

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Laweyan merupakan sentra industri batik yang mempunyai keunikan sehingga menjadi ciri khas tersendiri dan telah menjadi obyek wisata sejak tahun 2004-2011. Luas wilayahnya sekitar 24,8 hektar. Sebagian besar masyarakat bermata pencaharian di bidang industri batik. Agustus 2001, jumlah penduduk di Kelurahan Laweyan ±2632 jiwa. Industri batiknya ±91 industri dan ±200 orang menjadi buruh di industri batik tersebut. Menurut Soedarmono (2006), pengusaha batik di Laweyan muncul pada awal abad 20. Hal ini diakibatkan ditemukannya alat pembatik cap menggantikan canting. Industri batik Laweyan mengalami fase modernisasi. Sejarah ekonomi Laweyan terus menerus berkembang antara tahun 1910 sampai tahun 1930. Produksi batik saat itu 85% berada di tangan saudagar Laweyan. Sejak saat itu, produksi dan perdagangan batik semakin berkembang sehingga menempati urutan pertama dalam pertumbuhan ekonomi lokal Laweyan. Tahun 1950an, ratusan orang menjadi pengusaha batik. Setelah zaman penjajahan Belanda, industri batik tradisional baru berkembang. Lalu mencapai puncak kejayaan pada tahun 1960an.

Setelah mencapai kejayaan, para pengusaha tidak mempunyai perkembangan tetapi banyak diantara mereka yang bangkrut atau gulung tikar. Menurut Santoso (2008), hal ini disebabkan oleh: a) Tidak adanya

proses regenerasi. Artinya banyak pengusaha batik yang tidak mempersiapkan anak-anaknya untuk meneruskan usaha batik dengan baik. Banyak pengusaha batik yang beralih profesi menjadi birokrat atau pegawai negeri. Bagi anak pengusaha batik menjadi pegawai negeri atau bahkan birokrat lebih membanggakan dan bergengsi. b) Belum adanya sistem manajemen perusahaan yang baik. c) Kurang adanya inovasi atau kreatifitas dalam hal menciptakan model atau motif baru sebagai antisipasi munculnya batik printing dan sablon. d) Kurangnya dukungan dari kegiatan promosi yang ada. Batik merupakan hasil karya seni tradisional yang banyak ditekuni masyarakat Laweyan dari dulu hingga sekarang, hal itulah mengapa Laweyan disebut sebagai kampung batik dan mencapai kejayaan di era 1970an. Pada tahun 1970an ini, hampir setiap rumah di Laweyan menjadi usaha batik rumahan (*home industry*).

Adanya perkembangan teknologi merubah keadaan Laweyan. Munculnya alat cetak batik yang lebih efisien, cepat, dan murah menggeser keberadaan perajin batik tradisional yang terkesan mahal. Sebelum adanya klaim batik dari Malaysia dan adanya Forum Pengembangan Batik Laweyan tahun 2004, masyarakat banyak yang belum memahami batik. Mereka tidak peduli dengan warisan budaya yang sangat penting dijaga kelestariannya itu. Masyarakat juga lebih memilih batik yang murah tanpa memperhatikan kualitas yang ada. Selain itu, masyarakat banyak yang tidak mengetahui keberadaan pengusaha batik karena lingkungan Laweyan yang berada di

perkampungan. Sulitnya menyadarkan masyarakat tentang pentingnya budaya juga menjadi hambatan.

Siswanti (2007) menjelaskan industri kecil dan menengah dalam kegiatan usahanya tidak lepas dari masalah-masalah yang dihadapi, antara lain masalah persaingan modal, pemasaran, pengadaan bahan baku, sumber daya manusia. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri batik di kampoeng batik laweyan Solo dapat dilihat dari aspek manajemen keuangan dan permodalan, sumber daya manusia, produksi dan pemasaran. Dalam sebuah usaha, hal-hal tersebut di atas memang sangat menunjang kesuksesan. Apalagi, pemasaran merupakan jiwa dari sebuah usaha yang berkaitan dengan penekanan produk, segmen pasar, dan gaya hidup konsumen. Promosi juga berperan penting dalam hal ini untuk memberikan informasi mengenai usaha yang dilakukan.

Adanya masalah-masalah tersebut di atas sangat memungkinkan bahwa pengusaha batik tidak akan berkembang dan bahkan gulung tikar. Buktinya tahun 1960an batik juga sempat mati suri. Menurut Sulaiman, mati surinya batik dikarenakan kekosongan generasi penerus usaha batik dan pembatasan penggunaan batik. Kemudian sekitar tahun 1970an, batik kembali berjaya karena munculnya inovasi dari para pengusaha. Akan tetapi, diantara pengusaha yang gulung tikar masih ada juga yang bertahan hingga saat ini (tahun 2011) bahkan usahanya bisa berkembang pesat di tengah masalah yang mendera. Pengusaha batik sangat optimis, dengan keyakinan bahwa mereka mampu menangani setiap masalah yang muncul dan keberaniannya dalam

mengambil resiko. Keberanian pengusaha dalam berinovasi ditunjukkan dengan munculnya berbagai macam motif atau desain yang dibuat dengan mempunyai ciri khas tersendiri. Padahal berbagai motif tersebut dapat dijiplak oleh pengusaha lain. Apalagi dengan adanya pasar global yang mengakibatkan masuknya batik China ke pasar lokal dengan harga terjangkau. Adanya berbagai macam karakter dan kalangan masyarakat akan mempengaruhi industri lokal, terutama industri batik di Laweyan yang menawarkan harga mahal dan lokasi pemasarannya yang hanya akan ditemui di Kampung Batik Laweyan dan tidak dipasarkan baik di pasar tradisional maupun modern. tidak seperti batik lain yang banyak dijumpai di pasar tradisional, modern, serta toko-toko pakaian. Walaupun begitu, batik Laweyan tetap mempertahankan kualitas mereka bahkan omsetnya semakin lama semakin meningkat.

Siswanti (2007) juga menuliskan bahwa omset pengusaha batik saat ini adalah Rp 10 juta-Rp 15 juta per bulan bahkan ada yang sampai puluhan milyar per tahun. Perkembangan pengusaha batik begitu pesat. Hal ini ditunjang dengan adanya penetapan batik oleh UNESCO pada 2 Oktober 2009 sebagai warisan budaya yang berakibat pencaanangan hari batik, terbentuknya Forum Pengembangan Kampong Batik Laweyan (FPKBL) sejak tahun 2004, munculnya pameran yang menarik masyarakat seperti Solo Batik Carnival yang diadakan setiap tahun, dan ditetapkannya Laweyan sebagai Kampong Batik.

Saat ini, masyarakat sudah banyak yang memahami batik sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan. Banyak diantara mereka yang memakai batik bukan hanya sebagai pakaian kuno yang dikenakan pada acara-acara tertentu saja melainkan juga dalam keseharian. Bahkan batik sudah sampai ke manca negara dan telah banyak dipakai oleh perancang busana sebagai trend mode. Banyak pengusaha batik bermunculan di Laweyan karena mereka bisa melihat potensi yang ada. Marketing FPKBL Arif Budiman, mengatakan di tahun 2010 terdapat 67 pengusaha. 20 diantaranya adalah memproduksi dan menjual batik, 6 hanya memproduksi, 7 konveksi, 11 konveksi dan menjual, dan sisanya atau yang 23 hanya menjual saja.

Sangat menakjubkan bahwa dengan keyakinan pengusaha untuk menangani segala situasi yang ada membuahkan keberhasilan. Mereka mampu membuat situasi yang tidak mungkin menjadi mungkin sehingga mampu perlahan-lahan mengembalikan kejayaan batik. Masyarakat juga sudah jeli dengan produk batik. Permintaan batik saat ini semakin meningkat. Keberhasilan pengusaha batik tidak terlepas dari keberhasilan mereka dalam memasarkan produk yang dimiliki. Upaya yang dilakukan pemerintah dan FPKBL juga sebagai sarana untuk meningkatkan usaha batik.

Maka bagaimana cara pengusaha melalui permasalahan yang ada dan menangani situasi yang tidak bisa diperkirakan secara pasti sehingga mencapai keberhasilan menjadi ketertarikan penulis untuk mengetahuinya.

Dari hal tersebut di atas dapat dirumuskan “bagaimana dinamika pengambilan resiko pemasaran pada pengusaha batik di Laweyan?”

B. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai melalui penelitian ini adalah mengetahui informasi yang lebih mendalam mengenai dinamika pengambilan resiko pemasaran pada pengusaha batik di Laweyan.

C. Manfaat Penelitian

1. Bagi Wiraswasta atau Pengusaha

Dapat memberikan masukan kepada wiraswasta untuk dapat meningkatkan karakteristik, ketrampilan, serta minatnya dalam bidang industri. Khususnya tentang pengambilan resiko pada pengusaha batik di Laweyan.

2. Bagi Peneliti

Sebagai bahan pengetahuan untuk meningkatkan minat serta usahanya dalam melakukan suatu kegiatan serta sebagai tolak ukur untuk dapat melakukan penelitian selanjutnya tentang pengambilan resiko pada pengusaha batik di Laweyan.