

PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK BATIK GROBOGAN

Suratman¹, Tri Rinawati^{2*}

¹²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang

Jl. Soekarno Hatta Tologosari Kulon – Semarang – Jawa Tengah – Indonesia 50196

*Korespondensi Penulis: rinaoshin@gmail.com

Abstract: Increasing product competitiveness in the face of very tight competition among Batik products is a must. If entrepreneurs are not focused on increasing competitiveness, batik products will not be able to compete with competitors from other regions such as Pekalongan, Semarang, Solo, and others. The research aims to determine the potential of Grobogan Batik products in the Grobogan district area, to determine efforts to increase the competitiveness of Batik Grobogan products and to determine the role of the local government in efforts to increase the competitiveness of Batik Grobogan products. This study uses a Qualitative Data Analysis with a descriptive exploratory research design. The results of the study can be concluded as follows, ways to determine competitiveness, among others (1) setting a low price but with the same quality means good quality. This needs to streamline the cost aspect. (2) Performing differentiation means offering or doing different things compared to competitors. Something offered is different, will give attention to consumers. Different, the intention is not just different, for example, it differs only in motives and gives uniqueness. (3) Service can also be used as a competitive advantage for companies. Companies that can provide service excellence can satisfy customers and increase customer loyalty. (4) Develop marketing online, for example by E-commerce, so that the marketing area can be even broader.

Keywords: Batik Grobogan, Competitiveness

1. PENDAHULUAN

Secara kualitas, produk kreasi Batik Tulis Grobogan tidak kalah dengan daerah lain seperti Solo, Pekalongan, maupun Jogja. Bahkan dari segi corak atau motif, Batik Tulis Grobogan dikenal memiliki ciri khas berupa motif tanaman/ tumbuhan seperti Kedelai, bambu, jati, dan jagung. Motif yang paling populer dan dijadikan sebagai ikon produk lokal Pemerintah Daerah Grobogan adalah motif bambu atau biasa disebut dengan “Pring Sedapur”.



Gambar 1. Motif Batik dan Corak Purwodadi Grobogan Jawa Tengah

Beberapa sentra Batik Grobogan terdapat di kecamatan Pulo kulon, Purwodadi, Kradenan, Wirosari, Tawangharjo, Gubug dan Geyer. Batik Grobogan perlu dilestarikan dan dipromosikan sekaligus memberdayakan pengrajin batik agar lebih maju, lebih kreatif, inovatif dan hasilnya bisa bersaing dengan batik-batik dari daerah lainnya. Pemerintah kabupaten mendukung para pengrajin dan pengusaha batik agar Batik Grobogan ini bisa dikenal baik di tingkat lokal, Nasional maupun Manca Negara dengan teknik pemasaran secara online maupun pemasaran dengan mengikuti pameran-pameran, peragaan lomba busana Batik Grobogan, bahkan Bapak Bupati telah menginstruksikan kepada seluruh PNS di Pemerintah kabupaten Grobogan untuk memakai baju batik Grobogan pada hari Kamis hingga Sabtu.

Peningkatan daya saing produk dalam menghadapi tingkat kompetisi antar produk Batik yang sangat ketat hal ini merupakan keharusan. Apabila para pengusaha tidak fokus dengan peningkatan daya saing, maka produk batik tidak mampu bersaing dengan kompetitor dari wilayah lain seperti Pekalongan, Semarang, Solo dan lainnya.

Lima kekuatan strategi bisnis menurut Porter (2008) yang sangat menjadi penentu dan menjadi daya tarik pasar, yaitu ancaman pendatang baru, kekuatan tawar menawar pemasok (*Bargaining Power Of Supplier*), ancaman produk pengganti atau substitusi, kekuatan tawar menawar pembeli (*Bargaining Power Of Buyer*), persaingan kompetitif diantara anggota industri.

Dari penelitian Prakosa (2005) telah dibuktikan bahwa untuk memperoleh keunggulan bersaing, kinerja perusahaan dapat dipengaruhi oleh orientasi pasar, orientasi pembelajaran dan inovasi. Lamb et al. (2001) mengemukakan bahwa orientasi pasar sebagai suatu konsep pemasaran meliputi tiga hal yaitu fokus pada kemauan dan keinginan konsumen sehingga organisasi dapat membedakan produknya dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing, mengintegrasikan seluruh aktivitas organisasi termasuk di dalamnya produksi untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan pencapaian tujuan jangka panjang organisasi dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen secara hukum serta bertanggung jawab atas semua kebijakan tentang konsumennya.

Penelitian yang dilakukan oleh Agung Raharjo Wibowo Kusumo (2006) menjelaskan bahwa kinerja pemasaran dapat ditingkatkan melalui keunggulan bersaing dimana keunggulan bersaing dapat tercipta dengan melakukan inovasi produk sedangkan faktor yang berpengaruh terhadap inovasi produk adalah orientasi pasar dan orientasi teknologi. Gita Sugiyarti (2015) dari hasil penelitiannya juga menjelaskan bahwa orientasi pembelajaran, orientasi pasar dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan masalah diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah (1) Bagaimana potensi produk Batik Grobogan di wilayah kabupaten Grobogan, (2) Bagaimana upaya peningkatan daya saing produk Batik Grobogan? Dan (3) Bagaimana peran PEMDA dalam upaya peningkatan daya saing produk Batik Grobogan?

2. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *deskriptif eksploratif*. Desain penelitian yang digunakan adalah fenomenologi. Proses pelaksanaan penelitian ini berusaha menggali secara luas penyebab terjadinya fenomena dan kondisi permasalahan yang terjadi pada saat itu. Hal yang akan dideskripsikan pada penelitian ini adalah upaya peningkatan daya saing produk Batik Grobogan.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian akan dilakukan. Adapun penelitian yang akan dilakukan mengambil lokasi di wilayah kabupaten Grobogan.

Subyek Penelitian

Subjek penelitian adalah para pengrajin Batik Grobogan yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama, pembeli Batik Grobogan dan instansi yang terkait.

Instrumen Penelitian

Instrumen pendukung pada penelitian ini adalah menggunakan alat perekam suara (MP3 player), kamera digital, serta alat tulis. MP3 player digunakan untuk merekam data lisan saat wawancara, kamera digital untuk mengambil gambar atau foto. Alat tulis digunakan untuk mencatat, catatan tersebut berupa catatan lapangan.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data melalui beberapa langkah atau tahapan, yaitu :

1. Wawancara (*In Depth Interview*) adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Esterberg dalam Sugiyono, 2009).
2. Observasi (*Observation*) merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan, 2004)
3. Dokumentasi (*Documentation*) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono (2013).

Teknik Analisa Data

1. **Reduksi Data.** Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.
2. **Penyajian Data.** Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.
3. **Penarikan Kesimpulan.** Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

Kredibilitas Data Penelitian

Prosedur untuk meningkatkan kredibilitas penelitian kualitatif salah satunya adalah :

1. *Triangulation* yang artinya menggunakan berbagai pendekatan dalam melakukan penelitian yaitu pendekatan pada berbagai sumber data, teori, metode dan ininvestigator agar informasi yang disajikan konsisten (Cresswell dan Miller, 2010). Oleh karena itu, untuk memahami dan mencari jawaban atas pertanyaan penelitian, peneliti dapat menggunakan lebih dari satu teori, lebih dari satu metode pengumpulan data (*interview*, observasi, dan analisis dokumen).
2. *Member Check*. Member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data dengan tujuan agar informasi yang diperoleh dan akan digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud sumber data atau informan (Sugiyono, 2013). Dengan melakukan *member check*, peneliti dapat mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Pelaku Usaha Batik Grobogan

Pengrajin Batik Purwodadi yang tersebar di sentra wilayah Purwodadi memulai kreasi produknya setelah mendapatkan pelatihan atau diklat dari Dinas Perindustrian Perdagangan Pertambangan dan Energi pada tahun 2010. Salah satu dari beberapa kelompok yang masih aktif hingga saat ini adalah KUB Srikandi yang beralamat di Cabean Purwodadi Kabupaten Grobogan. Lebih kurang dari 25 orang pengrajin, KUB Srikandi menjadi salah satu kelompok yang hingga saat ini masih rutin memproduksi setiap harinya.

Pemuda berusia 29 tahun menciptakan motif batik unik khas Grobogan yang berasal dari Kecamatan Pulokulon, Kabupaten Grobogan, Jawa Tengah. Memulai usaha batik sejak tahun 2010

hingga kini usahanya berkembang karena selalu memunculkan motif Grobogan. Motif unik khas daerah dibuat mulai dari corak jagung, daun jati, padi, kembang turi, kedelai, Api Abadi Mrapen hingga Bleduk Kuwu. Dua corak terakhir merupakan tempat wisata unggulan di wilayah Kabupaten Grobogan.

Batik Grobogan identik dengan alam dan tumbuhan, ini sesuai dengan logo Kabupaten Grobogan yaitu motif jati dan padi. Pada masa-masa awal, motif yang digambar adalah motif alam yang sederhana. Selanjutnya, desain sudah dikombinasi dengan ditambahkan motif modern.

Pasar batik saat ini menjanjikan. Batik Grobogan mencerminkan keunikan daerah, akan tetapi batik Grobogan masih perlu disempurnakan untuk desain dan kombinasinya agar bisa mencerminkan kekhasan Kabupaten Grobogan.

Tabel 1. Pelaku Usaha Batik Grobogan

No	Nama KUB	Ketua KUB	Alamat
1	ARIMBI	ST. HADIJAH	Kel. Kalongan Kec. Purwodadi
2	ARUM SARI	SRININGSIH	Da. Putat Kec. Purwodadi
3	AYU WANDIRA	SUCI NAFSIATUN	Desa Ngraji Kec. Purwodadi Rt.06/Rt.02
4	BOMA Q	SRI SUDHIARTI	Jl.Soponyono 6/28
5	DIVA PUTRA	ISTIQOMAH	Da.tlogorejo kec.tegowanu
6	FLAMBOYAN	NUNUNG WIJAYANTI	Desa Pulorejo Kec. Purwodadi
7	GATOTKACA	SRI MULYANI	Desa Pulorejo RT 5 RW 1 kecamatan Purwodadi
8	KIDANG KENCONO	LASMINI	Pengkol, Penawangan
9	MEKAR SARI I	TRI MURTI	Da. Kapung Kec. Tanggunharjo
10	MELATI PUTIH	SETYOWATI	Da. Pulorejo Kec. Purwodadi
11	MORINGA	WATIK	Gundi kecamatan Geyer
12	PURUDITA	SISWANTO	Da. Sulus Kec. Gabus
13	SEKAR	AGUS SUGIHARTO	Desa Putat Kec. Purwodadi
14	SEKARTAJI	YANTO	Desa Sembungharjo Kec.Pulokulon
15	SERANG	SRI LISTYOWATI	Da. Pulorejo Kec. Purwodadi
16	SEROJA	ENDANG WAHYU	Jl.pwd-blora no.120 getasrejo grob.
17	SERUNI	NUR HIDAYATI	Putat 06 / 01
18	SRIKANDI	LISTRİYANI	Desa Ngraji Kec. Purwodadi Rt.08/Rw.05
19	TAPAK BIMO	ENDANG/YOYOK	Da. Plosorejo Kec.Tawangharjo
20	GARUDA PUTRA	ENI	Da.Lajer Kec.Penawangan gro.
21	LARAS HATI	BU MUL	Dukuh Sekaran Kel. Kalongan Desa Kemadohbatu Kec.Twgharjo
22	WIDURI	NOVARIYAN N.R	Kec.Twgharjo
23	JASMINE 2	SRI RAHAYU	Das Geyer Kec. Geyar
24	DEWI KUNTHI 1	IIS	Da.Kaliwenang Kec. Tanggunharjo
25	ROSSA	SITI MASTIAH	Desa Sembungharjo Kec.Pulokulon
26	SURYA KELING	SUTIJAH	Kel. Kalongan Kec. Purwodadi
27	WIROTHO	LISTYOWATI	Desa Wirosari Kec. Wirosari
28	JASMINE 1	ENDANG SS	Jl.mangga 9 No.1 Sambak Purwodadi
29	SAMPUR	RODHI	DS.Kahsan Kec.Kradenan
30	SELO ARUM	RAHAYU	Da.Selo Kec.Tawangharjo
31	GANDRI SELO	FATHONAH	Da.Selo Kec.Tawangharjo
32	LESTARI	SULASTRI	Da. Putat Kec. Purwodadi RT.9/RW.1
33	SEKAR ARUM	YANTO	Desa Sembungharjo Kec.Pulokulon

Hasil Wawancara Dengan Pelaku Usaha Batik Grobogan, Konsumen Batik Grobogan dan Pejabat setempat

1. Ibu Listriyani, usia 36 tahun, bertempat tinggal di Desa Ngraji Kec. Purwodadi Rt.08/Rw.05, menjelaskan kepada peneliti sebagai berikut :
 - a) Bagaimana awal usaha dimulai?. “Beliau menjelaskan bahwa merasa beruntung dengan keikutsertaannya dalam pelatihan batik tulis yang diselenggarakan oleh dinas setempat. Dengan adanya pelatihan tersebut, maka sebagian dari kami yang bermula tidak memiliki kesibukan dan hanya sebagai ibu rumah tangga, akhirnya sedikit banyak dapat ikut membantu dalam perekonomian keluarga. Berbekal bahan baku kain primisima serta pewarnaan remasol, kini mampu memproduksi batik tulis dengan berbagai motif khas Purwodadi, diantaranya motif jagung, motif padi, motif jati, motif bledug kuwu, motif wayang, dan motif api abadi Merapen. Dari sekian banyak motif yang kami produksi, motif wayanglah yang menjadi ciri khas kami, dan itu sesuai dengan nama KUB Srikandi. Meskipun motif batik yang dikreasi antara satu KUB dengan yang lain hampir sama, namun masing-masing tetap memiliki ciri khas tersendiri, terutama corak dan kehalusan cantingannya.”
 - b) Apa yang menjadi kendala dalam menjalankan usahanya ? “Beliau menjelaskan bahwa masyarakat saat ini lebih suka menggunakan batik printing yang harganya dibawah batik tulis. Bersaing dengan batik printing menjadi tantangan tersendiri, sehingga kami harus menomorsatukan kualitas produk agar bisa mendapatkan kepercayaan lebih dari masyarakat. Tetapi ada upaya dari pemerintah khususnya dinas terkait menghimbau dan menjadi kekuatan tersendiri bagi kelompok usaha seperti KUB Srikandi. Bahwa PNS yang ada di lingkup wilayah purwodadi harus memakai batik Grobogan ketika menjalani rutinitas kerja. Kondisi demikian membuat para pengrajin khususnya dari KUB Srikandi semakin bersemangat untuk tetap berkreasi dan melestarikan batik tersebut.”
2. Ibu Suci Nafsiatun, usia 44 tahun, bertempat tinggal di Desa Ngraji Kec. Purwodadi Rt.06/Rt.02, menjelaskan kepada peneliti sebagai berikut :
 - a) Bagaimana awal merintis usaha Batik Grobogan ? “Ibu Suci Nafsiatun selaku ketua kelompok KUB Ayu Wandira, menceritakan awal merintis usahanya. Pada mulanya, beliau mengikuti program pelatihan yang diselenggarakan oleh Disperindag Kabupaten Grobogan pada tahun 2010. Setelah itu, beliau sepakat membentuk kelompok usaha bersama yang bernama KUB Ayu Mandira dengan memanfaatkan dana stimulan dari pemerintah setempat sebesar Rp 11 juta.
 - b) Berapa Jumlah anggota kelompok usaha batik di Grobogan ? “Dari sekian banyak kelompok usaha di Kabupaten Grobogan, KUB Ayu wandira merupakan salah satu yang masih aktif hingga kini. KUB Ayu Wandira bermula beranggotakan 25 orang, akan tetapi kini hanya tinggal 7 orang”.
 - c) Bagaimana perkembangan KUB Ayu Wandira ? “Menurut Ibu Suci Nafsiatun, perkembangan KUB Ayu Wandira terbilang pesat, terbukti dengan terlihatnya hasil produksinya sudah banyak di pasaran”.
 - d) Bagaimana Strategi pemasaran KUB Ayu Wandira ? “KUB Ayu wandira dengan menentukan harga jual berkisar antara Rp 110.000,- hingga Rp 250.000,- per kainnya, KUB Ayu wandira memasarkan produk unggulannya melalui instansi, perkantoran maupun konsumen perorangan langsung. Dari strategi ini, KUB Ayu Wandira mendapat pesanan yang cukup besar sebanyak 60 potong dari PKBM se Kabupaten Grobogan untuk motif pring mentiuang. KUB Ayu Wandira juga aktif dalam mengiuti pameran yang diselenggarakan oleh Dinas setempat.”
3. Ibu Nunung Wijayanti, bertempat tinggal di Desa Pulorejo Kec. Purwodadi, menjelaskan kepada peneliti sebagai berikut :
 - a) Bagaimana awal merintis usaha batik Grobogan ? “Ibu Nunung Wijayanti selaku pemilik KUB Flamboyan, menjelaskan awal merintis usahanya. Awalnya dikirim ke Disperindag untuk mengikuti program pelatihan batik tulis. Dengan memanfaatkan dana Rp 11 juta dari pemerintah setempat untuk masing-masing kelompok. Kelompok usaha bersama di Kabupaten Grobogan berdiri sejak tanggal 21 Desember 2010. KUB ini awalnya memiliki 10

anggota sempat berkembang hingga 50 anggota. Namun hingga kini yang masih aktif tinggal 33 anggota.

- b) Bagaimana penjualan produknya ? “Masing-masing kelompok sudah menyepakati tentang harga jual sehingga tidak ada yang menjual dengan harga standart. Sebagai ketua KUB Flamboyan, beliau masih berharap agar pemerintah terus mendampingi dalam hal pelatihan maupun pemasaran. Hal ini agar produk batik kabupaten Grobogan dapat bersaing dengan produk batik di wilayah lain.”
4. Bapak agus Sugiharto, bertempat tinggal di Desa Putat Kec. Purwodadi, menjelaskan kepada peneliti sebagai berikut :
- a) Bagaimana awal merintis usaha batik Grobogan ? “Bapak Agus Sugiharto adalah pemilik KUB Sekar, menjelaskan awal merintis usaha. Batik Tulis Sekar merupakan batik tulis yang berdiri pertama di Putat pada 27 Oktober 2010. Awal mula berdirinya Batik Tulis Sekar dengan adanya Program Pelatihan dari Disperindag Kabupaten Grobogan. Kemudian mendapatkan dana dari Kabupaten sebesar Rp. 11 juta untuk mengembangkan batik tersebut.
 - b) Apa yang menjadi kendala dalam menjalankan usahanya ? “Ditengah praktik pembuatannya hasil batik yang diperoleh tidak sesuai dengan yang diharapkan, bisa dibilang mengalami produk gagal. Bahkan pernah hingga 7 bulan pegawai KUB SEkar tidak menerima gaji.
 - c) Bagaimana KUB Sekar dalam memasarkan produknya ? “Pemasaran produk batik tulis KUB Sekar kini sampai ke luar negeri, yaitu Amerika. Ini berkat jasa salah satu guru SMA Negeri 1 Purwodadi yang telah membawa Batik Tulis Sekar ke luar negeri. Sedangkan pemasaran lokal, batik Sekar dipakai oleh pegawai negeri khususnya yang ada di Grobogan, yaitu dipakai untuk berdinis setiap hari kamis dan hari sabtu”.
 - d) Siapa yang berperan dalam usaha tersebut ? “Perancang batik tulis Sekar ini adalah Bapak Agus sendiri. Beliau yang membuat desain motif-motif batik Sekar yang begitu indah. Motif-motif yang ada antara lain motif jagung, padi, bambu, tebu, Burung pola Tumpal Jati, motif Api Abadi Mrapen, motif Bledug Kuwu, motif Cabe Kawung, dll. Itu semua diambil dari kebudayaan yang ada di Kabupaten Grobogan. Untuk perpaduan warna dan motif, disesuaikan dengan pesanan.
 - e) Bagaimana proses produksi batik Grobogan ? “Proses pembuatan batik ini diawali dengan membuat pola gambar di kertas berwarna putih, kemudian pola tersebut dijiplak di atas kain yang berwarna putih pula. Setelah pembuatan pola selesai, kemudian dilanjutkan proses mencanting, yaitu mengoleskan bahan dari lilin (malam) yang dipanaskan pada pola yang telah digambar di atas selembar kain. Setelah itu dilanjutkan proses pewarnaan atau memberikan warna dasar pada batik, yaitu dengan menggunakan remasol. Setelah pewarnaan selesai, ditunggu hingga kering, dan proses selanjutnya yaitu water glass atau kunci warna, proses ini dilakukan selama 6 jam dengan tujuan agar warna yang dihasilkan bisa tahan lama.
- Dalam proses ini batik yang telah dibuat tidak boleh terkena air, keringat, atau benda cair lainnya. Karena dapat merusak warna dan menimbulkan bercak-bercak pada batik tersebut. Setelah kering, batik dicuci dan di rebus dalam dandang besar sampai lilin (malam) yang menempel pada kain tersebut hilang. Kemudian dibilas, lalu dijemur sampai kering. Setelah kering disetrika, dan yang terakhir adalah proses pengemasan. Begitulah proses pembuatan batik yang kami peroleh.
- Dalam pembuatan batik Sekar menggunakan kain yang berukuran 2 meter. Dan Arumsari menyediakan pula dua kualitas kain yang berbeda. Tentunya sesuai dengan permintaan pemesan. Kualitas pertama yaitu kain Primis, harga batiknya berkisar dari Rp. 130.000 s.d Rp 150.000. Sedangkan batik yang menggunakan kain Prima atau kain kualitas kedua harganya adalah Rp. 110.000. Semakin sulit motif semakin mahal pula harganya. Motif yang menjadi ciri khas batik Sekar adalah motif jagung dan motif padi.”
5. Herman, bertempat tinggal di Desa Penawangan,
- a. Bagaimana pendapatnya tentang batik tulis Kabupaten Grobogan ? “Produksi batik Grobogan bagus, hasil bagus, motif menunjukkan ciri khas dari Kabupaten Grobogan. Sedangkan corak batik, cerah dan menarik. Kualitas produk batik tulis Grobogan bagus,

dapat bersaing dengan batik-batik yang berasal dari daerah lain. Mengenai harga, cukup terjangkau untuk kalangan masyarakat Kabupaten Grobogan.”

Pembahasan

Batik adalah produk berbahan tekstil hasil pewarnaan secara perintang dengan menggunakan lilin batik (malam, bhs Jawa) sebagai zat perintang, yang hasilnya berupa batik tulis, batik cap atau kombinasi tulis dan cap. Batik merupakan produk yang sarat dengan muatan filosofi dan makna-makna, dan mempunyai nilai tersendiri. Sedangkan Batik Mark adalah suatu tanda yang menunjukkan identitas dan ciri batik buatan Indonesia yang terdiri atas tiga jenis batik yaitu batik tulis, batik cap dan batik kombinasi tulis dan cap, dengan Hak Cipta Nomor 034100 tanggal 5 Juni 2007.

Produk batik bukan saja terletak pada rancangan motif, tetapi juga proses pembuatan. Batik Cina yang disebut-sebut membajiri pasar Indonesia, diproses melalui printing ataupun sablon, sedangkan batik dalam makna sebenarnya diproses secara khusus antara lain menggunakan lilin (malam), cara pewarnaan dan sebagainya. Kendala dalam mempertahankan eksistensi batik terjadi lantaran merebaknya batik printing dan batik sablon yang menggeser keberadaan batik tulis dan batik cap.

Standardisasi batik merupakan upaya yang menyangkut aspek teknis, budaya, lingkungan hidup dan politis. Standardisasi sebagai upaya pihak-pihak terkait (*stakeholders*) dalam rangka mendukung peningkatan produktivitas, daya guna produksi, mutu barang, jasa, proses, sistem dan atau personel, yang dimaksudkan untuk meningkatkan daya saing, perlindungan konsumen, pelaku usaha, tenaga kerja dan masyarakat khususnya di bidang keselamatan, keamanan, kesehatan dan lingkungan hidup. Pembakuan sesuatu memperhatikan syarat-syarat keselamatan, kesehatan, lingkungan hidup, perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta pengalaman.

Adapun tujuan standardisasi Nasional, antara lain untuk meningkatkan perlindungan kepada konsumen, pelaku usaha, tenaga kerja dan masyarakat lainnya baik keselamatan, keamanan, kesehatan maupun pelestarian lingkungan hidup, membantu kelancaran perdagangan dan mewujudkan persaingan usaha yang sehat dalam perdagangan.

Melihat ekosistem mulai tertata rapi, maka langkah berikutnya adalah penetrasi pasar. Saat ini angka ekspor batik kita masih kecil. Padahal perdagangan produk pakaian jadi dunia mencapai US\$ 442 miliar. Artinya batik masih kurang dari 2% meraup pangsa pasar pakaian jadi dunia. Fenomena ini menjadi peluang besar bagi industri batik untuk meningkatkan pangsa pasarnya, mengingat batik sebagai salah satu bahan baku produk pakaian jadi.

Namun demikian, pasar dalam negeri pun perlu diantisipasi karena mulai membanjirnya batik-batik printing asal China, Thailan, Malaysia dan lainnya. Padahal menurut para perajin bahwa batik printing bukan termasuk katagori batik, melainkan tekstil yang di printing menggunakan mesin dengan motif batik.

Menurut Chrouch (2009), daya saing pada dasarnya merupakan konsep multidimensional, yaitu dimensi institusi dan dimensi produk. Pada dimensi institusi, daya saing dapat dilihat dari tiga tingkat yang berbeda yaitu negara, industri dan perusahaan. Sedangkan dalam dimensi produk, suatu produk dikatakan berdaya saing apabila produk tersebut mempunyai atribut (terutama kualitas) yang lebih baik dibanding dengan produk lain yang harganya sama. Di samping memiliki kualitas, produk yang berdaya saing pada umumnya juga memiliki keunikan (*uniqueness*) dibanding produk lain yang menjadi pesaingnya.

Daya Saing menurut Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang standar proses, mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, kemampuan meningkatkan kinerja, dan kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

Berbagai cara dapat dilakukan untuk menentukan daya saing, antara lain (1) menetapkan harga yang murah tetapi dengan kualitas yang sama artinya kualitas yang bagus. Hal ini perlu mengefisienkan segi biaya. (2) Melakukan diferensiasi berarti menawarkan atau melakukan hal yang berbeda dibandingkan dengan pesaing. Sesuatu yang ditawarkan berbeda, akan memberikan

perhatian bagi konsumen. Berbeda, maksudnya bukan hanya sekedar berbeda, misalnya berbeda hanya dalam motif dan memberikan keunikan. (3) Pelayanan juga dapat dijadikan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Perusahaan yang dapat memberikan *service excellence* dapat memuaskan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. (4) Mengembangkan pemasaran melalui online, misalnya dengan *E-commerce*, agar wilayah pemasaran dapat lebih luas lagi.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut, cara untuk menentukan daya saing, antara lain (1) menetapkan harga yang murah tetapi dengan kualitas yang sama artinya kualitas yang bagus. Hal ini perlu mengefisienkan segi biaya. (2) Melakukan diferensiasi berarti menawarkan atau melakukan hal yang berbeda dibandingkan dengan pesaing. Sesuatu yang ditawarkan berbeda, akan memberikan perhatian bagi konsumen. Berbeda, maksudnya bukan hanya sekedar berbeda, misalnya berbeda hanya dalam motif dan memberikan keunikan. (3) Pelayanan juga dapat dijadikan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Perusahaan yang dapat memberikan *service excellence* dapat memuaskan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. (4) Mengembangkan pemasaran melalui online, misalnya dengan *E-commerce*, agar wilayah pemasaran dapat lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Raharjo Wibowo Kusumo. 2006. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran*. Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro
- Barney, J. B., (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*, Journal of Management, Vol. 17, pp.99-120.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif dan mixed*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Stephen P. Robbins. 1994. *Teori Organisasi Struktur Design dan Aplikasi*. Jakarta. Arcan
- Chruch, P. (2009). *A Short History of South East Asia*. Singapore: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.
- Ellitan, Lena dan Anatan, Lina. 2009. *Manajemen Inovasi*. Bandung: Alfabeta
- Gita Sugiyarti. 2015. *Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk*. Jurnal Vol 4 No.2 (2015)
- Hadi, G. (2017). *Apakah yang dimaksud Daya Saing atau Heightened Competition ?* <https://www.dictio.id/t/>.
- Hendrawan S, Bayu, Sri Setyo Iriani. *Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedap Cup*. 2014
- Indarto, Teguh Ariefiantoro. 2014. *Peran Inovasi Dan Kemitraan Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM Batik Semarang*. The 2nd University Research Coloquium 2015. ISSN 2407-9189
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta, PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mahmud dan Arianti Anomsari (2011). *Pengaruh karakteristik pimpinan dan inovasi produk baru terhadap kinerja perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing berkelanjutan*. Jurnal Analisis Pengaruh Orientasi.
- Munandar, S.C.U. (2009). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Jakarta: PT Rineka Cipta dan Dep. Pendidikan dan Kebudayaan.

- Moleong L J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset. Bandung
- Porter, Michael E. 2007. *Strategi Bersaing (competitive strategy)*. Tangerang : Kharisma Publishing Group.
- Riduwan. 2004. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Cetakan Pertama. Bandung : Alfabeta
- Sugiono, 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif & RND*. Bandung. Alfabeta
- Sutopo, Hibertus. 2007. *Pengantar Penelitian Kualitatif Dasar-dasar Teoritis dan Praktis*. Surakarta : UNS
- Slater, SF & Narver. 1998 (dalam Sensi 2006). *Marketing Orientation and Organizational Learning*. Journal of Marketing. Vol 58, 63-74
- Trout, Paull. 2008. *Inovation Management and New Product Development*. England : Prentice hall
- Tewal. B. (2008). *Pengaruh Strategi Bersaing dan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Perhotelan di Sulawesi Utara*. <https://www.coursehero.com>. Udayana University. Ekonomi
- Usman Husaini, 2009. *Manajemen : Teori, Praktek dan Riset Pendidikan*. Jakarta: Dunia Aksara
- Waluyo, Bambang, 2002, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika
- Sofjan Assauri, 2013, *Strategi Marketing, Raja Grafindo Persada*, Jakarta, hlm. 19-20.