

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

1. Profil Batik Al Barokah Pekandangan Bluto Sumenep

a. Sejarah Batik Al Barokah

Sentra batik tulis di Desa Pakandangan Barat, Bluto, Sumenep, Madura sudah ada sejak zaman penjajahan Belanda dan Kerajaan Sumenep masih berdiri. Sampai sekarang sentra batik tersebut masih bertahan. Sembari tetap mempertahankan tradisi batik tulis, mereka tetap mengikuti perkembangan motif dan desain dalam membatik. Desa Pakandangan Barat, Bluto, Sumenep, sudah terkenal sebagai sentra produksi batik tulis sejak zaman Belanda. Bahkan, sentra kerajinan batik tulis di desa ini sudah mulai kondang sejak Kerajaan Sumenep masih eksis hingga berakhir di bawah kekuasaan Ario Prabuwinoko pada tahun 1926-1929. Tak heran, bila motif batik buatan desa ini banyak dipengaruhi tradisi keraton. Misalnya, terlihat motif kipas yang sudah ada sejak tahun 1930-an. "Kipas itu sejak zaman dulu paling banyak dipakai para putri raja," ujar pemilik Sentra Batik Tulis Al-Barokah, Taufan Febriyanto. Sejak zaman keraton itu pula, pekerjaan membatik ini berlangsung turun temurun.

Taufan sendiri mendapat keahlian membatik dari orang tuanya. Ia merupakan generasi ketiga yang melanjutkan usaha batik tulis dari tangan ibunya tarwiyah. "Dari zaman nenek moyang sudah ada," timpal Tarwiyah. Achmad Zaini, pemilik Sentra Batik Tulis Melati membenarkan, kegiatan membatik di desanya

sudah turun-temurun sejak zaman nenek moyang. Ia sendiri merupakan generasi kedua yang mengelola Sentra Batik Tulis. "Saya diserahi usaha ini oleh orang tua di tahun 1977," ujarnya. Bedanya, dulu pekerjaan membatik hanya dianggap sebagai pekerjaan sampingan.

Umumnya, masyarakat lebih mengutamakan bertani atau melaut yang hasil ekonominya lebih pasti. "Tapi kini membatik sudah menjadi pekerjaan utama di desa kami," ujar Zaini. Taufan sendiri tidak pernah bercita-cita menjadi pembatik. Ia sebelumnya sempat kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Pancamarga Probolinggo. Namun, panggilan hati memaksanya pulang dan meninggalkan bangku kuliah demi mempertahankan usaha warisan keluarga tersebut. Terlebih, kondisi ibunya saat itu sudah semakin tua. Keputusannya itu ternyata tidak sepenuhnya keliru. Perlahan, batik tulis Madura dari Desa Pakandangan Barat semakin kesohor. "Memasuki tahun 1991, banyak pengepul mencari batik ke desa kami," ucapnya. Berkat kerja kerasnya mengkreasi berbagai motif, Sentra Batik Tulis Al-Barokah pun berkembang pesat.

Dalam mengembangkan motif dan desain, ia mengaku mencari ide dari majalah dan internet. Sembari tetap mempertahankan tradisi batik tulis, "Saya juga terus mengikuti perkembangan zaman," ujarnya. Makanya, ketika pelanggan sekarang cenderung menyukai warna cerah dalam berbatik, ia pun membubuhkan warna merah, kuning, hijau dalam batiknya. Padahal, dulu batik selalu memiliki warna khas yang gelap, seperti hitam atau cokelat. Selain itu, meskipun belum masif, ia juga mulai membuat desain 'batik gaul'. Sama halnya Taufik, Zaini juga terus mengikuti perkembangan zaman dalam membuat motif dan desain batik. "Biar bertahan, harus pintar membaca perubahan zaman dan selera pasar".

Lazimnya warga Madura, bangunan toko Taufan ditandai pilar-pilar besar dengan gaya aktraktif. Masuk ke dalam, sedikitnya 10 ribu lembar kain batik, hingga yang telah dijahit menjadi kemeja atau gaun, terpajang rapi. Sebaiknya tak buru-buru di sini, nikmati waktu untuk lesehan di karpet menikmati motif-motif yang ada, meraba permukaannya yang halus, sambil mengobrol dengan sang pemilik yang masih turun tangan langsung melayani pembeli. Ada air putih yang tersedia gratis pun waktu buat mengeksplorasi tak terbatas, dengan pelayanan yang hangat kendati pembeli melakukan aksi bongkar sana, bongkar sini. Kain-kain batik itu sebagian dilipat, namun ada pula yang dipajang per lembar. Tak akan ada batik yang sama di sini, karena buatan tangan, maka setiap gambar yang tersaji akan berbeda. "Di sini nggak ada limit harga, jadi boleh nawar, sambil ngobrol, lebih enak kan," kata Taufan yang setiap harinya menerima pasokan 50 hingga 100 lembar kain dari para perajin yang jadi mitranya. Istilah limit harga itu, ketika ditelisik lebih jauh, ternyata bermakna, tak ada banderol yang disematkan pada batik, sehingga mau tak mau harus ada perbincangan saat pembeli menaksir kain yang menarik hatinya. Makna lainnya dari limit itu, harga yang ditawarkan sangat beragam, mulai Rp 75 ribu hingga Rp 10 juta per lembar.

b. Tujuan Perusahaan

Batik Al Barokah merupakan salah satu bintang dalam industri batik Madura. Tujuan didirikannya usaha tersebut adalah untuk menambah pendapatan pribadi khususnya serta membuka lapangan kerja untuk warga sekitar supaya menambah pendapatan keluarganya. Selain itu dengan adanya usaha batik tersebut diharapkan batik tulis khas Madura tidak punah dan semakin dikenal oleh masyarakat luas.

c. Biodata Pemilik

- 1) Nama : Taufan Febriyanto
- 2) Jabatan : Pimpinan Perusahaan
- 3) Tempat tanggal lahir : Sumenep, 23 Februari 1986
- 4) Alamat rumah : Pekandangan Tengah
- 5) Nomor telepon : 081913648408

B. Paparan Data

Sebelum penulis memaparkan data dan temuan yang diteliti, ada baiknya penulis terlebih dahulu meyinggung tentang subjek yang akan dijadikan responden dalam penelitian ini. Di dalam penelitian ini, penulis pegambil responden secara profesional yang terdiri dari: pemilik perusahaan, karyawan, konsumen.

1. Strategi Inovasi Produk Batik Pekandangan Bluto Sumenep dalam Menghadapi Persaingan Pasar Fashion

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Inovasi produk batik merupakan salah satu proses untuk menciptakan hal-hal baru yang dapat memberikan nilai yang berarti dan mendatangkan manfaat. Ha ini dijelaskan oleh pemilik usaha Batik al-Barokah berikut hail wawancaraya:

“Berbagai inovasi terkait produk saya lakukan seperti inovasi batik dari segi motifnya, pemilihan warnanya, bahkan dari bentuknya serta trtnu mempertahankan kualitas dari produk”¹

Terdapat berbagai inovasi yang dilakukan oleh pemilik usaha Batik Al-Barokah inovasi produk yang dilakukan diantaranya adalah dari segi motif, pewarnaan dan desain baju serta menonjolkan ciri khas.

¹ Bapak Taufan, *Pemilik Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Langsung (15 April 2023)

Wawancara diatas semakin diperkuat oleh salah satu karyawan berikut petikan wawancaranya:

“Pada Usaha Batik Al-Barokah ini memang melakukan berbagai inovasi produk selain inofasi dari motif, warna ada juga inovasi daro model seperti halnya dibuat baju dengan berbagai jenis model, jenis warna dan berbagai jenis ukuran”²

Yang disampaikan oleh salah satu karyawan semakin ditegaskan oleh pemilik usaha berikut penegasannya:

“Strategi inovasi untuk memilih bahan berkualitas melibatkan penggunaan teknologi canggih, kolaborasi dengan pemasok terpercaya, serta implementasi sistem pengawasan kualitas yang ketat. Analisis data sensorik, uji laboratorium, dan pemantauan berkelanjutan dapat memastikan konsistensi dan keunggulan bahan dalam produk inovatif”³

Dapat diketahui bahwa usaha Batik Al-Barokah memang melakukan berbagai inovasi produk selain inofasi dari motif, warna ada juga inovasi dari model seperti halnya dibuat baju dengan berbagai jenis model, jenis warna dan berbagai jenis ukuran.

Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang peneliti lakukan bahwa memang benar usaha Batik Al-Barokah memang melakukan berbagai inovasi produk diantaranya dari segi motifnya, dari jenis warna dan pewarnaannya serta dari modelnya.

Inovasi dapat dilakukan pada pengembangan desain, batik harus memiliki daya tarik dan ciri khas sementara untuk membuat daya tarik suatu produk diperlukan desain yang berbeda dengan yang lain. karena merupakan hasil pemikiran kreatif dari pembuatannya. Inovasi batik dapat dilihat dari berbagai aspek, yaitu: proses pematikan, ragam hias atau motif, dan tata warna.

² Rahman, *Karyawan Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Langsung (15 April 2023)

³ Bapak Taufan, *Pemilik Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Langsung (15 April 2023)

Persaingan bukan merupakan hambatan dalam kesuksesan tapi salah satu kunci sukses bila kita bisa mengambil sisi positif dari persaingan tersebut. Persaingan dalam dunia usaha sangat ketat sehingga dalam menjalankan usaha harus memiliki strategi pemasaran usaha untuk bersaing. Hal ini juga disampaikan oleh pemilik usaha Batik Al-Barokah berikut hasil wawancaranya:

“Strategi inovatif dalam melakukan pemasaran supaya bisa bersaing melakukan berbagai cara diantaranya adalah menjalankan promosi dalam hal ini memperkenalkan barang yang saya jual dengan berbagai cara diantaranya menggunakan media sosial dan media cetak selain itu menerapkan diskon terhadap beberapa barang, selain itu tempat usaha ini memiliki tempat yang sangat strategis karena gampang untuk diakses, serta saya juga membuat produk batik untuk semua kalangan baik laki-laki atau perempuan anak-anak, remaja bahkan orang dewasa, serta saya mengedepankan pelayanan yang baik untuk memberikan rasa kepuasan terhadap konsumen.”⁴

Usaha Batik Al-Barokah melakukan Strategi inovatif dalam pemasaran supaya bisa bersaing dengan kompetitor sehingga melakukan berbagai cara diantaranya adalah menjalankan promosi yang kreatif, menempatkan usaha ditempat yang strategis, dan produk yang diproduksi bisa untuk semua kalangan, serta melakukan berbagai diskon.

Persaingan merupakan salah satu perjuangan yang dilakukan oleh perorangan atau kelompok sosial untuk memperoleh kemenangan secara kompetitif hal ini membuktikan bahwa manusia memiliki kecenderungan untuk bersaing

Strategi persaingan di batik al barokah menurut mas adon selaku karyawan, berikut penjelasannya:

“Strateginya itu memberi pelayanan yang bagus, baik, ramah, sopan kepada pembelinya mbak, kalau bisa cepat tanggap dalam melayani. Produk-produk batik yang akan kami fashionkan itu yang menurut kami sangat berkualitas.”⁵

⁴ Bapak Taufan, *Pemilik Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Langsung (15 April 2023)

⁵ Adon, *Anak Pemilik Perusahaan Batik AL Barokah*, Wawancara Langsung (15 April 2023)

Salah satu karyawan usaha Batik Al-Barokah menyampaikan bahwa untuk bisa bersaing dengan kompetitor harus memberikan pelayanan yang baik, ramah dan sopan, serta memberikan pelayanan yang cepat dan memberikan edukasi terkait batik yang dijual.

Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang peneliti lakukan yang mana usaha Batik Al-Barokah melakukan berbagai cara untuk bisa bersaing dengan kompetitor yang lainnya diantaranya melakukan promosi yang kreatif, menempatkan usaha ditempat yang strategis, dan produk yang diproduksi bisa untuk semua kalangan, serta melakukan berbagai diskon.

2. Implementasi Strategi Inovasi yang Dilakukan oleh Produk Batik Al Barokah Pekandangan Bluto Sumenep

Inovasi adalah jawaban wirausaha yang sukses, inovasi sebagai kreatifitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat di implementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki, maka dari itu dalam menjalankan kegiatan usaha diperlukan adanya inovasi-inovasi baru yang dilakukan, hal ini juga disampaikan oleh pemilik usaha Batik Al-Barokah berikut hasil wawancaranya:

“Saya rasa setiap orang yang melakukan kegiatan usaha diperlukan inovasi atau gagasan baru supaya bisa tetap diminati oleh konsumen”⁶

Inovasi atau gagasan yang kreatif sangat diperlukan dan harus dilakukan oleh para pelakuusaha supaya bisa mempertahankan an dan mengembangkan usaha karena diminati oleh konsumen.

⁶ Bapak Taufan, *Pemilik Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Langsung (15 April 2023)

Implementasi inovasi produk harus dilakukan oleh para pelaku usaha hal ini juga dilakukan oleh pemilik usaha Batik Al-Barokah berikut petikan wawancaranya:

“Inovasi produk yang saya implementasikan yaitu mengembangkan atribut produk baru dengan memunculkan gagasan baru terkait barang yang akan diproduksi seperti membuat motif terbaru yang disukai oleh pasar, selain itu juga melakukan pengembangan terhadap produk yang sudah ada dengan memodifikasi baik dari segi warna, maupun bentuknya serta menggunakan bahan yang berkualitas dengan proses produksi yang sangat ketat dan dilakukan oleh para tenaga yang sudah kompeten.”⁷

Pemilik usaha Batik Al-Barokah mengimplementasikan strategi inovasi produk diantaranya adalah mengembangkan produk dengan memunculkan gagasan baru dalam memproduksi seperti membuat motif terbaru yang disukai oleh pasar, selain itu juga melakukan pengembangan terhadap produk yang sudah ada dengan memodifikasi baik dari segi warna, maupun bentuknya serta menggunakan bahan yang berkualitas dengan proses produksi yang sangat ketat dan dilakukan oleh para tenaga yang sudah kompeten.

Penyampai diatas juga diperkuat oleh anak pemilik usaha Batik Al-Barokah berikut penyampaiannya:

“Selain yang disampaikan oleh bapak saya, kami disini juga mengimplementasikan inovasi produk dengan meningkatkan kualitas barang dalam hal ini meningkatkan kualitas bahan batik yang digunakan sehingga batik yang dihasilkan sangat bagus dengan bermutu tinggi, selain itu kami juga mengembangkan berbagai model menyesuaikan dengan minat konsumen seperti membuat model batik Jas, Semi Jas, Hem, dan juga koko batik, dan juga membuat dres, tunik untuk konsumen perempuan dan hal ini dikeluarkan dengan berbagai ukuran baik S, M, L, XL, XXL.

Usaha Batik Al-Barokah mengimplementasikan inovasi produk dengan meningkatkan kualitas barang yang diproduksi, selain itu kami juga

⁷ Bapak Taufan, *Pemilik Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Lagsung (15 April 2023)

mengembangkan berbagai model menyesuaikan dengan minat konsumen seperti membuat model batik Jas, Semi Jas, Hem, dan juga koko batik, dan juga membuat dres, tunik untuk konsumen perempuan dan hal ini dikeluarkan dengan berbagai ukuran baik S, M, L, XL, XXL

Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang peneliti lakukan yang mana bahwa pemilik usaha Batik Al-Barokah mengimplementasikan inovasi produk diantaranya adalah mengembangkan produk/barang yang diproduksi, mengembangkan kualitas barangnya serta mengembangkan berbagai model dan ukuran.

Dapat disimpulkan bahwa usaha Batik Al-Barokah mengimplementasikan inovasi produk diantaranya adalah mengembangkan produk dengan memunculkan gagasan baru dalam memproduksi seperti membuat motif terbaru yang disukai oleh pasar, selain itu juga melakukan pengembangan terhadap produk yang sudah ada dengan memodifikasi baik dari segi warna, maupun bentuknya serta menggunakan bahan yang berkualitas dengan proses produksi yang sangat ketat dan dilakukan oleh para tenaga yang sudah kompeten, selain itu juga meningkatkan kualitas barang yang diproduksi, dan juga mengembangkan berbagai model menyesuaikan dengan minat konsumen seperti membuat model batik Jas, Semi Jas, Hem, dan juga koko batik, dan juga membuat dres, tunik untuk konsumen perempuan dan hal ini dikeluarkan dengan berbagai ukuran baik S, M, L, XL, XXL.

Pelaku usaha harus melakukan inovasi-inovasi untuk bisa bersaing dan mengembangkan usaha yang dijalankan, terdapat berbagai inovasi yang bisa dilakukan hal ini disampaikan oleh pemilik usaha berikut penyampaianya:

“Saya dalam memproduksi batik disini melakukan berbagai inovasi diantaranya adalah berinovasi menciptakan batik dengan model, warna dan

motif yang berbeda yang sebelumnya tidak pernah dibuat akan tetapi saya tetap memperhatikan keinginan pasar, selain melakukan inovasi dengan membuat batik dengan yang sudah akan tetapi diambil idenya dan dibuat secara berbeda”⁸

Hasil wawancara ini semakin diperkuat oleh anak pemilik usaha berikut hasil wawancaranya:

“Selain yang sampaikan diatas inovasi yang kami lakukan melakukan duplikasi yang mana batik yang sudah ada dipasaran kami menduplikasi akan tetapi diberikan sentuhan kreatif yang berbeda untuk memperoleh barang yang lebih bagus, selain itu juga melakukan kombisani berbagai motif, warna dan model dari batik untuk memperoleh barang yang lebih bagus.”⁹

Dapat diketahui pada usaha Batik Al-Barokah melakukan berbagai inovasi diantaranya adalah berinovasi menciptakan batik dengan model, warna dan motif yang berbeda yang sebelumnya tidak pernah dibuat dengan tetap memperhatikan keinginan pasar, dan juga melakukan inovasi dengan membuat bati mengambil ide dari yang sudah ada akan tetapi dibat secara berbeda, serta melakukan duplikasi batik yang sudah ada dan ditambah dengan sentuhan kreatif untuk menghasilkan barang yang lebih bagus, sselin itu juga melakukan kombisani berbagai motif, warna dan model dari batik untuk memperoleh barang yang lebih bagus.

Hal ini sesuai dengan hasil observasi yang peneliti lakukan yang mana memang pada usaha Batik Al-Barokah melakukan berbagai jenis inovasi diantaran membuat barang baru, mendupikasi dengan diberin sentuhan yang lebih kreatif, dan mengkombinasikan berbagai motif dan wwarna untuk menghasilkan barang yang baru dan bagus.

⁸ Bapak Taufan, *Pemilik Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Lagsung (15 April 2023)

⁹ Adon, *Anak Pemilik Perusahaan Batik AL Barokah*, Wawancara Langsung (15 April 2023)

3. Kendala yang Dihadapi Produk Batik Al Barokah dalam Menerapkan Strategi Inovasi untuk Menghadapi Persaingan Pasar Fashion

Kendala merupakan salah satu yang pasti akan dihadapi oleh para pelaku usaha hal ini juga dirasakan oleh pemilik usaha Batik Al-Barokah berikut hasil wawancaranya:

“Masalah yang kami hadapi pada saat pertama kali membuka usaha batik ini adalah minimnya pengetahuan masyarakat tentang Batik Al-Barokah yang merupakan Batik khas Madura dan konsumen lebih memilih Batik Jawa, saya merasa kesulitan dalam memberikan informasi kepada masyarakat Madura khususnya bahwa Batik Al-Barokah merupakan Batik Khas daerah Madura Sumenep, Pamekasan, Sampang, Bangkalan dikarenakan pada waktu itu melakukan penyebaran informasi hanya melalui media cetak tidak menggunakan media sosial seperti saat ini”.¹⁰

Berdasarkan hasil dari wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa kendala yang dihadapi oleh Batik Al-Barokah Pakandangan Bluto Sumenep saat pertama kali dalam menjalankan usaha batik adalah kurangnya informasi terhadap masyarakat sehingga masyarakat banyak yang tidak mengetahui terkait usaha batik Al-Barokah karena pada awal-awal membuka usaha hanya melakukan promosi melalui media cetak tidak menggunakan media sosial karena waktu itu belum marak media sosial seperti saat ini.

Dalam memproduksi kain Batik Al-Barokah Pakandangan, Bapak Iqbal membutuhkan bahan baku namun dalam pengadaan bahan baku tersebut Bapak Iqbal mengalami kendala dan cara yang dilakukan untuk mengatasi kendala tersebut, seperti yang disampaikan oleh Bapak Iqbal :

“Bahan baku yang digunakan untuk memproduksi Batik Al-Barokah Pakandangan ini adalah kain, pewarna alam (gambir, tanah liat, kulit jengkol), pewarna kimia (indigozol, naphthol). Saya memperoleh bahan baku

¹⁰ Bapak Taufan, *Pemilik Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Lagsung (15 April 2023)

tersebut dari Pekalongan seperti kain dan pewarna kimia, sedangkan untuk pewarna alam saya memperoleh nya dari Madura sendiri. Dalam memproduksi Batik tersebut tentunya saya mengalami kendala dalam pengadaan bahan baku karena bahan baku tersebut jauh dari tempat produksi tetapi saya bisa mengatasi kendala tersebut dengan menstok bahan baku dalam jumlah yang banyak”.¹¹

Pernyataan ini diperkuat oleh bapak Taufan Febrianto :

“Bahan dasar yang digunakan untuk membuat Batik Al-Barakah Pakandangan ini terdiri dari kain (sutra, santung, mori dan Blacu), zat pewarna kimia (indigozol dan naphthol), zat pewarna alam (tanah liek, gambir, kulit jengkol, kulit rambutan, pinang, kulit manggis) , lilin/malam, garam (diosia), kostik soda/soda abu, waterglas, mikrowax dan air. Bahan ini di datangkan dari dalam negeri (Pekalongan) dan luar negeri (India dan China)”.¹²

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam proses produksi Batik Al-Barakah Pakandangan membutuhkan bahan baku yang terdiri dari kain, pewarna alam (gambir, tanah liek, kulit manggis, pinang dan kulit jengkol),pewarna kimia (indighozol dan naphthol), lilin/malam, garam (diosia), kostik soda/soda abu, waterglas, mikrowax. Dalam pengadaan bahan baku tersebut usaha Batik Al-Barakah Pakandangan Bluto Sumenep mengalami masalah yaitu berkenaan dengan pengadaan bahan baku tersebut, karena tanpa bahan baku proses produksi tidak akan terlaksana ini dikarenakan bahan baku tersebut diperoleh dari Pulau Jawa yaitu Pekalongan dan sebagian bahan baku didatangkan dari luar negeri. Namun Bapak Taufan febrianto sebagai pemilik Batik Al-Barakah Pakandangan bisa mengatasi masalah tersebut dengan membeli stok bahan baku dalam jumlah banyak.

¹¹Iqbal, *Pekerja Batik Al Barokah*, Wawancara Langsung (20 April 2023)

¹² Bapak Taufan, *Pemilik Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Lagsung (15 April 2023)

Memproduksi Batik Al-Barakah Pakandangan Khas Madura mempunyai kendala, seperti yang diungkapkan oleh Taufan Febrianto (Pemilik Batik Al-Barakah Pakandangan Bluto Sumenep) :

“Pasti ada kegagalan dalam memproduksi produk dan ini dikarenakan kurang terampilnya karyawan dalam membatik, jika ada kesalahan dalam membatik, kepala bagian produksi cenderung mengulang kembali proses pembatikan. Karyawan pada usaha batik ini rata-rata berpendidikan SMA/ sederajat dan karyawan ini dilatih untuk membatik oleh kepala bagian produksi. Perbandingan antara karyawan yang terampil dalam memproduksi batik ini”.¹³

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa Batik Al-Barakah Pakandangan Bluto Sumenep memiliki kendala dalam mendapatkan karyawan yang terampil dalam membatik, hal itu disebabkan pendidikan karyawan yang hanya sematamata SMA/ sederajat. Jika ada kesalahan dalam membatik kepala bagian produksilah yang turun tangan dalam pengerjaan dan penyelesaian produk tersebut. Kepala bagian produksi yang melatih karyawan dalam membatik, tetapi tidak semua karyawan yang terampil dalam membatik tersebut.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti dari wawancara, observasi dan dokumentasi diperoleh beberapa temuan penelitian dari hasil sebagai berikut:

1. Strategi Inovasi Produk Batik Pekandangan Bluto Sumenep dalam Menghadapi Persaingan Pasar Fashion

- a. Usaha Batik al-Barokah melakukan berbagai inovasi diantaranya adalah inovasi dari segi motif, pewarnaan dan desain baju serta menonjolkan ciri khas

¹³ Bapak Taufan, *Pemilik Perusahaan Batik Al Barokah*, Wawancara Lagsung (15 April 2023)

- b. Usaha Batik al-Barokah juga melakukan inovasi dari model seperti halnya dibuat baju dengan berbagai jenis model, jenis warna dan berbagai jenis ukuran
- c. Usaha Batik Al-Barokah melakukan Strategi inovatif dalam pemasaran supaya bisa bersaing dengan kompetitor sehingga melakukan berbagai cara diantaranya adalah menjalankan promosi yang kreatif, menempatkan usaha ditempat yang strategis, dan produk yang diproduksi bisa untuk semua kalangan, serta melakukan berbagai diskon.
- d. Untuk bisa bersaing dengan kompetitor usaha Batik Al-Barokah memberikan pelayanan yang baik, ramah dan sopan, serta memberikan pelayanan yang cepat dan memberikan edukasi terkait batik yang dijual.

2. Implementasi Strategi Inovasi yang Dilakukan Oleh Produk Batik Al Barokah Pekandangan Bluto Sumenep

- a. Pemilik usaha Batik Al-Barokah mengimplementasikan strategi inovasi produk diantaranya adalah mengembangkan produk dengan memunculkan gagasan baru dalam memproduksi seperti membuat motif terbaru.
- b. Melakukan pengembangan terhadap produk yang sudah ada dengan memodifikasi baik dari segi warna, maupun bentuknya serta menggunakan bahan yang berkualitas dengan proses produksi yang sangat ketat dan dilakukan oleh para tenaga yang sudah kompeten.
- c. mengembangkan berbagai model menyesuaikan dengan minat konsumen seperti membuat model batik Jas, Semi Jas, Hem, dan juga koko batik, dan juga membuat dres, tunik untuk konsumen perempuan dan hal ini dikeluarkan dengan berbagai ukuran baik S, M, L, XL, XX

3. Kendala yang Dihadapi Produk Batik Al Barokah dalam Menerapkan Strategi Inovasi untuk Menghadapi Persaingan Pasar Fashion

- a. Kendala yang dihadapi oleh Batik Al-Barakah Pakandangan Bluto Sumenep saat pertama kali dalam menjalankan usaha batik adalah kurangnya informasi terhadap masyarakat sehingga masyarakat banyak yang tidak mengetahui terkait usaha batik Al-Barakah
- b. Mengalami kendala dari bahan baku untuk memproduksi
- c. Usaha Batik Al-Barakah Pakandangan Bluto Sumenep memiliki kendala dalam mendapatkan karyawan yang terampil dalam membatik

D. Pembahasan

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan beberapa hal berdasarkan data peneliti dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh. Berikut beberapa hasil penelitian yang dilaporkan dalam penelitian tentang “strategi inovasi produk batik dalam menghadapi persaingan pasar fashion (studi kasus batik al barokah pekandangan Bluto sumenep)” sebagai berikut:

1. Strategi Inovasi Produk Batik Pekandangan Bluto Sumenep dalam Menghadapi Persaingan Pasar Fashion

Dalam dunia usaha, persaingan bukanlah hal yang asing terutama dalam pasar fashion. Fashion sendiri merupakan salah satu hal penting dalam kehidupan masyarakat sebagai konsumen. Fashion terus berkembang seiring waktu dengan berbagai model hingga kualitas dan bahan-bahan yang digunakan. Hal ini menyebabkan persaingan dalam dunia fashion menjadi sangat pesat. Produsen fashion, baik fashion tradisional hingga modern mulai bersaing untuk mempengaruhi dan mendapatkan konsumen. Berbagai macam bentuk

persainganpun muncul dan mulai diterapkan. Oleh karena itu, setiap pengusaha perlu menyiapkan strategi yang baik dan jitu untuk memenangkan dan mempengaruhi pasar. Sebagaimana pendapat yang dinyatakan oleh Kasmir bahwa semakin banyak pengusaha yang terjun dan bersaing dalam suatu produk, maka akan semakin tinggi pula tingkat persaingannya.¹⁴

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa dalam pemasaran produk batik, pengusaha atau pengrajin batik juga memiliki persaingan yang cukup ketat, sebab maraknya pengusaha batik hingga munculnya *e-commerce* yang sering kali menjadi pilihan konsumen sebab kelebihan yang dimilikinya seperti mudah dijangkau dan diakses, hadir dengan berbagai model, serta menawarkan harga dan diskon yang cukup terjangkau. Oleh sebab itu, produsen Batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep selalu berinovasi dalam produk batik yang diproduksinya.

Dalam hal ini, bentuk persaingan dalam dunia usaha juga beragam. Sebagaimana Assauri menyatakan bahwa dalam dunia terdapat setidaknya tiga bentuk persaingan, yakni persaingan Monopoli yang merupakan persaingan tidak sehat yang menjadikan satu pelaku bisnis sebagai pusat atau penguasa produksi dan pemasaran. Selain itu ada persaingan Oligopoli yang merupakan persaingan pasar dimana para pelaku bisnis nya sedikit namun barang yang ditawarkan merupakan barang standar namun tetap memiliki perbedaan corak. Selanjutnya adalah bentuk persaingan terakhir yakni, persaingan Monopolistik yang hadir dengan konsep persaingan dimana terdapat banyak para pelaku bisnis yang ada namun produk yang ditawarkan hadir dengan perbedaan corak secara fisik sehingga dapat dibedakan

¹⁴ Kasmir, dkk, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Kencana 2004), 69.

langsung oleh konsumen atau dengan kata lain, produk ini memiliki identitasnya masing-masing.¹⁵ Hal ini selaras dengan hasil temuan dari penelitian ini yang menunjukkan bahwa bentuk persaingan yang terjadi dalam pemasaran produk batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep merupakan persaingan yang terjadi dalam bentuk monopolistik, yakni terdapat banyak produsen batik yang lain yang juga menawarkan berbagai macam variasi batik, mulai dari bahan, corak, hingga model.

Maka dari itu, untuk menghadapi persaingan dalam pasar fashion ini, produsen batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep melakukan strategi inovasi produk diantaranya adalah dari segi motif, pewarnaan dan desain baju serta menonjolkan ciri khas, ada juga inovasi dari model seperti halnya dibuat baju dengan berbagai jenis model, jenis warna dan berbagai jenis ukuran. Selain itu dengan cara mengembangkan kualitas produk yang dicapai dengan melakukan penelitian pasar untuk mengidentifikasi tren terkini dalam fashion terlebih dahulu. Kemudian, mereka juga melakukan survey terhadap preferensi konsumen, serta potensi celah atau kekosongan yang bisa diisi dengan inovasi batik sebab melalui pemahaman yang baik tentang pasar, perusahaan dapat merancang strategi inovatif yang relevan. Selain itu Usaha Batik Al-Barokah melakukan Strategi inovatif dalam pemasaran supaya bisa bersaing dengan kompetitor sehingga melakukan berbagai cara diantaranya adalah menjalankan promosi yang kreatif, menempatkan usaha ditempat yang strategis, dan produk yang diproduksi bisa untuk semua kalangan, serta melakukan berbagai diskon. Hal ini didukung oleh pendapat Manap

¹⁵ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep & Strategi*, (Depok: PT RajaGrafindo Persada 2013), 73

yang menyatakan bahwa inovasi sendiri dilakukan sebab beberapa tujuan diantaranya untuk meningkatkan kualitas produk.¹⁶

2. Implementasi Strategi Inovasi yang Dilakukan Oleh Produk Batik Al Barokah Pekandangan Bluto Sumenep

Selain strategi yang telah disusun oleh produsen batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep untuk melakukan inovasi agar dapat bersaing dalam pasar fashion, terdapat juga implementasi dari strategi tersebut yang dilakukan secara langsung sebagai bukti gerak dari strategi yang telah disusun sebelumnya.

Inovasi dalam wirausaha membuka peluang diverifikasi produk dan pangsa pasar. Lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis menuntut wirausahawan untuk selalau adaptif dan mencari terobosan terbaru. Maka inovasi adalah jawaban wirausaha yang sukses, inovasi sebagai kreatifitas yang diterjemahkan menjadi sesuatu yang dapat di implementasikan dan memberikan nilai tambah atas sumber daya yang kita miliki.¹⁷

Untuk melakukan sebuah inovasi, ada beberapa cara yang dapat dilakukan seperti mengembangkan atribut produk dengan cara adaptasi, modifikasi, substitusi, dan kombinasi. Selain itu, mengembangkan beragam tingkatan mutu produk serta mengembangkan model dan ukuran juga menjadi salah satu langkah inovasi yang dapat dilakukan.¹⁸

Sedangkan temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa langkah inovasi yang dilakukan diantaranya adalah:

¹⁶ Abdul Manap, *Manajemen Kewirausahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 47

¹⁷ Abdul Manap, *Manajemen Kewirausahaan* , 47

¹⁸ Abdul Manap, *Manajemen Kewirausahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 47

a. Pengembangan Atribut Produk

1) Mengembangkan Atribut Produk Baru dengan Adaptasi.

Pemilik usaha Batik Al-Barokah mengimplementasikan strategi inovasi produk diantaranya adalah mengembangkan produk dengan memunculkan ide/gagasan baru dalam memproduksi seperti membuat motif terbaru yang sesuai dengan keinginan pasar. Hal ini sesuai dengan teori yang mana adaptasi sebagai upaya mengembangkan atribut produk dapat dilakukan dengan mengembangkan gagasan serta pengembangan produk itu sendiri.¹⁹

2) Modifikasi

Modifikasi sebagai upaya mengembangkan atribut produk juga dilakukan. Dalam hal ini, produsen batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep melakukan inovasi modifikasi dengan menciptakan desain batik yang unik dan menarik perhatian konsumen. Selain itu juga melakukan pengembangan terhadap produk yang sudah ada dengan memodifikasi baik dari segi warna, maupun bentuknya. Hal ini sesuai dengan teori yang mana modifikasi sebagai upaya mengembangkan atribut produk dapat dilakukan dengan metode/cara mengembangkan bentuk, rupa, hingga warna dari produk tersebut.²⁰

3) Substitusi

Substitusi yang juga merupakan bagian dari upaya mengembangkan atribut produk. Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, produsen batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep melakukan produksi batik dengan menggunakan

¹⁹ Ibid.

²⁰ Abdul Manap, *Manajemen Kewirausahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 47

bahan yang berkualitas dengan proses produksi yang sangat ketat dan dilakukan oleh para tenaga yang sudah kompeten. Hal ini sesuai dengan teori yang mana substitusi sebagai upaya mengembangkan atribut produk dapat dilakukan dengan mengembangkan bahan lain, proses, serta sumber tenaga.²¹

4) Kombinasi

Upaya mengembangkan atribut produk juga dapat dilakukan dengan metode/cara mengkombinasi. Kombinasi sebagai upaya mengembangkan atribut produk dapat dilakukan dengan metode/cara mencampur, melakukan asortasi, serta rakitan produk.²² Hal ini jugalah yang dilakukan oleh produsen batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep, dimana mereka melakukan kombinasi dengan metode/cara mengkombinasikan motif tradisional dan modern untuk menciptakan motif baru yang lebih bagus.

b. Mengembangkan Beragam Tingkat Mutu

Langkah kedua dari inovasi produk yang dilakukan oleh produsen batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep adalah mengembangkan beragam tingkatan mutu. Usaha Batik Al-Barokah mengimplementasikan inovasi produk dengan meingkatkan kualitas barang yang diproduksi. Produksi dengan memilih bahan yang kualitas serta melakukan branding terhadap merk dari produk batik ini sendiri seperti halnya dengan memperkuat brand yang sudah terkenal. Langkah kedua ini sesuai dengan teori yang mana inovasi produk juga dapat dilakukan dengan metode/cara mengembangkan beragam tingkatan mutu.²³

²¹ Ibid.

²² Ibid.

²³ Abdul Manap, *Manajemen Kewirausahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 47

c. Mengembangkan Model dan Ukuran Produk

Sedangkan langkah terakhir dari inovasi produk ini adalah mengembangkan model dan ukuran. Usaha batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep mengembangkan berbagai model menyesuaikan dengan minat konsumen seperti membuat model batik Jas, Semi Jas, Hem, dan juga koko batik, dan juga membuat dres, tunik untuk konsumen perempuan dan hal ini dikeluarkan dengan berbagai ukuran baik S, M, L, XL, XXL.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa inovasi produk juga dapat dilakukan dengan metode/cara mengembangkan model dan ukuran produk.²⁴

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian Dapat diketahui pada usaha Batik Al-Barokah melakukan berbagai inovasi diantaranya adalah berinovasi menciptakan batik dengan model, warna dan motif yang berbeda yang sebelumnya tidak pernah dibuat dengan tetap memperhatikan keinginan pasar, dan juga melakukan inovasi dengan membuat batik mengambil ide dari yang sudah ada akan tetapi dibuat secara berbeda, serta melakukan duplikasi batik yang sudah ada dan ditambah dengan sentuhan kreatif untuk menghasilkan barang yang lebih bagus, selain itu juga melakukan kombinasi berbagai motif, warna dan model dari batik untuk memperoleh barang yang lebih bagus.

3. Kendala yang Dihadapi Produk Batik Al Barokah dalam Menerapkan Strategi Inovasi untuk Menghadapi Persaingan Pasar Fashion

Dalam implementasi sebuah strategi, seperti halnya strategi inovasi tentunya tidak pernah lepas dari hambatan atau kendala. Begitu pula pada

²⁴ Ibid.

penerapan strategi inovasi yang dilakukan oleh produsen batik Al-Barokah Pekandangan Bluto Sumenep juga mengalami beberapa kendala

Pertama, kendala yang dihadapi oleh Batik Al-Barokah Pakandangan Bluto Sumenep saat pertama kali dalam menjalankan usaha batik adalah kurangnya informasi terhadap masyarakat sehingga masyarakat banyak yang tidak mengetahui terkait usaha batik Al-Barokah karena pada awal-awal membuka usaha hanya melakukan promosi melalui media cetak tidak menggunakan media sosial karena waktu itu belum marak media sosial seperti saat ini.

Kedua, hambatan berupa kesulitan mendapat bahanbaku. Dari sekian banyak bahanbaku yang digunakan, kain dan pewarna kimia yang digunakan merupakan salah satu bahan yang cukup sulit dijangkau sebab bahanbaku ini perlu didatangkan dari luar daerah, yakni Pekalongan. Namun, hambatan ini kemudian diatasi dengan metode/cara men-stok bahan-bahan tersebut agar tidak kehabisan dalam masa produksi.

Ketiga, kesulitan mendapatkan karyawan yang terampil membatik. Minimnya sumber daya manusia yang dapat menjalankan usaha ini juga menjadi salah satu hambatan yang cukup sulit dalam proses mengembangkan produk Al-Barokah ini. Sebab ketika SDM tersebut minim, maka pesanan cenderung lambat dan hal ini juga mempengaruhi minat beli konsumen.

Hambatan-hambatan yang muncul dalam dunia usaha merupakan suatu hal yang wajar, sebab hambatan yang mungkin hadir dapat menjadi pelajaran yang dapat diambil untuk selalu mengembangkan dan berinovasi terhadap suatu produk. Sebagaimana Manap menyatakan bahwa inovasi dapat dipelajari sebagai ilmu, dan

dapat dipraktekkan sehingga seorang entrepreneur hendaknya harus secara sadar dan sengaja menjadikannya sumber inovasi yang berhasil.²⁵

²⁵ Abdul Manap, *Manajemen Kewirausahaan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018), 47