

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Batik merupakan salah satu budaya Indonesia yang terkenal hingga saat ini, yang lebih dikenal sebagai salah satu pakaian adat dari Jawa. Batik juga sering digunakan di berbagai kegiatan mulai dari kegiatan adat, ritual budaya suatu daerah, dan tentunya menjadi sebuah tradisi dalam kehidupan masyarakat. Hingga saat ini, batik masih terus digunakan dan terus memiliki inovasi dalam motif dan model. UNESCO telah menetapkan batik sebagai *Indonesian Cultural Heritage* pada tanggal 2 Oktober 2009 dalam kategori warisan budaya tak benda. Batik bukan hanya seni menggambar di atas sebuah kain, namun terdapat filosofis yang terkandung dalam motif batik yang erat kaitannya dengan kehidupan dan budaya Indonesia.²

Industri batik di Indonesia umumnya merupakan industri kecil menengah (IKM) yang menjadi mata pencaharian sebagian masyarakat desa dan kota.³ Salah satu IKM yang bergerak di bidang produksi batik di Tulungagung yang telah berkontribusi pada industri batik Indonesia yaitu Batik Syamsinar. Batik Syamsinar ini berlokasi di Desa Ngrendeng Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung yang berdiri

² Maulida Larasati, “Pelestarian Budaya Batik Nusantara Sebagai Identitas Kultural Melalui Pameran di Museum Batik Pekalongan Pada Masa Covid-19,” *Tornare - Journal Of Sustainable Tourism Research* 3, No. 1 (2021): Hlm. 46.

³ Muhammad Indra Hadi Wijaya Dkk., “Identifikasi Pembelajaran Sosial dalam Pengembangan Batik di Kota Pekalongan,” *Jurnal Litbang Kota Pekalongan* 20 (1 Juni 2021). hlm. 12

sejak tahun 2016. Saat ini Batik Syamsinar memiliki berbagai jenis produk batik seperti jumputan, ciprat, gesek godhong, kontemporer, tulis abstrak, dan yang sedang tren saat ini yaitu batik *ecoprint*. Selain itu Batik Syamsinar juga memproduksi batik siap pakai. Batik siap pakai merupakan produk yang telah melalui proses pembuatan lengkap, mulai dari pemilihan bahan, pembuatan pola, penjahitan, pemasangan, hingga *finishing*, sehingga siap untuk digunakan langsung oleh konsumen tanpa perlu penyesuaian, penjahitan, atau pemasangan tambahan. Terdapat beberapa koleksi produk batik siap pakai dari Batik Syamsinar seperti kaos, dress, kemeja, syal, sepatu, tas, topi, mukena, sandal, dan hijab.

Alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini dikarenakan posisi pasar Batik Syamsinar sedang menghadapi tantangan daya saing. Hal tersebut diakibatkan oleh banyaknya brand-brand batik lain yang memiliki produk serupa yaitu kain batik dalam bentuk lembaran serta pakaian batik formal seperti kemeja dan dress. Persaingan yang semakin ketat ini diperkuat oleh perkembangan tren fashion batik, yang kini tidak hanya digunakan untuk pakaian formal, tetapi juga diadaptasi ke berbagai produk fashion lainnya seperti pakaian non-formal, tas, sepatu, topi, dan aksesoris. Perluasan penggunaan batik tersebut berkontribusi terhadap meningkatnya popularitas batik di berbagai kalangan masyarakat, baik di dalam negeri maupun mancanegara. Sehingga para pelaku usaha dituntut untuk

melakukan berbagai inovasi untuk menyesuaikan dengan permintaan pasar di era modern saat ini.⁴

Membatik tidak hanya pekerjaan bersifat turun temurun, tetapi juga perlu melakukan inovasi dengan melakukan pembaruan atau pengembangan motif, bentuk, warna, gaya, maupun fungsi batik agar lebih relevan dengan kebutuhan konsumen. Industri batik menghadapi persaingan ketat di era modern yang ditandai dengan perubahan tren *fashion*, digitalisasi, dan selera konsumen yang cepat berubah.⁵ Untuk mengatasi tantangan tersebut, IKM Batik Syamsinar menghadapi kendala pada sumber daya manusia yang dimiliki karena kurangnya keterampilan dalam teknik membatik dan pengetahuan tentang tren *fashion*. Kondisi ini mengharuskan IKM Batik Syamsinar untuk memberikan edukasi atau pelatihan kepada sumber daya yang dimilikinya mengenai keterampilan dan pengetahuan terkait tren *fashion*, serta mengatur strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan dibidang industri batik.

Sudaryono mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai lebih bagi pelanggan dibandingkan pesaing, yang pada akhirnya meningkatkan penjualan.⁶ Batik Syamsinar memiliki keunggulan daya saing pada penggunaan bahan alami dari daun,

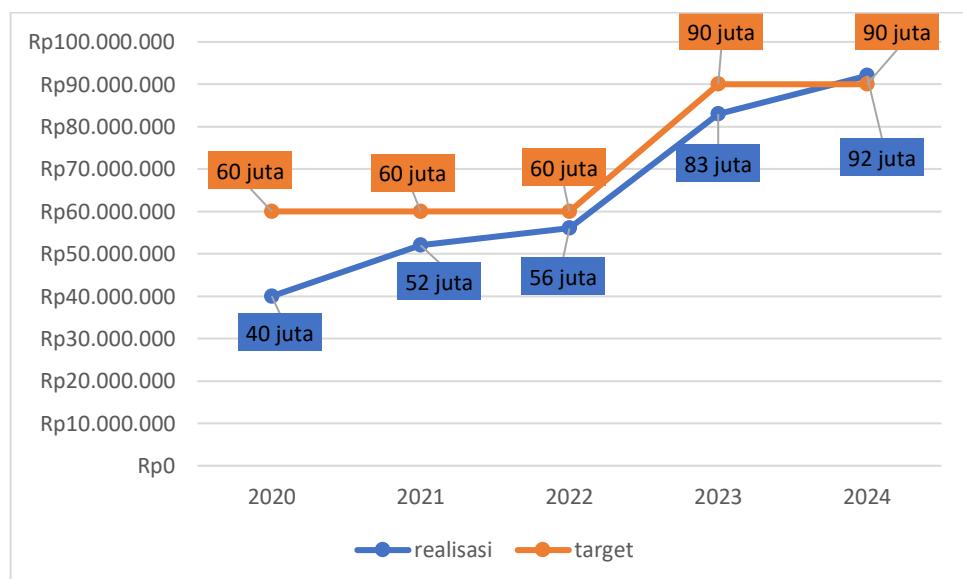
⁴ Emi Trimahanani, “Industri Batik Indonesia Bertahan di Tengah Tantangan,” 2024.

⁵ Darto Wahidin, “Transformasi Industri Kreatif Batik dalam Rangka Peningkatan Ketahanan Kerajinan Kain Batik (Studi di Dusun Giriloyo, Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta),” *Jurnal Ketahanan Nasional* 25, no. 3 (2019): hlm. 35.

⁶ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Implementasi)* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2016). hlm. 274.

bunga, akar, kayu yang dijadikan pewarna maupun cetakan motif batik ecoprint dan produk batik siap pakai yang berupa sepatu, tas, topi, kemeja, kaos, dress, dan mukena. Hal tersebut dapat menjadi keunggulan tersendiri dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dibidang industri batik. Dengan terus mengembangkan strategi inovasi, maka volume penjualan dapat berkemungkinan mengalami kenaikan. Batik Syamsinar menetapkan target penjualan sebelum dilakukannya inovasi produk di tahun 2020 sampai 2022 dengan omzet 60 Juta per tahunnya. Sedangkan target omzet penjualan setelah dilakukannya inovasi produk di tahun 2023 sampai 2024 adalah 90 Juta per tahun. Daya saing Batik Syamsinar dapat diketahui dari data tingkat penjualan pada sebelum dan sesudah dilakukannya inovasi produk.

Grafik 1.1
Data Tingkat Penjualan Batik Syamsinar



Sumber: Batik Syamsinar

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa Batik Syamsinar sebelum adanya strategi inovasi produk batik siap pakai hanya melakukan produksi ketika ada permintaan dari konsumen yaitu berupa lembaran kain batik dan produk pakaian batik formal sehingga menunjukkan tingkat penjualan yang masih belum mencapai target di tahun 2020 sampai 2022. Sedangkan di tahun 2021 sampai 2024 setelah dilakukannya strategi inovasi secara bertahap pada beberapa kategori produk batik siap pakai yang berupa pakaian non formal, sepatu, sandal, tas, topi, mukena, dan hijab, Batik Syamsinar berhasil mencapai target penjualan. Dengan adanya perkembangan strategi inovasi produk batik siap pakai seperti motif dan model produk yang beragam memungkinkan Batik Syamsinar untuk mampu menghadapi persaingan dengan kompetitor dibidang serupa yang ditandai dari meningkatnya volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan difusi inovasi sebagai grand teori. Dalam teori difusi inovasi ini dikatakan bahwa komunikator yang mendapatkan pesan dari media massa sangat kuat untuk mempengaruhi orang-orang untuk menerima sebuah inovasi seperti produk batik siap pakai yang berupa pakaian siap pakai, sepatu, sandal, tas, topi, dan hijab. Adanya inovasi (penemuan), lalu disebarluaskan (difusi) melalui media massa akan berpengaruh kuat terhadap seseorang untuk mengikutinya. Teori ini memposisikan peran penting pemimpin opini atau pelaku usaha dalam mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Artinya, media massa

mempunyai pengaruh kuat dalam menyebarluaskan penemuan baru.⁷

Keberadaan difusi inovasi ini memiliki peran penting dalam memudahkan pemilik usaha Batik Syamsinar untuk menggunakan inovasi produk batik siap pakai sebagai langkah strategis dalam meningkatkan daya saing ditengah persaingan brand batik serupa di era modern saat ini.

Strategi inovasi produk dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing bagi suatu usaha dengan mengembangkan produk yang ditawarkan. Strategi inovasi juga membantu bisnis dalam perkembangan dan pertumbuhan usahanya.⁸ Strategi inovasi produk merupakan suatu usaha untuk membuat produk menjadi kekuatan daya tarik bagi sebuah perusahaan dan dapat memenuhi preferensi konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian dan dapat mengalahkan pesaing. Inovasi produk bisa menciptakan keunggulan kompetitif sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan.⁹

Strategi Inovasi produk dapat memungkinkan Batik Syamsinar untuk menciptakan produk baru hingga mengembangkan dan menyempurnakan produk yang sudah ada. Kondisi konsumen saat ini lebih menyukai produk praktis, modis, dan bersifat berkelanjutan seperti produk

⁷ Mailin dkk., “Teori Media/Teori Difusi Inovasi,” *Jurnal Guru Kita Pgsd* 6, No. 2 (2022): hlm. 160.

⁸ Tintin Suhaeni, “Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung),” *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* 4, no. 1 (2018): hlm. 60.

⁹ Alifian Nugraha, “Sosialisasi Pentingnya Inovasi Produk Pada Filter Coffee dan Pelatihan Inovasi Produk,” *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu* 4, no. 1 (2022): hlm. 41.

yang menggunakan bahan alami dari daun, bunga, akar, kayu yang dijadikan pewarna maupun cetakan motif batik ecoprint. Inovasi produk dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha yang rentan terhadap perubahan kebutuhan dan selera konsumen, teknologi, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri. Dengan melakukan inovasi produk, Batik Syamsinar dapat tampil lebih modern, unik, dan sesuai dengan selera pasar yang terus berkembang. Seiring dengan meningkatnya potensi industri batik, tentu dapat membentuk persaingan yang lebih ketat.

Daya saing merupakan kombinasi dari kinerja perdagangan yang mendukung dari kemampuan internal dan eksternal suatu industri untuk memiliki keunggulan bersaing dalam pasar industri yang sama maupun industri yang berbeda.¹⁰ Daya saing merupakan salah satu aspek penting dalam keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis, terutama bagi bisnis lokal yang beroperasi di pasar yang sangat kompetitif. Dalam konteks bisnis lokal, daya saing tidak hanya diukur dari kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup, tetapi juga bagaimana bisnis tersebut dapat berkembang dan mendominasi pasar. Selain itu, inovasi dalam produk dan layanan juga menjadi bagian tak terpisahkan dari strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing. Setiap pelaku usaha perlu memanfaatkan teknologi dan pengetahuan yang ada untuk menciptakan produk yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan konsumen untuk menciptakan

¹⁰ Iwan Ridwan Zaelani, “Peningkatan Daya Saing UMKM Indonesia: Tantangan dan Peluang Pengembangan Iptek,” *Transborders: International Relations Journal* 3, No. 1 (2020): Hlm. 20.

nilai tambah yang berbeda dari kompetitor. Dalam hal ini, pelaku usaha harus memiliki kemampuan untuk memimpin tim dalam proses inovasi, menjaga kualitas produk, dan meningkatkan efisiensi operasional.¹¹ Untuk mencapai tingkat daya saing yang tinggi dalam persaingan industri batik, strategi inovasi produk dapat menjadi solusi yang tepat.

Penelitian terdahulu dari Ary Dean Amry, Indri Rahmawati, Shinta Maharani, Natasya Bella, Anggi, dan Agus Purnama yang berjudul “Analisis Strategi dan Peningkatan Daya Saing dari Produk Batik Jambi” dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan tiga metode pengumpulan data yaitu observasi, kuisioner, dan dokumentasi menunjukkan hasil bahwa tantangan yang dihadapi pengrajin batik adalah kurangnya tenaga kerja dan persaingan pasar yang ketat, namun tetap menunjukkan kemampuan untuk berinovasi dan memanfaatkan faktor pendukung seperti kebijakan pemerintah dan kemitraan dengan pihak luar untuk memperluas jangkauan pasar agar dapat terus berkembang dan meningkatkan daya saing.¹² Meskipun sama-sama menggunakan variabel daya saing, penelitian ini menggunakan wawancara untuk mengeksplorasi secara langsung dan lebih dalam mengenai temuan data yang akan didapatkan dari informan sehingga data yang dihasilkan akan lebih luas serta mendalam dibandingkan dengan menggunakan kuisioner.

¹¹ Ayi Supardi Ganda Wijaya, “Strategi Manajerial dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Lokal,” *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2 (2024): hlm. 123.

¹² Ary Dean Amry dan Agus Purnama, “Analisis Strategi dan Peningkatan Daya Saing dari Produk Batik Jambi,” *Indonesian Journal of Economics, Management, and Accounting* 1, no. 6 (2024): hlm. 427-436.

Perbedaannya yaitu penelitian terdahulu berfokus untuk meningkatkan daya saing melalui inovasi motif batik dan strategi pemasaran yang efektif. Sedangkan penelitian ini berfokus untuk meningkatkan daya saing melalui strategi inovasi produk pada batik siap pakai dengan grand teori difusi inovasi.

Olifvia Putri Adelian, Efni Anita, dan Puteri Anggi Lubis dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Inovasi dan Kualitas Produk pada Usaha Batik di Kota Jambi” menggunakan metode kualitatif dengan pengecekan keabsahan data teknik triangulasi. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui tentang inovasi dan kualitas produk yang di ada di setiap sembilan pengusaha batik yang peneliti wawancarai dan melalui pengamatan baik dari segi pengembangan inovasi lanjut serta kendala yang di hadapi. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas produk sangat berkaitan erat bagi setiap pengusaha karena masing-masing dari setiap pengusaha tersebut hampir sama-sama mempunyai kendala SDM, modal dan bahan baku serta faktor cuaca.¹³ Sedangkan penelitian ini menggunakan inovasi produk yang dikhkususkan dalam kategori batik siap pakai sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing dari IKM Batik Syamsinar dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yang menggunakan triangulasi sumber dalam pengecekan keabsahan datanya. Penelitian ini dan kedua penelitian

¹³ Olifvia Putri Adelian, Efni Anita, dan Puteri Anggi Lubis, “Analisis Inovasi dan Kualitas Produk pada Usaha Batik di Kota Jambi,” *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan* 3, No. 2 (2023): hlm. 109-120.

terdahulu tersebut memiliki korelasi dalam fenomena yang terjadi yaitu persaingan bisnis yang semakin ketat dalam menyesuaikan produk dan perkembangan zaman.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik melakukan penelitian, dengan judul “Strategi Inovasi Produk Batik Siap Pakai dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing di Era Modern (Studi pada Batik Syamsinar Desa Ngrendeng Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)’’.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah penelitian yang ingin diteliti yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan difusi inovasi produk batik siap pakai dalam meningkatkan daya saing di era modern pada Batik Syamsinar?
2. Bagaimana penerapan strategi inovasi produk batik siap pakai dalam meningkatkan daya saing di era modern pada Batik Syamsinar?
3. Apa saja tantangan dari penerapan strategi inovasi produk batik siap pakai dalam meningkatkan daya saing di era modern pada Batik Syamsinar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan atas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui penerapan difusi inovasi produk batik siap pakai dalam meningkatkan daya saing di era modern pada Batik Syamsinar.

2. Mengetahui penerapan strategi inovasi produk batik siap pakai dalam meningkatkan daya saing di era modern pada Batik Syamsinar.
3. Mengetahui tantangan dari penerapan strategi inovasi produk batik siap pakai dalam meningkatkan daya saing di era modern pada Batik Syamsinar.

D. Batasan Masalah

Mempertimbangkan luasnya pembahasan mengenai Strategi Inovasi Produk Batik Siap Pakai dalam Meningkatkan Daya Saing pada Batik Syamsinar, maka peneliti memfokuskan pada:

1. Penerapan difusi inovasi produk batik siap pakai dalam meningkatkan daya saing di era modern pada Batik Syamsinar.
2. Penerapan strategi inovasi produk batik siap pakai dalam meningkatkan daya saing di era modern pada Batik Syamsinar.
3. Tantangan dari penerapan strategi inovasi produk batik siap pakai dalam meningkatkan daya saing di era modern pada Batik Syamsinar.
4. Penelitian ini terbatas pada Batik Syamsinar Desa Ngrendeng Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang peneliti harapkan antara lain sebagai berikut.

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pembelajaran dan pengembangan ilmu pengetahuan. Penelitian ini diharapkan dapat

menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dengan kajian yang lebih luas tentang strategi inovasi produk dalam meningkatkan daya saing.

b. Secara Praktis

1) Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para mahasiswa yang melakukan penelitian lebih lanjut dan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta wawasan khususnya mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung mengenai strategi inovasi produk dalam meningkatkan daya saing.

2) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan tentang pentingnya inovasi produk yang dapat dikembangkan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produknya.

3) Bagi Peneliti

Menambah pengalaman dan keterampilan dalam menulis laporan ilmiah serta membuka wawasan tentang strategi inovasi produk terhadap produk batik.

4) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sumber informasi atau referensi dalam mengembangkan penelitian mengenai strategi inovasi produk dalam meningkatkan daya saing di era modern.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

1) Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha atau perusahaan untuk meningkatkan nilai tambah dengan melakukan perubahan, pengembangan, atau penciptaan produk guna memperoleh keunggulan kompetitif. Melakukan inovasi produk juga perlu memperhatikan selera konsumen agar produknya diminati konsumen dan tidak beralih pada produk lain sehingga dapat memberi keuntungan dalam bisnis.¹⁴

2) Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai untuk berkompetisi dengan pesaing lainnya. Daya saing dapat diciptakan dan juga ditingkatkan dengan penerapan strategi bersaing yang tepat dan menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan dari daya saing suatu perusahaan yang berasal dari internal maupun dari eksternal perusahaan.¹⁵

3) Batik

Menurut Liu dalam Ubaidillah dkk. batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia dengan corak dan warna yang khas

¹⁴ Lestari Ambarini, Nana Trisnawati, dan Marhalinda Marhalinda, “*Inovasi Produk pada UMKM Bisnis Kuliner di Pasar Pagi Pejuang Bekasi*,” *IKRA-ITH ABDIMAS* 8, no. 1 (2024): hlm. 259.

¹⁵ Eni Cahyani dkk., “*Kinerja Perusahaan Ditinjau pada Modal Intelektual Dimediasi Daya Saing*,” *Jurnal Kompetitif* 12, No. 2 (2023): hlm. 205.

yang menjadi seni tradisional sejak zaman kerajaan. Berdasarkan Marpaung dalam Ubaidillah dkk. batik berkembang pesat pada orde baru yang dimana batik digunakan sebagai pakaian sehari-hari oleh masyarakat bahkan lingkungan pendidikan formal yang menggunakan batik untuk proses belajar mengajar. Saat ini perkembangan batik sudah merambah di wilayah domestik maupun internasional.¹⁶

4) Era Modern

Era modern atau zaman modern ditandai dengan beranekaragamnya inovasi-inovasi di bidang teknologi, komunikasi dan informasi. Inovasi-inovasi yang muncul di era modern tersebut dapat memberikan dampak semakin cepatnya laju perkembangan dan perubahan zaman. Perkembangan dan perubahan ini terjadi pada banyak sektor kehidupan manusia. Sektor kebudayaan, sosial, ekonomi, kesehatan, teknologi dan informasi bahkan sektor pendidikan tidak luput dari perkembangan zaman.¹⁷

2. Definisi Operasional

Definisi operasional penelitian ini difokuskan pada strategi inovasi produk dalam meningkatkan daya saing melalui teori difusi inovasi dengan lima tahapan yaitu pengetahuan, persuasi, keputusan,

¹⁶ M Ubaidillah Ridwanulloh dkk., “Strategi Manajemen Usaha ‘Batik Lochatara’ Berbasis Budaya Lokal dan Produk Unggulan di Kediri,” *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi* 22, no. 2 (2023): hlm. 164.

¹⁷ Yunita Andriyani, Muh. Husein Arifin, dan Yona Wahyuningsih, “Pengaruh Modernisasi terhadap Perilaku Siswa Sekolah Dasar,” *Didaktik : Jurnal Ilmiah PgSD Stkip Subang* 7, No. 02 (2021): hlm. 269.

implementasi, dan konfirmasi. Strategi inovasi produk ini dilakukan sebagai upaya dalam meningkatkan daya saing terhadap industri Batik Syamsinar Tulungagung.