteria ukuran kinerja dalam industri adalah: produktivitas, kualitas, ketepatan waktu, *cycle time* (putaran waktu), pemanfaatan sumberdaya, dan biaya.

Kinerja Produksi Batik juga dipengaruhi inovasi yang telah berkontribusi pada pemotongan biaya produksi dan dengan demikian, meningkatkan pendapatan unit industri, munculnya pengusaha batik baru, dan peningkatan dalam kunjungan wisatawan, bisnis dan fasilitas pendukung (Maninggarand Hudalah, 2018:1). Menurut Baswir (1995) dalam Sulistiyandari (2016:98) terdapat empat faktor penyebab rendahnya kinerja pada usaha kecil dan menengah di Indonesia, antara lain :

1. Hampir 60% usaha kecil dan menengah di Indonesia menggunakan teknologi yang tradisional.
2. Pangsa pasar yang cenderung menurun karena kekurangan modal, lemah teknologi dan manajemen.
3. Sebagian besar usaha kecil dan menengah tidak mampu memenuhi persyaratan administratif guna memperoleh bantuan dari bank.
4. Tingkat ketergantungan terhadap fasilitas pemerintah masih sangat besar.

2.2.3.3 Batik Pekalongan

Wulandari (2011:205) dalam bukunya disebutkan bahwa Indonesia memiliki berbagai jenis atau model batik yang dilatarbelakangi oleh ciri-ciri kedaerahan seperti Yogya, Pekalongan, Cirebon, Madura, Tuban Solo, dan

Banyuwangi. Ciri-ciri yang dimiliki oleh masing-masing daerah merupakan kekuatan dan mempunyai pasar masing-masing. Wisata batik di Indonesia diibaratkan membicarakan seluruh kota yang ada di Indonesia, karena pada dasarnya setiap kota di Indonesia memiliki daerah “wisata batik”, namun wisata batik disini terpusat dalam kawasan tujuan wisata batik. Sehingga terdapat berbagai fasilitas dalam menunjang industri batik tersebut.

Salah satu tipe batik di Indonesia yang sedang berkembang adalah Batik Pesisiran, yaitu lokasi industri batik yang berada di pesisir pantai Utara Jawa, seperti Pekalongan, Pati, Lasem, Tuban yang memiliki motif khas. Layaknya model-model batik lainnya, kini Batik Pesisiran diproduksi untuk berbagai kepentingan, tidak hanya untuk kain saja, tetapi juga untuk aksesoris rumah tangga. Selaras dengan perkembangan dunia perbatikan, para pengusaha dan pengrajin Batik Pesisiran mempunyai tantangan sekaligus peluang untuk terus berkreasi mengembangkan motif-motif terbaru untuk dapat mengantisipasi dinamika pasar batik agar Batik Pesisiran mampu bertahan dan menjadi salah satu basis penguatan perekonomian kreatif (Poerwanto dan Zakaria, 2012:1). Pekalongan telah ada sejak tahun 1800-an. Industri batik Pekalongan telah pasang surut berpengalaman dalam produksinya (Maninggarand Hudalah, 2018:5). Pesaingnya tidak hanya berasal dari kampung lain di kota pekalongan maupun kota lain di Indonesia, melainkan berasal dari negara lain, seperti Cina yang memproduksi tekstil dengan motif batik. Namun, ini tidak mengecilkan hati industri batik di Pekalongan dari memproduksi batik.

Batik Pekalongan termasuk komoditi unggulan Kota Pekalongan dan hasil

Produksi batik dari Pekalongan juga menjadi salah satu penopang perekonomian kota Pekalongan. Kota Pekalongan termasuk kedalam salah satu sentra industri batik terbesar di Nusantara. Kota Pekalongan memiliki industri kreatif yang sudah mampu mempromosikan citra kotanya industri kreatif tersebut adalah industri batik, melalui kerajinan batik. Kota Pekalongan telah ditetapkan menjadi kota kreatif dunia (Iglesias, 2014). Industri batik telah menjadi pilar ekonomi utama bagi Pekalongan penduduk, menyumbang hampir 55,8% dari total tenaga kerja industri kecil di wilayah tersebut (Departemen Perindustrian, Perdagangan, dan perusahaan kecil-menengah, 2015 dalam Maninggarand Hudalah, 2018:2).

Ditambahkan pula oleh Wulandari (2011:212) bahwa keberadaan sentra industri batik di Pekalongan biasanya berdasarkan nama desa atau kelurahannya karena hampir semua penduduk di daerah tersebut bekerja di bidang batik. Diantaranya baik sebagai pengrajin, pengusaha, pedagang hingga pemasok kain dan peralatan batik. Diantara sentra industri batik tersebut adalah sentra industri Jenggot, Kradenan, Pesindon, Kauman dan Pasirsari. Konsumen atau wisatawan dapat menikmati edukasi cara membatik di industri langsung, membeli batik hingga pemesanan batik. Bagi konsumen yang hendak langsung berbelanja, kota Pekalongan memiliki pasar grosir yang didistribusikan langsung oleh para industri di kota Pekalongan, antara lain Pasar Grosir Setono, Pasar Grosir Gamer dan IBC.

Batik dari Pekalongan memiliki ciri khas tersendiri dari warnanya yang natural dan motifnya beragam hias. Gaya batik Pekalongan lebih bebas dan banyak mendapat pengaruh dari luar, sehingga dalam selembar kain terdapat beberapa macam warna (Nurainun, Heriyana dan Rasyimah., 2008:127).Tiga

faktor menjelaskan mengapa batik industri di Pekalongan masih bertahan (Maninggar and Hudalah, 2018:5) yaitu; (1) kebijakan dan dukungan yang kondusif pemerintah untuk mengembangkan industri batik (Astuty, 2014; Bakhtiar et al., 2009; Christiana et al., 2014; Susanty, Handayani, & Jati, 2013); (2) kekuatan budayanya (Bakhtiar et al., 2009; Christiana et al., 2014); dan (3) inovasi produk (Bakhtiar et al., 2009; Christiana et al., 2014).

2.2.3.4 Kampung Pesindon

Kota Pekalongan identik dengan Batik Pekalongan yang menjadi daya tarik wisata tersendiri. Profil industri batik di Indonesia, baik industri batik di Pekalongan termasuk ke dalam unit usaha kecil menengah (UKM). Sehingga proses pengembangannya sangat membutuhkan kebijakan-kebijakan dari pemerintah agar tidak terlindas dari industri industri besar yang mempunyai modal besar. Pekalongan adalah daerah penghasil batik terbesar di Indonesia (Nurainun, Heriyana dan Rasyimah., 2008:125).

Kampung Pesindon adalah salah satu kampung batik yang berada di Jalan Pesindon Raya, Kelurahan Kergon, Kecamatan Pekalongan Barat, Kota Pekalongan. Kampung Batik Pesindon dikelola oleh masyarakat secara swadaya. Terdapat 32 Industri dengan 25% pengrajin memiliki showroom untuk mendukung kegiatan pemasaran. Kegiatan yang dapat dilakukan dikampung Pesindon antara lain wisata belanja, melihat proses dan belajar membuat batik.

Berdasarkan observasi sementara yang dilakukan oleh peneliti, selain Kampung Pesindon, terdapat Kota Jogja dan Solo diantaranya juga memiliki kampung kawasan industri yang juga dijadikan destinasi kampung batik.

Pemerintah dari berbagai kota mulai mewajibkan penggunaan batik untuk kebutuhan sandang, yang mana memotivasi masyarakatnya dalam berkreasi batik. Sehingga hampir setiap daerah sudah dianjurkan memiliki ciri khas batik. Ciri khas batik daerah erat kaitannya dengan inovasi produk yang dilakukan oleh industri. potensi kampung batik, hal tersebut menjadikan kekuatan untuk membentuk suatu paguyuban batik sebagai wadah. Sebuah kawasan dimana dapat dengan mudah melakukan belanja batik langsung ke pengrajin dan melihat produksi. Para pengunjung atau wisatawan dapat belajar batik sebagai sarana edukasi. Sesuai tahapannya terdapat proses pembuatan sejak Pemberian malam (lilin) pada kain, Pewarnaan, Pelepasan lilin dari kain dan batik siap untuk dijual.

Dalam pengelolaan kampung batik pesindon pihak pengelola mengalami kendala yaitu belum tersedianya workshop khusus untuk kegiatan belajar membatik. Para wisatawan melakukan pembelajaran batik secara terbatas. Upaya yang dilakukan oleh pihak pengelola antara lain bekerja sama dengan para pemilik workshop dalam kegiatan wisata batik seperti untuk belajar membatik serta melihat proses pembuatan batik.

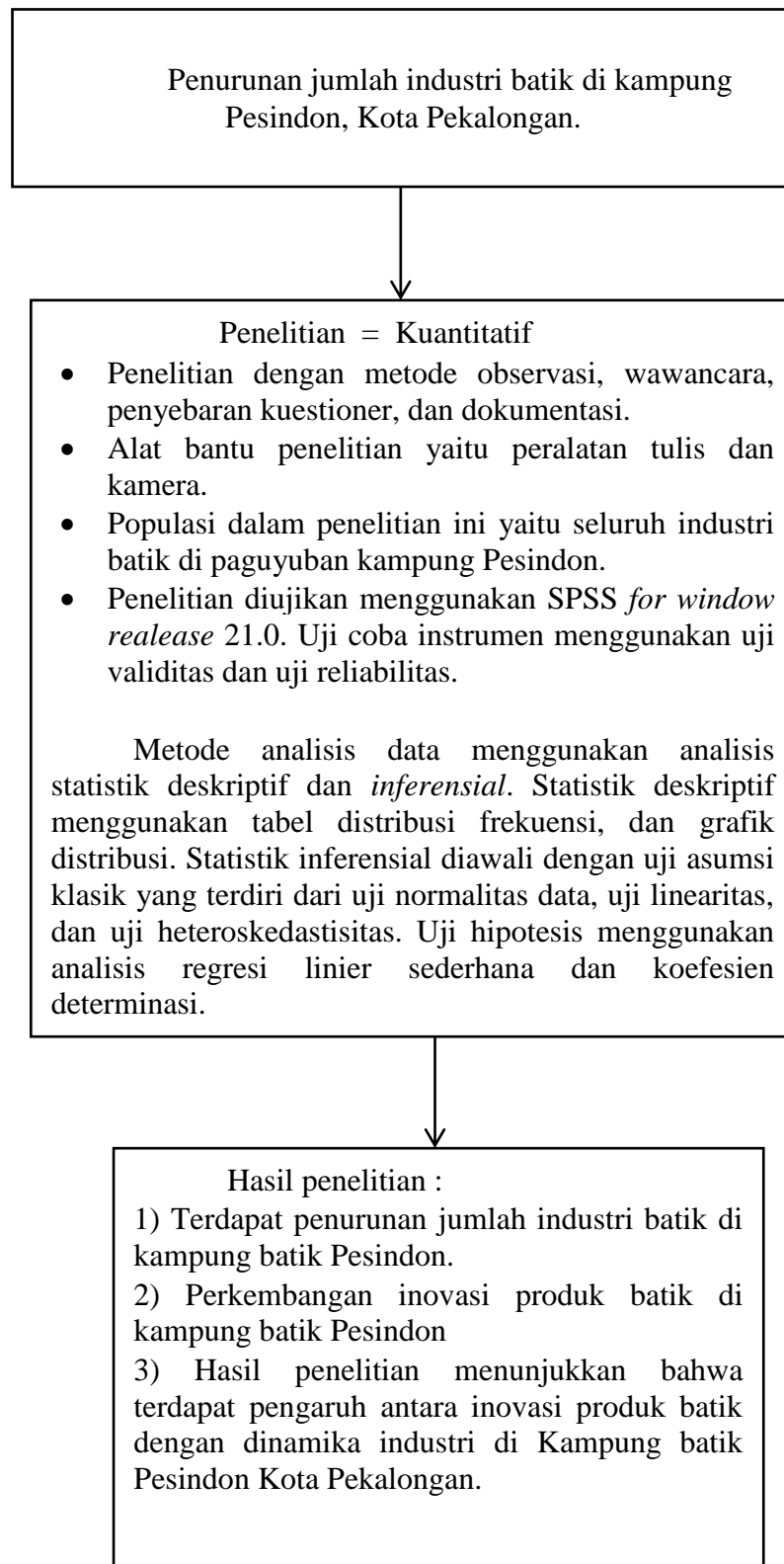
2.3 Kerangka Teoritis Penelitian

Ketika berbicara batik, hal yang tidak kalah penting adalah aktivitas para pelakunya, yaitu industri batik. Industri batik dalam beberapa hal sejalan dengan perlunya berbagai kreativitas dalam menciptakan seni yang sudah mendarah daging bagi bangsa Indonesia. Meskipun demikian industri harus dapat menetapkan berbagai strategi yang tepat agar dapat bersaing dengan

industri *competitor* lain yang banyak bermunculan menyesuaikan trend yang sedang terjadi pada jaman sekarang.

Dalam penciptaan industri batik yang dapat terus berkembang, menciptakan pelanggan yang setia dan loyal dengan produk industri akan meningkatkan kepuasan mereka dan rentan beralih ke produk batik pesaing yang berdampak pada melemahnya loyalitas pelanggan tersebut. industri harus mampu menimbulkan kembali kepuasan pelanggan dengan melakukan inovasi produk yang ditawarkan. Penelitian ini membahas mengenai dinamika industri dan inovasi produk batik di Kampung Batik Pesindon. Kerangka berfikir menggambarkan pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu pengaruh inovasi produk dan dinamika industri di lingkungan kampung batik Pesindon.

Adapun kerangka berfikir dalam penelitian ini Indikator-indikator dari inovasi produk adalah Produk (Gaya, Desain, Fitur, dan Merk), Jasa (Pengiriman, Pemanfaatan, Pelatihan Pelanggan, Konsultasi, Perbaikan), Keunggulan Produk (Upaya dan tingkat kepercayaan), dan Tenaga Kerja (Kopetensi, Kredibilitas, Keandalan, Kesesuaian, Kecepatan, dan peningkatan tenaga ahli). Dan Indikator-indikator dari dinamika industri batik adalah biaya (pengelolaan biaya dan konsep teknik batik), dan *Life style* (Faktor Sosial, Values dan *Life style*)



BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Perkembangan industri batik di kampung Pesindon, sejak diresmikan pada tanggal 10 April 2009 oleh Walikota Pekalongan menjadi kampung batik, mengalami penurunan jumlah industri. Sejak tahun 2009 jumlah industri batik sebesar 32 industri dan pada tahun 2019 jumlahnya 30 industri. Industri batik tersebut menurun dengan jumlah 2 industri atau menjadi sebesar 94% dari jumlah semula. Penurunan tersebut cenderung memperkecil kawasan sebaran industri batik di kampung Pesindon, karena penurunan terjadi di dalam wilayah industri yang ada pada tahun 2019.
2. Aktivitas industri dalam upaya mengembangkan inovasi produknya memberikan dampak meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menghadapi perkembangan zaman. Industri masih belum berani dengan peningkatan tenaga kerja yang ahli atau desainer motif dalam berinovasi, hal tersebut dikarenakan menambah pengeluaran perusahaan, dan inovasi terhadap produk yang dilakukan industri belum tentu menjamin produk tersebut laku atau diminati konsumen batik. Konsumen batik di kampung pesindon lebih menyukai produk batik yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, serta kurang berminat membeli produk batik yang cenderung inovatif dan aneh-aneh. Sehingga industri masih terus memproduksi

produk yang masih laku dan cenderung mengikuti pasar yang ada. Penelitian ini juga menemukan adanya hubungan antara inovasi produk terhadap dinamika industri.

3. Hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh positif antara inovasi produk terhadap dinamika industri sebesar 30%. Inovasi produk dalam hal ini pada industri batik mempengaruhi keadaan, aktivitas, perkembangan bahkan permasalahan yang terjadi pada industri. Sehingga apabila inovasi produk batik meningkat, terjadi perkembangan pada industri batik di kampung Pesindon Pekalongan. Hal tersebut dibuktikan dengan inovasi yang belum dioptimalkan dengan desainer batik dalam upaya perkembangan industri, pembiayaan dan selera pasar /daya jual tinggi.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat dikemukakan saran berikut:

1. Bagi pemerintah maupun sejarawan batik, Hendaknya diperlukan usaha bersama untuk mendokumentasikan dan pembukuan mengenai berbagai macam ragam hias batik Pesindon dan sejarah batik Pesindon. Tujuannya untuk menambah wawasan tentang keberadaan batik Pesindon. Karena ketersediaan buku-buku tentang batik masih jarang beredar.
2. Bagi Pemerintah:
 - a. Hendaknya perlu adanya pelatihan dan pembinaan desain motif batik bagi para industri batik agar dapat mengembangkan dan meningkatkan inovasi produk bagi tiap industri.

- b. Hendaknya perlu adanya pelatihan pemasaran secara online sebagai sarana mengikuti perkembangan zaman yang ada bagi para pelaku industri.
 - c. Hendaknya pemerintah daerah perlu lebih memfasilitasi industri batik pada event-event pameran.
 - d. Hendaknya pemerintah daerah dapat menjaga dan mencukupi kestabilan industri.
3. Bagi paguyuban batik Pesindon hendaknya dapat selalu kompak dan bersinergi demi meningkatkan perkembangan batik dan tamu wisatawan yang berkunjung serta berbelanja ke kampung batik Pesindon.
4. Bagi generasi muda hendaknya dapat mempelajari batik sebagai warisan kebudayaan Indonesia. Sekaligus mampu berperan terhadap peningkatan perkembangan batik.
5. Bagi para pelaku industri batik:
 - a. Para pelaku industri agar dapat menjaga kualitas batik Pesindon yang khas yaitu dengan berinovatif teknik seni cap dan tulis, sehingga sekaligus bentuk edukasi kepada masyarakat bahwa printing dan sablon bukanlah termasuk batik.
 - b. Para pelaku industri agar dapat mempertahankan produk-produk hasil inovasi dan mengarsipkan sehingga dapat bertahan dan tidak menghilang begitu saja karena produk produk tersebut mempunyai nilai jual di kemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anonim. 1997. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Balai Pustaka. Departemen Pendidikan Kebudayaan.
- Asian Productivity Organization*. 2001. *Achieving Higher Productivity Through GP*. Tokyo: APO.
- Atikah. 2014. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Konveksi Kota Malang. Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Carlsson, B. (2016). *Industrial Dynamics: A Review of the Literature 1990–2009*. *Industry and Innovation*, 23(1), 1–61.
- Carlton, D.W, and Perloff, J.M. 2015. *Modern Industrial Organization, 4th edition*. Massachusetts, USA : Addison Wesley Longman, Inc.
- Crawford, C. Merle; De Benedetto, C. Anthony. 2000. *New Product Management*. New York : McGraw-Hill.
- Cynthia & Hendra, 2014, Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning Di Kota Manado, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Ekonomi, vol 2 no 3
- Everet M, Rogers. 2003. *Diffusion of innovation. 5th edition*. New York : Free Press
- Gatignon, Hubert dan Jean – Marc Xuerob. 1997. *Strategic Orientation of The Firm and new Product Performance, Journal of Marketing Research*. p.77-79.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
GP. Tokyo:APO
- Griffin. 2005. Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan (Terjemahan). Jakarta. Erlangga.
- Gumelar, B. 2015. Strategi Pengembangan Industri Kecil Kripik Tempe Di Desa Karangtengah Prandon Kabupaten Ngawi. Jurusan Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang Jurnal Administrasi Publik (JAP), Vol. 3, No. 1, Hal. 55-60
- Halvorsen, Thomas, et al. 2005. *On the differences between public and private sector innovations. Public report*. Oslo
- Helia et al. 2015. Pengaruh Orientasi pasar dan orientasi Kewirausahaan terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Antara (Studi Kasus Pada IKM Batik di Kampung Batik Laweyan, solo). Diponegoro Journal Of Social And Political Of Science.
- Idrus, H.A. 1996. Kamus Umum Baku Bahasa Indonesia. Bintang Usaha : Surabaya.

- Iglesias, L. (2014). *28 cities join the UNESCO Creative Cities Network*. Retrieved from http://www.unesco.org/new/en/media-services/singleview/news/28_cities_join_the_unesco_creative_cities_network/#.VPx6g-EVT3t
- Kementerian Negara Koperasi dan UKM. 2009. Undang-Undang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) UU RI No.20 Tahun 2008, Jakarta: Sinar Grafika.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. <http://www.kemenperin.go.id/>
- Kotler & Bes. 2004. *Lateral Marketing*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Manajemen*, Jakarta : Prenhalindo
- Lin, C.Y., and Chen, M.Y. 2007. *Does Innovation Lead to Performance? An Empirical Study of SMEs in Taiwan*. *Management Research News*. Vol. 30 No. 2 p.115-132
- Manninggar, Nimas and Hudalah, Delik. 2018. *Low-Tech Innovation And Local Economic Development: Case Study The Traditional Batik Industry In Pekalongan Municipality*. *Tata Loka* Volume 20 Nomor 1, Februari 2018, 1-11 © 2018 Biro Penerbit Planologi Undip P Issn 0852-7458- E Issn 2356-0266. DOI: <https://doi.org/10.14710/tataloka.20.1.1-11>
- Mulyawan, M. B. 2018. “Batik Pekalongan dari masa ke masa”. *Busana Media Warna*
- Murniati Tri, Muljadi. 2013. *Pengolahan Limbah Batik Cetak Dengan Menggunakan Metode Filtrasi-Elektrolisis Untuk Menentukan Efisiensi Penurunan Parameter Cod, Bod, Dan Logam Berat (Cr) Setelah Perlakuan Fisika-Kimia Pengolahan Limbah Batik Cetak Dengan Menggunakan Metode Filtrasi-Elektrolisis Untuk Menentukan Efisiensi Penurunan Parameter Cod, Bod, Dan Logam Berat (Cr) Setelah Perlakuan Fisika-Kimia*. Jurusan Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Sebelas Maret. *EKUILIBRIUM* ISSN : 1412-9124 Vol. 12. No. 1. Halaman : 27 – 36 Januari 2013
- Nurainun, Heriyana dan Rasyimah. 2008. *Analisis Industri Batik Di Indonesia*. Fokus Ekonomi (FE) Universitas Malikussaleh. Banda Aceh 3(7): 1-12
- Pemerintah Indonesia. Undang-Undang No.3 Tahun 2014 tentang perindustrian. Lembaran Negara RI Tahun 2014, No. 115. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Pemerintah Indonesia. *Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian*. Lembaran Negara RI Tahun 2008, No. 115. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Poedjioetami, Esty; Prabowo, Rony;. 2011. “*Desain Quality Function Deployment untuk Pengembangan Produk Batik Tulis di Pacitan*”.
- Poerwanto dan Zakaria. 2012. *Inovasi Produk dan Motif Seni Batik Pesisiran Sebagai Basis Pengembangan Industri Kreatif Dan Kampung Wisata Minat Khusus*. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial*, Vol. 1, No. 4, September 2012
- Quinn, James Brian, 1985. *Managing Innovation: Controlled Chaos.. Harvard Business Review*, Vol. 63, Issue 3, p. 73-84 1985. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1504499>

- Rademakers, Martin. 2005, "Corporate universities: *driving force of knowledge innovation*", *Journal of Workplace Learning*; 17, 1/2; ABI/INFORM Global, pg. 132.
- Rasyid H. 2018. Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. AMIK BSI Jakarta. Vol. XVI (39-49) No. 1 Maret 2018. p-ISSN: 1411-8637 e-ISSN: 2550-1178
- Ratnasari, A. dan Kirwani. 2013. Peranan Industri Kecil Menengah (IKM) dalam penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Ponorogo. *J. Pendidikan Ekonomi (JUPE)*. 1 (3) 1-17.
- Rusdiana A. 2014. Konsep Inovasi Pendidikan, Bandung: Pustaka Setia.
- S. Djoemena, Nian. 1990. *Ungkapan Sehelai Batik Its Mystery and Meaning*. Jakarta: Djambatan.
- Sadono, S. 1995. *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta : PT. Karya Grafindo Persada.
- Salma, I.R. 2013 Corak Etnik Dan Dinamika Batik Pekalongan, *Jurnal Batik Pekalongan* 3 (2). Yogyakarta.
- Sari, I.K. dan Wijaya, S.H.B. 2016. Strategi Penggunaan Media Komunikasi Pemerintah Kota Bandung dalam Rangka Mensosialisasikan Bandung sebagai Kota Kreatif Desain. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Setiawan, A.H. 2010. Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Sektor Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Kota Semarang. Fakultas Ekonomi Undip
- Siyoto, S., A. Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soerjanto. 1982. *Sejarah Perkembangan Batik*. Yogyakarta: Balai Besar Penelitian dan Pengembangan Industri Kerajinan dan Batik.
- Soliha, E. 2008. Analisis Industri Ritel Di Indonesia. Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, Hal. 128 - 142 Vol. 15, No.2 ISSN: 1412-3126
- Soesanti, Indah. 2016. *Batik production process optimization using particle swarm optimization method*. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. Department of Electrical Engineering and Information Technology, Faculty of Engineering, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia. 20th April 2016. Vol.86. No.2 (272-278)
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan ke 22. Bandung: Alfabeta
- Sulistiani, S. L. 2019. Analisis maqashid syariah dalam pengembangan hukum industri halal di Indonesia. *Law and Justice*, 3(2), 91-97.
- Sulistyandari. 2016. Kompetensi Sdm Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm Batik Di Kabupaten Banyumas. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman. Vol.22 No.2 September 2016. <http://jp.feb.unsoed.ac.id>
- Sumarsono, Sony. 2010. *Kewirausahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suryana. 2006. *Kewirausahaan. Pedoman Praktis : Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta : Salemba Empat.

- Suryana. 2013. *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Edisi Ketiga, Penerbit Salemba, Jakarta.
- Suryono, A. 2014. Kebijakan Publik Untuk Kesejahteraan Rakyat. Volume VI, Nomor 02, September 2014 *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi* ISSN 2085-1162 99
- Tulus T.H. Tambunan. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Tunas ANP, Anggraeni L, Lubis D. 2014. Analisis Pengaruh Pembiayaan Syariah terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Kota Depok. *Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor*. Vol 2, No 1.
- Wahyudin, Agus. 2015. *Metode Penelitian*. Semarang: Unnes Press
- Wahyuningsih, SE et all. 2018. *Model of local excellence-based on entrepreneurship education management for prospective vocational school teachers*. *Int. J. Innovation and Learning*, Vol. 24, No. 4, 2018. 448-461
- Wibowo. 2016. *Manajemen Kinerja*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Wulandari, Ari. 2011. *Batik Nusantara-Makna Filosofis, Cara Pembuatan, Dan Industri Batik*. Yogyakarta: Andi Publisher
- Yuliati, D. 2010. *Mengungkap Sejarah Dan Motif Batik Semarangan*. Jurusan Sejarah Universitas Diponegoro. *Paramita* Vol 20, No 1
- Zulkarnain, Wildan. 2013. *Dinamika kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.