

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Hari Batik Nasional ini berawal dari penetapan batik oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Non bendawi (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) pada 2 Oktober 2014. Setelah penetapan itu, maka Indonesia memperingati 2 Oktober sebagai Hari Batik Nasional. Dalam perkembangannya ada berbagai jenis batik yang tersebar di Indonesia dengan motif beragam bergantung pada ciri khas nilai kebudayaan daerah. (<http://www.tribunnews.com/travel/2018/10/02>).

Industri batik nasional memiliki daya saing komparatif dan kompetitif di pasar internasional. Indonesia menjadi *market leader* yang menguasai pasar batik dunia. Kemenperin mencatat, nilai ekspor batik dan produk batik sampai Oktober 2017 mencapai USD51,15 juta atau naik dari capaian semester I tahun 2017 sebesar USD39,4 juta. Tujuan pasar utamanya ke Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa. Perdagangan produk pakaian jadi dunia yang mencapai USD 442 miliar menjadi peluang besar bagi industri batik untuk meningkatkan pangsa pasarnya, mengingat batik sebagai salah satu bahan baku produk pakaian jadi.

Berikut ini adalah data ekspor pakaian jadi bukan rajutan yang didalamnya adalah batik sebagai sektor pentingnya, yang dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1. Ekspor Pakaian jadi Indonesia dalam Juta USD

No	Tahun	Nilai Ekspor
1	2014	3.932,4
2	2015	3.979,2
3	2016	3.881,7
4	2017	4.144,9
5	2018	4.495,3

Sumber: <http://www.kemendag.go.id> (2019)

Nilai ekonomi batik juga tinggi terlihat dari ekspor batik pada tahun 2018 yang mencapai USD 4,49 miliar. Angka itu tumbuh 4,04 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Pasar ekspor utama batik adalah Jepang, Amerika Serikat, Eropa dan terus meluas. Apalagi, batik Indonesia mendapatkan pengakuan dunia pada tanggal 2 Oktober 2009 oleh UNESCO yang mengukuhkan batik sebagai Intangible Cultural Heritage of Humanity asal Indonesia. Pertumbuhan batik juga ditopang antusiasme masyarakat untuk menggunakan batik, baik dari pegawai pemerintahan, BUMN ataupun swasta serta masyarakat secara luas dari berbagai kalangan dan usia sehingga meningkatkan permintaan produk batik yang mendorong tumbuhnya industri batik nasional. Berikut adalah data pertumbuhan dan trend ekspor batik yang selalu meningkat dari tahun ke tahun yang ada pada tabel 1.2

Tabel 1.2. Trend Ekspor Pakaian jadi Indonesia

No	Keterangan	Persentase
1	Trend(%) 2014-2018	3,1
2	Perub.(%) 2018/2017	8,5
3	Peran.(%) 2018	2,8
4	Perub.(%) 2019/2018	2,8
5	Peran.(%) 2019	3,3

Sumber: <http://www.kemendag.go.id> (2019)

Industri batik mengalami pertumbuhan rata-rata sebesar 67 persen per tahun bahkan tahun 2017-2018 perubahannya mencapai 8,5% untuk ekspor. Akan tetapi hal ini dirasa masih kurang dimana masih rendahnya ekspor batik, salah satunya lantaran dipengaruhi oleh selera permintaan negara-negara, seperti di kawasan Eropa dan Jepang yang meminta jenis-jenis batik bermotif ringan. Sedangkan, selama ini Indonesia dinilai memiliki motif dan warna batik yang cenderung rumit dan mencolok.

Di dalam negeri, penjualan Batik tertinggi ada di Jawa tengah dan terendah adalah Sumatera Utara. Berikut adalah data penjualan batik menurut Tokopedia berdasarkan propinsi di Indonesia.

Tabel 1.3. Penjualan Batik di Tokopedia

No	Daerah	Persentase
1	Sumatera Utara	0,4
2	Aceh	0,5
3	Sumatera Selatan	1
4	Bali	2
5	Yogyakarta	3
6	Banten	4
7	Jawa Timur	6
8	Jawa Barat	14
9	DKI Jakarta	32
10	Jawa Tengah	34

Sumber: <http://www.kemendag.go.id> (2019)

Pada 2018, penjualan batik lewat Tokopedia tercatat meningkat 35 kali lipat dari tahun 2014. Jawa Tengah menempati posisi teratas dalam daftar 10 provinsi dengan penjualan batik tertinggi di Tokopedia sepanjang tahun 2018. Tokopedia memetakan 10 provinsi yang memiliki penjualan batik tertinggi melalui platform mereka untuk tahun ini. Dari posisi paling bawah adalah Sumatera Utara (0,4 persen), Aceh (0,5 persen), Sumatera Selatan (1 persen), Bali

(2 persen), Yogyakarta (3 persen), Banten (4 persen), Jawa Timur (6 persen), Jawa Barat (14 persen), DKI Jakarta (32 persen), dan terakhir Jawa Tengah di posisi tertinggi (34 persen). Khusus untuk pertumbuhan penjualan batik di Tokopedia, dari tahun ke tahun selalu meningkat signifikan. Seperti tahun 2014 sebesar 49,4 persen yang meningkat di tahun 2015 sebesar 68,1 persen, tahun 2016 sebesar 174,6 persen, tahun 2017 sebesar 446,3 persen, dan diperkirakan meningkat lebih tinggi lagi tahun ini, (<https://ekonomi.kompas.com>, 2019).

Hingga saat ini, IKM batik tersebar di 101 sentra seperti di Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, dan D.I Yogyakarta. Jumlah tenaga kerja yang terserap di sentra IKM batik mencapai 15 ribu orang. Dalam upaya mendongkrak produktivitas dan daya saing IKM batik, Kemenperin telah melakukan berbagai program strategis, antara lain peningkatan kompetensi sumber daya manusia, pengembangan kualitas produk, standardisasi, fasilitasi mesin dan peralatan, serta kegiatan promosi dan pameran batik di dalam dan luar negeri.

Salah satu tradisi ini adalah seni batik yang memang telah terkenal sebagai budaya dan tradisi masyarakat Jawa. Batik yang berkembang di daerah Jawa Tengah ini memiliki motif batik yang unik dan merupakan peninggalan dari masa lalu yang tetap terjaga hingga kini. Daerah pembuatan batik yang terkenal di wilayah Jawa Tengah dapat kita jumpai di banyak wilayah dan juga daerah, namun ada tiga wilayah yang sangat terkenal dengan seni batiknya yaitu daerah Pekalongan dan Solo. Sekarang ini juga banyak daerah penghasil batik lainnya di Jawa Tengah seperti batik Bakaran Rembang, batik Semarang, dan batik Ukir Jepara.

Seni batik di Jepara di buat oleh komunitas peduli Batik Jepara, maka mereka membuat batik dengan ciri khas Jepara diantaranya motif-motif seni ukir yang khas dari Jepara. Selain hal tersebut komunitas tersebut membuat menggalakan membuat, sebab membuat adalah suatu hal yang bisa melatih untuk mengontrol emosi, di karenakan membuat membutuhkan ketelitian dan kesabaran. Seni batik di Jepara telah ada sejak era Kartini. Sudah ada satu abad lebih era batik Jepara hilang dari peredaran. Batik pada zaman dahulu hingga sekarang masih dikerjakan oleh kalangan ibu-ibu. Maka dari itu tidak salah jika batik ini lebih dekat dengan seni ibu. Motif batik peninggalan eyangnya itu ada yang berupa bunga kantil, salah satu pohonnya ada di belakang pendapa Kabupaten Jepara. Motif lain adalah Parang Gondosuli, dan motif Srikaton. Motif terakhir ini bergaya Mataraman, namun berbeda dengan yang ada di Solo dan Yogyakarta yang lebih masyhur dengan istilah Srigunung.

Keindahan batik Jepara memiliki keunggulan tersendiri dari batik lainnya yang ada di Indonesia. Keunggulan ini terlihat dari motif batik yang berbeda dan memiliki keindahan dibanding batik yang ada di pasaran. Keunggulan bersaing tidak dapat dipahami dengan cara memandang sebuah perusahaan sebagai suatu keseluruhan, tetapi harus dari asal keunggulan bersaing itu, yaitu berbagai aktivitas berlainan yang dilakukan oleh perusahaan dalam mendesain, memproduksi, memasarkan, menyerahkan dan mendukung produknya, (Suparyadi, 2013).

Untuk dapat mendesain dan menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan

dari produk yang telah ada sebelumnya diperlukan sebuah inovasi. Perkembangan inovasi yang berhasil akan menjadi strategi yang tepat untuk mempertahankan kedudukan produk di pasar, karena sebagian besar dari produk pesaing tampil statis dari tahun ke tahun. (Steve Kensing, 2012).

Penelitian Dahlia dkk (2015) menunjukkan terdapat pengaruh positif variabel kompetensi entrepreneur, penggunaan teknologi informasi, dan inovasi terhadap keunggulan bersaing. Hasil yang hamper sama dari penelitian Ahmad dan Sukirman (2017) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing. Inovasi berpengaruh tidak signifikan terhadap keunggulan bersaing menunjukkan bahwa kekuatan inovasi juga dilakukan oleh pesaing sehingga mempunyai kemampuan yang sama untuk menciptakan keunggulan bersaing dalam memasarkan produk, akibatnya produk tenun ikat Troso belum mampu memanfaatkan inovasi dalam melakukan persaingan bisnis. Penerimaan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing produk. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan penerimaan teknologi informasi mempunyai berpengaruh signifikan dalam meningkatkan keunggulan bersaing produk. Semakin tinggi tingkat penerimaan teknologi informasi, akan semakin tinggi kemampuan dalam meningkatkan keunggulan bersaing apabila dibandingkan dengan penerimaan teknologi pada industri tenun ikat para pesaing.

Dari dasar inilah maka penelitian akan mengangkat judul dari permasalahan diatas sebagai berikut: "Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi dan

Orientasi Teknologi Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada perusahaan Batik di Jepara)”).

## **1.2. Ruang Lingkup Masalah**

Dalam penelitian ini, terdapat ruang lingkup yang akan membatasi penelitian agar tidak melebar sebagai berikut:

1. Variabel yang mempengaruhi keunggulan bersaing pada penelitian ini, dibatasi pada: variabel kualitas produk, inovasi dan orientasi teknologi kualitas produk, inovasi dan orientasi teknologi
2. Adapun ruang sampel penelitian adalah UMKM Batik di Jepara.

## **1.3. Perumusan Masalah**

Tingginya peningkatan pesanan Batik Jepara menunjukkan keunggulan bersaing batik Jepara. Pesanan biasanya banyak datang dari instansi-instansi pemerintahan yang ada di Jepara. Instansi pemerintahan itu, mayoritas memesan batik cap. Harga batik cap bervariasi sekitar Rp. 100 sampai Rp. 200 ribu per potong. Dari uraian kondisi diatas, maka dapat dirumuskan masalah- masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing UMKM Batik di Jepara?
2. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Batik di Jepara?
3. Bagaimana pengaruh orientasi teknologi terhadap keunggulan bersaing UMKM Batik di Jepara?

4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, inovasi dan orientasi teknologi secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing UMKM Batik di Jepara?

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian pasti mempunyai tujuan tertentu, dan tujuan ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan. Adapun tujuan yang diperlukan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keunggulan bersaing UMKM Batik di Jepara.
2. Menganalisis pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM Batik di Jepara.
3. Menganalisis pengaruh orientasi teknologi terhadap keunggulan bersaing UMKM Batik di Jepara.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, inovasi dan orientasi teknologi secara bersama-sama terhadap keunggulan bersaing UMKM Batik di Jepara.

#### **1.5. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan input dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang ada hubungannya dengan keunggulan bersaing UMKM Batik di Jepara.

## 2. Kegunaan Praktis

- a. Sebagai bahan pertimbangan bagi UMKM Batik di Jepara didalam memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing perusahaan.
- b. Dengan adanya hasil penelitian ini, perusahaan diharapkan dapat segera mengatasi apabila terjadi penurunan keunggulan bersaing perusahaan.

