

Inovasi Produk dan Motif Seni Batik Pesisiran Sebagai Basis Pengembangan Industri Kreatif Dan Kampung Wisata Minat Khusus

Poerwanto¹, Zakaria Lantang Sukirno^{2*}

¹Staf Pengajar Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember, Jawa Timur 68121

²Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Al Azhar Indonesia, Jl. Sisingamangaraja, Jakarta 12110

*penulis untuk korespondensi: zakaria.ls_99@yahoo.co.uk

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk (1) membuat kebijakan model pembinaan tentang inovasi produk dan motif batik berbasis ciri-ciri yang dimiliki pada pengusaha dan pengrajin seni batik pesisir utara pantai Pulau Jawa, (2) Penguatan koordinasi asosiasi pengusaha dan pengrajin dalam membangun Sentra Industri Batik berbasis kreativitas yang dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan industri kreatif, (3) Membangun dan mengembangkan Kampung Wisata Minat Khusus berbasis seni, budaya, dan tradisi. Hasil Penelitian mendeskripsikan bahwa inovasi produk dan motif batik pesisiran khususnya di Pekalongan mempunyai kaitan dengan pertumbuhan industri kreatif sub-sektor fesyen, desain dan kerajinan serta tumbuhnya sentra-sentra industri batik dan pendukung, pusat-pusat penjualan batik yang menjadi daya tarik wisata minat khusus—wisata belanja batik. Inovasi produk dan motif batik Pesisiran khususnya di Pekalongan telah memberi peluang usaha dan perluasan kerja produktif secara signifikan. Namun, di sisi lain, pertumbuhan industri batik pesisiran membawa dampak pada pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh penggunaan bahan pewarna kimia. Hasil diskusi kelompok terarah yang terdiri dari pemangku kepentingan menghasilkan berbagai konsep pembinaan industri batik yang harus di jadikan kebijakan pembinaan pengembangan seni batik pesisiran.

Abstracts – This research was aiming for (1) Creating a constructing model policy about product innovation and batik motive based on the characteristics possessed by the entrepreneurs and the crafters of Java island north coastal area, (2) Enhancing the coordination of the entrepreneurs and the crafters association in developing a creativity based batik industrial center that enable to motivate the creative industry growth and development, (3) Developing and flourishing the art, culture, and tradition based special interest tourism village. The research result described that the north coastal product innovation and the batik motives especially at Pekalongan related with the creative industrial growth of the craft, design, and fashion subsector, the supporting batik industrial centers, batik selling centers that can be the special point of interest – batik shopping tourism. The north coastal product innovation and the batik motives especially at Pekalongan had given an enterprising opportunity and productive working opportunity significantly. But on the other side, the coastal batik industrial growth has had an impact for the environment destruction by its chemical coloring substance usage. The FGD that consisted of the stakeholders resulted various batik industrial constructing concepts that must be decided to be batik art development and construction policies.

Keywords – batik, innovation, creativity, special interest tourism

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu *karya seni* bangsa Indonesia yang sampai sekarang masih tetap eksis dan terus digunakan dan bahkan penggunaan batik terus berkembang tidak hanya sebagai kain atau sarung saja tetapi juga digunakan untuk berbagai keperluan rumah tangga yang mempunyai dampak ikutan terhadap industri lain secara luas. Industri perbatikan telah berkembang pesat yang disebabkan oleh kesadaran masyarakat untuk menggunakan batik sebagai bagian dari kehidupan di berbagai kepentingan serta pembentukan ciri-ciri bangsa Indonesia. Kini industri batik menjadi salah satu pendorong pertumbuhan perekonomian kreatif yang mampu menyerap banyak tenaga kerja dan mendorong perkembangan industri pendukung. Batik telah menjadi kehidupan bangsa Indonesia yang berskala internasional. Di Indonesia terdapat lebih dari 48.000 industri batik yang sebagian besar berskala kecil menengah dengan memperkerjakan bagi sekitar 792.285 tenaga kerja (Kompas, 6 Maret 2010)

Di Indonesia terdapat berbagai jenis atau model batik yang dilatarbelakangi oleh ciri-ciri kedaerahan seperti Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Cirebon, Madura, Tuban dan Banyuwangi. Ciri-ciri yang dimiliki oleh masing-masing daerah merupakan kekuatan dan mempunyai pasar masing-masing. Salah satu tipe batik di Indonesia yang sedang berkembang adalah apa yang disebut sebagai *Batik Pesisiran*, yaitu lokasi industri batik yang berada di pesisir pantai Utara Jawa — Pekalongan, Pati, Lasem, Tuban yang memiliki motif khas.

Seperti juga model-model batik lainnya, kini Batik Pesisiran diproduksi untuk berbagai kepentingan, tidak hanya untuk kain saja, tetapi juga untuk aksesoris rumah tangga. Selaras dengan perkembangan dunia perbatikan, para pengusaha dan pengrajin Batik Pesisiran mempunyai tantangan sekaligus peluang untuk terus berkreasi mengembangkan motif-motif terbaru untuk dapat mengantisipasi dinamika pasar batik agar Batik Pesisiran mampu bertahan dan menjadi salah satu basis penguatan perekonomian kreatif.

Proses produksi batik kini telah bergeser dari yang sifatnya teknis ke kreativitas, karena kualitas dan daya tarik batik terfokus pada motif. Motif batik

bisa pada jenis bahan yang digunakan, pola, tata warna, ciri-ciri dan atau pengembangan.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan permasalahan penelitian ini adalah: ***“Bagaimana model pengembangan inovasi produk dan motif seni batik dalam upaya mengembangkan sentra Batik Pesisiran berbasis kreativitas yang mendorong industri kreatif dan pengembangan Kampung Wisata Minat Khusus?”***

1.3 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan diadakannya penelitian tentang “Inovasi Produk dan Motif Seni Batik Pesisiran Sebagai Basis Pengembangan Industri Kreatif dan Kampung Wisata Minat Khusus” antara lain:

- a. Membuat kebijakan model pembinaan tentang inovasi produk dan motif batik berbasis ciri-ciri yang dimiliki pada pengusaha dan pengrajin seni batik di pesisir utara pantai Pulau Jawa.
- b. Membuat usulan konseptual atau strategis dalam membangun Sentra Industri Batik berbasis kreativitas yang dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan industri kreatif.
- c. Mengajukan usulan strategis untuk membangun dan mengembangkan Kampung Wisata Minat Khusus berbasis seni, budaya dan tradisi sebagai bentuk *special-interest tourism*.

II. STUDI PUSTAKA

2.1 Batik

Batik merupakan salah satu karya seni bangsa Indonesia. Sebagai salah satu kekayaan bangsa, maka seni batik perlu diberi perhatian untuk dilestarikan dan dikembangkan, karena industri perbatikan Indonesia memiliki keragaman baik motif, bahan baku, tipe, kualitas maupun pasar yang mampu memberi sumbangan pada pertumbuhan ekonomi serta tahan terhadap berbagai krisis baik ekonomi, sosial dan budaya. Pada era modernisasi kehidupan, batik sebagai salah satu karya seni tetap menjadi salah satu pilihan untuk berbagai kegiatan dan keperluan seperti pakaian, asesoris rumah tangga seperti taplak meja, sarung bantal dan spreng sampai pada hiasan.

Ditinjau dari morfologi bahasa, kata “batik” terdiri dari dua kata yang bergabung menjadi satu yaitu kata “ba” dan “tik”. Berkaitan dengan batik sebagai seni, “batik” merupakan salah satu elemen dari seni rupa untuk mengawali karya tulis. Masing-masing kata tersebut mempunyai padanan yang terdiri dari kata “bu” dengan awalan “am” dan kata “tik”, sehingga kalau digabung menjadi “ambatik” yang mempunyai arti membuat titik. Dalam pendekatan seni rupa, batik terbentuk diawali dengan titik, tersambung menjadi garis yang selanjutnya berkembang menjadi sebuah bentuk. Kusnin Asa (2000) mengatakan bahwa konsepsi semacam itu secara kebetulan hadir pada proses pembuatan batik dan selama ini kata batik tidak dipersoalkan lagi karena sudah merupakan nama baku.

Iwan Tirta (2009) mengemukakan bahwa batik adalah sebuah teknik menghias permukaan tekstil dengan cara menahan pewarna. Di Jawa, membubuhkan cairan lilin panas dilakukan dengan cara menitikannya dari sebuah alat. Dari titik dapat ditarik menjadi garis, untuk membentuk gambar-gambar dua dimensi. Pendapat lain mengatakan bahwa batik secara etimologi berasal dari kata Jawa kuno: *titi* yang berarti “dengan teliti atau cermat”, atau kata *titik* yang berarti “diberi tanda titik”. Kamus Besar Bahasa Indonesia menjelaskan salah sebuah arti kata batik adalah “kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menerakan malam pada kain itu kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu”. Jadi, lanjut Iwan Tirta secara lugas batik adalah teknik atau proses menghias permukaan kain dengan cara menahan warna. Hasilnya adalah kain batik atau istilah singkat populernya: batik.

Salah satu dari tipe batik di Indonesia adalah Batik Pesisiran yang memiliki kekhasan dalam segi bahan baku dan motif. Batik Pesisiran yang lebih banyak dipicu oleh inovasi dan kreativitas industri di Pekalongan, merupakan salah satu industri yang mampu menopang pertumbuhan perekonomian dan penyerapan tenaga kerja di banyak wilayah, karena sebagian besar bahan baku diproduksi oleh masyarakat di sekitar sentra kerajinan Batik.

Batik sebagai produk seni dan budaya bangsa Indonesia terbukti terus dicari oleh masyarakat untuk berbagai keperluan. Senyampang dengan perkembangan zaman kain batik tidak hanya digunakan untuk keperluan sandang saja, tetapi juga digunakan sebagai aksesoris rumah tangga seperti taplak meja, dekorasi ruangan, selendang, dompet dan tas. Kegunaan batik untuk berbagai

keperluan hidup manusia perlu diapresiasi oleh para pengrajin batik sebagai peluang dan tantangan. Peluang dan tantangan tersebut pasar industri batik, yang dapat direalisasikan dalam bentuk inovasi produk dan kreativitas semua insan perbatikan.

2.2 Inovasi dan Pengembangan Produk

Greg Richards dan Julie Wilson menuliskan bahwa inovasi adalah pengenalan penemuan-penemuan baru atau menyebarkan makna penemuan baru tersebut ke dalam penggunaan umum di masyarakat (Richards dan Wilson, 2007:6). Inovasi produk bukan harus datang dari pimpinan puncak saja tetapi tanggungjawab semua pihak yang terlibat dalam proses produksi. Schumpeter (1934) yang disitir de Jong dan den Hartog (2003:34) menjelaskan bahwa inovasi dipandang sebagai kreasi dan implementasi “kombinasi baru”. Inovasi mengandung arti pengembangan dan implementasi sesuatu yang baru. Hamel (2000:419-421) mengatakan bahwa strategi inovasi bukan tugas manajemen puncak saja, tetapi setiap orang bisa membantu membangun strategi inovatif. Inovasi sama dengan konsep-konsep bisnis yang sama sekali baru dan merupakan investasi. Definisi tersebut menggambarkan bahwa inovasi motif dan produk pada industri batik bukan berasal dari pengusaha, tetapi cenderung lebih banyak muncul dari pengrajin sendiri, karena pengrajin secara intens dan teknis memahami tentang motif-motif yang layak dimodifikasi. Kemungkinan lain adalah inovasi dirancang oleh desainer baik dari dalam maupun dari luar kelompok pengrajin.

2.3 Industri kreatif

Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 mendefinisikan industri kreatif sebagai: Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Industri kreatif merupakan bagian integral dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif itu sendiri adalah kesinambungan dari pergeseran era dari Era Pertanian ke Era Industrialisasi, kemudian disusul Era Informasi yang diikuti oleh banyak temuan baru dibidang teknologi serta globalisasi ekonomi, menggiring peradaban manusia ke dalam sebuah interaksi sosial yang berbasis pada tradisi. Paul Stoneman menyebutkan beberapa jenis industri kreatif antara lain:

- a. Audio-visual (film, TV, radio, media baru, dan musik)
- b. Buku dan penerbitan
- c. Warisan (museum, perpustakaan, dan lingkungan historis)
- d. *Performance*
- e. Olahraga
- f. Pariwisata
- g. Seni visual

(Stoneman, 2010 : 47)

Era pergeseran yang berkelanjutan mendorong konsentrasi industri dan ekonomi berpindah dari negara-negara barat ke negara-negara berkembang seperti Indonesia. Departemen Perdagangan RI (2008) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya terbarukan. Pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta dan kreativitas.

Studi Pemetaan Industri Kreatif, Departemen Perdagangan RI, 2007 mengidentifikasi 14 subsektor yang merupakan industri berbasis kreativitas adalah: Periklanan; Arsitektur; Pasar Barang Seni; Kerajinan; Desain; Fesyen; Video, Film dan Fotografi; Musik; Seni pertunjukkan; Penerbitan dan Percetakan; Layanan Komputer dan Piranti Lunak; Televisi dan Radio; Riset dan Pengembangan. Industri batik dapat dikategorikan sebagai industri kreatif ditinjau dari subsektor kerajinan, desain dan fesyen.

2.4 Kampung Wisata dan Wisata Minat Khusus

Istilah *Kampoeng Wisata* muncul sebagai pengembangan dari konsep *Desa Wisata* yang dipahami sebagai suatu wilayah di pedesaan yang menawarkan suasana yang mencerminkan keaslian dan keunikan kehidupan keseharian pedesaan yang mencakup sosial, ekonomi, budaya, arsitektur yang mempunyai potensi menjadi obyek wisata. *Kampoeng Wisata Minat Khusus* berbasis seni, budaya dan tradisi dapat menjadi salah satu ruang bagi berkembangnya kreativitas dan munculnya industri-industri kreatif terkait.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini adalah riset lapangan (*field research*). Riset lapangan adalah penelitian yang melibatkan pembelajaran mengenai pemahaman, pendeskripsian suatu kelompok dalam sebuah lokasi atau tempat (Neuman, 2006:381). Teknik pengambilan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi tidak berperanserta (*nonparticipant observation*). Observasi tidak berperanserta dalam penelitian ini adalah menjadi pengamat dengan partisipasi sangat minimal di lokasi produksi Batik Pesisiran, hanya mengamati dan mendokumentasikan proses pembatikan mulai dari bahan baku, teknologi dan manajemen.

3.2 Sampel Penelitian

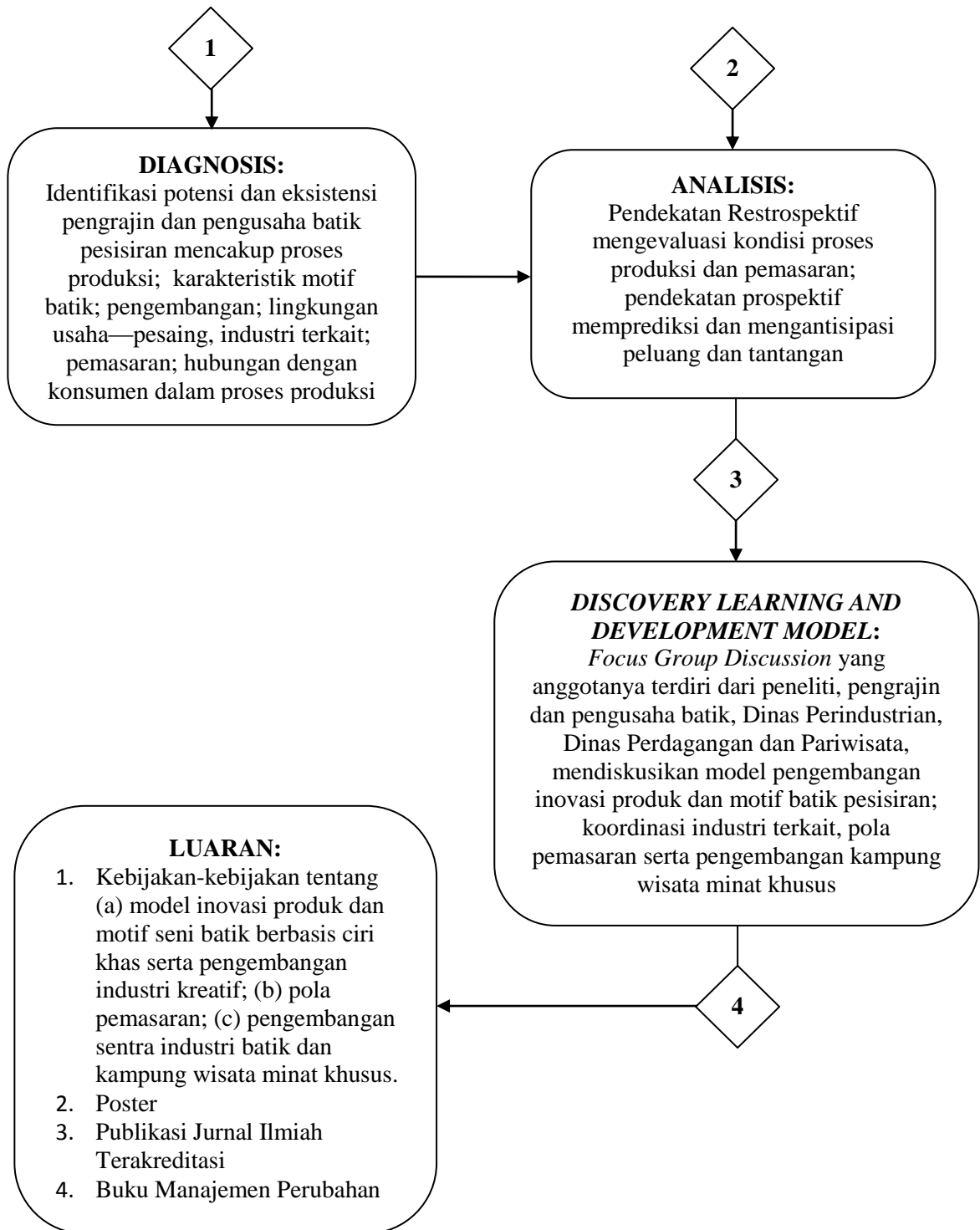
Pemilihan sampel adalah purposif, dengan teknik pemilihan informan (sampel) homogen. Sampel homogen merupakan individu-individu yang tergolong dalam subkultur atau kelompok yang sama, dan memiliki karakteristik yang sama, misalnya, para spesialis bidang tertentu atau anggota-anggota kelompok khusus (Daymon dan Holloway, 2008 : 249). Sampel atau informan homogen dalam riset ini yaitu tokoh pengrajin batik senior, dilanjutkan dengan para pengrajin, dan pengusaha batik, personal Dinas Perindustrian dan Perdagangan serta Dinas Pariwisata. Lokasi penelitian untuk dilakukannya proses wawancara dan observasi antara lain di kota Tuban, Lasem, Juwana dan Pekalongan.

3.3 Analisis.

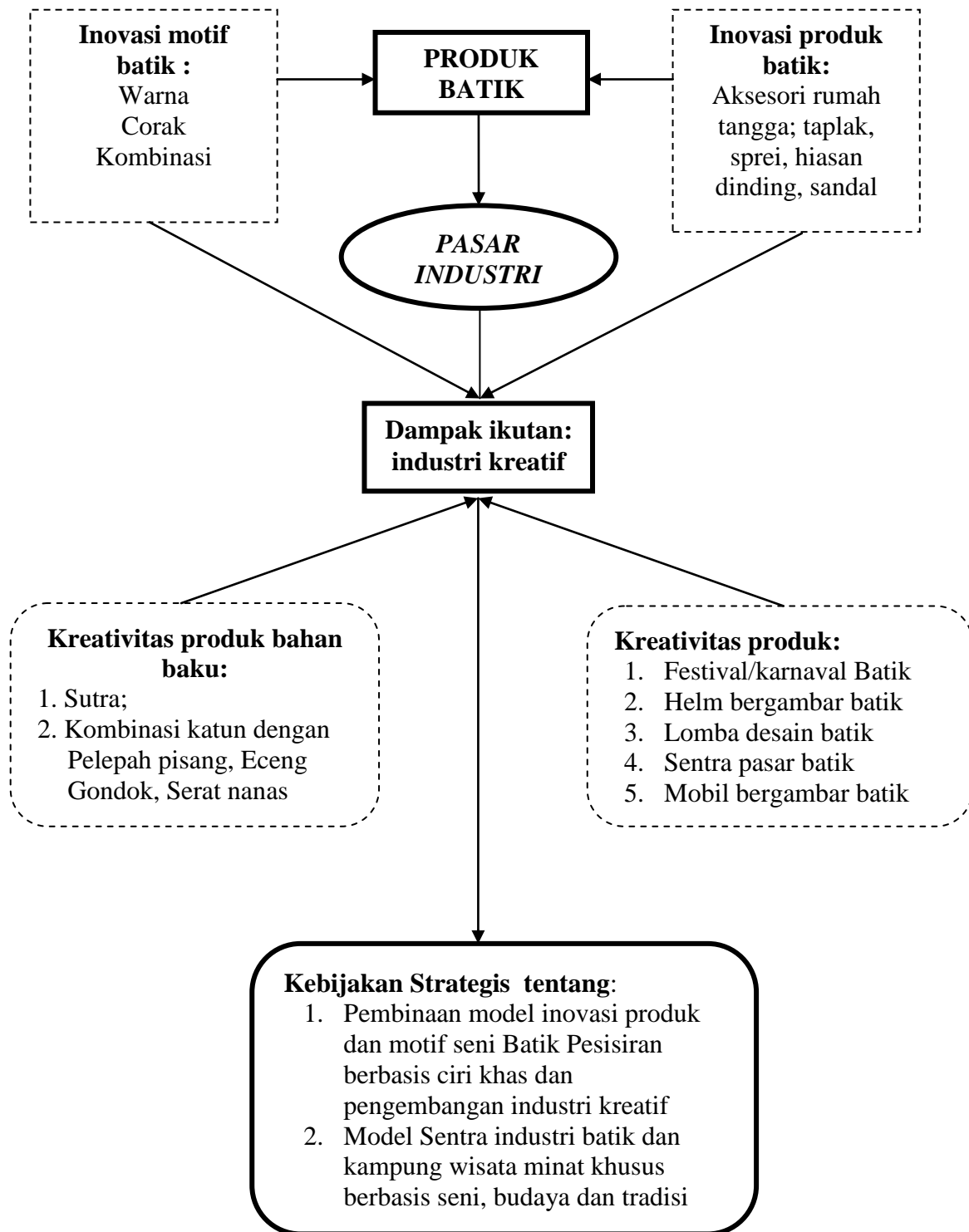
Model analisis penelitian Inovasi Produk dan Motif Batik Pesisiran Sebagai Basis Pengembangan Industri Kreatif dan Kampung Wisata Minat Khusus dapat dilihat pada gambar 1.

3.4 Peta Alur (*Roadmap*) Penelitian

Peta Alur (*Roadmap*) Penelitian dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 1. Model analisis penelitian *Inovasi Produk dan Motif Batik Pesisiran Sebagai Basis Pengembangan Industri Kreatif dan Kampung Wisata Minat Khusus*



Gambar 2. Peta Alur (Roadmap) Penelitian

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Batik, adalah suatu istilah atau sebutan yang populer dan menjadi baku sebagai nama kain yang dibuat melalui proses celup rintang dengan media perintang berupa lilin atau juga disebut malam. Istilah batik sudah ada disebut sejak puluhan abad yang ditengarai berasal dari kraton dan pada akhirnya menjadi suatu hasil kerajinan rakyat, bahkan secara ekstrim ada yang menyebut sebagai seni.

Batik, kini telah menjadi kehidupan bagi bangsa Indonesia. Batik Pesisiran merupakan salah satu dari sebutan daerah penghasil batik. Beberapa daerah penghasil batik yang berada di pesisir pantai utara Pulau Jawa diantaranya: Tuban, Lasem, Juwana, Pekalongan, dan Cirebon. Namun ditinjau dari aspek pengaruh, batik Cirebon ada yang berpendapat bukan masuk batik Pesisiran, karena banyak motif batik Cirebon dipengaruhi oleh kepentingan keraton. Sedang batik Pesisir merupakan seni kerajinan batik yang berasal dari bukan daerah *Vorstenlanden*. Seni Batik Pesisiran lebih bersifat naturalistis dan banyak menunjukkan pengaruh kuat berbagai kebudayaan baik asing maupun daerah dengan corak warna yang beraneka warna.

Studi inovasi produk dan motif seni batik Pesisiran di Tuban, Lasem, Juwana dan Pekalongan sebagai basis pengembangan industri kreatif dan Kampoeng wisata Minat Khusus menemukan bahwa di Tuban, Lasem dan Juwana inovasi produk kurang berkembang, inovasi motif tergantung dari pemilik dan pelanggan atau pasar. Rata-rata inovasi produk hanya untuk kepentingan kain, selendang, kaos, yang belum memiliki pola yang diperuntukkan khusus untuk fesyen. Sedangkan kreativitas penggunaan bahan baku dan produk belum berkembang. Hal tersebut terjadi karena aktor dan faktor penggerak yang meliputi pemilik, pelanggan, pemerintah, pekerja batik dan akademisi belum berkoordinasi dengan baik.

Di Pekalongan, industri batik telah berkembang dengan pesat. Inovasi produk dan motif berkembang secara dinamis dan mampu mendorong tumbuhnya industri kreatif sub-sektor fesyen, desain dan kerajinan serta menciptakan pusat-pusat atau kampoeng-kampoeng wisata minat khusus belanja batik secara signifikan. Inovasi motif batik yang meliputi warna dan pola berkembang terus-menerus secara dinamis dengan tujuan akhir perluasan pasar. Hal tersebut yang

menyebabkan industri batik di Pekalongan berkembang dengan pesat. Inovasi produk batik Pekalongan berlangsung secara terus-menerus yang selalu menghasilkan produk-produk baru seperti, selendang (*syal*), kerudung, kain sarung, asesori rumah tangga, korden, lukisan dinding, alas kaki, handuk, kain untuk kemeja pria berpola.

Di Pekalongan kreativitas untuk produk bahan baku batik telah berkembang dan sampai kini telah menghasilkan bahan baku seperti; Sutra Tenun (ATBM), kain berbahan baku serat nanas, serat pelepah pohon pisang, akar wangi, mori kualitas utama, dan katun tenun. Sedangkan kreativitas produk yang telah berkembang mencakup; sajadah bermotif batik, helm bergambar batik, even Pekan Batik Nasional, Lomba membatik anak-anak, Buku panduan membatik, kerajinan pendukung produk batik, cinderamata, dan industri kreatif sub-sektor fesyen, kerajinan, dan desain.

Inovasi produk dan motif serta kreativitas pada industri batik di Pekalongan bisa berkembang secara berkelanjutan dikarenakan para pemangku kepentingan atau aktor utama industri batik dapat berkoordinasi dengan baik. Aktor utama dalam model pengembangan industri kreatif oleh Etzkowitz dan Leydesdorff (1994) disebut dengan '*triple helix*' yaitu hubungan antara cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*) dan pemerintah (*government*) merupakan aktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan, dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif.

Dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 - 2015 Departemen Perdagangan RI menyatakan bahwa teori *Triple Helix* yang dipopulerkan oleh *Etzkowitz & Leydersdorff* merupakan metode pembangunan kebijakan berbasis inovasi. Teori tersebut mengungkapkan pentingnya penciptaan sinergi tiga kutub yaitu akademisi, bisnis dan pemerintah—IBG. Tujuan dari IBG adalah pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis ilmu pengetahuan, dan dari sinergi tersebut diharapkan terjadi sirkulasi ilmu pengetahuan yang berujung pada inovasi.

Faktor dominan dalam *triple helix* yang diharapkan mampu menumbuhkan kreativitas dalam masyarakat Indonesia adalah kemampuan untuk menciptakan interaksi dan komunikasi yang dinamis antara:

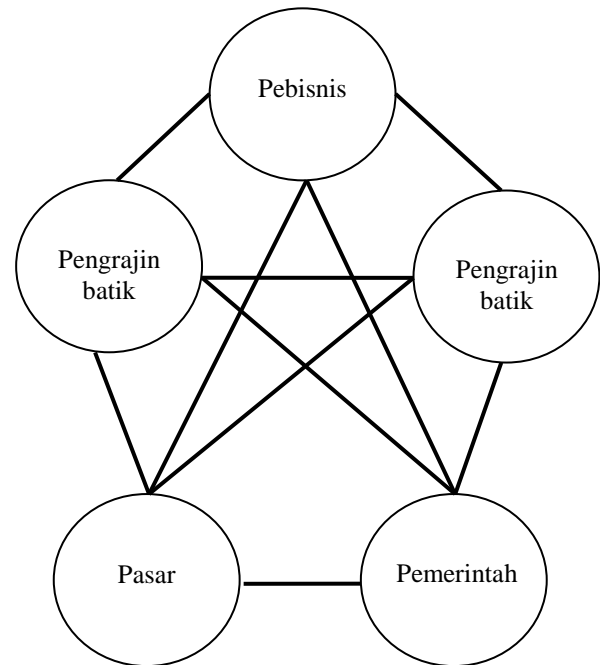
- a. Cendekiawan (*intellectuals*), berkaitan dengan aktivitas-aktivitas penciptaan (*novelty*) yang memiliki daya tawar menawar kepada pasar serta pembentukan insan kreatif.
- b. Bisnis (*business*), kaitannya dengan pertukaran ekonomi serta transformasi kreativitas menjadi nilai ekonomi
- c. Pemerintah (*government*), berkaitan dengan pemberian program intensif, kendali iklim usaha yang kondusif, arahan edukatif serta terhadap masyarakat dan dunia swast untuk mendukung pengembangan industri kreatif.

Inovasi dalam kaitan dengan industri kreatif oleh Departemen Perdagangan RI (2009) didefinisikan sebagai aktivitas eksploitasi ide-ide baru. Kreativitas adalah pensuplai ide-ide yang akan diimplementasikan oleh inovasi. Desain membantu mentransformasikan input seperti ilmu pengetahuan ilmiah atau teknologi baru menjadi produk yang berdaya guna (*usable end product*), dan mampu menjadi jembatan yang efektif bagi teknologi baru kepada pemakai.

Konsekuensi logis dari teori *triple helix* Departemen Perdagangan RI mengharapkan bahwa dalam dunia praktik IBG harus mampu bergerak melakukan sirkulasi untuk membentuk *knowledge spaces*, ruang pengetahuan dimana ketiga aktor sudah memiliki pemahaman dan pengetahuan yang setara, yang akan mengarahkan ketiga aktor ini untuk membentuk *consensus space*, ruang kesepakatan dimana ketiga aktor ini mulai membuat kesepakatan dan komitmen atas suatu hal yang akhirnya akan mengarah kepada terbentuknya *innovation spaces*, ruang inovasi yang dapat dikemas menjadi produk kreatif bernilai ekonomis.

Temuan lapang di Pekalongan - di mana tidak ditemukan di area produksi batik Tuban, Lasem, dan Juwana - sebagai pusat penelitian inovasi produk dan motif seni batik pesisiran sebagai basis industri kreatif dan kampoeng wisata minat khusus mendeskripsikan bahwa teori *triple helix* sebagai aktor utama terciptanya industri kreatif kurang relevan, karena aktor utama berkembangnya industri kreatif pada industri batik Pekalongan adalah sinergi antara (1) pebisnis dalam hal ini pemilik usaha, (2) pemerintah sebagai fasilitator, (3) intelektual dalam hal ini akademisi baik yang bekerja di perusahaan-perusahaan maupun secara independen menyumbangkan pemikiran-pemikiran akademisnya, (4) para pekerja batik utamanya pembatik senior, (5) selera pasar dalam hal ini konsumen.

Sinerjitas kelima aktor utama industri batik Pekalongan mampu menciptakan pengetahuan yang berkelanjutan tentang bagaimana memproduksi batik secara efisien, produktif dan efektif bisa diterima pasar secara luas. Sedangkan faktor penunjang dari eksistensi aktor utama adalah kondisi pasar batik, kondisi sosial-budaya kelompok masyarakat, dan sejarah perkembangan seni batik Pekalongan. Proses sinerjitas kelima aktor utama kreativitas dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Diagram Diagram sinerjitas lima aktor utama industri kreatif seni batik pesisiran

Salah satu hasil sinerjitas dari aktor utama dan faktor lingkungan dalam perkembangan seni batik di Pekalongan adalah rintisan penggunaan bahan pewarna kimiawi dalam proses produksi. Selain penggunaan pewarna kimiawi yang dinilai lebih berkualitas, juga diciptakan metode pewarnaan langsung atau yang kemudian dikenal dengan metode '*colet*' yaitu mengoleskan pewarna langsung pada bagian tertentu sesuai dengan pola yang sudah dibuat. Metode ini meniadakan beberapa tahap dalam proses pembatikan yaitu penutupan dengan malam atau lilin berulang kali yang biasanya dilakukan dalam metode pembatikan tradisional. Metode *colet* digunakan khususnya pada pola warna-warni yang menjadi ciri dari batik pesisiran khususnya Pekalongan.

Dari analisis restrospektif terhadap industri batik Pesisiran di empat lokasi yaitu Tuban, Lasem, Juwana dan Pekalongan dapat dipahami bahwa proses produksi seni batik Pesisiran secara umum mengalami perkembangan. Seni batik Pekalongan merupakan yang paling pesat pertumbuhan dan perkembangannya. Inovasi produk dan motif menjadi pendorong munculnya industri ikutan baik dalam industri pendukung dalam proses produksi maupun pemasaran. Inovasi produk dan motif pada perkembangannya menjadi basis pengembangan industri kreatif sub-sektor fesyen, desain dan kerajinan, serta pusat-pusat belanja batik dan kampoeng wisata minat khusus berbasis seni, budaya dan tradisi.

Analisis prospektif menunjukkan bahwa seni batik Pesisiran mempunyai peran dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian dengan indikator pertumbuhan pasar batik yang menyebabkan tumbuhnya usaha batik, penyerapan tenaga kerja produktif, serta munculnya industri pendukung yang berarti mendorong tumbuhnya investasi finansial secara berkaitan dan berkesinambungan. Konsekuensinya, perlu diprediksi danantisipasi terhadap peluang dan tantangan industri batik pada umumnya.

Pertumbuhan dan perkembangan industri kreatif yang membawa dampak pada perluasan kesempatan berusaha dan penyerapan tenaga kerja produktif mempunyai dampak pada lingkungan. Penggunaan bahan kimia dan bahan-bahan lain non-organik dalam proses produksi yang berorientasi pada pasar, membawa masalah pada lingkungan hidup, baik bagi pasar tenaga kerja, lingkungan fisik yang menyangkut limbah kimiawi maupun dampak perubahan sosial budaya baik secara individual maupun organisasional.

Dari analisis *discovery learning and development model* dengan Kelompok Diskusi Terarah (KDT) menghasilkan konsep-konsep pengembangan batik Pesisiran yang sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dan mendukung tercapainya Millinium Development Goals (MDG's). Untuk itu maka perlu diciptakan kebijakan-kebijakan terkoordinasi yang berkaitan dengan pembinaan model inovasi produk dan motif seni batik pesisiran yang berbasis pada kekhasan yang mampu mendorong tumbuhnya industri kreatif, model pemasaran yang ideal untuk menghindari persaingan yang saling merugikan, dan pengembangan wisata minat khusus belanja batik dan belajar membuat batik.

Dari hasil penelusuran informasi alur penelitian dapat dipahami bahwa batik Pesisiran khususnya Pekalongan mempunyai kaitan dengan aktivitas inovasi yang mendorong munculnya industri kreatif pada sub-sektor fesyen, desain dan kerajinan, yang pada kelanjutannya menciptakan kesempatan berusaha, terbukanya lapangan kerja produktif dan pertumbuhan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Peta alur inovasi produk dan motif seni batik Pesisiran sebagai pengembangan basis industri kreatif dan kampoeng wisata minat khusus dapat dilihat pada gambar 4.

4.1 Rekomendasi penelitian berbasis *discovery learning and development model*

Sebagai tindak lanjut untuk mememanajementi pertumbuhan industri perbatikan nasional yang selaras dengan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate government*) di bidang batik Pesisiran, maka secara umum diperlukan:

- a. Kebijakan strategis tentang pembinaan inovasi produk dan motif terhadap perkembangan industri batik pesisiran berbasis kekhasan yang sesuai dengan prinsip-prinsip ramah lingkungan;
- b. Kebijakan strategis tentang manajemen sumberdaya insani yang sesuai dengan hak-hak pekerja yang meliputi tempat kerja yang layak, upah yang sesuai dengan ketrampilan dan produktivitasnya;
- c. Kebijakan strategis tentang pengembangan industri kreatif yang mampu mendorong perluasan berusaha dan tenaga kerja produktif;
- d. Kebijakan strategis tentang pembinaan pola atau model pemasaran yang saling menguntungkan dan tidak bersifat destruktif;
- e. Kebijakan strategis tentang pengembangan sentra-sentra pasar batik yang memenuhi persyaratan fisik, sosial dan kultural dalam proses transaksi, dan yang mampu menciptakan kawasan wisata;
- f. Kebijakan strategis tentang pembinaan pengembangan kampoeng wisata minat khusus berbasis seni, budaya dan tradisi yang dapat mendukung berkembangnya industri batik pesisiran.

Jika disepadankan dengan konsep pengembangan ekonomi kreatif Departemen Perdagangan RI 2009 - 2015, maka model pembinaan inovasi produk dan motif seni batik Pesisiran dan pengembangan industri kreatif yang mendukung pengembangan wisata minat khusus, adalah membangun kolaborasi

antar aktor utama dan faktor utama dengan mengembangkan:

a. Komitmen pebisnis, pemerintah, akademisi, pengrajin dan konsumen berkoordinasi secara berkesinambungan dengan faktor utama pendukung industri batik, dengan membangun sinergi untuk mengembangkan industri kreatif. Komitmen tersebut meliputi keterlibatan lembaga finansial dan non finansial. Dalam hal finansial, pembiayaan program pengembangan industri kreatif dilakukan melalui: APBN, donor lokal atau asing yang tidak mengikat, *Corporate Social Responsibility* (CSR), atau alokasi dana riset (akademisi). Sedangkan secara non finansial dapat berupa pelaksanaan administrasi publik yang lebih cepat dan efisien, komitmen tenaga pendidik untuk memberikan masukan sebaik-baiknya, atau dukungan pelaku usaha untuk memberikan mentor kepada pemangku kepentingan.

b. Membentuk *knowledge space*, dengan membangun media pertukaran informasi, pengetahuan, ketrampilan, teknologi, pengalaman, preferensi dan lokasi pasar untuk menciptakan kondisi informasi yang sempurna bagi seluruh pelaku industri kreatif.

Setiap aktor utama memiliki tantangan serta peran berbeda untuk menjadi model pengembangan industri kreatif. Dengan disepadankan pada konsep kolaborasi antar aktor utama Departemen Perdagangan RI, maka model pembinaan industri kreatif khususnya sub-sektor fesyen, desain dan kerajinan dalam seni batik pesisiran serta pengembangan kampoeng wisata minat khusus, maka dibuat matriks sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1.



Gambar 4. Peta alur inovasi produk dan motif seni batik Pesisiran sebagai pengembangan basis industri kreatif dan kampoeng wisata minat

Tabel 1. Matriks Kolaborasi Aktor Utama Untuk Mengembangkan Industri Kreatif

	Masyarakat	Teknologi	Sumber daya	Lembaga finansial
Pebisnis	Bagaimana bisnis memberdayakan insan kreatif memberi kontribusi pada produk-produk inovatif baik pada seni batik dan kepariwisataan khususnya wisata minat khusus – wisata belanja dan wisata belajar batik	Bagaimana bisnis memanfaatkan dan mengembangkan teknologi untuk mendukung industri kreatif dan kepariwisataan	Bagaimana bisnis menggunakan dan menjaga sumber daya yang dibutuhkan menjadi aset pengembangan industri kreatif dan kepariwisataan	Bagaimana bisnis bekerja sama dengan lembaga keuangan sebagai salah satu sumber pengembangan industri batik dan kepariwisataan
Pemerintah	Bagaimana pemerintah memberdayakan masyarakat yang memiliki daya kreatif untuk menciptakan produk-produk baru dan kepariwisataan	Bagaimana pemerintah memberi insentif dan mendayakan teknologi dan pengetahuan menjadi produktif	Bagaimana pemerintah menjamin kecukupan yang berimbang secara berkelanjutan penggunaan sumber daya yang ada	Bagaimana pemerintah membantu memfasilitasi sumber pendanaan yang adil bagi industri kreatif dan kepariwisataan
Akademisi	Bagaimana akademisi membangun pengetahuan yang mendukung kreativitas di industri batik dan kepariwisataan	Bagaimana akademisi menghasilkan pengetahuan dan teknologi yang dapat diterapkan dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas industri kreatif	Bagaimana akademisi memberi dukungan dan informasi tentang penggunaan sumber daya yang terbarukan dalam industri kreatif	Bagaimana akademisi membentuk lembaga intermediasi keuangan yang mendorong tumbuhnya industri kreatif dan kepariwisataan
Pengrajin	Bagaimana pengrajin menyebarluaskan ide-ide dan ketrampilan yang dimiliki sebagai pengetahuan yang dapat menjadi ide baru dalam inovasi produk dan motif batik serta kepariwisataan	Bagaimana pengrajin memanfaatkan ilmu, pengetahuan dan teknologi untuk pengembangan ide, inovasi dan kreativitas dalam seni batik dan wisata minat khusus	Bagaimana pengrajin memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk menciptakan ide-ide terbarukan dalam mengelola aset yang sudah dimiliki	Bagaimana pengrajin menyumbangkan pemikiran atau ide-ide menjadi sumber inspirasi dalam pencairan pendanaan
Konsumen	Bagaimana konsumen menjadi tauladan bagi masyarakat dalam menggunakan batik sebagai sebuah kepribadian	Bagaimana konsumen memanfaatkan ilmu, pengetahuan, dan teknologi sebagai media menyebarluaskan selera dan perilaku yang berkaitan dengan batik serta wisata minat khusus	Bagaimana konsumen memanfaatkan sumber daya untuk menginspirasi inovasi dan kreativitas seni batik pesisiran dan pengembangan wisata minat khusus	Bagaimana konsumen memanfaatkan dana yang tersedia di masyarakat dapat dimanfaatkan untuk kepentingan konsumsi secara proposional

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Temuan penelitian di Tuban, Lasem dan Juwana, inovasi produk kurang berkembang, inovasi motif tergantung dari pemilik dan pelanggan atau pasar. Sedangkan kreativitas penggunaan bahan baku dan produk belum berkembang. Hal tersebut terjadi karena aktor dan faktor penggerak yang meliputi pemilik, pelanggan, pemerintah, pekerja batik dan akademisi belum berkoordinasi dengan baik.
2. Temuan penelitian di Pekalongan, inovasi produk dan motif Seni Batik Pesisiran berkembang selaras dengan pertumbuhan perekonomian nasional, perubahan sosial-budaya, daya beli masyarakat dan selera pasar. Sedangkan perluasan dan pertumbuhan pasar batik pesisiran di Pekalongan mendorong munculnya industri kreatif sub-sektor fesyen, desain dan kerajinan sebagai manifestasi dari inovasi, serta berkembangnya wisata minat khusus.
3. Industri kreatif berbasis seni batik pesisiran ditopang oleh lima faktor utama yaitu pebisnis, pembatik atau pekerja batik, pemerintah, selera pasar, dan intelektual.

5.2 Saran/Rekomendasi

5.2.1 Rekomendasi Praktis

1. Diperlukan kebijakan-kebijakan strategis yang dapat menyeimbangkan kepentingan berbagai pihak sebagai fondasi pengembangan industri batik pesisiran yang memiliki kekhasan dan pasar yang luas serta dapat menjadi basis pengembangan industri kreatif dan wisata minat khusus. Kebijakan-kebijakan strategis perlu diimplementasikan secara konsisten dan bertanggungjawab, serta dapat dievaluasi secara berkelanjutan.
2. Perlu dikembangkan dan dilaksanakannya pengembangan kampung wisata sebagai bentuk special-interest tourism (pariwisata ketertarikan khusus) untuk mengembangkan industri batik pesisiran.

5.2.2 Rekomendasi Akademis

1. Penelitian ini diharapkan mampu mendorong munculnya gagasan-gagasan dilakukannya riset oleh perguruan tinggi yang berbasis pada teori,

konsep, model, dan metodologi penelitian yang akademis untuk mampu memberikan masukan secara keilmuan bagi pengembangan batik sebagai industri dan pariwisata.

2. Penelitian ini bisa memicu dikembangkan proyek-proyek akademis oleh perguruan tinggi melestarikan dan mengembangkan industri batik sebagai wujud pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Asa, Kusnin. 2000. *Batik Pekalongan Dalam Lintasan Sejarah*. Paguyuban Pecinta Batik Pekalongan
- [2] Daymon, Christine, Immy Holloway. 2008. *Riset Kualitatif dalam Public Relations & Marketing Communications* (terj.). Yogyakarta : Bentang.
- [3] Graaf, H.J. De. 1998. *Cina Muslim di Jawa Abad XV dan XVI antara Historitas dan Mitos* (terj.). Yogyakarta : PT Riana Wacana.
- [4] Hamel, Gary. 2000. *Leading the Revolutio*. Havard Business School Press.
- [5] Harmen, C. Veldhuisen. *Batik Belanda 1840 – 1940, Pengaruh Belanda pada Batik dari Jawa, Sejarah dan Kisah-kisah di Sekitarnya*. Jakarta : PT Gaya Favorit Press.
- [6] Koko, Sundari, dan Yusmawati. 1999. *Batik Pesisir*. Direktorat Jenderal Kebudayaan, Departemen Pendidikan Nasional
- [7] Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2001, *Principles of Marketing*, Prentice Hall, Inc. New Jersey
- [8] Muhajir, Noeng. 2003. *Metodologi Penelitian Kebijakan dan Evaluation Research: Integrasi Penelitian, Kebijakan dan Perencanaan*. Yogyakarta : Rake Sarasin
- [9] Neuman, William Lawrence. 2006. *Social Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches*, 6th ed. Boston : Pearson
- [10] Poerwanto. 2006. *New Business Administration; Paradigma Pengelolaan Bisnis di Era Dunis Tanpa Batas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- [11] Read, Stanton E, 1980. *A Prime Force in the Expansion of Tourism in the Next Decade: Special Interest Travel, Tourism Marketing and Management Issues*, Hawkins, D.E, E.L and Rovelstad, J.M(eds). Washinton DC : The George Washington University
- [12] Richars, Greg, Julie Wilson. 2007. *Tourism, Creativity, and Development*. London : Routledge
- [13] Ries Al and Jack Trout. 1986. *Marketing Warfare*. New York : McGrawHill Inc.
- [14] Shani, A.B and Pasmore W.A, "Organization Inquiry: Toward a New Model of the Action Research Process", D.D Warrick (ed), 1985, *Contemporary Organization Development*:

- Current Thinking and Applications*, Glenview, IL: Scoot Foresman.
- [15] Situngkir, Hokky dan Rolan Dahlan. 2009. *Fisika Batik: Implementasi Kreatif Melalui Sifat Fraktal pada Batik secara Komputasional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- [16] -----2006. *Rona Batik Tuban, Mantap, Menawan*, Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Kabupaten Tuban Bekerja sama dengan Paguyuban Pecinta Batik Indonesia Sekarjagad.
- [17] Stoneman, Paul. 2010. *Soft Innovation: Economics, Product Aesthetics, and the Creative Industries*. Oxford : Oxford University Press
- [18] Tirta, Iwan. 2009. *Batik Sebuah Lakon*. Jakarta : Gaya Favorit Press
- [19] ----- 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- [20] ----- 2009. *Busana dan Aksesori Nusantara*. National Geographic Traveler Vol.1, No. 6, 2009, hal. 52-71.
- [21] Weiler, Betty and Hall, Colin Michael. 1992. *Special Interest Tourism*. London :Belhaven Press