

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Batik Muria Kudus

a. Sejarah Perkembangan Batik Muria Kudus

Yuli Astuti adalah putri asli Kudus. Beliau adalah putri seorang petani tanpa adanya keturunan pembatik. Namun dengan semangat dan kegigihannya dalam melestarikan batik Kudus beliau berhasil menjadi juragan batik yang cukup sukses di bidangnya. Beliau bukanlah lulusan dari jurusan seni ataupun tekstil, beliau merupakan lulusan SMK Negeri 1 Kudus dengan jurusan Administrasi. Beliau lulusan SMK melanjutkan studinya di kursus menjahit So-En, berlanjut membuka modiste Yuli Astuti. Melihat keprihatinan tentang kepunahan batik Kudus, beliau bertekad untuk membangkitkan batik Kudus yang dulu sudah ada.

Hingga pada tahun 2005 secara kebetulan mengikuti forum yang diadakan oleh pemerintah Kabupaten Kudus. Pada kesempatan itu didatangkan satu-satunya pengrajin batik Kudus bernama Ibu Niamah yang saat itu telah berumur 75 tahun. Ketika itu, hanya Ibu Nik yang masih bertahan menjadi pembatik di Kudus. Setelah tahu bagaimana sejarah batik Kudus dahulu, Ibu Yuli Astuti memiliki keinginan untuk melestarikan batik Kudus yang hampir punah. Untuk menggali informasi tentang batik Kudus Ibu Yuli melalui proses yang tidak mudah. Beliau mencoba mencari jejak 43 pembatik Kudus zaman dahulu. Pemburuannya dilakukan hingga Pekalongan, Jogja, dan Solo. Kesempatannya mengikuti program *ASEAN Woman Corporate Forum* membuatnya mengenal banyak pengusaha batik. Dari situ beliau mulai belajar segala sesuatu tentang batik, termasuk mencari tahu tentang kapal kandas.

Batik Muria Kudus berdiri sejak 15 September 2005 didirikan oleh Yuli Astuti. Bermula dari tidak mengetahui proses batik beliau giat menggali ilmu.

Beliau giat menggali ilmu proses pembatikan langsung dari sumbernya yakni dari daerah Pekalongan, Solo dan Yogyakarta. Sampai akhirnya beliau menjadi seorang pengusaha muda yang sukses. Batik yang dihasilkan yakni batik tulis dan batik cap dengan ciri khas batik Kudus asli.

Batik Muria Kudus merupakan salah satu home industri yang berada di Desa Karang Malang No. 353, Gebog, Kudus. Batik Muria Kudus ini sudah luas jangkauan pemasarannya terutama sudah membuka cabang di Jakarta. Banyak desainer-desainer ternama Indonesia yang sudah bekerja sama dengan Batik Muria Kudus dalam acara-acara penting di antaranya Anne Avantie, Ivan Gunawan, Oscar Lawanata, dan Ramli. Batik Muria Kudus juga bekerja sama dengan PT. Djarum dalam pembuatan desain seragam motif batik untuk para karyawannya.

Ibu Yuli Astuti juga bergabung dalam HIPMI (Himpunan Pengusaha Muda Indonesia) dan BAKUL (Batik Kudus Lovers). Dalam usahanya ibu Yuli Astuti hanyalah menginginkan supaya warisan budaya Indonesia terutama batik agar tidak punah dan hanya ingin melestarikan batik Kudus. Di antaranya dengan bergabungnya mahasiswa TJP (Teknologi Jasa dan Produksi) angkatan 2009 Universitas Negeri Semarang yang melakukan PKL di Batik Muria Kudus dengan mengadakan *Fashion show Love Zebra Cross Batik Kudus*.¹

b. Profil Batik Muria Kudus

1. Nama Pemilik : Yuli Astuti
2. Nama Perusahaan : Muria Batik Kudus
3. Alamat : Karang Malang Rt 04/ Rw 02
No. 353, Kecamatan Gebog,
Kabupaten Kudus, Jawa
Tengah
4. Kode Pos : 59320
5. Kota : Kudus

¹ Miftahul Fuad, "Simbolisme Motif Batik Kapal Kandas di Batik Muria Kudus" (Skripsi Universitas Dian Nuswantoro, 2011, 5-9.

6. Provinsi : Jawa Tengah
7. No. Telepon : (0291)3402220
8. Email : urgia.web.id@gmail.com
9. Tahun Berdiri : 2005
10. Kreteria Produk : Home Industri
11. Jenis Produk : Kerajinan Kain Batik Cap dan Tulis
12. Jumlah Karyawan : 27 Orang
13. Label : Muria Batik

c. Visi dan Misi Batik Muria Kudus

1) Visi Batik Muria Kudus

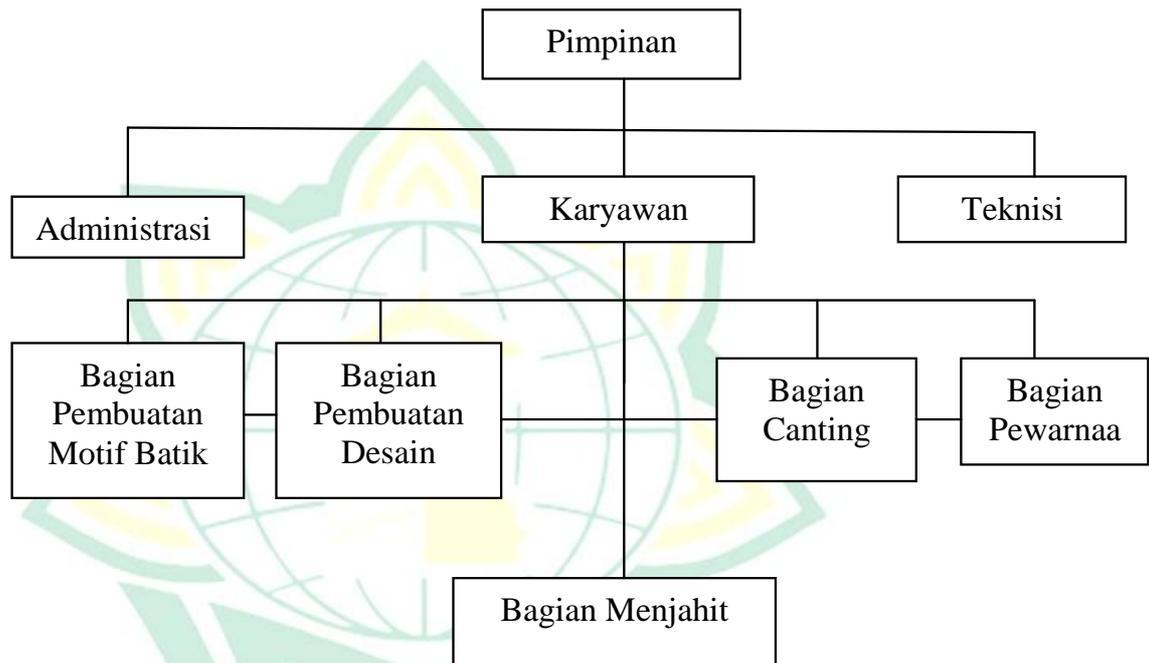
Maju bersama dengan batik sebagai lambang keluhuran dan keagungan budaya dalam percaturan khasanah budaya nasional maupun Internasional.

2) Misi Batik Muria Kudus

- (a) Sebagai salah satu solusi nyata untuk menciptakan peluang kerja generasi muda.
- (b) Menumbuhkan jiwa seni khususnya seni batik sebagai wujud apresiasi dari nilai-nilai seni dan budaya bangsa.
- (c) Menumbuhkan rasa bangga, cinta dan memiliki terhadap khasanah budaya bangsa, khususnya batik di kalangan generasi bangsa.

d. Stuktur Organisasi

Gambar 4.1
Bagan Struktur Organisasi Batik Muria Kudus



Pembagian kerja di “Batik Muria” sesuai dengan organisasi dijabarkan sebagai berikut:

1) Pemimpin/penanggung jawab

Seorang pemimpin mempunyai tugas yaitu bertanggung jawab sepenuhnya terhadap kelancaran perusahaan yang bertugas sebagai pengoordinir semua proses produksi baik pesanan ataupun penjualan di toko. Pimpinan juga sebagai penentu harga jual, upah, membagi kerja pada bawahan dan lain-lain.

Pada Batik Muria Kudus pemimpin sekaligus sebagai pemilik usaha, pengendali para pekerja serta petugas administrasi. Tugas seorang pemimpin adalah:

- (a) Membagi tugas pada pekerja/karyawan sesuai job dan kemampuan yang dimiliki oleh seorang pekerja.

- (b) Mendelegasi setengah dari kekuasaan/wewenang pekerjanya.
- (c) Mengembangkan kualitas produksi.
- (d) Menjaga dan mempertahankan mekanisme koordinasi usaha.

2) Administrasi

Bertugas menerima pesanan, mencatat dan menulis pemasukan serta pengeluaran setiap hari dan membukukan pada setiap minggu, mencatat penggajian karyawan tiap potong/minggu pada Batik Muria.

3) Karyawan

Bertugas melaksanakan tugasnya sesuai pekerjaan yang diberikan oleh pemimpin antara lain:

- (a) Bagian membuat pola: tugasnya membuat pola motif sesuai dengan pesanan pelanggan maupun yang akan dijual.
- (b) Bagian mencanting: tugasnya mencanting batik tulis yang sudah di gambar motifnya di kain.
- (c) Bagian menutup motif: tugasnya menutup beberapa bagian motif yang ingin dibuat beberapa kali pencelupan.
- (d) Bagian membatik cap: tugasnya membatik dengan alat cap.
- (e) Bagian pewarnaan: tugasnya melakukan pewarnaan pada kain batik yang telah dicanting.
- (f) Bagian pengepresan: tugasnya menyetrika batik yang telah jadi dan menjaga toko.

Setiap karyawan sudah diberi tugas dan tanggung jawab masing-masing terhadap pekerjaan yang diberikan oleh pimpinan, apabila mengalami kesalahan maka mereka harus bertanggung jawab terhadap kesalahan itu.²

² Miftahul Fuad, "Simbolisme Motif Batik Kapal Kandas di Batik Muria Kudus" (Skripsi Universitas Dian Nuswantoro, 2011, 11-13).

2. Gambaran Umum Batik Alfa Shoofa Kudus

a. Sejarah Perkembangan Batik Alfa Shoofa Kudus

Batik Alfa Shoofa Kudus diambil dari bahasa Arab yaitu Alfa dari (الفح الرحمن) yang berarti keluarga Fathurrahman dan Shoofa dari (الفتح الرحمن شغل) yang berarti usaha Fathurrahman, sehingga dapat diartikan sebagai usaha keluarga Fathurrahman.

Batik Alfa Shoofa Kudus sejak tahun 1991 adalah perusahaan industri rumah tangga yang bergerak di bidang bordir dengan nama Shoofa Bordir. Namun, usaha ini dirasa perkembangannya masih minim, banyak hambatan yang dilalui pemilik perusahaan baik dari faktor internal maupun eksternal hingga akhirnya perusahaan mengalami pasang surut selama beberapa tahun.

Tahun 1997 di Indonesia mengalami krisis moneter, banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktivitasnya. Namun, UKM-UKM di Kudus tetap pada aktivitasnya dengan kondisi yang masih stabil, hanya, menurut Ibu Ummu Asiyati (Pemilik Batik Alfa Shoofa) pengaruh hanya ada di persediaan bahan baku dan distribusi.

Perpindahan usaha ke sektor batik dimulai sejak tahun 2008. Berawal dari rasa kekecewaan saat memesan batik di Pekalongan dan diabaikan pengrajin batik di sana, akhirnya Ibu Ummu Asiyati memutuskan untuk mempelajari sendiri kerajinan batik, waktu itu belajar di tempat pelatihan batik di Semarang, dan untuk mempelajari pewarnaan yang sempurna. Beliau belajar di tempat salah satu seorang pengrajin batik di Bandung selama 10 hari.

Selain karena kekecewaan tersebut, border kurang diminati pada saat itu, jadi mulai pertengahan 2008 Ibu Ummu Asiyati mulai merintis usaha Batik Kudus yang pada waktu itu dibantu 4 karyawan dengan hanya memproduksi batik tulis, karena dirasa proses produksinya cukup lama. Beliau mengembangkan usaha batiknya memunculkan motif-motif baru dengan beragam kebudayaan Kudus ke batik cap, yaitu dengan cara mencapkan lilin batik cair pada permukaan kain

menggunakan alat cap yang disebut canting cap berbentuk stampel yang terbuat dari plat tembaga, karena dengan batik cap prosesnya sangat cepat dengan hasil yang bagus pula.

Selama 2 tahun mempromosikan Batik Alfa Shoofa Kudus belum ada hasil yang memuaskan, masyarakat masih memandang sebelah mata karena batik Kudus sendiri yang belum tahu adanya batik Kudus.³

b. Letak Geografis Batik Alfa Shoofa Kudus

Secara geografis Batik Alfa Shoofa Kudus terletak di pulau Jawa, tepatnya di Jl. Raya Barat Gribig 178 (Jl. Sudimoro), Kudus 59333, Jawa Tengah. Meskipun terletak di kota yang relatif kecil, namun sangat mudah dilalui jalur transportasi, karena berada di kawasan jalur pantai utara (pantura), dengan demikian dapat menunjang laju pendistribusian barang.

c. Visi dan Misi Batik Alfa Shoofa Kudus

1) Visi Batik Alfa Shoofa Kudus

Menjadikan usaha batik Kudus sebagai salah satu bidang usaha sebagai wujud tanggung jawab, atas kepedulian dan kepekaan dunia usaha yang bukan hanya berbisnis untuk mendapatkan profit melainkan juga sebagai sarana beribadah kepada Allah.

2) Misi Batik Alfa Shoofa Kudus

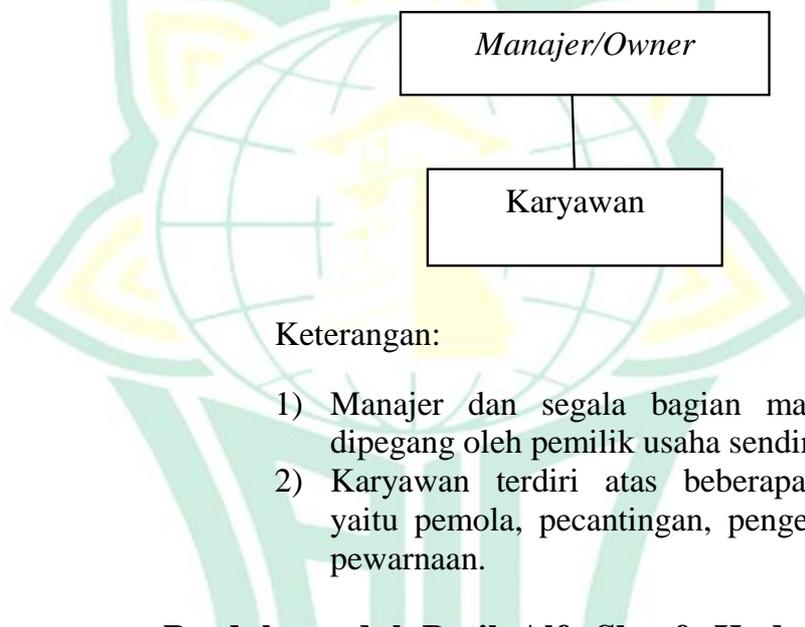
- (a) Mengangkat kembali nilai-nilai kebudayaan Kota Kudus melalui batik Kudus.
- (b) Memperkenalkan kepada seluruh masyarakat bahwa Batik Kudus masih ada dengan harapan Batik Kudus jaya kembali.
- (c) Mengembangkan usaha Batik Kudus agar dapat menyerap tenaga kerja.

³Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, tanggal 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

d. Struktur Organisasi

Struktur organisasi di Batik Alfa Shoofa Kudus ini adalah struktur organisasi sederhana, yaitu struktur organisasi yang hanya memiliki dua tingkatan yaitu pemilik dan pekerja.⁴

Gambar 4.2
Bagan Struktur Organisasi Batik Alfa Shoofa Kudus



Keterangan:

- 1) Manajer dan segala bagian manajemen dipegang oleh pemilik usaha sendiri.
- 2) Karyawan terdiri atas beberapa bagian yaitu pemola, pecantingan, pengecat, dan pewarnaan.

e. Produk-produk Batik Alfa Shoofa Kudus

Secara umum Batik Alfa Shoofa Kudus memproduksi kain batik khas Kudus, yang selanjutnya akan dipasarkan baik berupa kain batik lembaran maupun barang jadi seperti kemeja, blus, mukena, tas, dompet berbahan Batik Kudus.

Adapun motif-motif Batik Alfa Shoofa Kudus yang telah terdaftar dan mendapat perlindungan ciptaan di KEMENKUMHAM yaitu:

- | | |
|------------------------|--------------|
| 1) Menoro parijoto | C00201503076 |
| 2) Lunglungan parijoto | C00201503083 |
| 3) Sekarjagat parijoto | C00201503079 |

⁴ Setiawan Hari Purnomo dan Zulkieflimansyah, *Manajemen Strategi* (Jakarta: LP FUI, 1996), 107.

4) Parijoto kotemporer	C00201001128
5) Liris mbako cengkeh	C00201503082
6) Lunglungan mbako	C00201503081
7) Lunglungan cengkeh	C00201403098
8) Liris cengkeh	C00201503078
9) Tari kretek I	C09201100040
10) Tari kretek II	C00201403078
11) Lentog ankring	C00200904733
12) Omah Kudus	C00200904736
13) Omah kembar	C00200904735
14) Menoro lung mego	C00200904734
15) Kawung cengkeh	C00201001225
16) Mbako latar cengkeh	C00201001227
17) Gulo tumbu	C00201001226
18) Giling Rokok	C00201503080
19) Kuntum mbako	C00201503075
20) Kuntum cengkeh	C00201503077
21) Godong mbako (Gerbang Kudus Kota Kretek)	C00201503084
22) Ukir pintu menoro tengah	C00201601142
23) Ukir pintu menoro depan	C00201601141
24) Menoro nanasan	C00201601140
25) Ceploknanasan parijoto, ukir cengkeh, kembang jangklong	C00201601139
26) Sekar jagad jeruk pamelon, mbako cengkeh, parijoto	C00201601138
27) Ukir parijoto	C00201601143
28) Nanasan jogosatru	C00201601144
29) Ukir omah antik	C00201601145
30) Ukir gapuro menoro	C00201601146
31) Singgasana ukir sukaria	C00201601147
32) Batik tulis motif "Wayang klitik menara"	C00201603532
33) Batik tulis motif "Biola bambu"	C00201603533
34) Batik tulis motif "Godong mbako"	

kembang cengkeh”	C00201603534
35) Batik tulis motif “Taman teratai parijoto”	C00201603535
36) Batik tulis motif “Pakis bunga sogas”	C00201603536
37) Batik tulis motif “Buket lotus teratai”	C00201603541
38) Batik tulis motif “Merak parijoto”	C00201603542
39) Batik motif “Ceplok teratai sogas”	C00201603543
40) Batik motif “Wayang klitik ukir kecil”	C00201603538
41) Batik motif “Wayang klitik ukir besar”	C00201603539 ⁵

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Data tentang Potensi Ekonomi Kreatif Batik di Masyarakat Kabupaten Kudus

Ekonomi kreatif di Indonesia memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena Indonesia merupakan Negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia. Indonesia dengan jumlah penduduk 240 juta, memiliki bonus demografi dengan proporsi penduduk usia produktif sangat besar, mencapai 70% dari total penduduk. Hingga tahun 2030, Indonesia masih akan memiliki jumlah penduduk produktif yang tinggi diatas 60%, dan 27% di antaranya adalah penduduk muda dengan rentang usia 16-30 tahun.⁶

Banyak potensi dan produk-produk ekonomi kreatif yang dimiliki Kabupaten Kudus. Kabupaten Kudus terkenal dengan sebutan Kota kretek, karena terdapat pabrik rokok terbesar di Indonesia yaitu Djarum. Kota

⁵ “Motif-motif Batik Kudus By Alfa Shoofa yang Telah terdaftar dan Mendapat Perlindungan Ciptaan di KEMENKUMHAM”, 10 Maret, 2016, <https://www.alfabatikkudus.com/news/detail/26/motif-motif-batik-kudus-by-alfa-shoofa-yang-telah-terdaftar-dan-mendapat-perlindungan-ciptaan-di-kemenkumham.html>

⁶Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, Ekonomi Kreatif:Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025 (Jakarta: RURU Corps, 2014), 11.

Kudus juga terkenal dengan wisata religinya yaitu Sunan Kudus yang identik dengan menara Kudus dan juga Sunan Muria. Bagi pencinta kuliner, Kudus terkenal dengan soto Kudus dan jenang Kudus yang sangat khas. Selain itu Kudus juga memiliki bordir, gebyok, kopi muria dan batik yang unik dan menarik. Batik tersebut biasa dinamai Batik Kudus atau Batik Kudus

Wawancara dengan Ibu Yuli Astuti selaku pemilik Batik Muria Kudus terkait apa yang dimaksud ekonomi kreatif itu:

Batik adalah kesenian pelekatan lilin di atas kain untuk busana yang menjadi salah satu kebudayaan keluarga raja-raja Indonesia pada zaman dulu. Batik dapat menjadi salah satu kerajinan tangan yang dapat menjadi ekonomi kreatif yang sangat menguntungkan, karena batik merupakan salah satu warisan budaya yang sudah diakui oleh UNESCO sebagai karya asli bangsa Indonesia. Dan setiap tanggal 2 Oktober sendiri merupakan hari bersejarah yang diperingati sebagai hari Batik Nasional. Dan ekonomi kreatif batik bisa diartikan sebagai kreativitas dalam menciptakan motif batik dan pengangkatan budaya lokal supaya lebih dikenal di seluruh nusantara.⁷

Wawancara dengan Ibu Ummu Asiyati selaku pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus.

Batik adalah proses perekatan lilin panas pada kain yang sudah dibuat pola atau karya seni rupa pada kain dengan pewarnaan rintang uang menggunakan lilin batik sebagai perintang warna. Keindahan warnanya, serta motif desain polanya yang mampu menarik konsumen untuk menjadikan batik sebagai salah satu bahan pakaian sebagai warisan budaya masa lalu. Sedangkan ekonomi kreatif batik merupakan sebuah konsep yang menempatkan kreativitas batik dan pengetahuan sebagai asset utama dalam menggerakkan ekonomi.⁸

⁷ Ibu Yuli Astuti pemilik Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

⁸ Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 1 transkrip.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif batik itu merupakan suatu kreativitas yang dikembangkan dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia dalam menciptakannya, sehingga dapat menjadikan nilai ekonomi di dalamnya.

Munculnya kembali batik Kudus merupakan kebanggaan tersendiri bagi masyarakat Kudus, karena Kudus pernah jaya dengan batiknya.

Wawancara dengan Ibu Yuli Astuti (selaku pemilik Batik Muria Kudus) terkait potensi ekonomi kreatif batik di masyarakat Kabupaten Kudus:

Sebagaimana diutarakan Ibu Yuli Astuti (Selaku pemilik Batik Muria Kudus)

Berpotensi sangat besar, apalagi banyak peminatnya dan didukung oleh Program Bupati Kudus dengan mewajibkan pegawainya menggunakan batik Kudus saat bekerja. Batik Kudus mempunyai potensi besar untuk *go internasional*, karena batik Kudus mempunyai karakteristik sendiri dibanding batik lain.⁹

Wawancara dengan Ibu Ummu Asiyati selaku pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus.

Kudus memang lebih terkenal sisi industrinya dengan pabrik kretek. Namun di sisi lain Kudus juga memiliki batik yang sangat berpotensi tinggi untuk bisa bersaing dengan batik lain dan terkenal ke seluruh nusantara, dengan motif-motif kuno klasik dan kontemporer. Batik Kudus juga sangat dikenal keunikannya dan berbeda dengan kota lain, sedangkan batik capnya juga tidak kalah menarik para konsumen, karena punya sejarah yang menarik tentang Kudus. Potensi ekonomi kreatif cocok diterapkan di masyarakat Kudus, karena masyarakat Kudus cenderung suka bekerja baik laki-laki dan perempuan.¹⁰

⁹ Ibu Yuli Astuti pemilik Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

¹⁰ Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

Selain melakukan wawancara kepada pelaku usaha batik, penulis juga melakukan wawancara kepada Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kudus terkait potensi ekonomi kreatif batik:

Batik Kudus memiliki potensi yang bagus, yang menjadi kendalanya saat ini pengrajin batik Kudus yang sangat minim. Oleh karena itu Dinas mengadakan program Balai Pelatihan Kerja (BLK) melalui pelatihan batik yang diharapkan akan ada generasi penerus yang berkecimpung di bidang batik selanjutnya. Batik Kudus memiliki ciri khas yang berbeda dengan batik lain dan menjadi salah satu warisan budaya yang memang harus di lestarikan.¹¹

2. Cara Meningkatkan Keunggulan Komparatif Ekonomi Kreatif Batik di Kabupaten Kudus

Salah satu ciri dunia bisnis ialah terjadinya persaingan yang adakalanya berlangsung dengan ketat antara berbagai perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis, baik berupa barang maupun jasa dan bergerak di pasar yang sama. Setiap usahawan pasti memiliki ide-ide kreatif untuk mengembangkan bisnisnya. Wawancara dengan pemilik Batik Muria Kudus terkait upaya memperkenalkan batik Kudus:

Saya sering memperkenalkan dan mempopulerkan Batik Kudus melalui edukasi, sosial, dan pameran dalam dan luar negeri. Di antaranya melalui website dan sosial media, selain memproduksi saya juga mendesain batik menjadi busana siap pakai. Hasilnya ditampilkan dalam *fashion show* maupun pameran. Dan biasanya juga ada kegiatan sosial dari anak-anak yang mempunyai kebutuhan khusus untuk latihan membatik di sanggar Muria Batik.¹²

¹¹ Ibu Suprihatin Sekertariat Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kudus, wawancara oleh penulis, 17 Mei, 2019, wawancara 7, transkrip.

¹² Ibu Yuli Astuti Pemilik Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

Selain itu juga peneliti mewawancari pemilik Batik Alfa Shoofa:

Dalam memperkenalkan batik Kudus, saya memberikan edukasi kepada masyarakat tentang keberadaan batik Kudus dan cara pembuatan batik, memperkenalkan motif-motif batik Kudus yang tulis maupun cap, mengikuti berbagai pameran batik di dalam dan luar kota.¹³

Wawancara kepada Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kudus terkait upaya dalam meningkatkan keunggulan komparatif ekonomi kreatif batik Kabupaten Kudus:

Upaya pemerintah untuk mendukung perkembangan ekonomi kreatif di Kudus, yang selama ini sudah kami laksanakan yaitu memberikan pembinaan dan pelatihan (zat warna alam dan pembuatan canting) kepada pelaku usaha, menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Sehingga potensi yang ada dapat di kenal masyarakat luas tidak hanya masyarakat Kudus saja namun juga luar Kudus.¹⁴

Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya. Keunggulan kompetitif tidak dapat dipahami dengan memandang perusahaan sebagai keseluruhan. Keunggulan komparatif berasal dari banyak aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya. Berikut wawancara dengan pemilik Batik Muria:

Batik Kudus memiliki ciri khas yaitu terletak pada motifnya yang lebih rumit dan halus, warna khas dengan ciri pesisir seperti, hijau, ungu dan biru, kadang-kadang juga ditambah warna merah dan sogan seperti batik tiga negeri. Walaupun motifnya bisa sama

¹³ Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penuh, 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

¹⁴ Ibu Suprihatin Sekertariat Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kudus, wawancara oleh penulis, 17 Mei, 2019, wawancara 7, transkrip

misalnya merak, tapi latarnya akan tetap berbeda, yang paling mudah membedakan adalah beras kececernya harus kelihatan seperti beras asli, bentuknya unik tidak sekedar ditutul memanjang, sedangkan latar kembangnya randu juga sangat cantik dan unik, karena tidak dijumpai di kota lain. Dan batik tulis maupun batik cap disesuaikan dengan kondisi, sejarah dan kebudayaan Kota Kudus, sehingga batik Kudus tetap milik orang Kudus dan punya kebanggaan tersendiri.¹⁵

Hal tersebut juga dituturkan oleh mbak Lina (Karyawan Batik Muria Kudus):

Kalau ciri khas batik produksi Muria Batik itu tidak luntur dan warnanya awet mbak dan tidak mudah lecek. Dan banyak motif-motif yang diminati para konsumen.¹⁶

Selain itu Ibu Yuli juga menuturkan terkait keunggulan apa yang sudah dimiliki oleh Batik Muria:

Keunggulannya dalam setiap motif yang dikeluarkan melalui tahap penelitian bukan asal-asalan membuat motif. Dan menjadikan Batik Muria Kudus ini bukan hanya mencari laba tetapi juga edukatif. Selain itu memperkenalkan batik Kudus juga sangat penting untuk memperluas pemasaran.¹⁷

Selain itu peneliti juga mewawancarai Ibu Ummu pemilik Batik Alfa Shoofa terkait yang membedakan batik Kudus dengan batik lain:

Yang membedakan batik Kudus dengan batik lainnya adalah akulturasi budaya antara budaya China, pribumi, dengan unsur Islam. Karena Kudus merupakan asal dari dua Walisongo penyebar Islam di Tanah Jawa, yaitu Sunan Kudus dan Sunan Muria.

¹⁵ Ibu Yuli Astuti pemilik Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

¹⁶ Mbak Lina karyawan di Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 5, transkrip.

¹⁷ Ibu Yuli Astuti pemilik Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

Sehingga, dalam motif batik Kudus ada aksen Islam dalam batik dalam motif-motif seperti Menara Kudus, Kaligrafi dan sebagainya. Dan motif batik Kudus juga mengandung kearifan lokal, dari motif Kapal Kandas, Parijoto, Gebyok dan isen-isen beras kecer.¹⁸

Hal tersebut juga di tuturkan oleh Ibu Mar'atus Sholihah (Karyawan Batik Alfa Shoofa Kudus) terkait ciri khas yang dimiliki Batik Alfa Shoofa yang sangat unik:

Batik Alfa Shoofa mempunyai ciri khas yang sangat unik mbak, dari segi motif yang selalu dikombinasi antara motif satu dengan yang lainnya dan di sini motif yang dibuat itu di desain sendiri oleh Bu Ummu. Itulah yang menjadi ciri khas dari Batik Alfa Shoofa dek, yang selalu memadu padankan dua motif agar tidak monoton dengan motif-motif biasanya. Dan bisa menerima pesanan sesuai keinginan konsumen dalam segi motif dan warnanya.

Ibu Ummu juga menuturkan terkait keunggulan apa yang sudah dimiliki oleh Batik Alfa Shoofa:

Motif-motif kami orisinal, asli buatan kami dan sudah terdaftar Hak Karya Ciptanya (HAKI). Sehingga jika ada motif yang kami produksi dan dibuat produsen lain kemungkinan meniru desain kami. Seperti, motif Kudus Kota Kretek itu, kami membuatnya sebelum ikon Kudus itu diresmikan saya sudah membuat desain dan mematenkan. Dan pelayanan kepada konsumen juga harus diutamakan.¹⁹

Dari penuturan di atas dapat dipahami bahwa, Batik Muria Kudus selalu memperkenalkan dan mempopulerkan Batik Kudus yang di produksinya melalui edukasi, sosial, dan pameran dalam dan luar negeri maupun melalui media sosial selain itu ciri khas dari Batik Kudus menurut Bu Yuli terletak pada

¹⁸ Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

¹⁹ Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

motifnya yang lebih rumit dan halus, warna khas dengan ciri pesisir seperti, hijau, ungu dan biru, kadang-kadang juga ditambah warna merah dan sogan. Selain itu keunggulan yang saat ini dimiliki Batik Muria dalam setiap motif yang dikeluarkan melalui tahap penelitian bukan asal-asalan membuat motif. Dan menjadikan Batik Muria bukan hanya mencari laba tetapi juga edukatif.

Sedangkan Batik Alfa Shoofa dalam memperkenalkan batik Kudus dengan memberikan edukasi dan memperkenalkan motif-motif khas Kudus. Menurut beliau yang membedakan batik Kudus dengan batik lainnya adalah akulturasi budaya antara budaya China, pribumi, dengan unsur Islam. Selain itu batik Alfa Shoofa sendiri memiliki ciri khas dalam batik yang diproduksinya yaitu selalu memadu padankan motif satu dengan yang lainnya agar tidak monoton. Selain ciri khas Batik Alfa Shoofa juga memiliki keunggulan dari motif-motif yang orisinal, asli buatan Alfa Shoofa dan sudah terdaftar Hak Karya Ciptanya (HAKI).

Dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik Batik Muria Kudus, beliau menyampaikan:

Untuk karyawan yang bekerja di sini kami tidak membutuhkan ijazah ataupun lamaran mbak, yang penting inovatif, kreatif, selalu tekun, jujur, disiplin dan bertanggung jawab. Jika salah satu dari tersebut tidak ada mungkin bisa, tapi percepatan untuk maju dan mencapai kompetitif akan lebih lambat. Selain itu juga orangnya mau belajar karena karyawan di sini awalnya memang tidak bisa membuat tapi seiring berjalannya waktu saya latih terus dan menjadi bisa.²⁰

Hal tersebut juga di tuturkan oleh mbak Lina (Karyawan Batik Muria Kudus) terkait pelatihan-pelatihan:

²⁰ Ibu Yuli Astuti pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

Pertama kali saya kerja di sini yang ngajarin Bu Yuli sendiri mbak, yang awalnya nggak bisa membuat jadi bisa. Kalau pelatihan-pelatihan dulu pernah ada dari BLK itupun cuma sekali.²¹

Dari pernyataan di atas dapat dipahami bahwa faktor sumber daya manusia sangatlah penting dalam suatu usaha, dalam meningkatkan keunggulan komparatif Batik Muria memiliki kriteria khusus yang harus dimiliki karyawannya di antaranya, mau bekerja dengan team, kreatif, selalu tekun, jujur, disiplin dan bertanggung jawab. Batik Muria beranggapan bahwa apabila salah satu dari itu tidak ada mungkin bisa, tapi percepatan untuk maju dan mencapai kompetitif akan lebih lambat.

Sedangkan wawancara dengan Ibu Ummu Asiyati (Selaku pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus).

Untuk meningkatkan kompetensi dan kinerja mereka dalam bekerja saya pernah mendatangkan guru ahli batik ke sini, dari Pekalongan dan Jogja jadi bisa melatih untuk keseluruhan karyawan batik, di samping itu juga ada bantuan dinas tentang pelatihan batik jadi ada karyawan yang saya ikutkan. Untuk karyawan yang kerja di sini itu ada 45 orang, ada yang dari dulu masih perawan sampai punya suami dan punya anak tiga dan suaminya sama kerja di sini. Untuk pertemuan setiap 4 bulan sekali kami selalu mengadakan pertemuan semua karyawan untuk membahas hal-hal apa saja yang menjadi kesulitan ataupun masalah. Untuk selanjutnya didiskusikan bersama bagaimana solusinya. Karna memang SDM itu penting bagi kami mbak, kalau tidak ada mereka juga tidak bisa sampai sekarang.²²

²¹ Mbak Lina karyawan di Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 5, transkrip.

²² Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

Hal tersebut juga dituturkan oleh Ibu Siti Kunarsih (Karyawan Batik Alfa Shoofa Kudus) terkait pelatihan-pelatihan:

Iya mbak, di sini sering ada pelatihan-pelatihan sekitar beberapa tahun yang lalu ada pelatihan yang dibantu dinas, dari BLK itu mbak dan juga didatengin guru dari luar buat ngajarin batik disini. Dari Jogja misalnya, yang dari Jogja lebih ke pewarnaan dulu mbak.²³

Dari pernyataan di atas dapat dipahami bahwa faktor sumber daya manusia sangatlah penting dalam Batik Alfa Shoofa, banyak hal-hal yang dikembangkan Batik Alfa Shoofa untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dari SDM yang dimilikinya. Alfa Shoofa sering memberikan pelatihan-pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawannya dalam membatik. Selain itu Alfa Shoofa selalu berusaha memberikan fasilitas maupun kenyamanannya agar karyawan tetap loyal dengannya.

. Dari hasil wawancara peneliti dengan pemilik Batik Muria Kudus, beliau menyampaikan:

Terus berinovasi dalam mengembangkan produk, inovasi produk dan warna juga dijadikan untuk selalu menarik pelanggan. Produksinya tidak sekedar kain batik Kudus saja, tapi juga mengaplikasikan ke berbagai macam produk seperti blus, dompet, dan kemeja.²⁴

Sedangkan wawancara dengan Ibu Ummu Asiyati (Selaku pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus).

Harus berani bersaing dalam segi kualitas dan harga. Karena sekarang yang diminati masyarakat itu kan harga murah dan kualitas bagus. Jadi kami juga menjual batik yang harganya tidak terlalu mahal dengan kualitas yang tidak murahan. Karena

²³ Ibu Siti Kunarsih karyawan di Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 3, transkrip.

²⁴ Ibu Yuli Astuti pemilik Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

bagaimanapun yang membedakan Batik Alfa dengan produk batik yang lain adalah dari segi kualitas dan harganya bisa menyesuaikan.²⁵

Berdasarkan hasil wawancara berkaitan tentang cara menghadapi ancaman masuknya pendatang baru di bidang produk yang sejenis. Ibu Yuli pemilik Batik Muria menuturkan:

Semakin banyak yang memproduksi batik dan makin banyak pesaing. Apalagi sekarang banyak sekali batik printing dari dalam maupun luar kota. Caranya adalah dengan terus berinovatif dan kreatif dalam menghasilkan batik-batik yang unik.²⁶

Hasil wawancara dengan Ibu Ummu pemilik Batik Alfa Shoofa:

Harus meningkatkan inovasi mbak, dengan kreativitas dalam bentuk motif, model, kualitas dan harga juga harus bersaing selain itu juga harus menjaga loyalitas pelanggan mbak.²⁷

Dari pernyataan di atas dapat dipahami bahwa, pentingnya selalu berinovasi dalam mempertahankan eksistensi usaha di Batik Muria, inovasi dilakukan mulai dari motif dan warna, dengan membuat motif dan warna yang lebih unik diharapkan batik tulis lebih diminati dari pada batik printing yang merupakan batik tiruan. Selain berinovasi dengan motif dan warna yang lebih unik, di Batik Muria tidak sekedar kain batik Kudus saja, tapi juga mengaplikasikan ke berbagai macam produk seperti blus, dompet, dan kemeja.

²⁵ Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

²⁶ Ibu Yuli Astuti pemilik Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

²⁷ Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

Selain itu, di Batik Alfa Shoofa dalam mempertahankan eksistensi usahanya juga dilakukan inovasi yang tidak hanya sebatas motif namun juga dengan kreativitas, model, kualitas dan harga juga bersaing. Selain itu memberikan produk yang berkualitas kepada konsumen karena kualitas yang ditawarkan juga menyesuaikan harga yang diminta konsumen.

3. Dampak dari Adanya Ekonomi Kreatif Batik di Masyarakat Kabupaten Kudus

Ekonomi kreatif batik di masyarakat Kabupaten Kudus tentu akan memberikan dampak positif bagi tatanan kehidupan. Di samping itu ekonomi kreatif memberikan dampak yang sangat luas dalam memperbaiki citra kerajinan serta kemampuannya mengangkat warisan budaya lokal kemudian mengembangkannya. Ekonomi kreatif batik juga dapat menyerap tenaga kerja di lingkungan sekitar usaha. Hasil wawancara peneliti dengan pemilik Batik Muria Kudus, beliau menyampaikan:

Adanya ekonomi kreatif batik ini ya dapat menyerap tenaga kerja tetangga sekitar. Dan dapat melestarikan budaya Kudus dengan menyelamatkan batik Kudus yang awalnya sempat hilang dan sekarang bangkit lagi dan lebih kompetitif.²⁸

Selain itu saya juga melakukan wawancara dengan pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, beliau mengatakan:

Dari usaha batik yang saya jalankan ini menurut saya dapat mengurangi pengangguran, karena banyak masyarakat sekitar Gribig sini yang dapat bekerja dengan saya. Yang dari tahun ke tahun Alhamdulillah selalu bertambah. Dan dari adanya batik ini yang awalnya batik Kudus sempat hilang sekarang makin maju dan dikenal di seluruh masyarakat Kudus maupun luar Kudus.²⁹

²⁸ Ibu Yuli Astuti pemilik Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

²⁹ Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

Dalam setiap dunia usaha dalam setiap perjalanannya pasti ada faktor pendukung dan penghambat perkembangan usaha yang dijalankannya. Hasil wawancara dengan Ibu Yuli Astuti (pemilik Batik Muria Kudus):

Pastinya ada hambatannya ya mbak, plagiatan motif dan susah mencari sumber daya manusia membuat. Karena pada umumnya generasi muda lebih memilih kerja di pabrik dari pada susah-susah jadi pembatik. Sedangkan faktor pendukungnya yaitu pangsa pasar yang besar dan didukung oleh pemerintahan Kabupaten Kudus untuk selalu berinovasi.

Beliau menambahkan bahwa:

Pemerintah sekarang sangat peduli dengan perkembangan batik Kudus. Mulai bulan September 2018, seluruh pegawai di Kota Kudus diwajibkan memakai batik Kudus. Sehingga batik Kudus semakin laku dan dikenal masyarakat sekitar.³⁰

Selain itu saya juga melakukan wawancara dengan pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, beliau mengatakan:

Faktor yang menghambatnya adalah salah kaprahnya pemahaman masyarakat tentang batik dan tiruan batik, plagiatisme, dan gencarnya pembuatan tiruan batik tekstil yang meniru motif-motif batik baik itu sablon atau printing. Sedangkan faktor pendukungnya adalah dorongan Pemkab untuk memperkenalkan batik Kudus dengan memfasilitasi berbagai pameran batik tingkat nasional dan kontak dagang di berbagai daerah.

Beliau juga menambahkan:

Pemerintah sangat berperan terhadap perkembangan batik Kudus dengan adanya peraturan mewajibkan pegawai di Kabupaten Kudus memakai batik Kudus

³⁰ Ibu Yuli Astuti pemilik Batik Muria Kudus, wawancara oleh penulis, 22 Maret, 2019, wawancara 2, transkrip.

dan pemerintah selalu mengadakan pameran seperti EXPO setiap satu tahun sekali.³¹

Wawancara dengan Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kudus terkait dampak dari adanya ekonomi kreatif batik di Kudus:

Ekonomi kreatif di Kabupaten Kudus memberikan dampak sosial yang positif yang akan memberikan pengaruh pada kehidupan sosial dan juga berdampak pada citra daerah. Selain itu juga dapat mengurangi pengangguran dan berdampak pada peningkatan perekonomian daerah.³²

Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam usaha yang dijalankannya ada dampak yang ditimbulkan yaitu dapat menyerap tenaga kerja, dan juga berdampak pada citra daerah dan peningkatan perekonomian daerah. Selain itu, dalam menjalankan usahanya beliau juga berpendapat bahwa faktor penghambat yang paling dominan dari keduanya adalah adanya plagiatan motif yang mereka ciptakan. Dan faktor pendukung ekonomi kreatif batik yaitu peran pemerintah yang sangat ikut andil dalam usaha batik di Kabupaten Kudus.

C. Analisis Data Penelitian

1. Analisis Data tentang Potensi Ekonomi Kreatif Batik di Masyarakat Kabupaten Kudus

Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi baru yang lahir ada awal abad ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan.

Batik merupakan salah satu bukti nyata hasil kreativitas orang kreatif Indonesia. Batik sebagai ekspresi budaya memiliki makna simbolis yang memuliakan manusia yang

³¹ Ibu Ummu Asiyati pemilik Batik Alfa Shoofa Kudus, wawancara oleh penulis, 30 Maret, 2019, wawancara 1, transkrip.

³² Ibu Suprihatin Sekertariat Dinas Perindustrian Koperasi dan UMKM Kudus, wawancara oleh penulis, 17 Mei, 2019, wawancara 7, transkrip.

menggunakannya dan memiliki kearifan lokal dalam memakai setiap tahapan dalam kehidupannya. Kekuatan nilai budaya dan nilai keindahan batik telah memikat masyarakat Indonesia bahkan di dunia untuk menjadikan batik sebagai bagian dari hidupnya. Batik dapat menjadi sumber kebanggaan dan kecintaan masyarakat Indonesia terhadap bangsa dan negaranya dan juga dapat menjembatani interaksi antar budaya lokal Indonesia dengan budaya lain di dunia.³³

Batik berkembang dengan baik, antusiasme pasar dan pengakuan pasar terhadap batik semakin tinggi, tidak hanya di kalangan generasi tua, tetapi juga kalangan anak muda dan anak-anak. Gerakan-gerakan mencintai batik pun semakin marak dan telah berhasil menjadikan sebagai identitas bahkan dapat menjadi jati diri bangsa Indonesia karena batik memiliki keunikan tersendiri yang tersirat dari makna simbolis dan nilai tradisi yang terkandung di dalamnya, batik sebagai tradisi yang hidup di masyarakat dan berhasil meningkatkan rasa bangga dan cinta terhadap Indonesia, batik sebagai alat yang mempersatukan bangsa Indonesia karena tingginya rasa memiliki masyarakat terhadap batik sehingga membuat hilangnya batas agama, suku dan kedaerahan.³⁴

Kabupaten Kudus mempunyai produksi batik yang tidak kalah dengan kota lainnya. Diantaranya adalah Batik Kudus karya Ibu Yuli Astuti (Batik Muria Kudus) dan karya Ibu Ummu Asiyati (Batik Alfa Shoofa Kudus). Batik Kudus memiliki ciri yang khas pada motifnya. Motif tersebut berasal dari budaya serta ikon Kudus. Misalnya batik yang memiliki motif Menara Kudus, Gerbang Kudus Kota Kretek, atau tari kretek, parijoto dan masih banyak yang lain. Selain motif yang sifatnya ikonik Batik Kudus juga memiliki kekhasan yang dimilikinya yaitu batiknya terkesan rapat akan hasil goresan canting. Hampir setiap sisi kain yang dibatik tidak luput dibatik. Terutama di

³³ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025* (Jakarta: RURU Corps, 2014), 55.

³⁴ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025* (Jakarta: RURU Corps, 2014), 58.

bagian sela-sela motif, terdapat isen-isen atau motif untuk mengisi kekosongan pada sebuah kain yang dibatik. Beberapa motif batik yang kini telah ada mampu menyedot banyak peminat, baik dari Kudus sendiri maupun dari luar Kudus. Bahkan tidak jarang wisatawan yang datang dari mancanegara juga ikut menaruh hati terhadap Batik Kudus.

Seperti yang dijelaskan pemilik Batik Muria Kudus di atas bahwa adanya ekonomi kreatif batik di Kudus memiliki potensi besar dengan mendapat dukungan dari Pemerintah melalui program yang mengharuskan pegawainya menggunakan batik Kudus, itu bukti bahwa Kudus juga memiliki batik yang tidak kalah dengan batik lain. Hal tersebut juga salah satu wujud bahwa batik Kudus memiliki potensi yang harus terus dikembangkan. Bahkan, semenjak batik disahkan sebagai warisan budaya asli Indonesia oleh *United Nation Education Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) pada 2 Oktober 2009, industri batik di Kudus semakin mengalami perkembangan yang cukup signifikan.

Sedangkan dalam Batik Alfa Shoofa menjelaskan bahwa ekonomi kreatif batik Kudus memiliki potensi tinggi dan mampu bersaing, batik Kudus memiliki motif-motif khas yang tidak dimiliki batik lain. Pemilihan motif yang memang terinspirasi dari sejarah dan ikon dari Kota Kudus menjadikan keunikan tersendiri bagi batik Kudus. Hal tersebut juga diperkuat dengan pernyataan dinas bahwa batik Kudus memiliki potensi yang bagus namun disisi lain jumlah pengrajin batik di Kudus yang sangat minim.

2. Analisis Data tentang Cara Meningkatkan Keunggulan Komparatif Ekonomi Kreatif Batik di Masyarakat Kabupaten Kudus

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan kompetitif ketika perusahaan tersebut memiliki sesuatu yang tidak dimiliki oleh pesaing, melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan oleh perusahaan lain. Keunggulan kompetitif menjadi suatu kebutuhan penting bagi kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang dan kelangsungan hidup perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif akan

menjadi pemimpin dalam pasarnya serta dapat mencapai laba di atas rata-rata.

Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada beberapa pihak terkait, dapat disimpulkan bahwa dalam meningkatkan keunggulan komparatif. Keunggulan komparatif sangat penting untuk didapatkan, dimiliki, dijaga, dan dipertahankan demi kewirausahaan jangka panjang dari suatu perusahaan. Nilai yang harus diciptakan dalam konteks persaingan adalah suatu yang dicari oleh konsumen seperti harga yang murah, produk yang berkualitas, merek yang terkenal, keunikan fitur, atribut produk yang khas, dan pelayanan. Penciptaan nilai tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan dengan meningkatnya pangsa pasar dan penjualan serta bisa memberi dampak pada peningkatan omset.³⁵

Batik telah diakui sebagai *Intangible Cultural Heritage of Humanity* dari UNESCO, dan batik dinilai mewakili 3 dominan kategori warisan budaya tidak benda:

- a. *Oral traditions and expressions, including language as a vehicle of the intangible cultural heritage* (tradisi dan ekspresi lisan, termasuk bahasa sebagai wahana warisan budaya tidak benda).
- b. *Sosial practices, rituals and festive evens* (adat istiadat masyarakat, ritual, dan perayaan-perayaan).
- c. *Traditional craftsmanship* (keahlian dalam bidang kerajinan yang memiliki nilai budaya).³⁶

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, Batik Muria Kudus dalam menghadapi lingkungan eksternal selalu memperkenalkan batik Kudus ke luar kota maupun dalam kota. Bahkan Batik Muria sering keluar kota mengikuti pameran maupun mengisi *talk show* untuk memperkenalkan batik Kudus. Dalam

³⁵ Muhammad Husni Mubarak, *Strategi Korporat Persaingan Bisnis & Meraih Keunggulan Kompetitif* (Kudus: STAIN Kudus, 2009), 11-12.

³⁶ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025* (Jakarta: RURU Corps, 2014), 55.

mengembangkan strategi perluasan pasar, perusahaan harus menemukan cara khusus untuk mendapatkan keunggulan komparatif. Karena perluasan jaringan memang sangat perlu untuk dilakukan, utamanya bagi dunia usaha yang memiliki tujuan besar dalam mengembangkan produknya ke kancan global, agar produknya lebih dikenal oleh masyarakat luas.³⁷

Sedangkan Batik Alfa Shoofa dalam memperkenalkan batik Kudus dengan memberikan edukasi kepada masyarakat dan motif-motif khas Kudus. Motif-motif yang di produksi Alfa banyak yang sudah di patenkan. Selain itu bentuk pelayanan yang optimal kepada konsumen Batik Alfa Shoofa merupakan sangat penting. Pemberian pelayanan yang luar biasa memberikan segi kompetitif. Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.

Untuk menciptakan produk-produk unggulannya, dibutuhkan karyawan yang berkualitas, loyal, dan jujur. Sumber daya manusia yang berkualitas merupakan penggerak utama perusahaan. Bila suatu usaha dijalankan oleh pimpinan dan karyawan yang berkualitas, maka perusahaan akan mampu berkembang dan mampu menjalankan bisnisnya secara efektif dan efisien.³⁸

Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis, Batik Muria Kudus khusus yang dilakukan untuk keberhasilannya dalam mengembangkan SDM. Enam kriteria tersebut meliputi inovatif, kreatif, tekun, jujur, disiplin, dan bertanggung jawab. Saat ini kreatif dan inovatif sangat dibutuhkan bagi sebuah perusahaan sebagai faktor penunjang eksistensi dalam suatu perusahaan, sedangkan tekun, jujur, disiplin dan bertanggung jawab juga sangat perlu diterapkan, mengingat zaman sekarang ini sisi-sisi jujur semakin

³⁷ Philip Kotler dan A. B Susanto, *manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 389.

³⁸ Dian Ambar Ningrum, *Apa Itu Ekonomi Kreatif* (Yogyakarta: Relasi Inti Media, 2017), 59

tipis, maka enam kriteria tersebut harus dimiliki oleh operasional perusahaan, dan jika salah satu kriteria tersebut tidak ada, maka perusahaan itu sulit untuk mencapai kompetitif.

Selain itu hasil penelitian yang dilakukan penulis dengan Batik Alfa Shoofa, bahwa dalam suatu usaha tanpa adanya sumber daya manusia yang kompeten merupakan salah satu penghambat untuk bersaing. Pelatihan sumber daya manusia dalam perusahaan sangat menentukan kemampuan perusahaan dalam menghadapi persaingan. pelatihan dan pengembangan merupakan bagian penting bagi Alfa Shoofa, karena untuk meningkatkan kemampuan, keahlian, dan pengetahuan karyawan. Karena untuk saat ini penting untuk merespon perubahan, maka dari itu perlu dilakukan *up date* terhadap berbagai keahlian dan pengetahuan baru.

Pelatihan adalah suatu usaha untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan karyawan dalam melaksanakan pekerjaannya lebih efektif dan efisien.³⁹ Sumber daya manusia yang berkualitas belum cukup apabila ingin perusahaan kita mampu bertahan jangka panjang. Loyalitas pegawai terhadap perusahaan menjadi salah satu syarat yang paling utama dalam hal ini. Keberhasilan suatu organisasi baik besar maupun kecil bukan ditentukan oleh sumber daya manusia yang tersedia, akan tetapi banyak ditentukan oleh kualitas sumber daya manusia yang berperan merencanakan, melaksanakan dan mengendalikan organisasi yang bersangkutan. Bila karyawan memiliki hubungan emosional yang kuat dengan perusahaan, maka mereka akan berusaha semaksimal mungkin untuk memberikan yang terbaik bagi perusahaan. Tanpa adanya ketertarikan emosional antara pegawai dan perusahaan, pegawai hanya bekerja sekedar untuk menjalankan

³⁹ Wahibur Rokhman, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Kudus: Nora Media Enterprise, 2011), 56.

kewajibannya. Mereka hanya akan bekerja untuk mencari gaji bulanan, dan setelah itu, selesai.⁴⁰

Pada dasarnya setiap perusahaan ingin lebih unggul dibandingkan pesaingnya. Perusahaan yang terus berupaya meningkatkan kinerja dan mengejar ketinggalan memiliki peluang mencapai posisi yang lebih baik dibandingkan pesaing. Banyak faktor yang harus dipertimbangkan dalam rangka mencapai keunggulan bersaing suatu perusahaan. Inovasi, kemajuan teknologi, dan *competitive advantage* memiliki hubungan yang kompleks. Ketika produk baru atau perkembangan proses menjadi suatu persyaratan strategik, suatu perusahaan harus mampu meningkatkan teknologi dan pengetahuan dan berinovasi untuk mendapatkan ide baru. Orientasi pasar sebagai salah satu budaya organisasi akan menjadikan perusahaan peka akan kebutuhan eksternal. Selain karena tuntutan orientasi pasar, inovasi dapat dijadikan sebagai salah satu strategi mencapai keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Dengan demikian perusahaan dituntut untuk memilih dan menetapkan strategi yang dapat digunakan untuk bertahan dalam persaingan.

Inovasi dapat diartikan sebagai proses kreatif dan interaktif dalam kegiatan pengembangan pengetahuan, pemanfaatan keterampilan (termasuk keterampilan teknologis), dan penggunaan pengalaman yang bertujuan menciptakan atau memperbaiki produk sehingga memberikan nilai tambah baik secara ekonomi maupun sosial bagi pengguna produk tersebut.⁴¹

Inovasi dalam dunia bisnis dewasa ini alternatif inovasi bukan saja populer, akan tetapi pada umumnya sudah dipandang sebagai suatu keharusan mutlak. Berbagai alasan yang menjadi penyebabnya, seperti tingkat pendidikan pengguna produk yang semakin tinggi yang pada gilirannya menyebabkan

⁴⁰ Dian Ambar Ningrum, *Apa Itu Ekonomi Kreatif* (Yogyakarta: Relasi Inti Media, 2017), 60.

⁴¹ Sondang P. Siagian, *Manajemen Stratejik* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 147.

mereka semakin selektif dalam membeli berbagai produk yang diinginkannya.⁴²

3. Analisis Data tentang Dampak Adanya Potensi Ekonomi Kreatif Batik di Masyarakat Kabupaten Kudus

Ekonomi kreatif merupakan sektor berbasis kreativitas yang menggunakan ide dan pengetahuan sebagai input utama untuk menciptakan inovasi karya dan produk kreatif dengan nilai tambah yang lebih tinggi dan berdaya saing. Pengaruh ekonomi kreatif batik tidak hanya terlihat dari sisi ekonomi saja, tetapi juga memberikan dampak sosial bagi masyarakat, karena melalui konten kreatif dapat dikemas nilai-nilai moral dan budaya yang positif sehingga dapat meningkatkan toleransi sosial di masyarakat sekaligus meningkatkan penghargaan masyarakat terhadap budayanya.

Seperti yang dijelaskan Batik Muria di atas bahwa dengan adanya ekonomi kreatif batik di Kudus menimbulkan dampak yang cukup signifikan bagi daerah sekitar. Hal tersebut berupa penyerapan tenaga kerja, namun di sisi lain juga terdapat hambatan yaitu semakin susah mencari tenaga kerja yang memang mau menekuni batik.

Selain itu, dari hasil penelitian penulis Batik Alfa Shoofa bahwa dalam usaha batik yang dijalankan memberikan dampak pada penyerapan tenaga kerja yang memang di rasakan oleh para karyawan. Karena dari wawancara dengan karyawan yang ada, mayoritas berasal dari daerah sekitar batik. Dengan bekerja di Batik Alfa mereka bisa mengantar dan menjemput anaknya sekolah tidak seperti di pabrik. Selain itu berdampak pada plagitan batik atau batik tiruan yang saat ini sedang marak. Hal tersebut memberi hambatan bagi produsen batik tulis asli.

Daubarait dan Startiene dalam buku yang berjudul “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia” mengkonfirmasi bahwa ekonomi kreatif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perekonomian suatu

⁴² Wawan Dhewanto, *Intrapreneurship: Kewirausahaan Korporasi* (Bandung: Rekayasa Sains, 2013), 82.

Negara. Pengaruh ekonomi kreatif tersebut dapat melalui 8 dampak sebagai berikut:

1. Ekonomi kreatif dapat menurunkan tingkat pengangguran di suatu Negara. Semakin meningkat peran ekonomi kreatif dalam suatu perekonomian dapat menurunkan tingkat pengangguran di Negara tersebut.
2. Pertumbuhan ekonomi kreatif memberikan nilai tambah terhadap kontribusi dalam Produk Domestik Bruto (PDB). Semakin berkembang ekonomi kreatif dapat mendorong pertumbuhan kontribusi terhadap PDB.
3. Ekonomi kreatif dapat mendorong pertumbuhan ekspor suatu Negara. Peningkatan kualitas dan kuantitas hasil produk ekonomi kreatif yang diproduksi dapat meningkatkan ekspor barang hasil ekonomi kreatif.
4. Salah satu pengaruh terpenting dari ekonomi kreatif terhadap perekonomian masyarakat adalah bahwa ekonomi kreatif memberikan kesempatan terhadap masyarakat untuk ikut serta dalam proses pengembangan ekonomi kreatif.
5. Ekonomi kreatif dapat memberikan dampak terhadap peningkatan pengembangan sosial dan budaya yang ada di masyarakat.
6. Hasil peningkatan output yang dihasilkan oleh ekonomi kreatif dapat berdampak terhadap peningkatan kualitas hidup dari masyarakat.
7. Inti dari ekonomi kreatif adalah berbasiskan kepada kemampuan masyarakat untuk memberikan nilai tambah terhadap produk. Hal ini memberikan kesempatan lebih terhadap kaum muda yang memiliki ide-ide kreatif untuk dapat dikembangkan. Sehingga hal ini dapat meningkatkan kesempatan bekerja dari kaum muda.
8. Dan bagian terakhir pengaruh ekonomi kreatif adalah terletak dari pengaruh sosial ekonomi dari ekonomi kreatif terhadap masyarakat itu sendiri.⁴³

⁴³ Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2018), 15.