

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik adalah sebuah kreatifitas yang memiliki makna tertentu dalam setiap coraknya. Batik sudah sejak lama ada di Indonesia, sehingga dalam hal ini batik melalui UNESCO (*United Nations Educational Scientific and Cultural Organizations*) Badan yang mengatur tentang daftar Representatif Budaya Warisan Manusia ini akhirnya mengadakan sebuah komite di Abu Dhabi untuk membahas masalah persengketaan hak atas kepemilikan batik antara Indonesia dan Malaysia. Setelah melalui proses panjang akhirnya pada tanggal 2 Oktober 2009, batik secara resmi dimasukkan dalam 76 warisan budaya tak benda milik Indonesia oleh UNESCO. Batik Indonesia dinilai sarat dengan teknik, simbol, dan budaya yang tidak lepas dari kehidupan masyarakat sejak zaman dahulu.

Sebagai warisan budaya, batik dapat menjadi identitas nasional yang dibanggakan baik kalangan nasional maupun internasional. Sehingga di Indonesia menjadikan tanggal 2 Oktober sebagai hari batik nasional. Sebagai rakyat Indonesia pun sebaiknya mulai menggunakan, memperhatikan dan melestarikan serta mempromosikan produk batik (Rais, 2020)

Batik merupakan suatu adat istiadat yang turun menurun, hal tersebut yang menyebabkan suatu motif batik itu dapat dikenali dari asal daerahnya. Batik diidentikkan di Pulau Jawa, akan tetapi setiap provinsi yang ada di Indonesia juga mengembangkan industri batik dengan ciri khas daerahnya. Salah satu provinsi yang banyak mengembangkan industri kreatif kerajinan batik adalah Provinsi Jambi. Batik Jambi merupakan warisan budaya turun temurun sejak zaman

kerajaan melayu Jambi. Batik jambi tidak hanya digemari oleh masyarakat Jambi saja, namun banyak masyarakat dari luar daerah Jambi bahkan luar negeri yang menyukai Batik Jambi.

Salah satu dari usaha kecil yang mengembangkan Batik Jambi di Jambi yaitu Jambi Kota Sebrang. Batik Jambi memiliki filosofi dan makna mendalam dan mempunyai ragam motif. Beberapa motif batik jambi yang terkenal yaitu kapal sanggat, burung kuau, durian pecah, merak ngeram, dan tampuk manggis (Rahma, 2018). Keberagaman ini membuat batik menjadi warisan budaya dan memiliki peran penting bagi kehidupan masyarakat jambi.

Dari pengamatan peneliti dilapangan, bahwasannya sebagian besar pengusaha batik ini di tekuni oleh pelaku usaha *bisnis family*. Pada pelaku usaha *bisnis family* ini terlihat bahwa produk yang diciptakan hanya lah produk yang sama sehingga usaha yang didirikan tidaklah berkembang dan tidak ada kemajuan dalam usaha tersebut. Maka dari itu pelaku usaha *bisnis family* ini sangatlah membutuhkan sebuah inovasi. Tentu adanya pembaruan pada usaha batik ini agar pengusaha batik ini dapat bersaing baik secara nasional maupun internasional. Perusahaan sangat membutuhkan pembaharuan dalam bentuk inovasi produk. Inovasi produk ini berupa penciptaan ataupun pembaharuan suatu produk. Tentu perlunya strategi inovasi supaya suatu perusahaan tidak salah langkah dalam mengambil keputusan untuk menciptakan inovasi produk.

Strategi (strategos) yunani, yang berarti jenderal. Kata yang berorientasi pada manajemen organisasi organisasi. Strategi merupakan penempatan misi perusahaan, penetapan sasaran organisasi dengan mengikat kekuatan eksternal dan internal. Artinya perlunya suatu rencana tertentu untuk mencapai sasaran dan

memastikan implementasinya secara tepat, sehingga tujuan dan sasaran utama suatu perusahaan akan tercapai.

Strategi ini merupakan kegiatan pemetaan atau penyusunan rencana agar suatu pembaharuan yang dicanangkan dapat tepat sasaran. Strategi inovasi ini dirancang, dibuat dan disusun agar setiap inovasi yang dijalankan dapat sesuai dengan target atau sasaran yang dituju sehingga hasil yang diharapkan juga maksimal. Tanpa adanya strategi ini, rencana dari suatu inovasi ini tidak optimal, dengan adanya strategi maka penempatan dari tiap tiap inovasi akan terlaksana dengan baik.

Dari permasalahan diatas, LPPM Universitas Jambi (UNJA) meresmikan kegiatan Diklat Pembekalan Peserta KKN Terapan (KKNT) MBKM tahun 2023, dengan mengangkat tema “ Perkuat Desa, Perkuat Bangsa” dalam program Desa Laboratorium Terpadu (DLT) dan Pusat Unggulan Iptek (PUI) dalam kerangka KKNT. Kegiatan ini berlangsung pada Sabtu, 19 Agustus 2023, bertempat di Golden Harvest Hotel Jambi. Rektor Universitas Jambi meresmikan Program KKNT tersebut sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan pendidikan dan kontribusi mahasiswa terhadap pembangunan di wilayah pedesaan. Artinya program ini diadakan untuk mengembang suatu desa dalam laboratorium terpadu yang dibantu kembangkan oleh mahasiswa Universitas Jambi. Program Desa ini sesuai dengan potensi budaya nya dan mahasiswa yang membantu mengembangkan desa itu pun harus sesuai bidangnya. Dengan proses yang ada, akan menjadikan desa yang dijadikan laboratorium ini menjadi terpadu dan cepat berkembang.

Dengan begitu desa yang dijadikan laboratorium dapat menjadi tempat penelitian dosen yang dibantu oleh mahasiswa. Saat ini peneliti mengikuti penelitian dosen , yang dimana desa yang dijadikan oleh peneliti dan 4 orang temannya adalah desa di Kecamatan Danau Teluk, dan Batik Istiqomah yang terpilih menjadi laboratorium untuk peneliti.

Batik Istiqomah adalah pelaku bisnis yang dirintis oleh keluarga Pak Ngadiman pada tahun 2005. Awal mula Pak Ngadiman bekerja di rumah produksi Batik Nusa Indah. Setelah memiliki pengalaman yang cukup untuk berbatik, Pak Ngadiman memberanikan diri untuk membuka usaha batiknya sendiri. Dalam hal ini lah terbentuk usaha Batik Istiqomah, yang mana nama ini terinspirasi dari nama putri pertamanya Istiqomah. Berharap untuk usaha ini akan terus konsisten dalam meraih kesuksesannya dan mempertahankan budaya batik Jambi ini. Tentu dalam menjalankan bisnis ini Pak Ngadiman tidak sendirian, Pak Ngadiman dibantu oleh Istrinya dan Putri Sulungnya Istiqomah, sehingga bisnis batik ini dijalankan bersama-sama oleh keluarganya Pak Ngadiman.

Pada saat wawancara pertama pada tanggal 20 Agustus 2023, Pak Ngadiman menuturkan bahwasannya usahanya pernah mengalami kejayaan dengan menjadi produsen batik dari beberapa toko baju batik yang ada di Jambi dan menjadi produsen utama sekitar 170 sekolah dalam pembuatan baju batik. Masa puncak kejayaan ini pada masa pemerintahan Bapak Drs. H. Zulkifli Nurdin, M.B.A sebagai gubernur Provinsi Jambi yaitu pada periode kedua tahun 2005-2010 dikarenakan adanya kebijakan wajib berbatik Jambi pada setiap Instansi baik Pemerintah, Swasta, bahkan Lingkungan Persekolahan. Kemudian Narasumber juga mengatakan semenjak pergantian kepemimpinan pada tahun

2011 hingga sekarang terjadinya perubahan kebijakan, dimana kebijakan wajib berbatik pada seluruh instansi tidak diwajibkan lagi. Sehingga pada saat pergantian kepemimpinan pemerintahan pun usaha keluarga Pak Ngadiman ini mengalami penurunan yang sangat signifikan. Dimulai dari kehilangan pelanggan ini membuat Batik Istiqomah mulai mengalami penurunan.

Perkembangan jaman yang diikuti banyak orang, terutama anak muda yang menganut tren terbaru dan terbanyak saat ini tentu ini akan sangat berpengaruh pada usaha Pak Ngadiman. Apalagi dengan perkembangan teknologi saat ini yang membuat anak muda mudah untuk mencari tren dunia yang terbaru. Dengan banyaknya pengaruh luar yang dianggap keren bagi kaum anak muda ini pun membuat pakaian batik pun terlupakan.

Narasumber juga menyampaikan bahwa pada saat ini permintaan konsumen juga sulit dipenuhi, karena Pak Ngadiman sulit untuk mengikuti baik warna, model atau pun motif terbaru yang diminta oleh konsumen. Produk batik Istiqomah pun masih bertahan dengan motif, warna atau pun model yang lama sehingga konsumen pun juga berkurang untuk membeli di Batik Istiqomah ini. Padahal pada zaman ini dan bagi kaum muda yang terpenting adalah gaya dan tren yang berkembang mengikuti zaman (Ratnasari, dkk, 2022). Karena hal ini lah sehingga konsumen yang membeli Batik Istiqomah hanyalah pelanggan tetap di sekitaran rumah Pak Ngadiman saja. Menurut Satyagraha (dalam Dalimunthe, 2017) yang menyatakan bahwa keunggulan bersaing adalah kemampuan suatu badan usaha dan nilai untuk memberikan nilai lebih terhadap produknya dibandingkan para pesaingnya nilai tersebut mendatangkan manfaat bagi pelanggan.

Berangkat dari permasalahan diatas, terlihat bahwasannya kurangnya inovasi produk pada usaha batik keluarga Pak Ngadiman. Salah satu cara untuk membuat usaha Pak Gimman ini tetap konsisten dalam memproduksi batik yang baru dan bagus serta diminati oleh konsumen adalah melakukan inovasi produk. Banyaknya yang memproduksi batik di Sebrang membuat Pak Ngadiman harus bisa bersaing sesamanya. Tentu akan terjadinya kesamaan produk sejenis dengan para pesaing, biasanya produk pesaing ini muncul tanpa mengalami perubahan.

Keadaan dengan persaingan yang timbul dengan munculnya produk pesaing ini dapat diatasi dengan melakukan inovasi produk. Menurut Tjiptono, (dalam Rasyid, dkk (2018)) menjelaskan inovasi produk bisa diartikan sebagai implementasi praktis, sebuah gagasan kedalam produk atau proses baru. Artinya pada usaha batik Pak Ngadiman membutuhkan inovasi produk baru dalam artian membuat suatu produk batik bukan hanya sebatas kain dasar batik tapi juga dibentuk dalam sesuatu yang bisa di pakai konsumen.

Inovasi diperlukan agar dapat menciptakan sebuah produk yang membedakan produk tersebut dengan para pesaingnya dan apa yang membuat produk tersebut jauh lebih unggul dibandingkan produk sejenis lainnya. Inovasi produk adalah sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Apabila produk memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen, maka ini seringkali akan menjadi penentu keberhasilan dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan. Akan tetapi menciptakan suatu produk yang baru tidaklah mudah, perlu upaya, waktu dan resiko dalam menciptakan mengembangkan produk.

Pak Ngadiman menuturkan bahwasannya, beliau sulit untuk menciptakan produk baru atau melakukan inovasi pada produknya dikarenakan ada resiko yang besar jikalau harus melakukan inovasi. Sedangkan permintaan pasar selalu menuntut dengan motif atau model terbaru. Peneliti mengamati kondisi dan penuturan dari Pak Ngadiman, pada dasarnya banyak pembatik yang sama dengan Pak Ngadiman saat ini juga masih tetap konsisten dengan motif-motif dan model yang ada, tapi ada juga beberapa yang sudah maju, berani mengambil langkah untuk menciptakan inovasi-inovasi terbaru pada produk batiknya sehingga usaha yang dijalankannya dapat maju. Menurut Myers & Marquis (dalam Kotler, 2016), inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain. Dengan dilakukannya inovasi produk, diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Sehingga dengan adanya inovasi produk batiknya Pak Ngadiman ini dapat menjadikan batik dapat terjual dan dicari oleh pasar.

Tujuan dari inovasi produk adalah untuk memenuhi tuntutan pasar sehingga produk dapat bersaing secara unggul di perusahaan. Keberhasilan dalam melakukan inovasi dan pengembangan produk berarti selangkah lebih maju dari pesaing. Hal ini menuntut pengusaha untuk dapat melihat peluang ketertarikan pelanggan agar dapat menarik minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Inovasi merupakan salah satu hal penting yang diterapkan oleh pengusaha jika tidak ingin kehilangan konsumennya. Dengan adanya inovasi produk ini, harapannya dapat memberikan banyak pilihan yang diinginkan oleh konsumen. Dan untuk batik Istiqomah ini hanya memiliki peluang kecil untuk terjualnya batik ini, karena produk batik ini masih terdapat kekurangan yang harus

diperbaiki dan produk ini juga belum mengikuti pewarnaan yang digemari konsumen, lebih tepatnya belum mengikuti warna-warna yang sedang trend sekarang. Tentunya inovasi produk ini harus direncanakan dengan baik dan strategi yang matang.

Strategi inovasi sebagai suatu alat dasar yang menentukan arah inovasi bisnis berdasarkan strategi bisnis dan tujuan strategis (Hitt er et al. (2014). Artinya untuk menciptakan suatu strategi dalam menciptakan atau mengembangkan suatu produk itu juga membutuhkan sebuah rencana yang matang, sehingga dalam produk pembuatannya pun juga akan menghasilkan produk yang berkualitas. Kazi Nguvu (dalam Salamah, 2023) berpendapat bahwa inovasi strategis adalah ciptaan dari strategi pertumbuhan, teknologi baru, pelayanan baru, cara baru dalam melakukan sesuatu atau suatu bisnis model yang merubah permainan dan menghasilkan nilai baru yang signifikan untuk konsumen dan pelanggan.

Menindaklanjuti permasalahan yang muncul yaitu kurangnya inovasi produk ini kepada pak Ngadiman selaku pemilik usaha dalam melakukan pembaruan produk. Peneliti menawarkan bentuk inovasi produk dalam bentuk pakaian jadi dari bahan dasar batik. Selain dari motif, bisa digabungkan dengan trend fashion terkini, dari warna motif, hingga *style* baju (Ratnasari, dkk, 2022). Sehingga pak ngadiman tidak hanya menyediakan bahan dasar batik jambi saja, tetapi juga menjual dalam bentuk pakai jadi, seperti jaket batik, totebag, home décor. Selain itu, motif batik yang sudah di dekonstruksi juga dapat diaplikasikan ke dalam baju dengan gaya modern sehingga dapat menarik perhatian dan tidak terkesan kuno. Jika para pengrajin dan desainer dapat mengembangkan batik

dengan melakukan inovasi seperti diatas maka batik pun pasti dapat digemari oleh kaum anak muda (Ratnasari, dkk, 2022).

Dengan adanya bentuk strategi yang akan dibuat ini akan memudahkan para pengusaha batik untuk dapat menentukan seperti apa produk baru yang akan dibuat. Strategi inovasi ini sangat dibutuhkan dalam perusahaan karena perusahaan akan semakin berisiko jika tidak mengalami inovasi. Perusahaan akan sangat merasakan perkembangan dan kemajuan jika perusahaan berani mengambil pilihan untuk berinovasi. Strategi inovasi ini juga akan membantu bisnis dalam menemukan tantangan baru untuk perkembangan dan pertumbuhan mereka. Strategi inovasi ini juga diperlukan dalam usaha batik Istiqomah karena melihat dari penuturan Bapak Ngadiman bahwa selama usaha ini berjalan belum terciptanya inovasi yang terbaru yang mengikuti trend zaman sekarang. Dalam berinovasi pun Pak Ngadiman harus siap mengambil resiko dalam membuat produk baru tersebut.

Didasari dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pada pelaku usaha bisnis *family* batik istiqomah ini membutuhkan suatu inovasi produk. Inovasi produk yang mengikuti perkembangan zaman yang menjadi salah satu solusi utama dalam melanjutkan bisnis batik Istiqomah. Untuk mengimplementasikan inovasi produk ini pelaku usaha bisnis *family* membutuhkan suatu inovasi produk. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan “Strategi Inovasi Produk Batik Pada Pelaku Bisnis *Family* Batik Istiqomah Sebrang Kota Jambi”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah :

Pada usaha Batik Istiqomah ini belum ada inovasi produk berupa pada pewarnaan dan motif, sehingga membutuhkan strategi inovasi produk untuk pelaku bisnis *family* Batik Istiqomah.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan mempertimbangkan keterbatasan waktu, tenaga, sumber dan lain sebagainya. Agar penelitian ini lebih efektif, maka peneliti hanya membatasi ruang lingkup permasalahan terhadap upaya memperbaiki inovasi produk berupa strategi inovasi yang dilakukan batik istiqomah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah peneliti paparkan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana strategi inovasi produk batik pada pelaku bisnis *family* Batik Istiqomah Sebrang Kota Jambi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui strategi inovasi produk batik pada pelaku bisnis *family* Batik Istiqomah Sebrang Kota Jambi.

1.6 Manfaat Penelitian

Apabila tujuan diatas telah tercapai, maka diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi dan bahan kajian tentang inovasi produk

- b. Sebagai referensi bagi peneliti yang berminat meneliti permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

A. Bagi akademisi/peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan bagi penulis agar nantinya dapat membandingkan ilmu perkuliahan dengan hal yang terjadi dalam dunia nyata. Serta memberikan pengalaman nyata dalam rangka mengimplementasikan pengetahuan penulis di bidang ekonomi khususnya penelitian mengenai strategi inovasi produk. Selain itu, tambahan informasi dan sebagai masukan atau referensi bagi peneliti lanjutan.

B. Bagi Pengusaha

Melalui penelitian ini, diharapkan bagi pengusaha batik Istiqomah Sebrang Kota Jambi hasil penelitian dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai strategi inovasi produk sebagai salah satu solusi dalam mempertahankan usaha bisnis *family* Batik Istiqomah.

1.7 Definisi Operasional

Untuk mempermudah peneliti dalam mengukur variabel yang diteliti, maka dijelaskan definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah suatu produk yang dibuat atau dikembangkan sebagai penambahan nilai fungsional produk, yang memiliki nilai tambahan bagi konsumen. Tujuan dari diciptakan inovasi produk yaitu guna untuk memenuhi tuntutan pasar.

2. Strategi Inovasi Produk

Strategi inovasi produk adalah alat untuk membuat suatu inovasi produk atau suatu alat untuk mengarahkan bentuk inovasi produk yang mau dilakukan oleh pengusaha untuk menghasilkan nilai baru yang signifikan bagi konsumen.