

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

Kampung Batik Laweyan yang berada di Kota Solo merupakan salah satu perkampungan sentra industri batik yang mana di dalamnya terdapat pengerajin-pengerajin batik tradisional khas Solo. Perkampungan ini merupakan perkampungan batik tertua dan merupakan cagar budaya nasional. Laweyan sendiri ada sejak masa Keraton Pajang pada abad 14 M yang mana masa kejayaan dari industri batik ini dari 1900 hingga 1960 – an (Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan, 2024). Wilayah dari pengkampungan sentra industri batik di Desa Sala semasa Kerajaan Pajang dapat dilihat pada gambar 1.1.



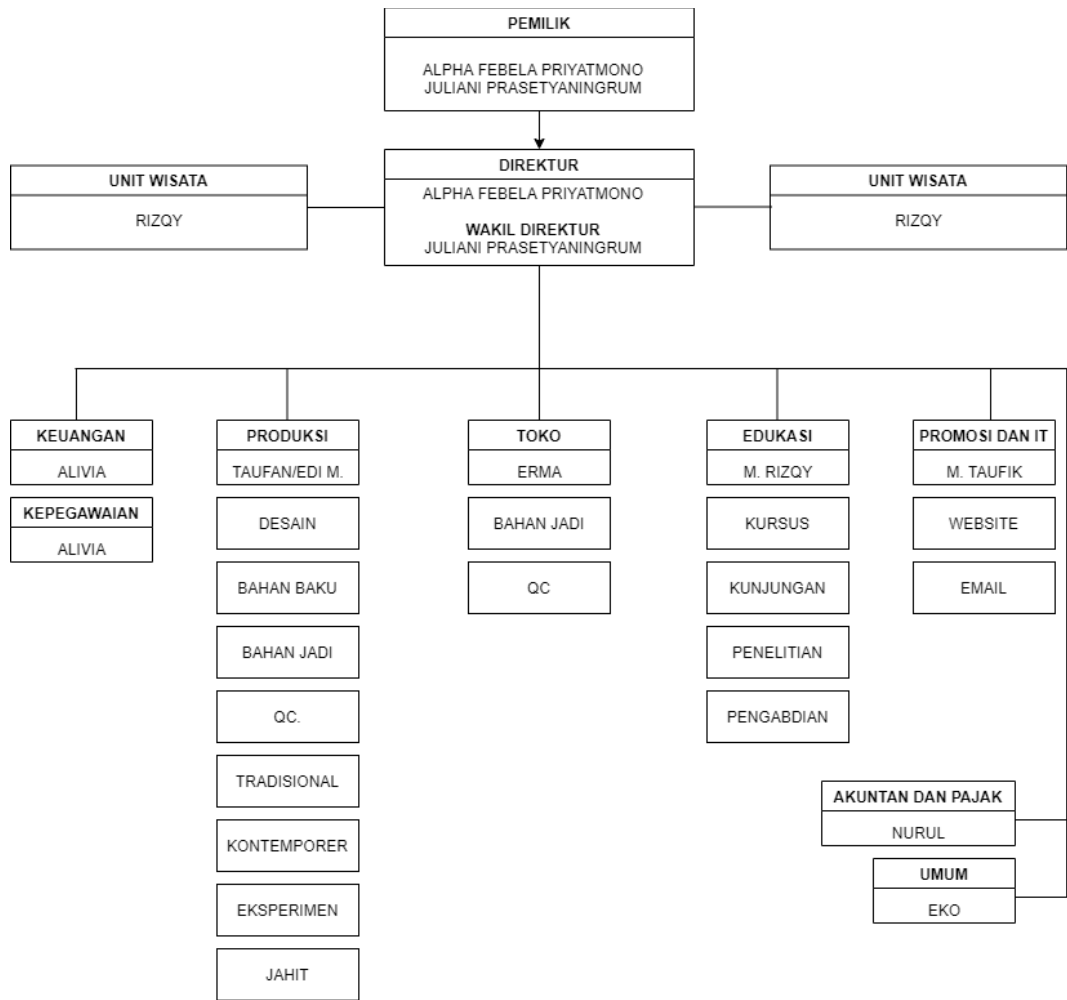
Gambar 1. 1 Sketsa Desa Sala Semasa Kerajaan Pajang

Sumber : <https://kampoengbatiklaweyan.org/>

Artefak kejayaan dari Kampung Batik Laweyan banyak ditemukan disini dan menjadikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan, akademisi, domestik maupun internasional yang memiliki antusiasme dengan batik khas Indonesia. Di Kampung Batik Laweyan tidak hanya sebagai tempat bersejarah saja, namun juga menjadi tempat wisata belanja batik dan wisata edukasi batik.

Terdapat 100 industri batik yang ada di wilayah Kampung Batik Laweyan (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2016). Dari 100 industri batik tersebut, terdapat 5 (lima) gerai batik tulis yang masih terus memproduksi batik tulis hingga saat ini. Kelima gerai batik tulis tersebut antara lain Batik Marin Laweyan, Batik Mahkota Laweyan, Batik Puspa Kencana, Batik Putra Laweyan dan Batik Cempaka. Dari kelima gerai, Batik Mahkota Laweyan merupakan gerai batik tertua yang ada di Kampung Batik Laweyan.

Batik Mahkota Laweyan merupakan terusan dari Batik Puspowidjoto yang berdiri sejak 1956 di Sayangan Kulon No.9 Laweyan Solo. Namun, sepeninggal pendirinya pada tahun 1993 sampai tahun 2005 usaha Batik Puspowidjoto ini mengalami penghentian produksi. Penghentian produksi dilakukan karena dirasa tidak ada yang siap untuk meneruskannya. Pada tanggal 25 September 2004 terjadi penobatan Laweyan sebagai Kampoeng Batik. Dari kegiatan penobatan ini berdampak pada usaha-usaha batik lainnya mulai bangkit kembali, salah satunya Batik Puspowidjoto. Batik Puspowidjoto berevolusi menjadi Batik Mahkota Laweyan dan diresmikan pada tanggal 1 Oktober 2005 yang di dirikan oleh salah satu puteri Bapak Puspowidjoto yaitu Juliani Prasetyaningrum. Produk utama dari Batik Mahkota Laweyan ini adalah batik tulis modern, disamping tulis tradisional dan cap. Saat ini Batik Mahkota Laweyan berbadan hukum berbentuk CV. Keunggulan lainnya dari Batik Mahkota Laweyan adalah mereka satu-satunya perusahaan batik di Laweyan yang mendapatkan sertifikat Standar Nasional Indonesia (SNI) yang mana standar ini diterapkan pada produk batik tulisnya. Berikut ini dapat dilihat susunan organisasi dari Batik Mahkota Laweyan pada gambar 1.2. Logo dari Batik Mahkota Laweyan sendiri dapat dilihat pada gambar 1.3.



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Batik Mahkota Laweyan

Sumber : Dokumentasi Penulis (2024)



Gambar 1. 3 Logo Batik Mahkota Laweyan

Sumber : <https://kampoengbatiklaweyan.org/>

Batik Mahkota Laweyan merupakan salah satu UMKM tertua yang bergerak dibidang batik. Meskipun sudah berdiri sejak zaman keraton pajang, UMKM ini tidak luput dari adanya visi dan misi. Visi merupakan suatu pemikiran yang memandang jauh kedepan dengan tujuan jangka panjang yang dimiliki oleh lembaga atau perusahaan atau UMKM terkait. Sedangkan misi merupakan langkah nyata yang dilakukan oleh lembaga atau perusahaan atau UMKM terkait untuk mewujudkan hal-hal apa saja yang terdapat pada visi. Memang masih berbentuk UMKM sederhana, namun Batik Mahkota Laweyan memiliki orientasi untuk terus berkembang seiring berkembangnya zaman.

Berikut merupakan visi dan misi dari Batik Mahkota Laweyan :

a. Visi :

Menjadi perusahaan batik tulis kontemporer dan tradisional terbaik skala nasional dan internasional dengan menitikberatkan pada kualitas produk, kualitas sumber daya manusia dan ramah lingkungan.

b. Misi :

Selanjutnya, untuk mewujudkan visi yang dimiliki oleh Batik Mahkota Laweyan tersebut tentu perlu adanya aksi untuk memberikan arah dan tujuan yang ingin dicapai, memberikan fokus pada program yang akan dikerjakan maupun untuk menumbuhkan tingkat partisipasi dari pihak-pihak yang berkaitan. Berikut untuk misi dari Batik Mahkota Laweyan :

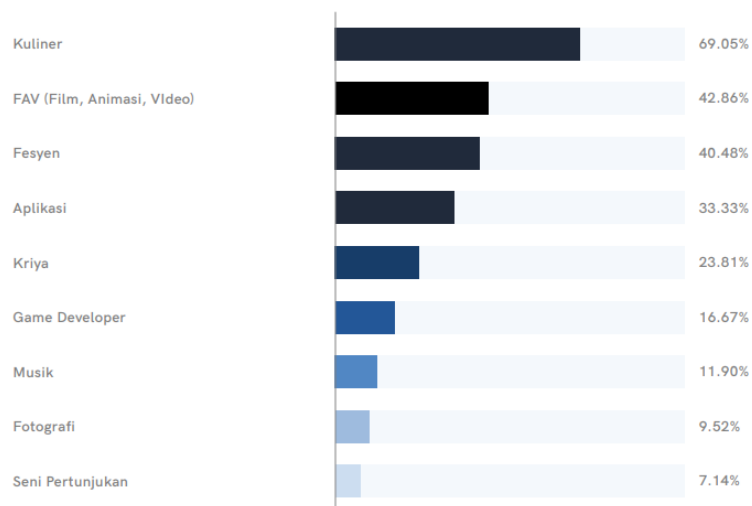
1. Memproduksi dan memasarkan batik tulis kontemporer dan tradisional yang berkualitas tinggi dengan unggulan desain batik dan sentuhan seni yang eksklusif
2. Menghargai SDM dengan memberikan kesejahteraan dan suasana kerja yang memadai, mendukung SDM sehingga kualitas produksi, pendapatan dan jumlah pelanggan terus bertambah
3. Memberikan perhatian dan tanggungjawab sosial terhadap masyarakat dengan penyediaan lapangan pekerjaan dan pembinaan lingkungan
4. Menjalin kemitraan dengan pemasok dan distributor secara professional

5. Mengedukasi masyarakat untuk mengenal, mengetahui, memahami tentang batik dari proses pembuatannya sehingga muncul suatu rasa cinta batik dan dapat mengasah jiwa kewirausahaan
6. Membuktikan kepada masyarakat dunia bahwa batik adalah budaya leluhur bangsa Indonesia

1.2 Latar Belakang Penelitian

UMKM yang ada di Indonesia memiliki peran besar dalam pertumbuhan ekonomi, dimana jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi yang diberikan oleh UMKM terhadap PDB mencapai 60,5%, sedangkan pada penyerapan tenaga kerja mencapai 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja secara nasional (Limanseto, 2022). UMKM didominasi oleh pelaku usaha mikro yang jumlahnya mencapai 98,68% dengan memiliki kontribusi dalam menyerap tenaga kerja mencapai 89%. Usaha mikro memiliki kontribusi terhadap PDB sebesar 37% (Sasongko, 2020).

Usaha mikro yang berasal dari subsektor ekonomi kreatif beraneka ragam. Mulai dari kuliner, FAV (Film, Animasi, Video), fesyen, aplikasi, kriya, *game developer*, musik, fotografi dan seni pertunjukan. Sebaran dari usaha mikro yang ada di Indonesia berdasarkan (Kemenparekraf, 2023) dapat dilihat pada gambar 1.4.



Gambar 1. 4 Sebaran Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2023

Sumber : (Kemenparekraf, 2023)

Bidang fesyen merupakan subsektor nomor tiga yang memiliki sebaran paling banyak. Pada bidang fesyen terdapat macam-macam jenis yang diproduksinya, seperti hijab, baju, sepatu, tas dan lain sebagainya. Batik juga merupakan salah satu cabang dari usaha mikro dibidang fesyen ini. Batik sendiri sudah ada sejak abad ke-19 dengan perkembangannya yang semakin pesat hingga saat ini. Hampir setiap daerah memiliki ragam batik khas daerah mereka dengan warna dan corak yang berbeda-beda.

Batik sangat erat kaitannya dengan Indonesia, lambat laun menjadikan batik sebagai ikon dari Indonesia sekaligus ekspresi dari identitas Bangsa Indonesia (Febriani et al., 2023). Batik merupakan salah satu kesenian tradisional yang dimiliki oleh Indonesia. Upaya sikap nasionalis salah satunya dengan membawa batik sebagai ikon dari Bangsa Indonesia. Pada tujuh (7) dekade lalu sudah dikumandangkan bahwa batik merupakan ikon dari Bangsa Indonesia, tepatnya pada saat proklamasi kemerdekaan (Febriani et al., 2023). Namun, sejarah bahwa batik menjadi simbol nasional sudah ada sejak masa yang jauh lebih awal lagi. Hal ini tidak mengherankan, dimana kita mengetahui cerita mengenai terbentuknya suatu negara dan nasionalisme diseluruh dunia (Anderson, 2006).

Batik merupakan ikon nasional milik Indonesia, hal ini menjadikan tempat, makna, isi dan juga perkembangannya berkaitan erat dengan narasi dari perkembangan Bangsa Indonesia, hal ini juga terjadi serupa dengan perkembangan banyak negara lainnya (Grever & van der Vlies, 2017). Narasi dari (Kramer, 1997) yang mengatakan bahwa praktik budaya dibangun berdasarkan proses yang membentuk dan mencakup konstruksi naratif sejarah dan pembuatan ikon nasional, tidak hanya membentuk sejarah batik dan posisinya di dalam sejarah indonesia, namun juga membuat beberapa aspek dan peristiwa menjadi lebih bermakna dan menentukan dibandingkan aspek dan peristiwa lainnya (Grever & van der Vlies, 2017).

Batik merupakan warisan budaya yang sudah diakui oleh UNESCO. Pengukuhan batik sebagai warisan budaya khas Indonesia terjadi pada tahun 2009 (Febriani et al., 2023). Berkembangnya batik membuat berbagai daerah penghasil batik ikut mengalami perkembangan yang pesat. Keputusan tersebut disambut dengan baik oleh masyarakat Indonesia yang menjadikan tanggal 2 Oktober diperingati sebagai Hari Batik Nasional. Sejak saat itu perkembangan industri batik Indonesia berkembang semakin pesat. Banyak daerah di Indonesia yang memiliki batik daerah masing-masing dengan ciri khas pada corak dan warna dasarnya (Kemenparekraf, 2024).

Berdasarkan dari (Lintang, 2023) disebutkan bahwa Indonesia memiliki 10 daerah yang menjadi penghasil batik terbesar di Indonesia. Kesepuluh daerah tersebut adalah Pekalongan, Solo, Yogyakarta, Cirebon, Tulungagung, Madura, Jambi, Banjarmasin, Bali dan Papua. Meskipun mereka sama-sama memproduksi batik, ada beberapa hal yang membedakannya, yaitu corak, warna dan ciri khas yang berbeda-beda. Perbedaan ini mengikuti filosofi dari daerah penghasilnya masing-masing.

Batik Pekalongan yang berasal dari Kota Pekalongan, Jawa Tengah merupakan salah satu ikon dari kota tersebut. Kota Pekalongan berpotensi menjadi pusat batik di Indonesia dan dunia, karena segala hal yang berhubungan dengan batik ada di Pekalongan (Lintang, 2023). Mulai dari sekolah batik, pengrajin batik, penjual batik, pasar batik yang khusus untuk menjual batik dan tempat belajar kesenian batik ada di kota ini. Bahkan, Kota Pekalongan dinobatkan sebagai "*Pekalongan World's City of Batik*". Terdapat lima desa penghasil batik yang terkenal di daerah ini, yaitu Kampung Wiraseda, International Batik Centre (IBC), Desa Pesindon, Pasar Grosir Setono dan Batik Art Oey Soe Tjoen. Ciri khas dari batik Pekalongan adalah mereka menggunakan corak yang cerah dan modern yang bersentuhan dengan flora dan fauna (Ahmad, 2023). Contoh dari Batik Pekalongan dapat dilihat pada gambar 1.5.



Gambar 1. 5 Motif Batik Pekalongan

Sumber : <https://www.orami.co.id/magazine/batik-pekalongan?page=1>

Selain Kota Pekalongan ada Kota Solo yang merupakan salah satu penghasil batik terbesar di Indonesia. Batik sudah melekat menjadi identitas dari kota ini. Bahkan, batik menjadi salah satu destinasi wisata dari Kota Solo (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan, 2024). Destinasi wisata yang dimaksud adalah berupa perkampungan penghasil batik yang ada di Kota Solo. Perkampungan ini menyajikan *course* membatik, galeri batik, sejarah dari batik dan sejarah dari bangunan-bangunan asal mula batik masuk ke Kota Solo. Terdapat 5 tempat yang menjadi destinasi wisata batik yaitu Kampung Batik Kauman, Kampung Batik Laweyan, Museum Batik Danar Hadi, Lumbung Batik dan Pasar Klewer. Motif yang menjadi ciri khas dari batik khas Solo ini dominan berwarna coklat kekuningan yang melambangkan kerendahan diri dan kesederhanaan. Sedangkan untuk polanya memiliki ciri khas menggunakan pola geometris yang memiliki makna tersendiri (Restianti, 2014). Contoh corak dari batik khas Kota Solo dapat dilihat pada gambar 1.6.



Gambar 1. 6 Motif Batik Solo

Sumber : <https://www.gramedia.com/best-seller/batik-solo/>

Yogyakarta juga merupakan salah satu penghasil batik terbesar di Indonesia. Bahkan, menurut sumber (Mulimawati, 2023) menyebutkan bahwa Industri Kecil dan Menengah (IKM) asal Yogyakarta, Paradise Batik dalam satu tahun memiliki omzet mencapai Rp3,6 miliar. Sama seperti Solo dan Pekalongan, di Yogyakarta sendiri batik tidak hanya menjadi tempat untuk berbelanja saja namun juga untuk wisata edukasi. Ada 3 wilayah yang terkenal dan menjadi sentra dari batik ini yaitu Kampung Batik Giriloyo, Kampung Batik Ngasem dan Sentra Batik Lendah Kulonprogo. Ciri khas yang dimiliki oleh batik khas Yogyakarta ini hampir sama dengan Solo dimana warna dasar yang digunakan merupakan warna gelap. Yang membedakan adalah batik Yogyakarta ini cenderung fokus pada warna coklat sedangkan solo lebih kepada warna kekuningan (Lintang, 2023). Motif yang digunakan sendiri juga hampir sama seperti motif kawung dan parang. Yang menjadi pembedanya adalah cara pembuatannya pada tebal tipisnya garis, fokus yang mengedepankan *edipeni* dan kehalusan. Sedangkan batik khas Yogyakarta ini memiliki motif pola yang besar dan garis yang tegas dengan mengikuti filosofi *adi luhung*. Contoh dari motif batik khas Yogyakarta yang dapat dilihat pada gambar 1.7.



Gambar 1. 7 Motif Batik Solo

Sumber : <https://sibakuljogja.jogjaprovo.go.id/blog/pasarkotagedevia/batik-yogyakarta-makna-filosofis-di-setiap-motifnya/>

Cirebon merupakan salah satu dari empat sentra penghasil batik yang ada di Jawa Barat. Motif yang terkenal dari daerah ini adalah mega mendung. Dimana

motifnya tidak hanya berupa gumpalan-gumpalan awan putih saja. Uniknya, batik cirebon ini memiliki dua versi. Berdasarkan penelitian (Riyanti, 2012) terdapat dua jenis yaitu batik keraton dan batik daerah pesisir atau yang lebih dikenal dengan nama Trusmi. Perbedaannya ada pada warna yang dimiliki. Batik yang versi keraton memiliki warna cenderung gelap, seperti hitam, merah tua atau coklat mendominasi. Sama seperti sentra industri batik ditempat lainnya, Cirebon juga memiliki sentra batik yang dapat dikunjungi seperti Kampung Batik Trusmi, Pasar Kanoman dan Pasar Pagi. Contoh motif dari batik asal Cirebon yang dapat dilihat pada gambar 1.8.



Gambar 1. 8 Motif Batik Cirebon

Sumber : <https://indonesiakaya.com/pustaka-indonesia/batik-cirebon-batik-yang-selalu-lekat-dengan-motif-mega-mendung/>

Tulungagung selain dikenal sebagai kota penghasil marmer juga dikenal sebagai kota pembuat batik. Terdapat beberapa tempat yang menjadi sentra pembuatan batik di Tulungagung sendiri. Pengrajin batik tersebar di Desa Sembung, Majan, Bangoan dan Mojosari. Keempat desa tersebut dapat dikunjungi oleh wisatawan untuk berburu batik. Ciri khas dari Batik Tulungagung ini adalah terdapat pada polanya, pola yang terinspirasi dari batik Jawa Tengah, motif semen, motif sidomukti dan cenderung menggunakan pewarnaan dasar yaitu coklat. Bedanya adalah batik dari Tulungagung ini memadupadankan dengan warna gelap dan warna cerah pada pewarnaannya. Contoh dari Batik Tulungagung dapat dilihat dari gambar 1.9.



Gambar 1. 9 Motif Batik Tulungagung

Sumber : <https://www.inilah.com/10-daerah-penghasil-batik-terbesar-di-indonesia-motifnya-beda-beda>

Madura juga menjadi sentra batik terbesar di Indonesia. Batik Madura sendiri sudah berkembang sejak abad ke-15 hingga abad ke-17. Pada saat terjadinya peperangan antara Raden Azhar melawan Ke' Lesap dimana Raden Azhar pada saat itu mengenakan baju batik motif parang atau motif batik leres. Batik yang dikenakan oleh Raden Azhar tersebut yang akhirnya menjadi cikal Batik Madura yang diproduksi hingga saat ini. Salah satu ciri dari Batik Madura ini adalah adanya motif garis melintang simetris yang menonjol dengan warna yang beradi dan identik menggunakan pewarna alami pada kain dasar. Salah satu daerah penghasil batik di kota ini adalah Kabupaten Pamekasan. Contoh motif dari Batik Madura dapat dilihat dari gambar 1.10.

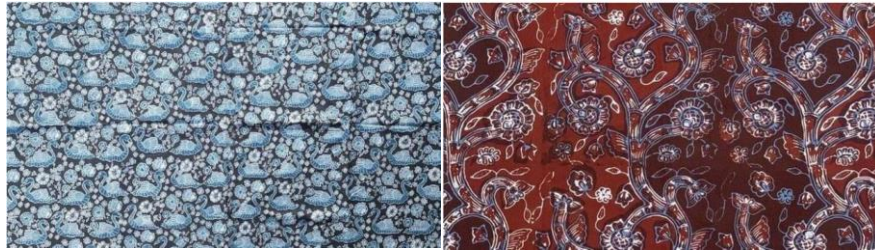


Gambar 1. 10 Motif Batik Madura

Sumber :

<https://surabaya.kompas.com/read/2023/10/14/232724078/mengenal-batik-madura-sejarah-ciri-khas-dan-motif>

Jambi merupakan salah satu penghasil batik di daerah Sumatera. Batik Jambi terkenal dengan penggunaan bahan pewarna alami dalam pewarnaannya. Tidak jauh berbeda dari Batik Pekalongan yang memiliki motif flora dan fauna. Pada Batik Jambi juga memiliki corak yang sama namun yang membedakan adalah pada karakter ceplok-ceplok. Karakter ceplok-ceplok ini berdiri sendiri dan tidak bertangkai. Contoh motif dari Batik Jambi dapat dilihat dari gambar 1.11.



Gambar 1. 11 Motif Batik Jambi

Sumber : <https://www.detik.com/sumbagsel/budaya/d-6934135/15-motif-batik-jambi-yang-beraneka-ragam-dan-maknanya>

Banjarmasin merupakan salah satu daerah penghasil batik di Pulau Kalimantan. Terdapat salah satu kampung yang terkenal akan pengrajin batiknya, yaitu Kampung Sasirangan. Di kampung tersebut para pengrajin batik masih memproduksi batik dengan cara tradisional. Hasil produksi mereka yang terkenal adalah kain sasirangan yang merupakan kain khas dari Kalimantan Selatan. Motif dari batik ini berasal dari cara pembuatannya yang diikat dan diwarnai dengan dicelupkan pada cairan pewarna. Setelah kering, kain batik tersebut nantinya akan diikat secara menyilang mengikuti motif yang telah ditentukan. Motif yang terkenal dari Batik Banjarmasin ini adalah Kembang Kacang, Ombak Sinapur Karang, Bintang Bahambur dan Turun Dayang. Contoh motif dari Batik Banjarmasin dapat dilihat dari gambar 1.12.



Gambar 1. 12 Motif Batik Banjarmasin

Sumber : <https://www.inilah.com/10-daerah-penghasil-batik-terbesar-di-indonesia-motifnya-beda-beda>

Bali selain terkenal sebagai daerah pariwisata juga merupakan penghasil batik yang ada di Indonesia. Industri batik baru berkembang pada tahun 1970 yang dipelopori oleh Pande Ketut Krisna dari Banjar Tegeha, Desa Batubulan, Sukawati, Gianyar. Berbeda dengan yang lainnya, dimana teknik yang digunakan dalam membatik adalah dengan menggunakan metode celup lilin dan teknik produksi tenun menggunakan mesin tenun manual. Ciri khas dari Batik Bali adalah terdapat flora fauna yang berasal dari Bali atau hewan mitos seperti barong dan singa bersayap. Salah satu tempat yang menjadi sentra batik di Bali adalah Kampung Batik Tohpati yang dimana wisatawan tidak hanya bisa berbelanja saja namun juga belajar cara membatik. Contoh motif dari Batik Bali dapat dilihat dari gambar 1.13.



Gambar 1. 13 Motif Batik Bali

Sumber : <https://bali.idntimes.com/science/discovery/ufiya-amirah/motif-batik-khas-bali?page=all>

Adapun perwakilan dari Indonesia Timur lainnya adalah Papua. Papua juga menjadi salah satu penghasil batik yang ada di Indonesia. Batik baru berkembang pada tahun 1985. Batik dari Papua ini merupakan perpaduan antara dua budaya yaitu budaya etnis Jawa Pekalongan dengan etnis Papua. Salah satu motif yang paling terkenal adalah motif dayung, motif burung cenderawasih dan motif ukiran kayu yang identik dengan Papua. Contoh dari motif Batik Papua dapat dilihat dari gambar 1.14.



Gambar 1. 14 Motif Batik Papua

Sumber : pesonabatiQ

Dari kesepuluh daerah penghasil batik terbesar di Indonesia yang telah dijelaskan diatas, Solo merupakan sentra industri batik tertua yang ada di Indonesia (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan, 2024). Sentra tersebut berada di Kampung Batik Laweyan. Kampung Batik Laweyan Solo merupakan sentra batik yang paling banyak diminati oleh wisatawan baik domestik maupun internasional ketika datang berkunjung ke Solo. Industri kriya yang digeluti oleh masyarakat Laweyan sudah dimulai sejak abad ke – 19 hingga saat ini telah melahirkan kurang lebihnya 250 motif batik khas dan telah dipatenkan (Restianti, 2014). Keunggulan ini membuat daya tarik dari Kampung Batik Laweyan menjadi lebih kuat lagi. Ada sebanyak 100 pengusaha yang menggeluti bidang batik.

Diantara banyaknya industri batik yang berada di wilayah Laweyan, terdapat satu sentra pembuatan batik tulis yang terkenal yaitu Kampung Batik Laweyan. Di dalam kampung ini terdapat beberapa industri batik yang terkenal tidak hanya menjadi pusat perbelanjaan batik saja namun juga pusat belajar membatik (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan, 2024). Seluruh UMKM batik yang ada di Kampung Batik Laweyan sama-sama memproduksi batik tulis tradisional (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan, 2024)

Di Kampung Batik Laweyan sendiri terdapat lima (5) gerai UMKM yang memproduksi batik tulis hingga saat ini. Kelima gerai itu antara lain, Batik Marin Laweyan, Batik Mahkota Laweyan, Batik Puspa Kencana, Batik Putra Laweyan dan Batik Cempaka (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan, 2024). Dari kelima gerai ini memiliki ciri khas sendiri-sendiri. Misalnya saja pada Batik Puspa kencana memiliki ciri khas pada motif aneka bunga dengan warna yang cerah. Batik hasil dari Batik Puspa Kencana secara khusus di ekspor ke Negara Malaysia. Sedangkan pada Batik Mahkota Laweyan mereka mengembangkan batik kontemporer dengan ciri khas motif bangunan dan abstrak. Pasarnya tidak secara khusus hanya menasar pada pasar Indonesia saja (Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan, 2024). Pintu masuk dari Batik Mahkota Laweyan dapat dilihat pada gambar 1.15.



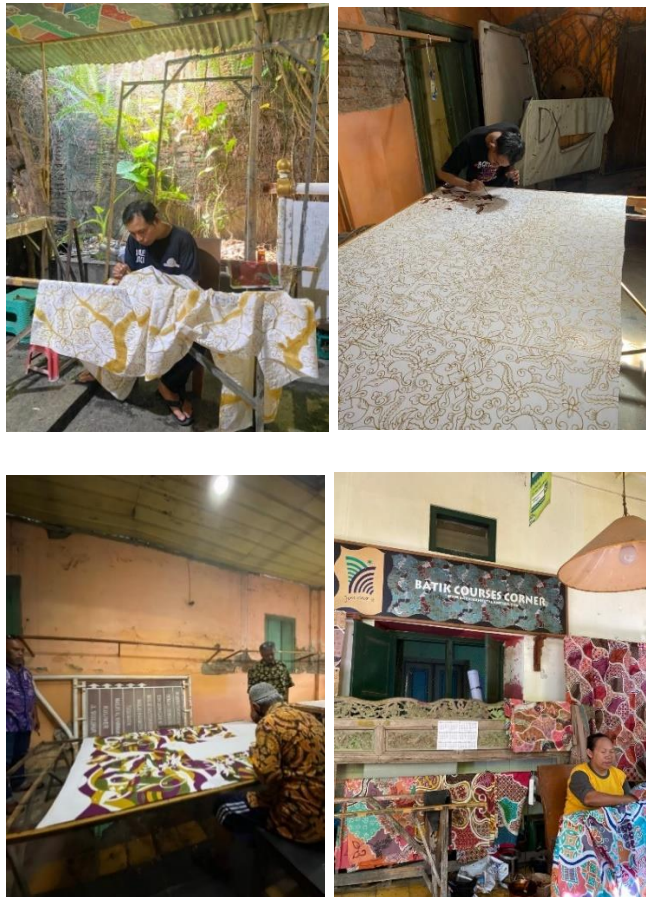
Gambar 1. 15 Pintu Masuk Batik Mahkota Laweyan

Sumber : Dokumentasi Penulis (2024)

Persaingan bisnis pada industri batik semakin ketat, sehingga perlu adanya inovasi yang menjadi unggulan dari suatu unit bisnis tersebut supaya bisnis dapat terus *sustain*, salah satunya dengan kreativitas (Takhim & Meftahudin, 2018). Persaingan pada Kampung Laweyan sendiri tercatat terdapat 100 pengusaha yang menggeluti bidang batik. Berdasarkan data (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2016) 100 pengusaha batik tersebut tersebar di daerah Laweyan dan memiliki jenis industri yang sama. Mulai dari industri batik cap, batik tulis, hingga produksi bahan dasar untuk batik. Persaingan tersebut sudah terlampau tinggi, belum lagi persaingan pada kampung batik lainnya yang ada di Kota Solo.

Kompetitor tidak hanya berasal dari Kota Solo saja, namun juga eksternal. Persaingan eksternal cukup ekstrim dimana pada setiap daerah yang ada di Indonesia pasti memiliki batik khas dari daerah mereka. Persaingan ini membuat saling berlomba satu usaha dengan usaha yang lain untuk meningkatkan pendapatan dari usaha mereka.

Batik Mahkota Laweyan merupakan sentra produksi batik tertua yang ada di Indonesia. Usia pendirian yang sudah tua menjadikan dan memiliki inovasi dibidang motif membuat Batik Mahkota Laweyan satu-satunya perusahaan batik yang memiliki sertifikat Standar Nasional Indonesia atau SNI (Badan Standarisasi Nasional, 2018). Penerapan standarisasi ini terdapat pada produk batik tulisnya. Belakangan, mereka fokus untuk melakukan pengembangan kreativitas dari batik namun tetap menggunakan konsep kontemporer (Restianti, 2014). Berikut merupakan proses pengerjaan batik tulis dapat dilihat pada gambar 1.16.



Gambar 1. 16 Proses Membuat Batik Tulis Secara Tradisional

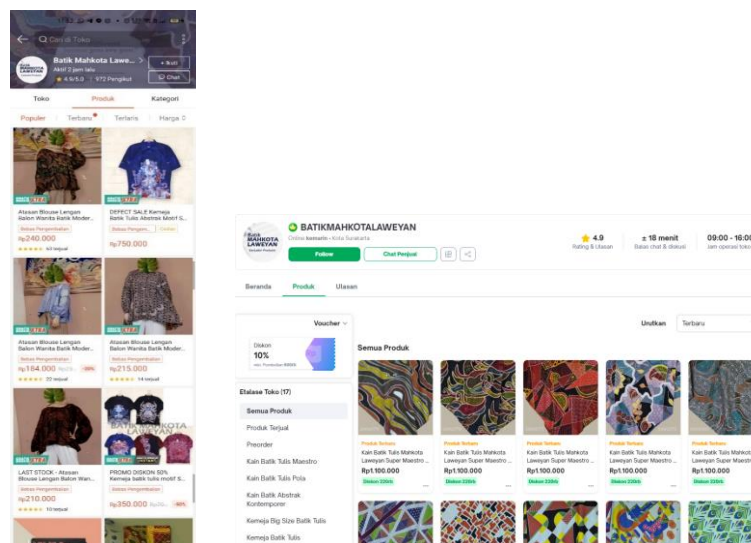
Sumber : Dokumentasi Penelitian (2024)

Selain memiliki kreativitas dalam hal motif batik tulis mereka, Batik Mahkota Laweyan juga memiliki inovasi dalam hal layanan. Calon pelanggan yang datang ke Batik Mahkota Laweyan dapat menikmati layanan wisata dan edukasi yang disediakan oleh Batik Mahkota Laweyan (Forum Pengembangan Kampoeng Batik Laweyan, 2024).

Keunggulan dari batik yang di produksi oleh Batik Mahkota Laweyan terdapat pada nilai eksklusif yang ditawarkan. Batik-batik tulis ini merupakan solusi *different from others*. Artinya tingkat eksklusif yang ditawarkan sesuai dengan harga yang dibayarkan. Corak atau motif yang terdapat pada kain tidak akan sama persis dari satu dengan orang lain, kecuali melakukan *custom* motif untuk beberapa kain. Meskipun dilihat dari segi nilai ekonomis terlampau mahal dan cenderung

lama proses pembuatannya, namun dengan adanya penawaran eksklusif tersebut tidak menyurutkan daya beli dari para konsumen. Hal ini juga menjadi *concern* para pembatik, bagaimana caranya mereka memberikan nilai eksklusif pada batik hasil produksi mereka namun tetap dengan harga yang masih terjangkau oleh masyarakat luas.

Dengan menawarkan nilai eksklusif tersebut, Batik Mahkota Laweyan pada tahun 2019 mendapatkan keuntungan 7 kali lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan (Asikin, 2021) Batik Mahkota Laweyan pada tahun 2019 dimana pandemi sedang melanda Indonesia, mereka berhasil dalam melakukan penjualan secara *online* hingga meraup keuntungan hingga 7 kali dibandingkan penjualan secara *offline* seperti biasanya. Penjualan terbesar mereka ada pada *platform e-commerce* Tokopedia. Dengan menggunakan teknologi mereka dapat menyebarkan informasi mengenai usaha Batik Mahkota Laweyan kepada calon konsumen lebih luas lagi. Berikut ini merupakan toko mereka pada *platform* Tokopedia yang dapat dilihat pada gambar 1.17.

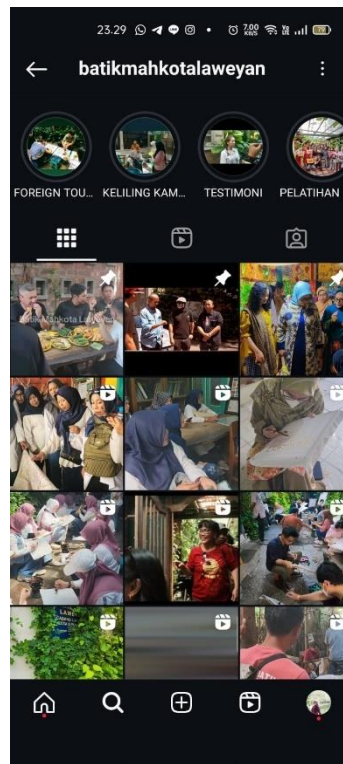


Gambar 1. 17 Marketplace Batik Mahkota Laweyan

Sumber : Dokumentasi Penelitian (2024)

Namun, berdasarkan pada hasil wawancara bersama marketing Batik Mahkota Laweyan kenaikan keuntungan dari penjualan tidak berlangsung lama. Hal ini

dikarenakan belum maksimalnya pemanfaatan digital marketing. Kurang maksimalnya pemanfaatan digital marketing dapat dilihat dari stock dan penjualan pada marketplace Batik Mahkota Laweyan dan sosial media instagram yang masih kurang dalam segi konsistensi memberikan informasi seputar produk dan layanan yang Batik Mahkota Laweyan jual. Dengan kurang maksimalnya digital marketing yang digunakan oleh Batik Mahkota Laweyan ternyata berimbas pada kurang dikenalnya Batik Mahkota Laweyan diluar daerah Solo Raya. Pada gambar 1.18 diberikan salah satu contoh kurangnya pemanfaatan digital marketing pada Batik Mahkota Laweyan dengan ditandai kurangnya engagement dan konsistensi dari konten-konten yang memasarkan produk dan layanan yang mereka miliki.



Gambar 1. 18 Social Media Batik Mahkota Laweyan

Sumber : Dokumentasi Penelitian (2024)

Meskipun Batik Mahkota Laweyan memiliki keunggulan-keunggulan dalam hal motif, corak dan penjualan pada saat pandemi yang mengalami kenaikan hingga 7 kali lipat, ternyata daya saing yang mereka miliki masih rendah. Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Riana, 2020) mengatakan bahwa besaran modal

usaha mempengaruhi daya saing produk. Modal usaha yang dikeluarkan oleh Batik Mahkota Laweyan tergolong kecil berkisar pada Rp3.000.000 hingga Rp5.000.000 pada setiap bulannya tergantung pada intensitas produksi mereka. Dikarenakan produksi mereka masih berskala kecil, membuat mereka tidak mampu untuk menambahkan modal usaha yang terlalu besar.

Penurunan daya saing sudah cukup diantisipasi oleh Batik Mahkota Laweyan dengan memberikan sebuah kreativitas dalam usaha mereka. Berdasarkan pada penelitian (Takhim & Meftahudin, 2018), kreativitas merupakan salah satu kunci yang dapat digunakan untuk dilakukannya pengembangan pada UMKM. Batik Mahkota Laweyan sendiri sudah menerapkan hal tersebut untuk terus menekan tingkat penurunan daya saing mereka dipasaran. Mereka melakukan peningkatan kreativitas seperti dengan menghadirkan keunikan corak, program “Batik Toeli”, membuka *course* membatik dan memasarkan melalui media *platform* digital (Nasution & Aryono, 2023).

Daya saing yang turun dilihat dari hasil penjualan mereka. Dari tahun 2019 dimana mereka mengalami peningkatan penjualan hingga 7 kali lipat lalu mengalami penurunan yang cukup signifikan mulai tahun 2021. Terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi penurunan yang cukup signifikan tersebut, seperti terlalu banyaknya kompetitor yang berada pada satu industri yang sama. Berdasarkan (Dana & Suci, 2021), persaingan mampu mempengaruhi tingkat pendapatan suatu usaha, semakin banyak adanya pesaing maka dapat mempengaruhi penuruna penjualan. Menurut (Nitisemiti, 2006), persaingan keadaan dimana perusahaan pada pasar produk atau jasa tertentu akan memperlihatkan keunggulannya masing-masing, kemampuan dalam persaingan mampu mempengaruhi pendapatan yang diperoleh.

Dalam meningkatkan daya saing dari suatu usaha perlu diperhatikan beberapa faktor untuk diselesaikan seperti kreativitas (Takhim & Meftahudin, 2018), modal usaha (Desa, Dan, & Salatiga, n.d.) dalam (Riana, 2020), harga (Hwang & Health, 2014) dalam (Riana, 2020). *Entrepreneurial skill* (Kewirausahaan,1999) dalam (Utomo, 2012) dan *network* (George and Wood, 2001; Dianna Riana, 2020) dalam

(Riana, 2020). Maka dari itu, penting bagi Batik Mahkota Laweyan untuk dapat meningkatkan daya saing mereka dengan memaksimalkan beberapa aspek yang telah disebutkan sebelumnya.

1.3 Rumusan Masalah

Kampung Batik Laweyan adalah pusat batik tertua di Kota Solo, Jawa Tengah, dan menjadi awal dari perkembangan batik di Indonesia. Kampung ini diakui sebagai warisan budaya nasional yang berasal dari Keraton Pajang pada abad ke-14 Masehi. Produksi batik di sana masih berlanjut hingga saat ini, dengan lima gerai batik yang menawarkan keunggulan masing-masing, seperti Batik Marin Laweyan, Batik Mahkota Laweyan, dan lainnya.

Batik Mahkota Laweyan, gerai tertua di Kampung Batik Laweyan, dianggap sebagai pusat batik dan cikal bakal batik di Indonesia. Fokusnya adalah pada batik tulis dengan desain kontemporer, diproduksi secara tradisional seperti pada gambar 1.19 dan dengan daya tarik eksklusif.



Gambar 1. 19 Pematikan Tradisional Batik Mahkota Laweyan

Sumber : Dokumentasi Penelitian (2024)

Meskipun memiliki keunggulan dalam desain kontemporer, Batik Mahkota Laweyan tidak menjadi usaha mikro batik dengan pendapatan terbesar di Indonesia karena persaingan dengan batik jenis lain yang lebih terjangkau harganya.

Perkembangan industri batik menimbulkan tantangan, terutama dalam pemasaran digital, namun juga memberikan peluang untuk inovasi dan peningkatan daya saing.

Era digital seharusnya menjadi sarana bagi usaha mikro batik tulis, termasuk Batik Mahkota Laweyan, untuk mendapatkan calon konsumen yang lebih luas dengan informasi yang transparan (Riana, 2020). Namun, para pelaku usaha batik tulis belum sepenuhnya memanfaatkan potensi pemasaran digital, memberikan kesempatan bagi mereka untuk menggunakan teknologi dalam mempromosikan usaha mereka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Ayuningsih et al., 2022) mengatakan bahwa teknologi dapat di implementasikan oleh siapapun dan dimanapun karena teknologi memiliki keuntungan dalam membantu manusia pada pekerjaan mereka.

Menurut Ibu Nisa, pengunjung Batik Mahkota Laweyan, kurangnya komunikasi eksternal membuat Batik Mahkota Laweyan kurang dikenali oleh calon konsumen yang berada diluar daerah Solo Raya. Sehingga, akibat dari kurang dikenalnya Batik Mahkota Laweyan, produk dan layanan yang memiliki kualitas unggul tersebut tidak dapat diterima oleh khalayak luas. Keterbatasan informasi yang mengakibatkan kurang dikenalnya Batik Mahkota Laweyan ini menjadi salah satu kendala utama pada Batik Mahkota Laweyan.

Penelitian ini akan mengeksplorasi inovasi berbasis teknologi untuk meningkatkan pengenalan produk dan layanan Batik Mahkota Laweyan dalam rangka mengatasi persaingan yang ketat pada industri batik tulis, dengan menggunakan pendekatan design thinking yang menggabungkan wawasan konsumen. Ini bertujuan untuk mengatasi persoalan dalam hal *branding* dan menciptakan solusi yang efektif dalam menghadapi tantangan pemasaran dan penjualan (Brown & Wyatt, 2010)

Berdasarkan dari permasalahan dan latar belakang diatas, maka penelitian ini diusulkan dengan judul **“PROSEDUR PENGEMBANGAN BRANDING BATIK MAHKOTA LAWEYAN DENGAN METODE DESIGN THINKING. Studi kasus: Batik Mahkota Laweyan”**.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fenomena dan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana mengembangkan *branding* dari Batik Mahkota Laweyan?
2. Bagaimana memenangkan persaingan dalam industri batik tulis?
3. Bagaimana pemanfaatan digitalisasi dalam pemasaran Batik Mahkota Laweyan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan pada latar belakang dan rumusan masalah serta pertanyaan penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui cara untuk mengembangkan *branding* bagi Batik Mahkota Laweyan.
2. Untuk mengetahui bagaimana caranya Batik Mahkota Laweyan dapat memenangkan persaingan pada industry batik tulis.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pemanfaatan digitalisasi dalam pemasaran Batik Mahkota Laweyan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak-pihak yang berkepentingan, dalam hal ini dapat dilihat dari 2 (dua) aspek berikut :

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memperkaya keilmuan dan menjadi sumber wawasan yang baru dalam bidang manajemen khususnya pada konsentrasi *entrepreneurship*. Alat ukur yang terdapat pada penelitian dapat digunakan sebagai panduan dalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi penelitian lain terkait dengan

formulasi produk dalam peningkatan penjualan kain batik tulis dan diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi pihak akademisi.

1.6.2 Aspek Praktis

Dengan adanya pengembangan formulasi produk dalam peningkatan penjualan kain batik tulis, maka diharapkan dapat menjadi solusi yang dapat menjadi masukan dalam kasus resiko rugi yang mereka dapatkan. Hal ini dapat terwujud dengan terealisasinya pengembangan strategi produk dalam peningkatan penjualan kain batik tulis dengan mempertimbangkan aspek-aspek ekonomis Batik Mahkota Laweyan.

1.7 Sistematika Penelitian

Pada thesis akan disusun secara sistematis oleh penelitian yang berisikan mengenai gambaran umum serta hasil penelitian. Sistematika penelitian akan dijelaskan dengan ringkas sebagai berikut :

1. BAB 1

Bab ini yang berisikan mengenai pendahuluan dari penelitian dengan mencakup gambar umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian

2. BAB 2

Bab ini yang berisikan mengenai tentang teori-teori yang mendukung penelitian dengan mencakup tinjauan Pustaka, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran

3. BAB 3

Bab ini yang berisikan mengenai metodologi penelitian yang dilakukan penelitian dalam menyusun penelitian ini

4. BAB 4

Bab ini berisikan tentang pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan pada pada Batik Mahkota Laweyan

5. BAB 5

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran akademis dan praktis serta memasukan penelitian yang selanjutnya.