

## Analisis Peran Industri Kreatif Pada Perkembangan Usaha Rumah Kerajinan Batik Komar

Rasyidan Aufar<sup>1</sup>, Rega Ramadhan<sup>2</sup>, Gerrialdi<sup>3</sup>

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia<sup>1</sup>

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia<sup>2</sup>

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Padjadjaran, Bandung, Indonesia<sup>3</sup>

### Abstract

*Batik Komar is one of the famous Batik Industries in West Java. As an Industry, Komar Batik must survive in competition. One of Komar's batik missions is to make Batik know in the world. To fulfill that mission, Komar Batik must develop their business strategy. This study aims to find out what the role of the creative industry is for development in Batik Komar, and also to find out whether Batik Komar has made any developments they have done. For the method used is to use SWOT analysis so that readers are easier to learn. The results of the research show the strength that the superiority of Batik Komar is in having many motives that are made and marketing more of its art products, because considering that batik is already famous in events and government. The weakness of Batik Komar itself is that the promotion so far does not have a special promotion system. Opportunities for Batik Komar to have a high enough market demand, a threat to Al-Warits batik itself, many competitors with large capital dominate the market.*

**Keywords:** komar batik; business strategy; SWOT analysis; creative industries; arts

### Abstrak

Batik Komar adalah salah satu Industri Batik yang terkenal di Jawa Barat. Sebagai Industri, Batik Komar harus bertahan dalam persaingan. Salah satu misi batik Komar adalah membuat Batik mengetahui di dunia. Untuk memenuhi misi itu, Komar Batik harus menyusun strategi bisnis mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa peran industri kreatif untuk perkembangan di Batik komar, dan juga mengetahui apakah Batik Komar sudah membuat perkembangan apa saja yang telah mereka lakukan. Metode yang digunakan yaitu menggunakan analisis SWOT agar pembaca lebih mudah untuk mempelajarinya. Hasil penelitian menunjukkan kekuatan bahwa keunggulan Batik Komar memiliki banyak motif yang di buat dan lebih banyak memasarkan produk keseniannya, karena mengingat batik komar sudah terkenal di event-event dan pemerintahan. Kelemahan Batik Komar sendiri adalah di promosi selama ini belum memiliki sistem promosi secara khusus. Peluang Batik Komar memiliki Permintaan pasar cukup tinggi, sedangkan ancaman bagi batik Al-Warits sendiri banyaknya pesaing dengan modal yang besar menguasai pangsa pasar.

**Kata Kunci:** batik komar; strategi bisnis; analisis SWOT; industri kreatif; kesenian

**Corresponding author.** [rasyidan55@gmail.com](mailto:rasyidan55@gmail.com)<sup>1</sup>, [regaramadhan555@gmail.com](mailto:regaramadhan555@gmail.com)<sup>2</sup>, [gerrialdi17001@mail.unpad.ac.id](mailto:gerrialdi17001@mail.unpad.ac.id)<sup>3</sup>

**History of article.** Received: April 2020, Revision: Juni 2020, Published: September 2020

### PENDAHULUAN

Industri kreatif menurut Departemen Perdagangan Industri Kreatif adalah industri yang diciptakan dari daya cipta, bakat, dan daya inovasi orang untuk berkembang dan bekerja dengan memberikan dan menggunakan kekuatan imajinatif dan daya cipta orang tersebut. Industri kreatif ini sebagian besar merupakan bagian keuangan yang tidak memerlukan penciptaan ruang lingkup besar. Perusahaan imajinatif

mengatur sifat SDM. Ada beberapa ekstensi atau ruang lingkup yang dilihat dalam industri kreatif, salah satunya yaitu lingkup seni atau sector kesenian.

Seni adalah usaha yang dilakukan terus-menerus dengan energi ketekunan, keahlian, ketekunan, komitmen tinggi dan kemajuan luas dalam menyelesaikan sebuah karya (Kadjim, 2011: 10). Karya seni adalah hal-hal yang diidentifikasi dengan pekerjaan yang melelahkan atau latihan yang diidentifikasi

dengan barang dagangan yang dibuat melalui karya kerajinan.

Seperti yang mungkin kita sadari, Indonesia adalah negara yang memiliki banyak karya seni, terutama sejauh karya kerajinan. Karya-karya kerajinan adalah barang-barang yang dibuat dengan tangan sehingga mereka memiliki harga kesepakatan. Karya seni adalah penghenti pertunjukan yang mengatur bakat tangan sebagai produsen pengerjaan. Semakin tinggi sifat karya seni dibuat, semakin mahal biaya seni dibuat. Ada dua elemen umum dari karya yang kami hasilkan, khususnya kapasitas dekoratif dan pekerjaan pemanfaatan. Kapasitas yang rumit dari keahlian khusus adalah seni yang lebih penting daripada keindahannya, terlepas dari manfaat seni itu. Sedangkan pemanfaatan karya adalah seni yang mengatur kapasitas keindahan seni.

Di Indonesia, saat ini ada banyak hasil karya terkenal dan bahkan keseluruhan. Setiap kabupaten di Indonesia memiliki keindahan setiap daerah. Dengan cara ini, banyak kerja keras dimulai dari Indonesia. Salah satu karya kerajinan khas Indonesia yang telah menyusup ke pasar universal adalah batik. Di Jawa Barat, ada satu ton batik tulis sekarang, di zona Cigadung, Bandung, Jawa Barat. Di Cigadung adalah tempat bagi kita untuk mendapatkan batik, yaitu Rumah Batik Komar. Tempat ini bukan hanya tempat untuk membeli batik tetapi juga tempat untuk instruksi batik, dari cara membuat batik, memetik batik, hingga cara menyelesaikan batik sehingga sangat baik dapat digunakan oleh klien batik.

Batik Komar didirikan pada tahun 1998 oleh Dr. Komarudin Kudiya, M.Ds dan diberikan, Hj. Nuryanti Widya (Yeyen) di Bandung. Pada saat Batik Komar didirikan, ia hanya menjual batik dengan rencana "Batik Cirebonan" atau Batik Cirebon. Bersamaan dengan itu, rencana Batik Komar terus terbentuk menjadi semakin hari ini, bergabung dengan manifestasi struktur baru, yang merupakan salah satu dari jenis, topikal

dan mengikuti pola tren yang paling populer, sehingga mereka dapat memberikan lebih banyak insentif untuk memakainya.

## **METODE**

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode studi kepustakaan/studi literatur. Studi Kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara menelaah berbagai buku, catatan, literatur, serta laporan yang berkaitan dengan topik yang ingin dibahas (Nazir, 1988). Penulis perlu membaca berbagai buku, artikel, dan jurnal yang mendukung dengan topik yang dibahas, menganalisis, dan mengaitkannya dengan teori yang dijadikan landasan untuk membentuk sebuah jawaban baru dalam jurnal ini.

Penelitian ini menggunakan studi literatur dari data sekunder yang didapat dari website seperti informasi mengenai teori yang dipakai untuk penelitian ini, materi yang akan dibahas dan juga pencarian informasi mengenai industry kreatif seni di Rumah Batik Komar.

Teknik pengumpulan data penelitian ini terutama untuk data primer yaitu menggunakan 2 cara, yaitu: (1) Metode Wawancara. Menurut Lexy J Moleong (1991:135) bahwa wawancara dengan tujuan percakapan tertentu. Dalam metode ini peneliti dan responden berhadapan langsung (tatap muka) untuk mendapatkan data secara lisan dengan mendapatkan informasi target yang dapat mengklarifikasi masalah pemeriksaan. Wawancara yang dilakukan adalah kepada pihak Rumah Batik Komar, untuk menanyakan mengenai strategi bisnis yang mereka gunakan dan dianalisis setelahnya. (2) Metode Studi Kasus. Salah satu jenis pendekatan yang dikemukakan oleh Creswell adalah penyelidikan kontekstual atau studi kasus. Pendekatan studi kasus semacam ini adalah semacam pendekatan yang digunakan untuk meneliti dan memahami suatu peristiwa atau masalah yang telah terjadi oleh perselingkuhan sosial

berbagai jenis data yang kemudian dipersiapkan untuk memperoleh jawaban dengan tujuan agar masalah yang terungkap dapat diselesaikan. Susilo Rahardjo dan Gudnanto pada 2010 juga mengklarifikasi bahwa penyelidikan kontekstual adalah strategi untuk memahami orang diperlukan dan luas sehingga untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang individu dan masalah yang mereka hadapi dengan tujuan masalah diselesaikan dan meningkatkan peningkatan diri yang besar.

Teknik penentuan informan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono, "teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu" (Sugiyono, 2010:300).

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang memiliki informasi mengenai objek penelitian tersebut. Informan dalam penelitian ini yaitu berasal dari wawancara. Dalam penelitian ini menentukan informan dengan menggunakan teknik purposive, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu, yang benar-benar menguasai suatu objek yang peneliti teliti.

Informan yang dijadikan narasumber dalam penelitian ini adalah manajer dan juga orang yang paham mengenai industri kreatif seni di Rumah Batik Komar

Simpulan berisi implikasi penelitian baik secara teoritis maupun praktis. Simpulan hendaknya merupakan jawaban atas pertanyaan penelitian, dan diungkapkan bukan dalam kalimat statistik.

Penulisan rekomendasi ditulis dalam bentuk paragraf mengalir. Rekomendasi memaparkan masukan dalam penelitian yang dituliskan dengan singkat dan jelas, menunjukkan kejelasan sumbangan temuan, pencetusan teori baru dan kemungkinan pengembangan penelitian yang bisa dilakukan kedepannya.

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan menggunakan metode primer dan sekunder. Untuk data primer diperoleh melalui wawancara, untuk data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan ataupun studi kasus, yang diperoleh melalui penelitian sebelumnya yang terkait. Setelah menggunakan ketiga metode tersebut maka dapat ditemukan beberapa fenomena yang ada didalam Batik Komar, termasuk yang berkaitan dengan bidang industri kreatif.

Batik Komar adalah usaha yang bermula dari usaha keluarga yang mempunyai usaha kerajinan batik tradisional di daerah Trusmi Plered, Cirebon. Motif-motif Batik Komar berasal dari rancangan alm. Dalam Wiranatakusumah (Batik Padjajaran), dan berikut adalah nama-nama ketujuh motif batik tersebut, yaitu: (1) Banyak Ngantrang (2) Ragen Panganten (pernikahan Prabu Siliwangi - Ratu Ambet Kasih) (3) Gaganjar (4) Hihinggulan Rama (5) Hihinggulan Resi (6) Hihinggulan Ratu Binokasih (7) Hihinggulan Nanoman

Proses pembuatan Batik Komar ada tiga tahap, yaitu membuat sketsa batik, membuat menggunakan teknik mencholet, membuat menggunakan teknik isen.

Karyawan yang ada di Batik Komar lebih dari 250 pekerja di Batik Komar yang terdapat di workshop CIREBON dan Bandung. Ada 3 kategori didalam karyawan tersebut. Pertama adalah karyawan yang rata-rata pendidikan di bawah SMU dengan mendapatkan training dasar, yaitu Operator pengecap, Penghilang lilin Proses pelilinan, Proses pewarnaan, Menjahit pemanasan. Kedua adalah karyawan yang memiliki pelatihan yang cukup lama karena Perlu keterampilan lebih yaitu ahli membuat cap. Dan yang ketiga adalah karyawan yang berpendidikan lulusan perguruan tinggi, yaitu desainer, HRD, dan Pemasaran.

Batik Komar memiliki beberapa keunggulan dibanding industri sejenis, yaitu memiliki lebih dari 3000 desain cap, memiliki lebih dari 4000 desain Telah membuat lebih dari 10000 kain cap dan tulis, tenaga kerja

tersebar di Bandung dan Cirebon, memiliki 3 showroom dan 1 kantor pusat di Bandung, menggunakan bahan batik (kain, pewarna dan bahan pembantu) yang berkualitas, 124 motif terdaftar hak cipta Batik Komar.

Untuk melakukan pemasaran produk kesenian Batik Komar, industri ini menggunakan beberapa cara, yaitu pameran (pemerintah & event), showroom, jual lepas, konsinyasi, custom design

"Strategi pasar yang selalu saya tempuh adalah rajin menjalin komunikasi dengan pelanggan. Dengan mengenal lebih dekat karakteristik pelanggan, saya bisa menawarkan produk yang sesuai dengan selera mereka," ujar pemilik dari Batik Komar, Komarudin Hudia.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis data dan kajian teori yang dilakukan pada penelitian saat ini pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Berdasarkan hasil analisis data dan kajian teori yang dilakukan pada penelitian saat ini pada bab sebelumnya, ada beberapa poin penting yang akan peneliti bahas, yaitu:

### **Profil Batik Komar**

Rumah Batik Komar didirikan pertama kali pada tahun 1998 yang lalu. Pemiliknya adalah H. Komarudin Kudiya S.Ip., M.Ds dan Hj. Nuryanti Widya. Nama Komar diambil dari pemiliknya sendiri.

Batik Komar adalah usaha yang bermula dari usaha keluarga yang mempunyai usaha kerajinan batik tradisional di daerah Trusmi Plered, Cirebon. Motif-motif Batik Komar berasal dari rancangan alm. Dalam Wiranatakusumah (Batik Padjajaran)

Proses pembuatan Batik Komar ada tiga tahap, yaitu membuat sketsa batik, membuat menggunakan teknik mencolet, membuat menggunakan teknik isen.

### **Analisis Strategi Bisnis**

Untuk pemasaran produk kesenian Batik Komar, industri ini menggunakan beberapa cara, yaitu pameran (pemerintah & event), showroom, jual lepas, konsinyasi, custom design

Batik komar memiliki 3 kategori karyawan atau staf yang ada, yaitu karyawan yang rata-rata pendidikan di bawah SMU dengan mendapatkan training dasar, karyawan yang memiliki pelatihan yang cukup lama karena Perlu keterampilan lebih, karyawan yang berpendidikan lulusan.

Proses pembuatan Batik Komar ada tiga tahap, yaitu membuat sketsa batik, membuat menggunakan teknik mencolet, membuat menggunakan teknik isen.

### **Analisis SWOT**

Mempertimbangkan pemeriksaan kerangka kerja SWOT, beragam prosedur elektif yang mungkin dapat dihitung yang akan diterapkan pada Batik Komar. Perpaduan bagian-bagian SWOT adalah sistem yang membantu peningkatan industri kreatif, yaitu strategi Strengths Opportunities (SO), Strengths Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO) dan Weaknesses Threats (WT)

### **Strategi SO**

Melayani antusiasme yang tinggi dari masyarakat dengan menghadirkan batik yang khas, berkualitas tinggi, dan kuat

Memanfaatkan peluang dari peran pemerintah untuk meningkatkan kemajuan Batik Komar dengan ikut serta dalam pameran di tingkat mancanegara

### **Strategi WO**

Mengatasi persyaratan jaringan dengan mewakili otoritas yang cukup besar dalam berbagai hal-hal produk

Memanfaatkan antusiasme tinggi dari jaringan masyarakat dengan memanfaatkan kemajuan secara tertata

### **Strategi ST**

Pengalaman Para Pemilik Batik Komar setelah presentasi di tingkat universal membuat Batik Komar siap untuk menjual dengan mudah ke pasar yang lebih luas

Batik Komar umumnya tentang memanfaatkan modal keluarga sehingga mudah untuk mengendalikan bagian dari industri secara keseluruhan

### **Strategi WT**

Memberdayakan kolaborasi kerja antara usaha dengan tujuan yang dapat mereka lawan dalam industri

Dengan meningkatnya tingkat persaingan di seluruh dunia, Batik Komar mendorong dengan biaya lebih rendah

### **KESIMPULAN**

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan, Berdasarkan hasil Analisis SWOT Batik Komar menunjukkan kekuatan bahwa Batik Komar memiliki keunggulan memiliki banyak motif yang di buat dan juga industry ini memiliki keunggulan untuk lebih banyak memasarkan produk keseniannya, karena mengingat batik komar sudah terkenal di event-event dan pemerintahan. Kelemahan yang dimiliki Batik Komar sendiri adalah di promosi selama ini belum memiliki sistem promosi secara khusus. Dan Peluang untuk Batik Komar memiliki Permintaan pasar cukup tinggi, sedangkan ancaman bagi batik Al-Warits sendiri banyaknya pesaing dengan modal yang besar menguasai pangsa pasar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cintha Erika Putri Gunawan. 2017. ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA PT. OMEGA INTERNUSA SIDOARJO. Surabaya.
- Craig, J.C. & Grant, R.M. 2003. Strategic Manangement.(Sularno,T., Trans.). Jakarta: Elex Media Komputindo.

- David, Fred R. , 2010. Strategic Manajemen, Manajemen Strategis Konsep Buku 1, Edisi 12 – Jakarta: Salemba Empat
- David, Fred R , 2011 Strategic Manajemen Strategis Konsep, Edisi 12, Salemba Empat, Jakarta.
- DCMS (Department of Culture, Media and Sport), Creative Industries Mapping Document (2001): London, UK.
- Freddy Rangkuti. (2003). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Gaspersz, Vincent, 2003. Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management. Penerbit PT . Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- <http://edukasi.kompas.com/read/2011/03/14/1110314/Guru.Batik.dari.Cirebon>
- <http://hot.detik.com/read/2009/08/13/101306/1182341/486/1/meneropong-cerita-rakyat-dalamguratan-batik>
- <https://batikkomar.com/>
- Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, Definisi Industri Kreatif, Indonesia Kreatif (2009): Jakarta, Indonesia.
- laila maratus solihah. 2019. Strategi Bisnis. <https://lalalaila.com/strategi-bisnis-adalah/>
- Moleong, Lexy J, 1991, Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2019). Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries