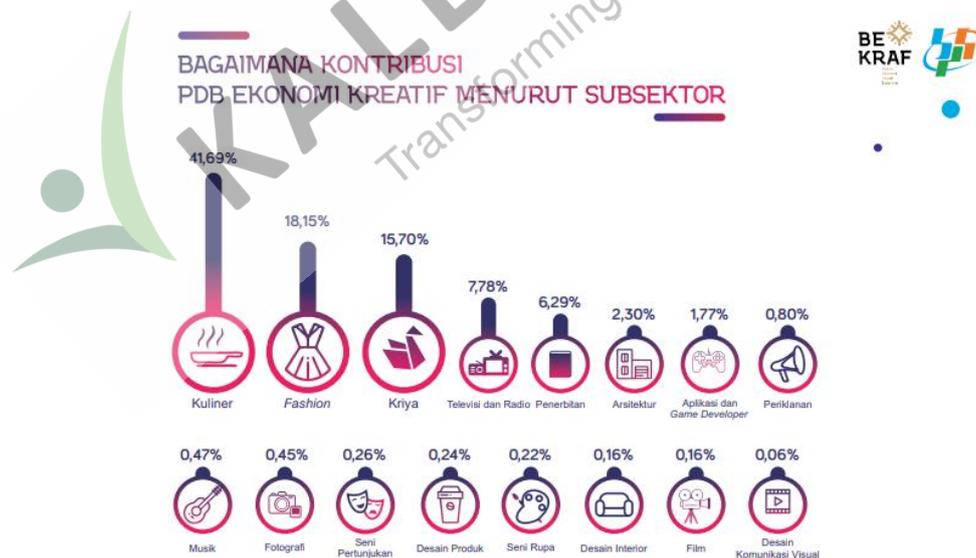


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era modern ini, pertumbuhan bisnis ekonomi kreatif semakin meningkat dan semakin beraneka ragam. Sehingga, para pebisnis dituntut untuk semakin inovatif agar mampu bersaing secara global. Ekonomi kreatif di Indonesia pun mengalami pertumbuhan pada 16 sub-sektor industri kreatif juga dalam kontribusi ekspor, termasuk fesyen. Dalam buku “Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016”, Bekraf menyatakan bahwa produk fesyen memiliki potensi ekspor terbesar yaitu sebanyak 56% dari 16 sub-sektor karena Indonesia adalah salah satu pemasok produk fesyen di dunia. Hal ini sejalan dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat akan kebutuhan fesyen yang mengarah pada pemenuhan gaya hidup. Selain itu, sejak tahun 2015 pun sub-sektor fesyen menjadi sektor urutan ke-2 yang berkontribusi paling banyak terhadap PDB Ekonomi Kreatif, yaitu sebesar 18.15% dari total Rp 852 triliun pada tahun tersebut (Bekraf, 2017).



Gambar 1. 1 Kontribusi Produk Domestik Bruto Menurut Subsektor
Sumber: Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif Tahun 2017

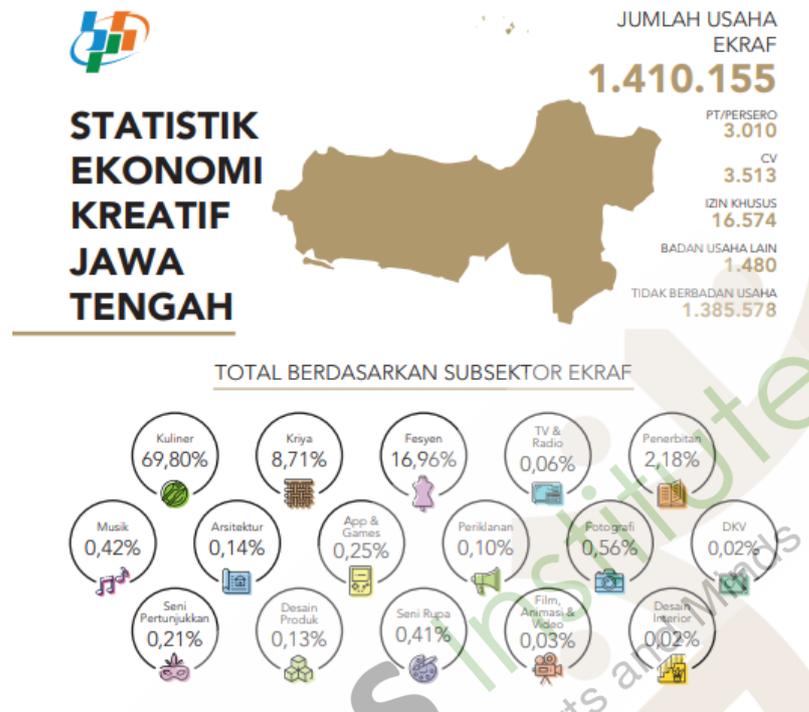


Gambar 1. 2 Produk Domestik Bruto Sektor Ekonomi Kreatif
 Sumber: Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif Tahun 2017

Bekraf juga mencatat dalam buku “*Opus Creative Economy Outlook 2019*” bahwa tahun 2016 kontribusi sub-sektor fesyen terhadap total nilai ekspor Bekraf mencapai 54.54%, dengan kontribusi PDB tertinggi ke-2 senilai Rp 166.1 triliun. Pada tahun yang sama tercatat bahwa ada 94.41% pengusaha sub-sektor fesyen yang tidak berbadan usaha (Bekraf, 2018, p. 54). Hal ini menunjukkan betapa tingginya peran sub-sektor fesyen bagi perekonomian kreatif Indonesia serta betapa tinggi minat pengusaha untuk bergerak di bidang fesyen.

Fesyen Indonesia tentunya tidak terlepas dari penggabungan seni batik yang menjadi salah satu ikon Indonesia di mata dunia. Industri batik mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Pada Oktober 2017 saja, nilai ekspor batik dan produk batik mencapai USD 51,15 juta dengan tujuan utama ke Jepang, Amerika Serikat, serta Eropa. Dilansir dari kata.co.id, Kementerian Perindustrian mencatat ekspor industri batik sepanjang semester I 2019 mencapai sekitar Rp 253 miliar. Sektor yang terdiri atas Industri Kecil dan Menengah ini telah tersebar di 101 sentra batik di Jawa Tengah, Jawa Barat, Jawa Timur, dan D.I.Yogyakarta.

Pertumbuhan industri batik ini termasuk pula sebuah batik yang telah memiliki nilai sejarah dan usianya sangat tua, yaitu batik Lasem. Lasem sendiri merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah, tepatnya di pesisir utara pulau Jawa. Pelaku bisnis industri batik Lasem ini termasuk dalam 16.96% dari 1.410.155 jumlah usaha ekonomi kreatif di Jawa Tengah, tepatnya di bidang fesyen (Bekraf, 2019, p. 31).



Gambar 1. 3 Statistik Ekonomi Kreatif Jawa Tengah
Sumber: Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif Tahun 2019

Menurut hasil penelitian Institut Pluralisme Indonesia (IPI) yang berjudul “Eksplorasi Sejarah Batik Lasem”, eksistensi industri batik Lasem dikabarkan sudah ada dan maju sejak awal abad ke-19, dengan target pasar yang berada di seluruh Pulau Jawa, Sumatera (Padang, Palembang, Jambi, Medan), Pulau Bali, Pulau Sulawesi (khususnya Manado), semenanjung Malaka, Thailand Selatan (Pattani), wilayah-wilayah Asia Timur (terutama Jepang), hingga Suriname (IPI, 2010, p. 2). Munculnya kegiatan membatik yang menjadi sumber matapencarian bagi masyarakat Lasem terutama kaum perempuan ini, ternyata memiliki sejarah yang cukup beragam. Hal ini dikarenakan adanya berbagai pengaruh budaya sejak masa kekuasaan Kerajaan Hindu - Buddha (Majapahit), Kerajaan Islam (Mataram, Pajang, Demak), pengaruh dari para pedagang Cina yang datang ke pesisir utara Pulau Jawa, serta memiliki hubungan dengan kondisi saat bangsa Belanda dan Jepang menduduki Indonesia.

Konon, pada masa Kerajaan Majapahit, Lasem bersama Juwana dan Tuban menjadi tiga pelabuhan besar sampai pada masa pendudukan Jepang. Berdasarkan survei arkeologi tahun 1970 dan 1983, daerah Caruban, Lasem ini telah menjadi tempat pemukiman penduduk pada masa Majapahit dan transisi ke masa Mataram Islam, yaitu pada abad XIV - XVII Masehi. Namun berdasarkan penemuan keramik-keramik Cina dinasti Yuan (abad XIII-XIV Masehi) dan dinasti Ming (abad XIV - XVII), daerah tersebut sudah dihuni penduduk sejak abad VII - X Masehi. Sehingga, pada masa itu pengaruh budaya Cina sudah terdapat pada masyarakat Lasem, yang menyebabkan adanya penduduk etnis Tionghoa serta aktifnya kegiatan perdagangan barang-barang buatan Cina di Lasem. Pelabuhan di Lasem tadi dipercaya pula menjadi tempat pendaratan pertama para perantau Cina di Pulau Jawa (IPI, 2010, p. 5-7). Pendatang dari Cina yang datang juga adalah armada pimpinan Laksamana Haji Cheng Ho pada zaman kekuasaan Kerajaan Majapahit. Sejarah ini ditelusuri dari kitab Negarakertama, kitab Pararaton, dan Babad Lasem dalam kitab Serat Badra Santi. Kemudian, terjadinya transisi masa kekuasaan dari Kerajaan Hindhu-Buddha ke Kerajaan Islam mempengaruhi penyebaran agama yang dianut masyarakat serta ragam kebudayaan yang menjadi bagian dari sejarah batik Lasem.

Dalam buku "Eksplorasi Sejarah Batik Lasem" dijabarkan mengenai sejarah batik Lasem sejak periode rintisan hingga masa sekarang. Sebenarnya masih belum diperoleh sumber data terpercaya tentang munculnya kain batik pertama kali. Namun melihat laporan bersumber dari Cina, pada tahun 1350 Jawa sudah memiliki dan mengekspor batik ke Asia, berhubungan dengan adanya perdagangan kapas antara Jawa dan Cina yang sudah dimulai sejak abad ke-7 (2010, p. 15). Mengingat adanya kekuasaan Kerajaan Majapahit, maka budaya batik ini diperkirakan telah dipengaruhi keberadaan kaum penguasa kerajaan. Contohnya terdapat pada motif batik kawung dan gringsing pada patung Raden Wijaya sebagai raja pertama Kerajaan Majapahit. Maka, batik dikatakan sudah digunakan oleh para bangsawan, dengan motif yang sebagian besar sama. Motif kawung dan gringsing pun terdapat pada batik Kawung Baganan yang berasal dari Desa Babagan di Lasem (IPI, 2010, p. 15-20).



Gambar 1. 4 Motif Batik Kawung dan Gringsingan
Sumber: Dokumentasi pribadi

Batik Lasem juga dipengaruhi oleh budaya Champa seperti tertulis pada Carita Lasem dalam kitab Serat Badra Santi. Diceritakan bahwa pada tahun 1413 orang-orang Champa (rombongan Bi Nang Un) yang beragama Buddha dan pandai dalam bidang kesenian (termasuk membatik) datang, kemudian istri Bi Nang Un mengajarkan seni membatik dan menari kepada para remaja putri. Ajaran membatik ini bisa dilihat dari beberapa motif batik dari Champa yang ditemukan dari hasil ekskavasi situs Caruban, yaitu: motif matahari, motif gelombang laur, motif *nyuk pitu* sebagai *isen-isen* kain batik Lasem, motif sisik (IPI, 2010, p. 22-27).



Gambar 1. 5 Motif Nyuk Pitu
Sumber: <http://batikee.blogspot.com/2011/01/28-kupu-kupu-latar-rembulan-nyuk-pitu.html>

Kemudian batik Lasem mendapat pula pengaruh budaya Cina ketika era kolonialisme Belanda, yaitu abad XVII. Saat itu banyak pendatang baru dari Cina yang disebut Cina Totok. Kaum Cina Totok ini sangat mempertahankan budaya

leluhur mereka, terlihat dari desain budaya Cina pada aneka perabot rumah tangga, arsitektur, dan pakaian. Dari sinilah batik dipengaruhi oleh desain motif khas Cina sampai sekarang (IPI, 2010, p. 29). Dalam hasil penelitian IPI (2010, p. 32), diduga bahwa awal industrialisasi secara lebih masif pada abad XIX. Budaya pakaian batik berkembang di kalangan perempuan etnis Cina di Jawa dan Sumatera yang menyebabkan tingginya permintaan batik Lasem bermotif Cina - Jawa. Motif kain batik juga ada yang diadopsi dari motif budaya kain India (bergaya *chintz* India), mengingat pengaruh budaya India sudah ada sejak masa Majapahit. Persamaan motif yang ada antara lain: motif ornamen bunga, motif pohon hayat, dan motif sulur tanaman (=motif lung-lungan pada batik Kendoro Kendiri).



Gambar 1. 6 Motif Lung-lungan

Sumber: <http://batikee.blogspot.com/2011/02/30-bledak-lung-lungan-hijau-kuning.html>

Sejak zaman dahulu, industri batik Lasem telah mengalami pasang-surut. Periode keemasan dicapai bersamaan dengan masuknya pengaruh budaya Belanda tahun 1900 sampai 1941. Pengaruh dari Belanda berupa motif-motif yang diambil dari cerita rakyat Eropa. Pengaruh desain Belanda pada batik Cirebon memacu motivasi pengusaha batik Lasem untuk menampilkan cerita sejenis dari gambaran cerita rakyat Cina. Salah satu desain batik yang menceritakan suasana kehidupan etnis Cina adalah “Arak-arakan Pengantin Tionghoa”. Hal ini dikonfirmasi oleh Bapak Rudi Siswanto selaku pemilik sentra batik Kidang Mas melalui pra-survei wawancara. Beliau mengatakan bahwa motif seperti bunga krisan dan bunga besar pada batik Tiga Negeri diambil dari pengaruh budaya Belanda, sedangkan *isen-*

isenannya Jawa. Pak Rudi juga menceritakan bahwa pada masa itu hampir 90-100% pengusaha batik pada masa itu merupakan etnis Tionghoa, belum ada dari kalangan etnis Jawa. Setelah itu, industri batik Lasem mengalami stagnasi pada tahun 1942-1945 karena Jepang menyita persediaan kain. Sehingga, masyarakat pun tidak ada yang menggunakan pakaian layak apalagi batik. Dengan kondisi sosial, ekonomi, dan politik saat itu maka desain batik Lasem dari ragam hias primordial budaya Cina-Jawa-India-Belanda tanpa pengaruh ajaran agama Islam berubah menjadi ragam hias yang lebih universal.



Gambar 1. 7 Showroom Kidang Mas di Desa Babagan, Lasem (tampak luar)
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selanjutnya pada tahun 1970-2004 menjadi periode kemerosotan industri batik. Terjadi penurunan drastis pengusaha batik dari 144 orang di tahun 1970-an menjadi hanya 18 orang pada awal 2004. Agak berbeda dengan cerita dari pemilik usaha batik Kidang Mas, diceritakan bahwa justru masa keemasan batik Kidang Mas berlangsung pada tahun 1970-an hingga awal 1980-an. Baru pada pertengahan tahun 1980-an sampai tahun tahun 2000 permintaan batiknya menurun. Kemerosotan industri batik disebabkan oleh beberapa hal, yaitu: munculnya teknologi *printing* batik dengan biaya yang jauh lebih murah, terjadinya krisis moneter yang berpuncak pada tahun 1997-1998, serta sulitnya regenerasi pengusaha dan pengrajin batik karena generasi muda keluarga yang

memilih untuk melanjutkan studi dan bekerja di kota-kota besar di luar Lasem (IPI, 2010, p. 40-41).

Industri batik Lasem baru berkembang lagi sejak pertengahan tahun 2004, melalui adanya berbagai pameran batik di Jakarta. Pemerintah Daerah Kabupaten Rembang pun membantu pengusaha batik dengan pembentukan Koperasi Batik Lasem, promosi melalui berbagai pameran, memberi bantuan peralatan dan permodalan, serta pelatihan teknis (IPI, 2010, p. 42). Keadaan ini sesuai dengan hasil prasurevei wawancara dengan Pak Rudi. Beliau menceritakan bahwa adanya pelatihan sejak tahun 2004 telah memunculkan pengrajin batik dari etnis Jawa. Sehingga, komposisi pengusaha batik Lasem pun menjadi terbalik, yang beretnis Tionghoa menjadi minoritas sedangkan lebih banyak pendatang/ pemain baru dengan etnis Jawa. Industrialisasi batik Lasem kemudian semakin meningkat sejak *United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization* (UNESCO) mengakui batik sebagai warisan budaya dunia. Berdasarkan keterangan di salah satu laman *website* resmi UNESCO yaitu ich.unesco.org/en/RL/indonesian-batik-00170, hal ini telah tercatat dalam Daftar Perwakilan dari *Intangible Cultural Heritage* (ICH) dan merupakan hasil dari *4.COM* yang diadakan di Arab Saudi pada tanggal 28 September sampai 2 Oktober 2009. Sehingga, pemerintah menetapkan 2 Oktober sebagai hari batik nasional serta mengupayakan perkembangan industri batik di Indonesia melalui berbagai kegiatan.

Peran dan bantuan dari pemerintah pun dikonfirmasi kebenarannya oleh Pak Rudi selaku pengusaha batik. Pembentukan Koperasi Batik Lasem di bawah Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM (DININDAKOP & UKM), walau dinilai hanya sebagai formalitas, tetap memberi manfaat seperti pengadaan pelatihan membatik, menjahit, serta seminar tentang kewirausahaan. Bantuan finansial juga diberikan pemerintah dalam bentuk pinjaman modal oleh Bank Negara Indonesia (BNI), sayangnya para “pemain baru” cenderung bisa memproduksi tapi kesulitan untuk menjual, padahal harus mencicil pengembalian pinjaman. Kidang Mas juga pernah menerima bantuan pemerintah berupa alat berjualan seperti lemari, namun kualitasnya tidak baik (kurang melakukan survei

terhadap kebutuhan pengusaha batik). Sangat disayangkan pula bahwa pelatihan menjahit yang diberikan dinas pemerintahan tidak ada kelanjutannya sehingga untuk produksi batik dalam bentuk baju masih sulit, ditambah lagi tren pakaian wanita di Lasem yang tidak *up-to-date*, tidak sesuai tren pakaian di daerah lainnya.

Industri batik Lasem sejak tahun 2004 hingga kini didominasi oleh pengusaha etnis Jawa sebanyak 67% pada tahun tersebut, sedangkan sisanya merupakan etnis Tionghoa. Salah satu rumah batik milik keluarga etnis Tionghoa yang masih ada bertahan sampai sekarang adalah Kidang Mas bersama beberapa rumah batik lainnya yaitu Sekar Kencana, Batik Gajah, Katrin Bee, Dua Putri, Padie Boeloe. Sedangkan untuk usaha batik yang dimiliki oleh penduduk etnis Jawa di Desa Babagan adalah Sumber Rejeki dan Sekar Mulyo. Beberapa penghasil batik tersebut merupakan produsen batik tulis Lasem yang cukup dikenal dan beberapa di antaranya tergolong produktif. Sejak tahun 2014, Kidang Mas dikelola oleh Bapak Rudi Siswanto. Beliau adalah generasi ke-5 keluarga pembatik Tjan Liong Khoen (kakek dari Pak Rudi), yang sudah terjun ke dalam industri batik Lasem kira-kira sejak tahun 1878. Pada zaman dahulu, nama batik yang dijual menggunakan nama pembuatnya, nama “Kidang Mas” baru kemudian ditentukan oleh ibu Pak Rudi namun dengan tetap membawa cap Tjan Liong Khoen.



Gambar 1. 8 Showroom Kidang Mas di Desa Babagan, Lasem
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dari hasil pra-survei wawancara dengan Bapak Rudi, didapatkan informasi mengenai karakteristik batik Lasem, termasuk batik Tiga Negeri yang berbeda dari batik lainnya. Batik ini disebut “Tiga Negeri” karena mengandung cerita akulturasi budaya. Bermula dari batik nusantara yang berwarna biru dan sog (coklat), menjadi tiga warna dengan tambahan warna merah karena pengaruh budaya Cina. Berdasarkan dari tahap pewarnaan, warna merah yang diproduksi di Lasem, warna biru yang dibuat di Pekalongan, dan warna sog (coklat) dari Solo. Warna merah pada batik Lasem sendiri disebut sebagai *abang getih pithik* atau merah darah ayam (IPI, 2010, p. 1). Teknik pembuatan batik tulis Lasem di Kidang Mas termasuk ragam warna merupakan resep keluarga secara turun temurun dan bersifat rahasia. Kidang Mas sendiri memproduksi batik satu warna, dua warna, dan batik Tiga Negeri yang berfokus pada Tiga Negeri Sekar Jagad, Tiga Negeri Sido Mukti, Tiga Negeri Kawung Baganan, dan Tiga Negeri Pasiran. Jenis-jenis batik tersebut menjadi produk yang secara rutin dibuat oleh para pembatik. Harganya pun beraneka ragam tergantung pada bahan kain, ukuran, jumlah warna, hingga tahap-tahap pembuatan yang merupakan resep keluarga. Batik dengan satu warna harganya mulai dari Rp 150.000, batik dua warna Rp 250.000, sedangkan untuk batik Tiga Negeri harganya bisa mencapai Rp 1 - 2 juta per lembarnya.



Gambar 1. 9 Batik Lasem Hasil Produksi Kidang Mas

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Batik tulis Lasem yang diproduksi oleh Kidang Mas di dalamnya memiliki motif yang beragam hasil akulturasi budaya, arti simbolik, warna khas, yang diproses berdasarkan resep keluarga secara turun-temurun. Untuk motif Cina, diambil dari flora dan fauna Cina seperti naga, burung hong, bambu, serta tambahan tulisan *chinese*. Sedangkan motif non-Cina cukup banyak yang bisa dikreasikan dalam selembur kain, beberapa di antaranya yaitu: sekar jagad, kendoro kendiri, gringsing/ gunung ringgit, watu pecah, pasiran, kawung, sido mukti, latohan, dan parang tritis. Masing-masing dari motif ini pun memiliki arti simbolis atau harapan dari pembatik yang membuatnya. Misalnya motif gunung ringgit yang bertumpuk-tumpuk artinya mendoakan si pengguna kain agar makmur (ringgit = uang) dan mendapat banyak rezeki.



Gambar 1. 10 Motif Gunung Ringgit/ Gringsingan
Sumber: Dokumentasi pribadi

Untuk mempertahankan eksistensi Kidang Mas yang sudah berusia lebih dari 100 tahun, Pak Rudi berupaya melakukan inovasi dalam meracik warna-warna kain batik hingga pengadaan pola gambar baru berdasarkan saran maupun permintaan konsumen. Sejak Kidang Mas dikelola oleh Pak Rudi, warna yang ditonjolkan oleh Kidang Mas dalam pembuatan Batik Tiga Negeri tidak hanya merah, biru dan coklat, namun menonjolkan warna kuning. Hal ini menjadi pembeda batik Kidang Mas dengan batik Lasem lainnya serta menunjukkan ciri khas batik yang tergantung pada pembatik atau pengusaha batiknya. Pemasarannya pun selain menggunakan jasa *reseller* dan distributor, Kidang Mas menjual batik melalui media sosial *facebook* dan *instagram* karena sudah ada

segmen pasarnya sendiri seperti para komunitas atau kolektor batik. Sampai pada saat ini, Pak Rudi mengaku bahwa permintaan batik Lasem di Kidang Mas sedang mengalami peningkatan dari konsumen yang mayoritas berasal dari luar kota atau luar daerah Lasem.



Gambar 1. 11 Proses produksi batik Lasem di Kidang Mas
Sumber: Dokumentasi pribadi

Berdasarkan paparan di atas beserta hasil pra-survei wawancara pada 11 dan 13 Februari 2020, dapat ditentukan bagaimana posisi Kidang Mas sebagai sebuah rumah produksi Batik Tiga Negeri di Lasem menggunakan analisis SWOT.

Tabel 1. 1 Analisis SWOT Kidang Mas

Strength	Weakness
1. Merupakan penghasil Batik Tiga Negeri keturunan etnis Tionghoa (minoritas) yang masih eksis	1. Mayoritas dari pembatik sudah berusia 50 tahun ke atas
2. Ciri khas Batik Tiga Negeri yang menonjolkan warna kuning	2. Produksi Batik Tiga Negeri memakan waktu yang lama (1 bulan)
3. Usia usaha batik sudah lebih dari 100 tahun	3. Belum bisa memasarkan produk melalui e-commerce
4. Ada regenerasi atau penerus usaha batik	4. Keterbatasan dalam melakukan diferensiasi produk (misal: tren baju perempuan dan hasil jahit lainnya)
5. Masih menerapkan resep keluarga	5. Teknologi masih sangat konvensional
6. Sudah dan masih melakukan pemasaran melalui media sosial seperti instagram dan facebook	

7. Diferensiasi produk: kain batik, boneka, kemeja batik	6. Harga produk relatif tinggi
8. Sudah memiliki segmen pasar sendiri sehingga penjualan lebih mudah	7. Resiko kegagalan produksi cukup tinggi sehingga biaya yang dikeluarkan lebih besar
9. Batik yang diproduksi sulit ditiru oleh orang dari luar Lasem	8. Mayoritas pembeli hanya berasal dari komunitas pecinta batik atau kolektor
	9. Pemilik usaha batik menerapkan sistem manajemen rangkap

Opportunity	Threat
1. Peluang bekerja sama dengan fashion designer	1. Persaingan dengan batik print yang harganya lebih murah
2. Menerima batik dengan custom design	2. Kemungkinan kalah barang fesyen dari luar negeri (impor)
3. Mengoptimalkan pemasaran digital dengan memanfaatkan fitur-fitur pada instagram dan facebook, penggunaan endorsement atau paid promote dengan public figure	3. Impor tekstil yang lebih murah
4. Mengikuti pameran-pameran batik	4. Kesulitan menyesuaikan produk dengan tren fesyen yang berubah-ubah
5. Bekerjasama atau berkolaborasi dengan institusi pendidikan (kampus & sekolah) dalam memproduksi batik	5. Perubahan tradisi penggunaan kain batik di Indonesia
6. Peluang melakukan ekspor ke luar Indonesia	

Rupanya, batik Lasem ini masih memiliki kelemahan seperti yang tertera pada tabel 1.1 (kolom *weakness*). Sedangkan untuk fenomena *gap* yang terjadi dalam usaha batik Kidang Mas dalam industri batik Lasem ditinjau dari sisi akademisi, pelaku bisnis, dan pemerintah dijabarkan dalam Tabel 1.2.

Tabel 1. 2 Fenomena Gap Industri Batik Lasem dengan Pendekatan Triple Helix

Sisi Pendekatan	Kondisi Ideal	Kondisi Saat Ini
	Institusi pendidikan seperti sekolah sejak kecil mampu melibatkan dalam pelestarian batik Lasem dengan memberi inovasi desain motif maupun warna.	Sejauh ini para generasi muda begitu lulus sekolah tidak berminat memperdalam tentang batik Lasem melainkan melanjutkan studi, bekerja, dan menetap di kota-kota besar saja.
Akademisi	Mahasiswa peneliti bisa mencontoh manfaat yang diberikan seperti mahasiswa yang meneliti kesehatan mata para pembatik Kidang Mas memberi manfaat berupa kesadaran akan kesehatan mata dengan memakai kacamata.	Sudah banyak peneliti batik Lasem dari berbagai sisi untuk menyelesaikan tugas kuliah, tapi tidak bisa memberi perubahan positif yang besar. Bahkan dari pengalaman Pak Rudi, ada mahasiswa yang datang hanya langsung minta mengisi kuisisioner untuk formalitas kebutuhan

		<i>studinya.</i>
	<i>Industri batik Lasem berpotensi diperkenalkan oleh generasi muda yang masih duduk di bangku sekolah maupun kuliah.</i>	<i>Masih banyak orang yang tidak mengetahui keberadaan Lasem di Jawa Tengah apalagi mengenai batik Lasem.</i>
	<i>Mengingat bahwa ada tahapan, keahlian khusus, lama produksi batik, resiko yang tinggi, hingga rahasia produksi batik, seharusnya tidak ada patokan harganya sebagai barang seni.</i>	<i>Pengusaha batik mau tidak mau harus mengikuti standar harga yang ditetapkan pemerintah dan membaca permintaan pasar</i>
Bisnis	<i>Dalam berbisnis, tentunya pengusaha ingin mengeluarkan sedikit biaya dan memperoleh pendapatan yang lebih banyak. Biaya bisa ditekan dengan penggunaan teknologi, dalam hal ini misalnya mesin printing batik. Hasil produksi juga lebih banyak dalam waktu yang singkat.</i>	<i>Produksi batik tulis Lasem yang masih sangat tradisional, harga jual menjadi tinggi karena dipengaruhi pula oleh biaya tenaga kerja pengrajin batik, serta memakan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan menggunakan mesin seperti pada industri tekstil.</i>
	<i>Kemajuan internet harusnya sangat membantu para pengusaha untuk memasarkan produknya. Misalnya penjualan produk melalui e-commerce.</i>	<i>Berbeda dengan industri batik, penjualan harus langsung kepada segmen yang jelas, karena akan kalah bersaing dengan harga produk-produk murah di dalam e-commerce.</i>
	<i>Sebuah bisnis akan berjalan baik bila memiliki sistem manajemen yang baik dan terbagi sesuai bidangnya (pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan).</i>	<i>Di Lasem, para pemilik usaha batik kebanyakan merangkap beberapa deskripsi pekerjaan</i>
	<i>Ada tindak lanjut dari kegiatan yang diadakan pemerintah setelah pelatihan teknis membuat batik.</i>	<i>Tidak ada tindak lanjut yang jelas pasca pelatihan teknis bagi para pembatik sehingga bantuan yang diberikan sifatnya hanya untuk formalitas</i>
	<i>Seharusnya para pengusaha dan pengrajin diberikan pengetahuan lebih dalam mengatur keuangan serta pemasaran</i>	<i>Pemerintah memberikan bantuan permodalan khususnya bagi para "pemain baru", tapi banyak dari mereka yang bisa memproduksi batik namun kesulitan menjualnya.</i>
Pemerintah	<i>Pemerintah lebih gencar melakukan promosi dan sosialisasi bila ada pameran batik Lasem terutama kepada generasi muda Indonesia.</i>	<i>Peran pemerintah telah membantu pemasaran melalui pameran-pameran batik di berbagai kota besar, namun faktanya masih banyak orang terutama generasi muda yang belum mengetahui eksistensi batik Lasem</i>
	<i>Pemerintah melakukan koordinasi dalam memfasilitasi para pengrajin batik untuk memiliki perlindungan hukum atas merek maupun desain.</i>	<i>Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual diberikan dalam bentuk hak cipta maupun hak merek untuk melindungi dan memberi pengakuan pada para pembatik. Namun sebuah kasus bagi Kidang Mas sendiri sampai tahun ini tanda</i>

hak merek terdaftar masih belum diumumkan.

Sampai saat ini nasib industri batik Lasem secara umum masih ada di ambang naik maupun turun. Alasannya adalah adanya ancaman kelestarian budaya batik Lasem melihat persaingan dengan batik *print* serta rendahnya minat generasi muda untuk menjadi pembatik maupun pengusaha batik. Padahal, keunikan dari batik Lasem ini memiliki potensi dalam meningkatkan kesadaran dan kebanggaan masyarakat Indonesia akan kebudayaan batik Lasem. Dengan memilih Kidang Mas atas rekomendasi warga setempat (Kidang Mas termasuk usaha batik keturunan Tionghoa asli yang masih aktif dan unggul) sebagai objek penelitian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Keunggulan Bersaing Kidang Mas di Lasem dengan Pendekatan *Triple Helix***”

1.2. Perumusan Masalah

1. Sumber daya apa saja yang menciptakan keunggulan bersaing Kidang Mas di Lasem ?
2. Bagaimana implementasi analisis rantai nilai Kidang Mas di Lasem ?
3. Strategi apa yang diterapkan untuk membangun keunggulan bersaing Kidang Mas di Lasem ?
4. Bagaimana analisis lima kekuatan kompetitif pada Kidang Mas di Lasem ?
5. Apa saja peran pelaku bisnis dalam membangun keunggulan bersaing industri batik Lasem ?
6. Apa saja peran pemerintah dalam membangun keunggulan bersaing industri batik Lasem ?
7. Apa saja peran akademisi dalam membangun keunggulan bersaing industri batik Lasem ?
8. Apa saja peran pelaku bisnis, pemerintah, dan akademisi secara sinergis dalam membangun keunggulan bersaing industri batik Lasem ?

1.3. Batasan Masalah

1. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *Triple Helix*, sehingga hanya mewawancarai Pak Rudi Siswanto selaku pengusaha batik Kidang Mas atau pelaku bisnis (*business*), wawancara terhadap Bapak Anjar Dwi Astono selaku dosen Kalbis Institute (*intellectuals*), dan wawancara dengan Auditor Utama Kementerian Koperasi & UKM (KEMENKOP & UKM) untuk menganalisis dari sudut pandang pihak pemerintahan (*government*).
2. Karena keterbatasan waktu dan biaya, serta agar penelitian ini menjadi lebih spesifik, maka penulis hanya fokus meneliti keunggulan bersaing Kidang Mas menggunakan analisis internal VRIO dan *chain value*, strategi generik Porter, analisis eksternal *five forces* Porter, dan penerapan model *Triple Helix*.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui sumber daya apa saja yang menciptakan keunggulan bersaing Kidang Mas di Lasem.
2. Untuk mengetahui implementasi analisis rantai nilai Kidang Mas di Lasem.
3. Untuk mengetahui strategi apa yang diterapkan untuk membangun keunggulan bersaing Kidang Mas di Lasem.
4. Untuk mengetahui analisis lima kekuatan kompetitif pada Kidang Mas di Lasem.
5. Untuk mengetahui peran pelaku bisnis dalam membangun keunggulan bersaing industri batik Lasem.
6. Untuk mengetahui peran pemerintah dalam membangun keunggulan bersaing industri batik Lasem.
7. Untuk mengetahui peran akademisi dalam membangun keunggulan bersaing industri batik Lasem.
8. Untuk mengetahui peran pelaku bisnis, pemerintah, dan akademisi secara sinergis dalam membangun keunggulan bersaing industri batik Lasem.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan ke depannya menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya yang serupa, serta menjadi sarana pengembangan ilmu manajemen di bidang kewirausahaan terkait kebudayaan batik sebagai karya seni dan bagian dari fesyen Indonesia beserta keunggulan bersaingnya.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan bagi Kidang Mas agar mampu terus menjaga dan mengembangkan keunggulan bersaing dalam usaha batik tulis Lasem yang digeluti.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini membahas mengenai latar belakang diadakannya penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

- **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Pada bab 2 diuraikan apa saja rumusan teori relevan yang mendukung tujuan penelitian, bersama penelitian terdahulu yang sejenis serta kerangka pemikiran.

- **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab 3 dijelaskan metodologi penelitian yang digunakan, yaitu dengan pendekatan kualitatif. Pada bab ini juga akan dijelaskan mengenai teknik pemilihan informan penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik keabsahan data.

- **BAB 4 PEMBAHASAN**

Bab 4 ini menjelaskan hasil penelitian yang dilakukan, yaitu analisis karakteristik Batik Tiga Negeri terhadap keunggulan bersaing Rumah Batik Kidang Mas di Lasem.

- **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab 5 berisikan kesimpulan atas analisis keunggulan bersaing Kidang Mas di Lasem, disertai implikasi manajerial, saran bagi akademisi dan pemerintah, saran untuk penelitian selanjutnya, dan keterbatasan penelitian.