

# INOVASI PRODUK BATIK PESISIRAN PADA PERUSAHAAN BATIK VIRDES DI BANYUWANGI

( Product Innovations on Coastal Batik at Batik Company Virdes in Banyuwangi )

Septyas Arum Furyana, Edy Wahyudi, Yuslinda Dwi Handini

Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember (UNEJ)

Jl. Kalimantan, Jember 68121

E-mail: septyas@yahoo.com

## Abstract

*This research was aimed to describe product innovations on coastal batik conducted by batik company Virdes in Banyuwangi. The research type was descriptive with qualitative paradigm and used snowball method in determining informants. The informants in this research were 3 company managers as key informants in relation to product innovations. Data analyses used were domain analysis and taxonomic analysis. This research described that product innovations on coastal batik at batik company Virdes in Banyuwangi applied modulation-based innovation, size-based innovation, packaging-based innovation, design-based innovation, complementary material development-based innovation and effort reduction-based innovation. The phenomenon occurred showed that the most frequent product innovation carried out by the company was design-based innovation which produced 45 coastal batik motifs of the 22 original coastal batiks Banyuwangi.*

*Keywords: product innovation, coastal batik, batik company Virdes, Banyuwangi*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perusahaan semakin menyadari bahwa salah satu kunci kesuksesan mereka dalam memasarkan produknya adalah dengan menawarkan produk yang memiliki nilai lebih jika dibandingkan produk-produk pesaing. Kondisi persaingan yang makin kompetitif, lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi, dan permintaan konsumen, menuntut perusahaan untuk mencari solusi baru dalam memformulasikan strategi perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup dan daya saing perusahaan. Pengembangan produk strategi inovasi perlu terus dikembangkan dan dilakukan. Perusahaan tanpa inovasi akan mati, sebaliknya perusahaan yang melakukan inovasi yang akan terus menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreasi, model dan penampilan produk yang baru. Pasar global tidak hanya menghasilkan persaingan yang lebih ketat tapi juga lebih tidak berpola dan kompleks dengan diwarnai perkembangan teknologi informasi yang

pesat, sebagai pasar persaingan sempurna (Ellitan & Anatan, 2009:2). Inovasi produk salah satu cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam mengembangkan bisnisnya, merupakan cara terpenting bagi perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan mencapai keunggulan kompetitif. Keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus (Ellitan & Anatan, 2009:4). Era globalisasi yang penuh dengan persaingan, kompleks dan dinamis, upaya pengembangan usaha kecil dan menengah merupakan sebuah keharusan. Keberadaan industri kecil yang semakin banyak tersebar di semua daerah perlu terus dipertahankan dan dikembangkan karena mampu memberi kesempatan peluang kerja didaerah sekaligus pemerataan pembangunan.

Tujuan utama didirikan industri kecil adalah untuk menciptakan pemerataan pendapatan masyarakat serta menumbuhkan kemampuan dan kemandirian berusaha. Industri kecil yang merupakan UMKM, salah satunya adalah industri batik yang ada di Indonesia. Industri ini dirintis dari industri rumah tangga yang kemudian berkembang menjadi industri yang dapat mengenalkan negara Indonesia ke mancanegara. UNESCO secara resmi mengakui batik

Indonesia, dengan dimasukkannya ke dalam ‘Daftar Representatif sebagai Budaya Tak-benda Warisan Manusia’ (*Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity*) pengumuman resminya di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab, pada tanggal 2 Oktober 2009. Hampir setiap wilayah di Indonesia memiliki kerajinan batik yang tersebar di berbagai sentra industri kerajinan yang bersifat rumah tangga, salah satunya adalah Kabupaten Banyuwangi merupakan kota yang mempunyai keanekaragaman budaya dan potensi wilayah yang dimiliki bisa mengembangkan pariwisata yang dijadikan peluang bisnis untuk mensejahterakan masyarakatnya, sehingga membuat Banyuwangi semakin dikenal. Batik Banyuwangi mengalami perkembangan yang cukup pesat, hal ini menunjukkan bahwa batik sebagai salah satu kebudayaan yang perlu dilestarikan dan sebagai ciri khas bangsa Indonesia. Produk batik bahkan ditetapkan sebagai salah satu produk unggulan Kabupaten Banyuwangi untuk menuju kota Batik karena batik mempunyai banyak keunikan dan tertarik pada perkembangan batik, khususnya batik pesisiran Banyuwangi walaupun batik bukan kebutuhan primer seperti makanan tapi batik termasuk kebutuhan sekunder yaitu pakaian. Baju batik biasanya dipakai pada acara formal ataupun semi formal, walau bukan untuk pakaian sehari-hari tapi ketika memakainya mempunyai *prestise* tersendiri. *Prestise* tersebut membuat orang suka memakainya, terkadang seseorang membutuhkan baju batik untuk acara tertentu. Batik bisa dipakai di semua golongan, bukan terlihat tua tapi dengan model yang *classic* bisa juga dengan model yang modern di usia remaja sehingga terlihat modis memakai batik dan semakin banyak orang memakai batik. Batik dengan model yang modern sehingga terlihat modis merupakan hasil inovasi atau perubahan batik yang semakin diminati banyak orang karena bisa memakai batik dalam acara apapun bukan hanya acara formal tapi acara yang *casual*. Hasil inovasi model baju yang modern dipadupadankan dengan motif yang unik dan menarik beranekaragam akan membuat tidak akan bosan untuk memakainya sehingga perlu adanya inovasi produk batik. Keunikan motif batik disetiap daerah berbeda-beda, hal itu menunjukkan sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi pariwisata dari keanekaragaman batik pesisiran Banyuwangi untuk menarik wisatawan dan dapat dimanfaatkan untuk peluang bisnis untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Banyuwangi. Batik khas Banyuwangi disebut juga batik Pesisiran Banyuwangi, karena wilayahnya sebagian besar adalah pesisir laut dan pembuatan batik diluar daerah keraton. Batik pesisiran berbeda dengan batik keraton, yang membedakannya adalah batik pesisiran cenderung menggunakan warna mencolok dan dengan ornamen motif laut atau flora dan fauna. Perusahaan batik Virdes merupakan salah satu industri batik yang ada di Banyuwangi, perusahaan ini memanfaatkan peluang bisnis dengan memproduksi batik pesisiran Banyuwangi sebagai produk utama yang diharapkan mampu bersaing dengan industri batik lain yang ada di Banyuwangi maupun diluar daerah Banyuwangi. Hasil observasi dan fenomena yang terjadi pada perusahaan batik Virdes yang didukung teori Kotler & Bes (2004) untuk pendukung

penelitian, yaitu inovasi produk terdapat enam dimensi yang terkait, yaitu inovasi berbasis modulasi, inovasi berbasis kemasan, inovasi berbasis ukuran, inovasi berbasis desain, inovasi pengembangan bahan komplementer dan inovasi pengurangan upaya. Inovasi produk digunakan oleh perusahaan batik Virdes karena dianggap penting dan menjadi kebutuhan perusahaan agar pelanggan tetap tertarik pada produk perusahaan dan mampu bersaing dengan produk lain, selain itu juga menjadi motivasi untuk memanfaatkan peluang bisnis sebagai produksi batik khas Banyuwangi.

Batik pesisiran Banyuwangi sudah mulai dilirik oleh para wisatawan walaupun belum termasuk dalam lima kota yang industri batiknya terbesar di Indonesia yaitu beberapa kota menjadi tempat terbaik di Indonesia, yaitu Yogyakarta, Solo, Pekalongan, Cirebon dan Madura (<http://id.wikipedia.org/wiki/batik>). Perbedaan batik pesisiran dengan batik keraton dilihat dari tempat pembuatan dan pencampuran warnanya. Batik pesisiran dibuat diluar keraton atau daerah pesisir, pencampuran warna lebih menarik yang menggunakan warna-warna terang dan menyolok sehingga terkesan lebih berani, sedangkan batik keraton pembuatannya berada didaerah keraton dan warnanya lebih lembut dan natural, seperti hitam putih, coklat dan lainnya.

Data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pertambangan (Disperindagtm) Kabupaten Banyuwangi 2012 masih banyak pengrajin batik yang tersebar di hampir seluruh wilayah kecamatan Banyuwangi. Perusahaan batik Virdes merupakan jenis industri kerajinan batik dan garmen terbesar di Banyuwangi, terlihat dari kapasitas produksinya yang mencapai 6000 m/bulan.

Tabel 1.1 Perusahaan Batik di Banyuwangi

Nama Perusahaan	Pemilik	Lokasi	Kapasitas Produksi	Pasar
Batik Virdes	Moch. Suyadi	Ds. Tampo Cluring	6000 m/bulan	Lokal Regional Export
Batik Sayu Wiwit	Fonny M	Jln. Sidopekso Temenggungan	4000 m/bulan	Lokal Regional
Batik Sritanjung	Musfandi	Tarakan Banyuwangi	3000 m/bulan	Lokal Regional
Batik Karya Nyata	Amanto	Rogojampi	2000 m/bulan	Lokal Regional
Batik Widya Karya	Widodo	Rogojampi	2000 m/bulan	Lokal Regional
Batik Srikandi	Ibu Buhani	Kabat	2000 m/bulan	Lokal
Batik Pringgo Kusumo	Ibu Deasy	Kabat	2000 m/bulan	Lokal
Batik Seblang	Umi Sukasih	Jl. Agus Salim, Mojopanggung	2000 m/bulan	Lokal

Batik Godho	Firman Sauqi	Perum. Permata Giri	2000 m/bulan	Lokal
Batik Gondho Arum	Susiyati	Pakistaji, Kabat	2000 m/bulan	Lokal
Batik Tatsaka	Eddy S.	Benculuk, Cluring	2000 m/bulan	Lokal

Sumber : Disperindagtam Banyuwangi, 2012

Motif batiknya berdasarkan pakem dari batik pesisiran Banyuwangi, salah satunya yang paling terkenal yaitu motif Gajah Uling. Kurang lebihnya ada 22 motif asli batik pesisiran Banyuwangi. Produk batik perusahaan batik Virdes telah diakui Batik Indonesia BMI 15 2081 yang diberikan oleh Balai Besar Kerajinan dan Batik di Yogyakarta, menunjukkan bahwa eksistensi dari kualitas produk kain batik pada perusahaan batik Virdes yang sudah teruji SNI (standart nasional Indonesia)

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang terjadi adalah bagaimana inovasi produk batik pesisiran pada perusahaan batik Virdes di Banyuwangi?

### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi produk batik pesisiran pada perusahaan batik Virdes di Banyuwangi.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Inovasi Produk

Menurut Drucker (1996:33) inovasi adalah tindakan yang memberi sumber daya kekuatan dan kemampuan baru untuk menciptakan kesejahteraan. Inovasi bermula dari lahirnya gagasan-gagasan baru. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:337) produk adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya. Tjiptono (2002:95) produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli. Inovasi produk menunjukkan pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau dikembangkan yang berhasil di pemasaran. Menurut Kotler & Bes (2004:31), pendekatan-pendekatan utama mengenai pengembangan produk baru yang didasarkan pada asumsi pasar tetap, yaitu :

### Inovasi berbasis modulasi

Inovasi berbasis modulasi melibatkan perubahan suatu karakteristik dasar dari produk atau jasa, dengan menaikkan atau menurunkan karakteristik tersebut. Kita secara umum mengacu kepada karakteristik-karakteristik fungsional atau fisik.

### Inovasi Berbasis Ukuran

Inovasi berbasis ukuran adalah peluncuran produk baru ke pasar tanpa mengubah apa pun kecuali volumenya. Kebijakan ini memiliki keunggulan yaitu memungkinkan peningkatan jumlah konsumsi atau jumlah momen pemakaian. Inovasi berbasis ukuran baik karena menumbuhkan pasar dengan memfasilitasi konversi konsumen potensial menjadi konsumen aktual.

### Inovasi Berbasis Kemasan

Cara sebuah produk dikemas dapat mengubah persepsi konsumen mengenai manfaat, fungsi, atau alasan konsumsi dari produk atau jasa.

### Inovasi Berbasis Desain

Inovasi berbasis desain adalah inovasi dimana produk, container, atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, tetapi desain atau tampilannya dimodifikasi. Inovasi berbasis desain memperluas target pasar untuk produk atau jasa tertentu dengan memikat pembeli yang menyukai gaya dan positioning yang berbeda.

### Inovasi Berbasis Pengembangan Bahan Komplementer

Inovasi berbasis komplementer melibatkan penambahan bahan-bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk atau jasa dasar.

### Inovasi Berbasis Pengurangan Upaya

Inovasi berbasis pengurangan upaya tidak mengubah produk atau jasa, tetapi menaikkan ukuran dari pasar. Inovasi semacam ini menaikkan nilai dengan menurunkan penyebut, bukan menaikkan pembilang.

## METODE PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka tipe penelitian yang digunakan adalah tipe penelitian deskriptif dengan paradigma kualitatif. Pada tahap persiapan terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan peneliti untuk mempersiapkan diri dalam melaksanakan penelitian, yaitu sebagai berikut:

- Studi Kepustakaan
- Penentuan Lokasi Penelitian
- Observasi Pendahuluan
- Penentuan informan

Penelitian ini menentukan informan menggunakan *snowball* yang dilakukan karena jumlah sumber data yang awalnya sedikit belum mampu memberikan informasi yang memuaskan, sehingga peneliti menambah jumlah informan sesuai dengan kebutuhan penelitian. *Key informan* yang digunakan peneliti diharapkan mampu memberikan informasi dan mendukung penelitian yang dianggap sebagai kunci sebuah informasi yang dibutuhkan peneliti untuk mengetahui suatu kebenaran, adapun *key informan* dalam penelitian ini adalah pemilik perusahaan batik, divisi produksi dan divisi pemasaran perusahaan batik Virdes.

Membandingkan penelitian yang sekarang dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan Aryo Utama dengan judul "Inovasi Motif Batik Pada Rumah Batik Rolla

Jember” menunjukkan hasil inovasi produk menciptakan produk yang beranekaragam. Penelitian terdahulu sama-sama menggunakan paradigma Deskripsi dan observasi, wawancara mendalam, dokumentasi sebagai pengumpulan data.

## HASIL PENELITIAN

Perusahaan batik Virdes berdiri pada tanggal 3 November 1986 yang didirikan oleh Bapak Moch. Suyadi. Perusahaan batik Virdes adalah perusahaan swasta dengan jenis usaha industri kerajinan batik dan garmen. Produk batik terdiri dari batik tulis dan batik cap yang mempunyai ciri khas batik pesisiran Banyuwangi. Tempat produksi berada di rumahnya sendiri yaitu di Jl. Doktren Baitus Salam Simbar Tampo RT 01/II Cluring Banyuwangi, selain itu ada galeri *shop* tempat untuk menjual hasil produksi kain batik yaitu di Jln. Ikan Gurita No 52, Karangrejo Banyuwangi, dengan ijin usaha No 510/918/429.310 SIUP.M/2006 dan No Merk Agno D00-02-00041 yang sudah dipatenkan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Tempat produksi yang dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang mendukung produksi dan memilih perusahaan berencana akan membuat museum batik yang akan menjadi tempat arsip dari kumpulan motif batik pesisiran, hal ini sebagai upaya pelestarian batik pesisiran Banyuwangi. Perusahaan batik Virdes juga mendapatkan penghargaan dari Batik Mark Indonesia sebagai merk batik yang diakui oleh Indonesia. Batik Mark Indonesia merupakan tanda label yang diberikan Balai Besar Kerajinan dan Batik yaitu BBKB di Yogyakarta Kemenperin R.I. dengan Hak Cipta Nomor 034100, tanggal 5 Juni 2007, setelah pengusaha batik mengirimkan uji sampel kain batiknya. Sampel kain batik itu diteliti melalui proses pengujian di laboratorium uji dan lolos tes Standar Nasional Indonesia (SNI). Perusahaan dikelola berdasarkan struktur perusahaan yang terdiri dari owner, direktur, manajer, divisi produksi, divisi pemasaran, divisi pewarnaan, dan divisi desain yang mempunyai tugas dan tanggungjawab masing-masing. Perkembangan perusahaan dipengaruhi oleh internal dan eksternal perusahaan. Internal perusahaan berupa sumber daya perusahaan yang dimiliki perusahaan untuk produksi kain batik, berupa tenaga kerja, peralatan dan bahan baku yang digunakan. Eksternal perusahaan berupa peran kondisi masyarakat, kondisi pesaing dan pemerintah yang mendorong perusahaan semakin berkembang. Produksi batik secara umum hampir sama, yang membedakan adalah teknik pembuatannya yaitu perusahaan menggunakan bahan baku pilihan yang terbaik dan peralatan yang memenuhi standart kinerja sehingga membuat produk batik perusahaan ini berkualitas. Ciri khas perusahaan ini juga melakukan perombakan warna yang berani dan mencolok sehingga banyak konsumen yang menyukai produk ini.

Konsep inovasi produk yang digunakan oleh perusahaan dikarenakan tingkat persaingan yang tinggi menjadi pemicu pelaku usaha untuk terus mengadaptasi sumber-sumber inovasi. Jalan atau alur berpikir yang dilakukan oleh pelaku usaha didasarkan dari individualistisnya sendiri, dan konsumen tidak terlibat secara langsung, sehingga ini relevan dengan pernyataan dari Fontana (2011) bahwa salah satu prinsip inovasi adalah harus mengadaptasi pengetahuan dan sumber-sumber inovasi

itu dengan usahanya sendiri sehingga tidak satupun perusahaan yang memiliki keterampilan, pengetahuan dan sumberdaya yang cukup untuk melakukan proses inovasi. Menurut Drucker (2002) mengatakan bahwa ada tujuh sumber dasar dari inovasi, tapi yang paling penting sumber inovasi muncul pada diri pelaku usaha. Proses inovasi dari perusahaan akan lebih mengarah pada proses penciptaan suatu produk baru daripada meneruskan atau melanjutkan produk yang sudah ada. Goswami dan Mathew dalam Fontana (2005) mendefinisikan inovasi dalam beberapa aspek, salah satunya berbicara tentang proses penciptaan produk baru, aspek pergeseran teknologi, paradigma, keterampilan dan struktur pasar. Aspek tersebut yang mempengaruhi strategi perusahaan agar produknya mampu bersaing dipangsa pasar. Berdasarkan fenomena yang terjadi selama penelitian dalam pendekatan Kotler dan Bes (2004) mampu mendukung inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan batik Virdes.

Hasilnya menunjukkan bahwa inovasi berbasis modulasi dengan cara menaikkan atau menurunkan karakteristik dasar produk, yaitu perubahan bentuk. Fenomena yang terjadi pada perubahan bentuk yang semula berupa kain batik kemudian menjadi baju batik yang siap pakai, sebenarnya bisa saja kain batik dibuat dalam bentuk lain seperti taplak meja, tirai, seprai dan lain lain. Perusahaan hanya fokus pada produksi kain batik karena membutuhkan proses yang lama. Pemesanan baju batik siap pakai dilakukan dengan memilih kain batik yang akan digunakan kemudian melakukan pengukuran badan dan penentuan model baju agar sesuai yang diinginkan pelanggan.

Inovasi berbasis ukuran yang dilakukan perusahaan dengan cara meluncurkan produk baru kepasar tanpa mengubah apapun kecuali ukuran kain. Kebijakan ini memiliki pengaruh pada peningkatan atau penurunan panjang kain. Perusahaan memproduksi sebuah kain batik yang dalam bentuk potongan per meter ataupun gulungan kain yang menghasilkan ukuran kain yang berbeda, yaitu semula ukuran dasar kain berupa gulungan kain mori berwarna putih 210 m- 600 m menjadi kain batik berukuran 2.25 m per potong.

Kemasan merupakan pendukung bentuk luar suatu produk yang membuat penambahan nilai produk tersebut. Penambahan nilai pada produk disesuaikan dengan jenis produk, misalnya pada produk batik yang berupa kain maka kemasan berupa pembungkus kain sebagai tempat yang mempermudah pelanggan membawanya ketempat tujuan. Penambahan nilai tersebut membuat produk lebih praktis ketika sudah diterima pelanggan Inovasi berbasis kemasan yang dilakukan perusahaan berupa kemasan yang sederhana hanya sebagai tempat kain batik yang dibeli pelanggan. Perusahaan tidak membuat kemasan yang khusus atau yang beranekaragam karena perusahaan hanya fokus pada produksinya saja. Kemasan produk bermerk Virdes berupa tas kecil untuk kain batik dalam jumlah sedikit dan kemasan kardus untuk kain batik dalam jumlah banyak.

Inovasi berbasis desain adalah inovasi dimana produk atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, tetapi desain atau tampilannya dimodifikasi. Inovasi berbasis desain memperluas target pasar untuk produk atau dengan memikat

pelembi yang menyukai hasil inovasi produk Inovasi produk berbasis desain yang dilakukan perusahaan berupa penciptaan motif batik pesisiran Banyuwangi, sudah 45 motif yang sudah dipatenkan akan menambah keanekaragaman batik pesisiran yang lebih kreatif dan inovatif dari 22 motif asli batik pesisiran Banyuwangi tapi ada juga yang belum beberapa motif yang sudah diinovasi yang belum dipatenkan. Motif tercipta karena adanya ide kreatif dari pencipta motif yang diwujudkan dalam kain batik yang setiap motif mempunyai arti sendiri.

Inovasi berbasis komplemen melibatkan penambahan bahan-bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk dasar. Produk dasar batik yang mendapatkan penambahan bahan komplementer berupa penambahan pada bahan dasar yang digunakan selama produksi Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer yang digunakan perusahaan berupa bahan baku Pemilihan bahan baku kain batik berupa kain mori sebagai kain dasar batik berwarna putih dalam bentuk gulungan panjang yang di ambil dari Solo, sedangkan pewarna, malam ataupun campuran bahan pembuat kain batik diambil dari Bali dengan kualitas yang bagus agar selama produksi menghasilkan produk yang berkualitas.

Inovasi berbasis pengurangan upaya merupakan usaha perusahaan memotong arus distribusi produk, sehingga konsumen mudah dalam mendapatkan produk tersebut. Perusahaan batik Virdes melakukan inovasi berbasis pengurangan upaya dalam produksinya dengan melihat faktor lain yang bisa membantu distribusi produk. Faktor lain tersebut bisa berupa menyediakan sarana dan prasarana yang membantu produk untuk dikenal masyarakat dan mudah didapat oleh pelanggan. Inovasi berbasis pengurangan upaya yang dilakukan perusahaan berupa Penyediaan dua galeri, yaitu galeri *art* yang berada pada tempat produksi dilengkapi dengan fasilitas yang memadai dan galeri *shop* yang berada di pusat kota Banyuwangi, hal itu bertujuan agar pelanggan mudah mendapatkan produk. Berdasarkan analisis tersebut yang paling dominan dilakukan perusahaan dalam produksi kain batik adalah inovasi desain, sedangkan aspek selain inovasi desain, seperti inovasi modulasi, inovasi kemasan, inovasi ukuran, inovasi pengembangan bahan komplementer, dan inovasi pengurangan upaya merupakan aspek pendukung yang dilakukan perusahaan untuk proses produksi dalam mengembangkan usahanya. Inovasi desain dilakukan dengan penciptaan motif baru pada kain batik dan hal tersebut mempengaruhi semakin besarnya kapasitas produksi perusahaan. Motif yang sudah tersentuh inovasi produk lebih beranekaragam dan mampu mempertahankan loyalitas pelanggan yang akan berdampak pada keuntungan yang akan diperoleh perusahaan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Hasil riset yang dilakukan peneliti berdasarkan fenomena pada perusahaan batik Virdes di Banyuwangi maka teori yang cocok dengan kondisi lapangan dan mendukung penelitian menunjukkan bahwa perusahaan melakukan inovasi produk terdiri dari inovasi modulasi

berupa perubahan bentuk kain menjadi bentuk lain seperti baju, inovasi kemasan pada pembungkus kain batik agar lebih mudah membawanya, inovasi desain berupa penciptaan motif baru yang beranekaragam, inovasi ukuran pada jenis panjang potongan kain dalam ukuran meter, inovasi pengembangan bahan komplementer berupa pemakaian bahan baku selama produksi dan peralatan serta inovasi pengurangan upaya berupa penyediaan galeri dan fasilitas agar pelanggan lebih mudah mendapatkan produk. Produk tercipta karena adanya kebutuhan, keinginan, dan permintaan dari pelanggan jadi pendekatan-pendekatan pengembangan produk juga berdampak pada pemasaran. Hal ini terlihat dari pemesanan batik yang tidak pernah sepi dari pelanggan sehingga menunjukkan eksistensi produk dalam pemasaran yang mampu bersaing dengan produk lain.

Inovasi produk berdasarkan hasil riset dan fenomena yang terjadi yang paling dominan adalah inovasi desain, penciptaan produk baru berupa motif batik berawal dari ide dan kreativitas yang tidak lepas dari pakem batik pesisiran Banyuwangi. Ide tersebut kemudian dikembangkan menjadi motif yang beranekaragam, setiap motif mempunyai makna yang berbeda beda dan pencipta motif yang memberikan makna motif tersebut. Perusahaan batik Virdes menghasilkan 45 motif batik dari inovasi 22 motif asli batik pesisiran Banyuwangi sebagai pakem dari produknya, salah satu motif batik pesisiran yang paling digandrungi masyarakat Banyuwangi adalah Gajah Uling.

### Saran

Saran dari peneliti setelah melakukan riset di perusahaan batik Virdes adalah:

- Penetapan nama motif yang sudah dikembangkan oleh perusahaan batik Virdes agar dipatenkan hal ini bertujuan agar konsumen dapat mengenali dan mengetahui apa saja nama motif yang telah dikembangkan atau yang telah diciptakan oleh perusahaan.
- Membuat kemasan yang unik serta menarik sebagai tempat kain batik yang bertuliskan merk Virdes, mewujudkan perencanaan pembangunan museum batik pesisiran Banyuwangi dan menambah keanekaragaman motif batik pesisiran Banyuwangi yang lebih kreatif dan inovatif.

### Daftar Pustaka

- [1] Drucker, Peter., F. 1996. *Inovasi dan Kewirausahaan : Praktek dan Dasar-dasar*. Jakarta : Penerbit Erlangga
- [2] Ellitan, Lena& Anatan, Lina. 2009. *Manajemen Inovasi*. Bandung: Alfabeta
- [3] Fontana, Avanti.2011. *Inovate We Can!*. Jakarta: PT. Gramedia
- [4] Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- [5] Kotler & Bes. 2004. *Lateral Marketing*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- [6] Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*, edisi 11. Yogyakarta: Andi

- [7] Universitas Jember. 2010. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Jember University Press
- [8] Aryo Utama, Ramadhan. 2012. 'Inovasi Motif Batik Pada Rumah Batik Rolla Jember'. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember
- [9] Setiawan, Ridwan. 2012. *Batik Indonesia diakui Dunia*. <http://id.wikipedia.org/wiki/batik>. [27 Februari 2013]

