

PELUANG STRATEGI INOVASI UMKM KERAJINAN BATIK KALIMANTAN TIMUR DI ERA BUDAYA DIGITAL

Dita Andansari¹⁾, Heldina Pristanti²⁾, dan Darius Shyafary³⁾

¹⁾Desain, Politeknik Negeri Samarinda, Jalan Ciptomangunkusumo, Samarinda, 75131

²⁾Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Samarinda, Jalan Ciptomangunkusumo,
Samarinda, 75131

³⁾ Desain, Politeknik Negeri Samarinda, Jalan Ciptomangunkusumo, Samarinda, 75131
E-mail: ditaandansari@polnes.ac.id

Abstract

Since the emergence in 2007 until now, creative industries have contributed greatly to the national gross domestic product (GDP) especially in 2015 until now showed an increase. The creative industries sub-sector that contributes the most to national GDP is the craft subsector, followed by the fashion subsector and furthermore is the advertising subsector. As a relatively new player, BATIK MSMEs in East Kalimantan must have the advantage of competing among textile-based MSMEs in East Kalimantan such as batik, Samarinda sarong and ulap doyo. The purpose of writing is to provide an overview to Kriya batik MSMEs in East Kalimantan in particular that there are opportunities to apply innovation strategies to their industry so that they have the advantage of competing among other MSMEs in the same field in the digital culture era. The method used in this writing is a descriptive method by tracing related references. Based on the analysis, it can be concluded that to make one sheet of batik size 90 cm x 2 meters comparison if made in a conventional way by digital means is 3: 1. Thus the time efficiency that can be achieved is 30%. This shows that production can reach 300% in one month.

Keywords: innovation, craft, batik, digital, east kalimantan

Abstrak

Sejak munculnya di tahun 2007 sampai sekarang, industri kreatif mempunyai kontribusi yang besar bagi produk domestik bruto (PDB) nasional terutama di tahun 2015 sampai sekarang menunjukkan peningkatan. Sub sektor industri kreatif yang menyumbang terbanyak terhadap PDB nasional adalah subsektor kerajinan, dilanjutkan dengan subsektor fashion dan selanjutnya adalah subsektor periklanan. Sebagai pemain yang tergolong baru, UMKM batik di Kalimantan Timur harus mempunyai keunggulan bersaing di antara UMKM yang berbasis tekstil di Kalimantan Timur seperti batik, sarung Samarinda dan ulap doyo. Adapun tujuan dari penulisan adalah untuk memberikan gambaran kepada UMKM kriya batik di Kalimantan Timur pada khususnya bahwa terdapat peluang untuk mengaplikasikan strategi inovasi pada industri mereka sehingga memiliki keunggulan bersaing di antara UMKM lainnya di bidang yang sama di era budaya digital. Metode yang digunakan pada penulisan ini adalah metode deskriptif dengan menelusuri referensi yang terkait. Berdasarkan analisis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa untuk membuat satu lembar batik ukuran 90 cm x 2 meter perbandingan jika dibuat dengan cara konvensional dengan cara digital adalah 3 : 1. Dengan demikian efisiensi waktu yang bisa dicapai adalah 30%. Hal ini menunjukkan bahwa produksinya bisa mencapai 300% dalam satu bulan.

Kata Kunci: inovasi, kerajinan, batik, digital, kalimantan timur

PENDAHULUAN

Industri kreatif nasional mengalami pertumbuhan yang meningkat setiap tahunnya. Perkembangan saat ini, peningkatan pertumbuhan industri kreatif nasional mencapai 7 % (Menteri Perindustrian Saleh Husin, 2021). Sejak munculnya di tahun

2007 sampai sekarang, industri kreatif mempunyai kontribusi yang besar bagi produk domestik bruto (PDB) nasional terutama di tahun 2015 sampai sekarang menunjukkan peningkatan. Pada tahun 2015 tercatat kontribusi industri kreatif terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) nasional sebesar Rp. 852 triliun dan pada tahun 2020 mencapai Rp. 1.100 triliun.

Sub sektor industri kreatif yang menyumbang terbanyak terhadap PDB nasional adalah subsektor kerajinan, dilanjutkan dengan subsektor fashion dan selanjutnya adalah subsektor periklanan. Sub sektor kerajinan tetap bertahan dalam beberapa tahun belakangan sebagai penyumbang terbanyak PDB nasional karena masih banyak tersedia sumber daya alam pendukungnya. Di Kalimantan Timur sendiri sebagai calon ibukota baru, pertumbuhan industri kreatif juga mengalami peningkatan dan terdapat 4 subsektor yang menjadi andalan kedepannya akan berkembang yaitu arsitektur karena akan banyak pembangunan gedung-gedung terutama gedung perkantoran, desain interior sebagai pengisi dari bangunan gedung yang akan banyak dibuat, kuliner sebagai kebutuhan pangan yang semakin meningkat karena rencana kepindahan ibu kota serta subsektor yang terakhir adalah kerajinan. Total nilai ekspor UKM Kalimantan Timur di tahun 2020 mencapai Rp. 428,2 miliar

Sub sektor kerajinan di Kalimantan Timur yang menembus ekspor meliputi olahan kayu, aksesoris manik, batu, kerajinan rotan dan Mandau. Menurut Noor (2021), industri kriya di Kalimantan Timur yang mempunyai potensi untuk dikembangkan adalah kerajinan berbasis tekstil, kulit, kayu, anyaman, kertas, kaca, logam, usaha mebel/furnitur, perhiasan dan barang berharga. Selain merambah ekspor, produk kriya UKM di Kalimantan Timur juga sukses di pasar dalam negeri diantaranya yaitu aksesoris manik-manik, batu, sarung Samarinda, anyaman manik, anyaman rotan, ulap doyo serta Mandau. Untuk kerajinan berbasis tekstil khas Kalimantan Timur yang sudah sangat berkembang saat ini diwakili oleh sarung Samarinda dan Ulap doyo. Sedangkan kerajinan berbasis tekstil lainnya yang sedang dikembangkan saat ini adalah batik Kalimantan Timur. Kerajinan batik di Kalimantan Timur sudah dikembangkan juga menjadi produk fashion dengan mulai banyak digelar ajang-ajang fashion salah satunya berbahan batik, sehingga batik di Kalimantan Timur sangat potensial karena selain masuk dalam subsektor kerajinan juga tergolong dalam subsektor fashion dimana kedua subsektor tersebut masuk dalam tiga besar sub sektor industri kreatif penyumbang PDB

nasional. Di samping itu, terdapat UMKM batik di Kalimantan Timur memiliki omzet yang cukup tinggi yaitu Rp. 1 miliar per tahun dan semakin tahunnya mengalami kenaikan.

Sebagai pemain yang tergolong baru, UMKM batik di Kalimantan Timur harus mempunyai keunggulan bersaing di antara UMKM yang berbasis tekstil di Kalimantan Timur seperti sarung Samarinda dan ulap doyo. Salah satu aspek yang bisa digunakan sebagai bagian dari strategi bisnis adalah inovasi. Seperti yang disimpulkan dari penelitian yang sudah dilakukan oleh Rofaidah,dkk (2019), Barnawi,dkk (2019), Suhaeni (2018) bahwa terdapat hubungan yang positif antara strategi inovasi industri kriya dengan keunggulan bersaing pada era Revolusi Industry 4.0.

Dengan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk membahas peluang strategi inovasi umkm kerajinan batik Kalimantan Timur di era budaya digital. Adapun tujuan dari penulisan adalah untuk memberikan gambaran kepada UMKM kriya batik di Kalimantan Timur pada khususnya bahwa terdapat peluang untuk mengaplikasikan strategi inovasi pada industri mereka sehingga memiliki keunggulan bersaing di antara UMKM lainnya di bidang yang sama di era budaya digital.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penulisan ini adalah metode deskriptif dengan menelusuri referensi yang terkait. Beberapa data didapatkan dari penelusuran referensi dan juga wawancara dengan pelaku kerajinan batik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kalimantan Timur terdiri dari 7 kabupaten dan 3 kota, dimana setiap kabupaten/kota mempunyai ikon tersendiri yang diaplikasikan pada motif batik masing-masing daerah. Kota Samarinda mempunyai motif batik ikan pesut dan kapal ketinting, bawang tiwai, baqa; Kota Balikpapan mempunyai motif mangrove, duyung dugong, beruang madu, lobster; Kota Bontang mempunyai motif burung kuntul perak, mangrove, sungai dan perahu serta talawang; Kabupaten Penajam Paser Utara mempunyai motif rusa dan dedaunan; Kabupaten Paser memiliki motif Asok dan rintik hujan; Kabupaten Mahakam Ulu mempunyai motif dengan corak ornament khas budaya perpaduan Suku Dayak Bahau, Aoheng, Kenyah dan Kayan; Kabupaten Kutai Timur

mempunyai motif wakaroros, pakis, akaroros, paku, anggrek hitam, kelubut, burung enggang, burung mbui dan beringin duduk; Kabupaten Kutai Kartanegara mempunyai motif Kutai ampi gerecek, lembuswana, pesut semayang; Kabupaten Kutai Barat mempunyai motif anggrek hitam, akar kelagit, tumang, macan dahan, takaq dan moring; Kabupaten Berau mempunyai motif barrau-cawul.

UMKM batik di Kalimantan Timur sebagian besar dibentuk skitar tahun 2000-an meskipun ada juga yang memulai bisnis batik pada tahun 1983. Semua kabupaten dan kota di Kalimantan Timur mempunyai UMKM batik dimana hampir 90% nya tahapan membatiknya dilakukan dengan cara manual. Seperti tahapan membatik pada umumnya, proses membatik dimulai dengan membuat desain di sebuah kertas, kemudian desain yang sudah dibuat di kertas dijiplak di kain khusus batik menggunakan pensil, selanjutnya adalah proses mencantingkan lilin batik di kain sesuai dengan pola yang sudah dibuat, tahapan selanjutnya adalah memberikan warna pada kain sesuai dengan kebutuhan, dilanjutkan dengan proses memberikan bahan khusus untuk mengunci warna batik dan terakhir adalah proses pelorodan lilin batik. Tahapan membatik yang memerlukan waktu yang cukup lama adalah tahapan mencanting karena harus dilakukan dengan hati-hati dan sabar supaya hasilnya sesuai dengan pola yang sudah ditentukan. Tahapan lainnya yang memerlukan waktu yang lumayan karena harus mencari ide terlebih dahulu adalah mendesain motifnya.

Tahapan dalam membatik tulis bisa dilakukan secara cepat dan mudah jika memang perajinnya sudah lama berkecimpung di kerajinan membatik atau yang memang sudah turun temurun membuat batik. Bagi UMKM yang baru menekuni batik, perlu penyesuaian dan strategi supaya mempunyai keunggulan bersaing karena sudah banyak pesaing lainnya yang sudah terlebih dahulu menekuninya. Keunggulan bersaing perajin khususnya di era Revolusi Industri 4.0 yang serba digital saat ini bisa dicapai dengan menjalankan strategi inovasi.

Inovasi adalah sebuah proses mulai dari suatu ide dan gagasan, proses produksi, atau objek yang disadari dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang atau kelompok untuk diadopsi (Rogers,2003). Inovasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang baru baik benar-benar baru maupun sesuatu yang lama tetapi dikemas dengan sesuatu yang baru dalam hal produk, produksi maupun pemasaran. Secara umum, pada teori dasar inovasi, inovasi terdiri dari tiga macam yaitu inovasi produk, inovasi proses dan

inovasi pasar. Di dalam inovasi proses terbagi lagi menjadi dua yaitu inovasi teknologi dan inovasi organisasi. **Inovasi produk** adalah kebaruan yang dibuat pada sebuah produk baik benar-benar baru ataupun mengembangkan dari yang sudah ada bisa dari fisik produk ataupun fungsi produk. **Inovasi proses** adalah kebaruan pada metode produksi atau metode distribusi baik yang benar-benar baru ataupun pengembangan dari metode produksi sebelumnya, serta kebaruan pada metode perusahaan seperti pada hubungan eksternal perusahaan ataupun praktik bisnis. **Inovasi pemasaran** adalah kebaruan pada pengemasan, promosi produk, penempatan produk dan juga harga.

Telah banyak dilakukan penelitian tentang hubungan strategi inovasi dengan keunggulan bersaing sebuah perusahaan baik perusahaan besar maupun kecil menengah (UMKM). Seperti yang sudah dilakukan oleh Suhaeni (2018) dalam *Pengaruh strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing di industri kreatif (Studi kasus UMKM bidang kerajinan tangan di kota Bandung)* menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan kuat antara variable strategi inovasi dengan keunggulan bersaing. Menurut Rofaida, dkk (2019) dalam penelitian yang berjudul Strategi inovasi pada industri kreatif digital: upaya memperoleh keunggulan bersaing pada era revolusi industry 4.0 menyimpulkan bahwa tumbuh dan berkembangnya industry kreatif digital di Jawa Barat salah satunya dipengaruhi oleh aspek inovasi. Menurut Barnawi, dkk (2019) dalam “Eksistensi home industri kerajinan anyaman bamboo di Heuleut Leuwimunding Majalengka di era revolusi industry 4.0” menyimpulkan di era revolusi industry 4.0 ini jika home industri kerajinan anyaman bamboo desa Heuleut Leuwidinding Majalengka masih sebatas menghasilkan produk secara tradisional tanpa adanya pengembangan produk, hasil dan pemasaran, maka perekonomian pengrajin akan tereduksi. Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh pihak lain memberikan kesimpulan bahwa keunggulan bersaing bisa dicapai salah satunya dengan melakukan strategi inovasi.

Strategi inovasi untuk UMKM batik di era digital bisa dilakukan pada tiap strategi yaitu inovasi produk, inovasi proses dan inovasi pemasaran. Pada **inovasi produk** salah satu alternatif yang bisa dilakukan adalah dengan pengembangan produk yang didasarkan oleh preferensi masyarakat pengguna. Salah satu metode yang saat ini sedang banyak diaplikasikan adalah *kansei engineering*. Beberapa penelitian yang telah dilakukan yang berkaitan dengan pengembangan produk kerajinan batik diantaranya

menurut Srikandi (2012) dalam penelitian Rekayasa Desain Batik Tulis Jetis –Sidoarjo Melalui Implementasi Metode *Kansei Engineering* menyimpulkan bahwa setelah dilakukan penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan software didapat bahwa karakteristik desain batik tulis Jetis yang baru adalah (1) karakteristik motifnya adalah geometris, (2) ornament utama yang terpilih adalah kembang, (3) ornament pengisi yang terpilih adalah lung-lungan, (4) jumlah isen yang terpilih adalah 3, (5) warna primer yang terpilih adalah kuning dan (6) warna kuning yang terpilih adalah coklat. Dalam penelitian “ Studi factor kansei pada produk berbasis kearifan lokal (studi kasus : batik malangan) didapatkan pada aspek komponen, tiga komponen baru yang merupakan preferensi dari responden adalah motif pokok, motif isen dan motif bidang; motif pokok yang merupakan preferensi responden adalah motif topeng Malang; motif isen sesuai dengan preferensi responden adalah garis, ulir dan lengkung; untuk motif bidang batik sesuai dengan preferensi responden adalah bentuk sulur-sulur atau bunga. Shaari (2015) dalam “ Indigenous knowledge creativity in batik cultural product based on kansei “ menyimpulkan bahwa faktor yang memastikan batik akan bertahan adalah kelangsungan hidup dan evolusi dari batik disertai dengan siklus tren juga menciptakan ide dan pendekatan baru.

Strategi inovasi lain yang bisa dilakukan adalah **inovasi proses** yaitu metode produksi. Dari penelitian yang sudah dilakukan oleh pihak lain tentang metode produksi adalah menciptakan alat yang bisa membantu dalam proses membatik dengan teknologi, diantaranya adalah pada proses mendesain dengan menggunakan software (Wibawanto dan Nugrahani, 2018) , (Rosandini, 2018); alat canting panthograph (Ramadhani,dkk, 2015) yang mempercepat proses mencanting serta alat plorotan otomatis (Rasyidi,dkk, 2019). Strategi inovasi yang juga bisa diaplikasikan adalah **inovasi pemasaran** dimana saat ini sudah banyak diaplikasikan salah satunya adalah *digital marketing*. Menurut Nurhidayati (2021) dalam Pemasaran produk kerajinan border di era digital, menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi online jika dimaksimalkan banyak manfaat seperti mengurangi pengangguran, menambah pendapatan, membuat usaha offline terkenal menghemat waktu dan konsumen mendapatkan harga murah daripada pembelian *offline*.

Melihat beberapa contoh inovasi yang sudah dibuat dan diaplikasikan oleh UMKM Kerajinan Batik di beberapa daerah di Indonesia, maka terdapat peluang bagi

UMKM Kerajinan Batik di Kalimantan Timur. Dari segi **inovasi produk**, bisa dikembangkan lagi desain motif batik berdasarkan preferensi dari masyarakat sehingga penjualan kain batik bisa lebih banyak dari biasanya karena mengikuti selera dari masyarakat. Dari segi **inovasi proses** yaitu metode produksi, bisa dipalikasikan teknik-teknik produksi digital baik penggunaan alat pada proses desain, mencanting maupun pelorotan malam batik. Jika dibuat tabel perbandingan proses membatik konvensional dengan digital untuk pembuatan satu lembar kain batik 90 cm x 2 meter, maka dapat dilihat seperti berikut ini :

Tabel 1 Perbandingan Proses Membatik Konvensional dengan Digital

NO	AKTIVITAS	KONVENSIONAL	DIGITAL
1.	Mendesain motif organik sederhana	180 menit	16 menit
2.	Mencanting	27 jam 42 menit (1642 menit)	8 jam 45 menit (525 menit)
3.	Melorot malam batik	20 menit	10 menit
	TOTAL	1852 menit (30 hari)	551 menit (9 hari)

Pada tabel aktivitas yang tertulis bukan rangkaian lengkap dari proses membatik, hanya aktivitas yang memang sudah tersedia peralatan digitalnya saja yang dihitung efisiensinya. Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa untuk membuat satu lembar batik ukuran 90 cm x 2 meter perbandingan jika dibuat dengan cara konvensional dengan cara digital adalah 3 : 1. Dengan demikian efisiensi waktu yang bisa dicapai adalah 30%. Hal ini menunjukkan bahwa produksinya bisa mencapai 300% dalam satu bulan. Dari segi **inovasi pemasaran** bisa dibuat aplikasi digital marketing untuk memudahkan produk dikenal oleh lebih banyak orang dan juga untuk lebih memudahkan masyarakat dalam proses pembelian sehingga produk lebih cepat terjual.

SIMPULAN

Dari penjelasan diskusi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak peluang bagi UMKM Kerajinan Batik di Kalimantan Timur untuk bisa bersaing dengan perajin batik di luar Kalimantan Timur yang sudah jauh lebih dulu berkecimpung di bidang batik dengan mengaplikasikan strategi inovasi baik inovasi produk, inovasi proses maupun inovasi pemasaran. Akan tetapi tidak harus semua inovasi diaplikasikan, harus disesuaikan dengan kemampuan finansial dan kesiapan sumber daya manusia,

karena terdapat beberapa alat digital yang harganya mahal di atas 100juta. Paling tidak beberapa software yang *opensource* seperti software untuk membuat desain batik bisa diaplikasikan terlebih dahulu seperti software DBatik. Beberapa aplikasi untuk pembuatan digital marketing juga ada yang *open source* seperti canva, landingpage, serta blog.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnawi, dkk. 2019. Eksistensi Home Industri Kerajinan Anyaman Bambu di Heuleut Leuwimunding Majalengka di Era Revolusi Industri 4.0. *Etos : Jurnal Pengabdian Masyarakat* Volume 1 Nomor 1 (2019) Pages 34 – 42
- Nurhidayati, dkk. 2021. Pemasaran Produk Kerajinan Bordir Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*. Vol 6, No 2 (2021)
- Perancangan Motif Dengan Menggunakan Software **Jbatik** Untuk Kemeja Pria: AN Darmawan, M **Rosandini**: *eProceedings of Art & Design* 5 (3) | vol: | issue : | **2018**
- Ramadhani,R. dkk. 2015. Teknologi Canting Pantograph Untuk Meningkatkan Efisiensi Produksi Batik Tulis. <https://journal.uii.ac.id/khazanah>
- Rasyidi, A.,dkk. 2019. Potato Batik – Plorotan Otomatis Untuk Batik Denganrotary System, Solusi Efisien Produksi Batik Tulis. *Jurnal Pena* Vol 6, No 2 (2019).
- Rofaida, dkk. 2019. Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol 8, No 3, Desember 2019
- Rogers, E. M. 2003. *Diffusion of Innovations* 5th Edition. New York: Free Press
- Shaari, N. 2015. Indigenous knowledge creativity in batik cultural product based on kansei. *International Conference on Social Sciences and Humanities (ICSSH'15)* May 5-6, 2015 Bali, Indonesia
- Suhaeni, T. 2018. Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* Vol. 4, No. 1, April 2018 57 ISSN 2460-8211
- Srikandi, Margaretha,dkk. 2012. Rekayasa Desain Batik Tulis Jetis –Sidoarjo Melalui Implementasi Metode *Kansei Engineering*. *Jurnal GEMA AKTUALITA*, Vol. 1 No. 1, Desember 2012
- Wibawanto,W dan Nugrahani,R. 2018. Inovasi Pengembangan Motif Batik Digital Bagi Ikm Batik Semarang. *Indonesian Journal of Conservation* 7 (2) (2018): 111-118

www.kronikkaltim.com

<https://www.kemenperin.go.id>