

PROSES INOVASI PADA KLASTER KAMPOENG BATIK LAWEYAN
KOTA SURAKARTA

THE PROCESS OF INNOVATION IN CLUSTERS KAMPOENG BATIK LAWEYAN
SURAKARTA CITY

Ridho Maruli S¹ dan Muhammad Mukti Ali²

¹Mahasiswa Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

²Dosen Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro

email : redo.ulie16@gmail.com

Abstrak: Pelaku usaha di Klaster Kampoeng Batik Laweyan menerapkan inovasi sebagai solusi dari permasalahan yang ada. Inovasi-inovasi ini diterapkan pada rantai nilai produksi (pada input, proses, output dan pemasaran). Sumber inovasi berasal dari pelaku usaha dalam klaster, permintaan pasar atau konsumen, dan pihak akedemisi. Pelopor utama pada klaster ini adalah Alpha Fabela, Bambang Slamento dan Saud Efendi. Motivasi utama mereka melakukan inovasi untuk meneruskan industri batik yang sudah menjadi warisan budaya turun temurun sedangkan motivasi utama pengikut melakukan inovasi adalah keuntungan ekonomi. Proses adopsi inovasi-inovasi ini mengalami beberapa tahapan, yaitu: kesadaran, ketertarikan, percobaan, evaluasi dan pengangkatan. Sedangkan difusi inovasi terjadi melalui saluran komunikasi FPKBL dan interaksi sosial pelaku usaha. Inovasi-inovasi ini berhasil meningkatkan daya saing produk batik Laweyan, terlihat dari wilayah pemasarannya yang tidak hanya di dalam negeri tetapi sampai ke luar negeri.

Kata Kunci : Batik, Inovasi, Klaster.

Abstract: The Businessmen of Kampoeng Laweyan apply innovation as a solution to existing problems. These innovations applied to the value chain of production (the input, process, output and marketing). The source of these innovation comes from businessmen in the cluster, or consumer demand, and the academics. The main pioneers in this cluster are Alpha Fabela, Bambang Slamento and Saud Efendi. Their main motivation is to continue the batik industry which has become a cultural heritage from generation to generation while the primary motivation of followers is the economic benefits. The process of adoption of these innovations have several stages, namely: awareness, interest, evaluation, trial, and adoption. Diffusion of innovation occurs through the channels of communication Forum Pengembangan Klaster Batik Laweyan (FPKBL) and social interactions of the businessmen. These innovations succeeded in improving product competitiveness of Laweyan batik, visible from the area of marketing that is not only domestically but up to overseas.

Keywords: Batik, Innovation, Cluster.

PENDAHULUAN

Inovasi merupakan suatu proses yang heterogen yang mencakup aliran atau mobilisasi sumberdaya internal dan eksternal yang melibatkan tiga aspek penting yaitu: aktor-aktor, sumberdaya dan aktivitasnya (Oerleman at al, 2001). Interaksi masing-

masing aktor akan mempengaruhi inovasi tersebut. Penciptaan inovasi akan meningkatkan produktivitas klaster sehingga produk klaster tersebut dapat bersaing dipasaran lokal maupun pasar global. Keadaan ini akan meningkatkan aliran produk dari klaster dan meningkatkan pendapatan

pengusaha di dalam klaster. Jadi, keberadaan inovasi ini menjadi sangat penting karena inovasi ini memberikan banyak keuntungan bagi klaster dan juga bagi pengusaha

Klaster Kampoeng Batik Laweyan merupakan klaster yang berada di Kecamatan Laweyan, Kota Surakarta. Industri batik di kawasan ini telah berkembang sejak tahun 1546 sehingga memiliki sejarah yang cukup panjang. Pada tahun 2004, tepatnya pada tanggal 25 September melalui SK Walikota Surakarta, dibentuk panitia untuk pembentukan klaster batik di kawasan industri batik di kelurahan Laweyan. Hal ini dilatarbelakangi oleh kesadaran dari masyarakat, para pengusaha batik yang ada di kampung laweyan, pemerintah dan beberapa pihak lain untuk membangkitkan kembali Kampoeng Laweyan.

Klaster Batik Laweyan yang juga dikenal dengan Kampoeng Batik Laweyan ini telah ikut memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal di Kota Surakarta selama bertahun-tahun. Keberadaan Klaster Kampoeng Batik Laweyan ini juga telah menarik banyak perhatian masyarakat baik dari dalam maupun luar negeri karena nilai kultural dan historikalnya.

Perumusan Masalah

Munculnya batik printing dan batik impor di pasaran lokal maupun nasional menjadi tantangan terhadap eksistensi batik Laweyan. Apalagi harga batik printing dan batik impor tersebut lebih murah dibandingkan harga batik Laweyan sehingga keadaan ini semakin memojokkan para pengusaha batik di Klaster Kampoeng Batik Laweyan. Selain itu, kelangkaan bahan baku batik juga menjadi tantangan yang besar bagi para pengusaha batik. Hal ini menuntut kreatifitas dari para pengusaha batik agar dapat terus melakukan produksi. Kreatifitas ini terwujud dalam inovasi yang ada di dalam Klaster Kampoeng Batik Laweyan.

Inovasi ini menjadi sangat penting karena dapat meningkatkan keunggulan daya saing, produktifitas, memperluas wilayah pemasaran dan meningkatkan keuntungan pelaku usaha pada Klaster Kampoeng Batik

Laweyan. Beberapa inovasi yang dikembangkan di dalam klaster ini antara lain: inovasi bahan baku, inovasi pemasaran, inovasi pewarnaan dan inovasi penggunaan teknologi. Pengusaha-pengusaha batik Laweyan telah melakukan kerjasama dengan pemerintah dan pihak akedemisi untuk mengembangkan inovasi-inovasi tersebut. Berdasarkan uraian di atas muncullah pertanyaan penting yang juga merupakan Research Question dari penelitian ini, yaitu: "Bagaimanakah proses inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan?"

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengacu pada teori-teori yang sudah ada serta variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif yang diperoleh melalui survei primer (wawancara, observasi dan instansional) dan survei sekunder berupa kajian dokumen. Data-data ini selanjutnya akan dianalisis dengan teknik analisis diskriptif kualitatif.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data primer melalui observasi lapangan dan wawancara, serta teknik pengumpulan sekunder melalui kajian dokumen.

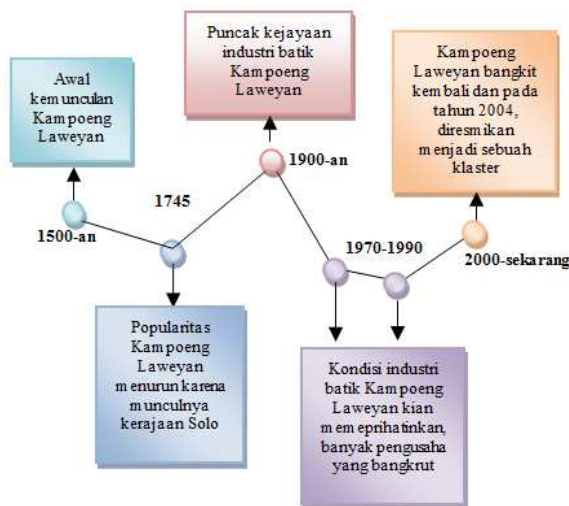
Perkembangan Kampoeng Laweyan Berdasarkan Sejarahnya

Kampoeng Batik Laweyan berkembang menjadi sebuah klaster setelah mengalami beberapa proses yang panjang. Kampoeng Batik Laweyan ini pernah mengalami masa kejayaan dan pernah pula mengalami kemerosotan. Kampoeng Laweyan termasuk kedalam kawasan heritage Kota Surakarta karena mempunyai nilai historikal yang ikut memberi pengaruh terhadap perkembangan Kota Surakarta sampai saat ini. Keberadaan Kampoeng Batik Laweyan ini sudah sangat dikenal masyarakat sejak jaman dulu. Kampoeng Laweyan ini sudah ada sejak tahun 1.500 pada masa pemerintahan Kerajaan Pajang dan merupakan pusat perdagangan

kerajaan dengan batik sebagai produk utamanya.

Kampoeng Batik Laweyan mengalami puncak kejayaan pada abad 20-an. Saat itu industri batik berkembang sangat pesat dan melahirkan saudagar-saudagar batik yang kekayaannya melebihi kaum bangsawan keraton. Pada era tahun 1970-an setelah batik printing mulai muncul di pasaran, Kampoeng Batik Laweyan mulai mengalami kemerosotan. Masyarakat beralih ke batik printing karena harganya yang lebih murah. Banyak pengusaha batik yang memilih untuk berhenti memproduksi batik karena tidak dapat bersaing dengan batik printing. Sampai pada tahun 1990-an, hanya tinggal beberapa pelaku usaha saja yang masih bertahan.

Pada tahun 2004, tepatnya pada tanggal 25 September melalui SK Walikota Surakarta, dibentuk panitia untuk pembentukan klaster batik di kawasan industri batik di Kelurahan Laweyan. Hal ini dilatarbelakangi oleh kesadaran dari masyarakat, para pengusaha batik yang ada di Kampoeng Laweyan, pemerintah dan beberapa pihak lain untuk membangkitkan kembali kampung Laweyan.



Sumber: Analisis Penyusun 2013

Gambar 1
Kronologis Perkembangan Kampoeng Batik Laweyan

Rantai Nilai pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan

Aktivitas pada inti usaha terdiri dari faktor-faktor internal yang terdiri dari input (bahan baku dan tenaga kerja), proses produksi, output dan pemasaran. Faktor-faktor internal ini akan memberi gambaran tentang inti usaha Klaster Kampoeng Batik Laweyan ini. Faktor-faktor internal tersebut akan dijelaskan satu-persatu.

a. Input Produksi. Bahan baku dalam pembuatan batik adalah kain mori, bahan pewarna, malam atau lilin. Masing-masing bahan baku ini mempunyai harga yang berbeda-beda tergantung jenis dan kualitasnya. Bahan baku lainnya adalah bahan pewarna yang terdiri dari dua jenis, yaitu pewarna alami dan pewarna tekstil. Para pelaku usaha biasanya membeli bahan-bahan baku ini secara individu sesuai dengan kebutuhan usaha mereka masing-masing. Kebanyakan pelaku usaha memperoleh bahan baku kain dari sekitar Kota Solo bahkan dan Kampoeng Laweyan

b. Proses Produksi. Proses produksi biasanya dilakukan di pekarangan atau ruangan khusus yang menyatu dengan rumah pelaku usaha yang bersangkutan. Ada juga beberapa pelaku usaha yang melakukan proses produksi di pekarangan atau bangunan tersendiri yang terpisah dari rumahnya tetapi masih dalam klaster. Lamanya proses produksi batik tergantung cara membatik yang digunakan. Batik tulis memerlukan waktu yang paling lama, sekitar 3-4 minggu tergantung tingkat kesulitan motif. Sedangkan untuk batik cap bisa dikerjakan dalam waktu 1-3 hari dan batik printing memerlukan waktu yang kurang dari satu hari.

c. Output. Kain batik yang dihasilkan dari proses produksi diolah menjadi keluaran atau output yang variatif, seperti: sarung, baju, hem, rok, selendang, spre, sarung bantal, dll. Produk-produk ini disesuaikan dengan permintaan pasar yang dinamis sehingga dapat menarik hati konsumen. Produk-produk batik ini dijual dengan harga yang variatif tergantung jenis produknya, bahan, cara pengerjaan dan motifnya. Harga produk-produk ini berkisar antara Rp.30.000-

Rp.2.000.000. Beberapa pelaku usaha memanfaatkan kain sisa/perca batik menjadi produk yang bernilai jual, seperti: gantungan kunci, sandal, tas, dompet, taplak meja, dll. Produk dari kain sisa ini banyak dibeli konsumen karena keunikannya dan harganya yang terjangkau. Harganya berkisar antar Rp.10.000-Rp.80.000, sehingga dapat dijangkau oleh konsumen dari segala golongan.

d. Pemasaran produk-produk batik yang sudah jadi dilakukan dengan berbagai cara, seperti menjualnya langsung ke konsumen sesuai dengan pesanan, menjualnya ke pedagang besar, dititipkan ke pedagang, menjualnya di pasar Klewer atau pasar Setono dan dipajang di showroom yang ada di Kelurahan Laweyan maupun yang ada di daerah-daerah lain. Wilayah pemasaran produk batik Laweyan ini juga sudah samapai ke luar negeri.

Proses Inovasi pada Kampoeng Batik Laweyan

Cikal-bakal munculnya inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan dilatarbelakangi oleh kesadaran beberapa pelaku usaha untuk mempertahankan usaha batik yang sudah menjadi warisan budaya masyarakat Laweyan. Selama 30 tahun sejak tahun 1970, kegiatan membatik di Kampoeng Laweyan nyaris sudah tidak ada lagi. Kemunculan batik printing dipasaran menjadi penyebab kemerosotan usaha batik di Kampoeng Laweyan.

Pada tahun 2000, toko batik Mahkota Laweyan yang diambil ahli oleh Ir. Alpha Fabela mulai beroperasi kembali. Alpha tertarik untuk mengembangkan kembali industri batik Kampoeng Laweyan karena melihat batik sebagai warisan budaya dan sejarah yang harus dipelihara. Alpha kemudian menghimpun pelaku usaha lain dan masyarakat Laweyan untuk bersama-sama menghidupkan kembali Kampoeng Laweyan.

Berkembangnya Klaster Kampoeng Batik Laweyan ini tidak terlepas dari inovasi-inovasi yang dilakukan pelaku usaha. Berikut akan dijelaskan inovasi-inovasi tersebut.

Inovasi Pada Input Produksi

Inovasi pada input produksi meliputi inovasi penggunaan kain santun sebagai pengganti kain mori, penggunaan bahan bakar alternatif dan penggunaan bahan bakar alami. Inovasi pada input produksi ini dilatarbelakangi semakin langkah dan mahalannya harga bahan baku di pasaran. Sehingga pelaku usaha dituntut berpikir kreatif untuk menemukan solusinya agar usaha mereka tetap berjalan. Berikut penjelasan masing-masing inovasi pada input produksi.

a. Penggunaan Kain Santun Sebagai Pengganti Kain Mori. Bahan baku kain yang biasa digunakan pelaku usaha di Kampoeng Laweyan untuk memproduksi batik adalah kain mori. Pada awal tahun 1990-an, harga kain mori ini melonjak drastis sehingga semakin memperparah keberadaan usaha batik di Kampoeng Laweyan. Mahalnya harga kain mori mengakibatkan beberapa pelaku usaha berhenti memproduksi batik. Beberapa tahun belakangan ini harganya juga kembali naik, biasanya dijual berkisar Rp.7.000-Rp.8.000 per meter sekarang meningkat menjadi Rp.8.500-Rp.10.000 per meter.

Bambang Slamento (pemilik toko batik Merak Manis) mendapatkan ide untuk mengganti kain mori menjadi kain santun Ide ini didapatnya dari pengamatan terhadap pelaku usaha batik di Pekalongan. Kain santun ini harganya sekitar Rp.6.500-Rp.7.500 per meter sehingga lebih murah 20-25% per 100 meternya dibandingkan kain mori.

b. Inovasi Penggunaan Bahan Bakar Gas dan Etanol. Awalnya proses pencairan lilin dilakukan dengan menggunakan bahan bakar minyak tanah. Namun setelah minyak tanah langkah dipasaran dan harganya yang mahal, proses pencairan lilin beralih menggunakan bahan bakar yang lebih murah, yaitu: gas dan bio-etanol. Penggunaan bahan bakar gas pada Kampoeng Batik Laweyan ini dipelopori oleh Alpha Fabela, pemilik toko batik Mahkota Laweyan. Langkah ini diambil sebagai respon terhadap semakin langkah dan mahalannya harga minyak tanah dipasaran. Saat ini, bahan bakar gas ini mudah di dapat dipasaran karena adanya program dari pemerintah untuk

mengkonversi minyak tanah ke gas. Selain itu, penggunaan kompor dengan bahan bakar gas ini juga dapat menghemat biaya untuk bahan bakar sekitar Rp.1.000-3.000 per kompor per hari tergantung banyaknya malam yang dicairkan.

c. Inovasi Penggunaan Pewarna Alami.

Inovasi pewarna alami dilatarbelakangi oleh keinginan pelopor, bapak H. Saud Effendi untuk menghasilkan warna baru yang lebih variatif dan juga ramah lingkungan. Kemudian pelopor melakukan percobaan dengan mengekstrak daun-daunan untuk menghasilkan warna baru. Hasil ekstraksi daun-daunan tersebut selanjutnya dijadikan bahan pewarna pada usaha batiknya. Batik yang menggunakan pewarna alami ini mempunyai warna yang khas, terkesan seperti warna gradasi. Hal ini yang menjadi daya tarik bagi konsumen batik. Ide ini selanjutnya dituangkan pelopor ke anggota FPKBL lain, lalu dilakukan pelatihan pembuatan pewarna alami di tingkat anggota FPKBL.

Akan tetapi beberapa pelaku usaha masih enggan beralih menggunakan pewarna alami karena proses pengerjaannya lebih rumit dan membutuhkan waktu yang lebih lama daripada menggunakan pewarna tekstil. Padahal mereka dituntut untuk menghasilkan produk dengan cepat sehingga pelaku usaha lebih memilih menggunakan pewarna tekstil/kimia.

Inovasi penggunaan Teknologi pada Proses Produksi

Seiring dengan perkembangan teknologi, proses produksi dapat dipermudah dan dipercepat sehingga dapat menghasilkan produk lebih banyak dengan waktu yang singkat. Penggunaan teknologi mesin produksi pada Kampoeng Batik Laweyan di pelopori oleh Bapak. H. Bambang Slamento. Inovasi penggunaan mesin produksi (mesin pengancing, mesin pewarna) ini dilakukannya pada tahun 1993. Akan tetapi tidak semua pelaku usaha dalam klaster ini menggunakan mesin produksi (pengancing, pewarna) dan memproduksi batik printing. Hal ini dikarenakan keterbatasan modal dalam

pembelian mesin produksi dan alat printing yang mahal.

Untuk proses pembatikan, beberapa pelaku usaha sudah menggunakan teknologi canting elektrik untuk mempermudah dan menghemat biaya produksi. Canting elektrik ini banyak dijual dipasaran dengan harga yang terjangkau. Penggunaan canting elektrik ini lebih hemat (bahan bakar dan lilin) karena lilin/malam langsung di panaskan pada canting dengan menggunakan energi listrik. Penghematan lilin dapat mencapai 10-15 % dari total lilin yang digunakan pada proses pencantingan.

Inovasi Pada Output

Produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha di Klaster Kampoeng Batik Laweyan sangat beragam, mulai dari pakaian, selendang, seprei dan juga pernak-pernik. Produk-produk ini merupakan hasil pengembangan inovasi yang dilakukan pelaku usaha untuk menciptakan produk yang unik dan menarik. Para pelaku usaha berusaha untuk selalu konsisten dalam menciptakan produk baru. Beberapa pelaku usaha menjelaskan bahwa penciptaan produk baru dapat dilakukan dengan memodifikasi produk yang sudah ada, seperti menciptakan model pakaian sendiri dengan memodifikasi model-model pakaian yang sedang ngetrend. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri bagi para pembeli karena produk klaster ini yang update/sesuai dengan trend yang ada dan setiap pelaku usaha punya ciri khas tersendiri dalam hal motif ataupun model pakainnya.

a. Inovasi Variasi Produk-produk batik.

Seiring perkembangan jaman, variasi produk batik semakin bertambah. Hal ini dikarenakan konsumen tidak hanya tertarik pada pakaian batik tetapi produk-produk lain yang menggunakan bahan kain batik. Melihat keadaan ini, pelaku usaha di klaster kampoeng Laweyan juga ikut melakukan inovasi variasi produk-produk batik agar dapat bersaing di pasaran. Salah satu pelaku usaha yang menjadi pelopor penciptaan varisasi-variasi produk batik di Kampoeng Laweyan adalah Bapak Bambang Slamento. Usaha batiknya tidak hanya menciptakan pakaian dengan

desain modern tetapi juga menciptakan produk baru seperti, selendang, seprei, sarung, dll.

b. Inovasi Motif Batik dan Desain Pakaian.

Sebelum tahun 1990-an, produk-produk yang dihasilkan pelaku usaha masih berupa pakaian batik dengan desain dan motif yang tradisional. Hal ini sudah menjadi kebiasaan turun-temurun pelaku usaha yang ada di Kampoeng Batik Laweyan karena produk mereka pernah sangat diminati konsumen. Akan tetapi, seiring perkembangan jaman produk-produk mereka tidak lagi diminati karena terkesan kuno atau “jadul” dan kalah bersaing dengan produk batik lain yang lebih modern.

Beberapa pelaku usaha, seperti H. Bambang Slamento dan Alpha Fabela mengembangkan ide untuk membuat inovasi motif batik yang lebih variatif dan desain pakaian yang fashionable/trend. Ternyata banyak konsumen yang tertarik terhadap variasi motif-motif yang ditawarkan pelaku usaha.

Pelaku usaha menyadari bahwa variasi motif batik dan desain menjadi daya tarik bagi pembeli dari segala kalangan dan usia. Sehingga mereka selalu berusaha menciptakan motif-motif dan desain yang baru. Motif-motif baru ini lebih kontemporer dengan tema yang beragam, ada juga yang bermotif abstrak dan tidak terikat oleh nilai-nilai budaya Jawa. Hal inilah yang menjadikan motif-motif batik ini dapat diterima oleh semua kalangan masyarakat. Motif-motif ini juga berbeda antara pelaku usaha yang satu dengan pelaku usaha lainnya sehingga menjadikannya unik.

c. Inovasi Produk Kerajinan Tangan. Bapak Saud Effendi yang menjadi pelopor inovasi produk kerajinan tangan di Kampoeng Batik Laweyan. Pada awalnya pelopor mempunyai ide untuk membuat lukisan batik. Ide untuk membuat lukisan batik didasari oleh kecintaannya pada seni lukis. Lalu pelopor mencoba membuat lukisan batik, tapi tidak disangka hasil lukisannya diminati oleh beberapa konsumen bahkan lukisan batik tersebut diberi harga yang cukup mahal dan harga sebuah lukisan batik dapat mencapai

jutaan rupiah. Selain lukisan batik, saat ini pelopor juga memproduksi pernak-pernik patung dengan motif batik

Pelaku usaha lain menyalurkan kreativitasnya dengan membuat kerajinan tangan seperti, dompet, tas, sandal atau pernak-pernik dari kain-kain sisa. Produk-produk ini sangat diminati konsumen karena selain unik dan menarik, harganya juga terjangkau. Harga produk-produk ini dijual dengan harga Rp.10.000-Rp.100.000.

Inovasi pada Proses Pemasaran

Pelaku usaha besar umumnya menjadi pelopor perkembangan inovasi pemasaran pada Kampoeng Batik Laweyan. Mereka menjadi perintis yang membawa inovasi tersebut masuk ke Kampoeng Batik Laweyan sedangkan pelaku usaha yang lebih kecil cenderung menjadi kelompok pengikut.

a. Inovasi Pemasaran melalui Showroom

Pada tahun 1990-an, Bapak Bambang Slamento membangun showroom sebagai salah satu sarana promosi untuk menarik perhatian pembeli terhadap produk usahanya. Pelopor membangun showroom di depan rumahnya dan pembeli dapat secara langsung melihat produk-produk dan harga batik yang diproduksinya. Ide ini ternyata mampu menarik perhatian pembeli dan semakin lama upaya pelopor ini semakin besar seiring bertambahnya koleksi batik yang diproduksi.

Untuk membantu pelaku usaha kecil dalam melakukan promosi produknya, beberapa showroom menerima titipan produk batik dari pelaku usaha yang lebih kecil.

b. Inovasi Pemasaran melalui Internet.

Media internet ini menjadi sarana pemasaran yang menjanjikan karena dapat diakses kapanpun dan dimanapun oleh calon pembeli. Hal ini yang menjadi latar belakang pemanfaatan internet sebagai media pemasaran. Dengan kemampuan memanfaatkan internet, Bapak Alpha Fabela membuat website khusus untuk menjual produk batiknya (online store). Pada web tersebut ditampilkan gambar, harga, lokasi dan nomor telepon toko batik Mahkota Laweyan. Awalnya website ini tidak menerima pesanan online, jadi calon pembeli yang

tertarik harus datang langsung ke Laweyan untuk melakukan pesanan. Seiring perkembangannya, banyak calon pembeli yang merekomendasikan supaya dibuat layanan pemesanan secara online karena calon pembeli tidak hanya dari dalam negeri tetapi juga dari luar negeri.

Selain menguntungkan pelaku usaha karena memperluas wilayah pemasaran produk, pemanfaatan media internet juga semakin memudahkan calon pembeli. Calon pembeli tidak harus datang ke Kampoeng Laweyan karena proses pembayaran pun dapat dilakukan secara online melalui transfer rekening. Barang pesanan selanjutnya akan dikirim ke tempat tujuan. Calon pembeli tersebar di beberapa kota di Inonesia, seperti Semarang, Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Jakarta dan Sumatera. Bahkan beberapa pelaku usaha melayani pembelian dari luar negeri.

Pemanfaatan media internet ini juga berhasil menarik perhatian masyarakat lokal dan mancanegara untuk datang ke Kampoeng Laweyan. Hal ini menjadi sinergi dengan kebijakan pemerintah Kota Surakarta yang menetapkan Kampoeng Laweyan sebagai kawasan pariwisata. Beberapa dari mereka datang untuk membeli batik, tetapi ada juga yang datang untuk menikmati situs budaya Kampoeng Laweyan atau belajar seni membatik.

Motivasi Pelaku Usaha dalam Berinovasi

Inovasi-inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan didasari oleh adanya motivasi dari pelaku usaha itu sendiri terhadap usaha batiknya.

a. Motivasi Pelopor. Pelaku usaha yang menjadi pelopor inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan memiliki motivasi yang berbeda dengan pengikut dalam melakukan inovasi. Pelopor-pelopor ini mempunyai latar belakang pendidikan yang tinggi dan juga merupakan tokoh masyarakat pada Kampoeng Batik Laweyan. Inovasi yang dilakukan pelopor pada dasarnya untuk mengembangkan industri batik Kampoeng Laweyan. Pelopor-pelopor ini selanjutnya

melakukan percobaan-percobaan sebagai upaya menciptakan inovasi pada klaster ini. Berdasarkan penjelasan pada bab sebelumnya, penyusun menemukan tiga orang pelopor utama inovasi yang ada di Kampoeng Batik Laweyan, yaitu Bapak Alpha Fabela, Bapak Bambang Slamento dan Bapak Saud Effendi. Ketiga pelopor mempunyai motivasi yang hampir sama dalam melakukan inovasi.

Tabel I
Motivasi Pelopor

Pelopor	Motivasi
Bapak Alpha Fabela (Pemilik Toko Batik Mahkota Laweyan)	Untuk mempertahankan usahanya sebagai upaya untuk meneruskan budaya leluhur dengan membangkitkan kembali industri batik kampoeng Batik Laweyan
Bapak Saud Effendi (pemilik Toko Batik Saud Effendi)	Mewujudkan Kesejahteraan sosial bagi, pelaku usaha, dan juga masyarakat di Kampoeng Batik Laweyan
Bapak Bambang Slamento (Pemilik Toko Batik Merak Manis)	Untuk meningkatkan daya saing produk dan pendapatan usahanya.

Sumber: hasil analisis Penyusun, 2012

Para pelopor inovasi pada Kampoeng Batik Laweyan merupakan golongan ekonomi atas, sehingga motivasi keuntungan ekonomi bukanlah yang utama bagi mereka. Motivasi yang kuat mendorong pelopor dalam melakukan inovasi adalah untuk meneruskan budaya membatik yang sudah diwarisi turun-temurun. Artinya, pelopor melihat batik bukan hanya sebagai industri tetapi juga sebagai warisan budaya yang harus dilestarikan.

b. Motivasi Pengikut. Motivasi pengikut mengadopsi inovasi adalah untuk mempertahankan usaha batiknya. Berbeda dengan motivasi yang dimiliki oleh pelopor dalam mempertahankan usahanya, pengikut melakukannya karena usaha batik ini merupakan tumpuan perekonomiannya. Kesuksesan pelopor dalam melakukan inovasi-inovasi yang membawa manfaat peningkatan

pendapatan menjadi motivasi pelaku usaha lain untuk mengikuti hal serupa. Akan tetapi dengan motivasi yang berbeda dengan para pelopor, motivasi ekonomi tetap menjadi yang utama. Motivasi lain yang mendorong pengikut adalah untuk meneruskan budaya batik yang telah diwariskan turun-temurun.

Sintesa Analisis Proses Inovasi dan Manfaat Inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan

Inovasi menjadi sangat penting sebagai upaya peningkatan daya saing usaha. Hal ini sesuai dengan pendapat (schoales, 2006: 163-164) yang menjelaskan bahwa inovasi harus dilakukan secara terus menerus agar tidak kalah saing dengan produk lainnya dipasaran. Schumpeter (1961) juga menjelaskan bahwa motor penggerak dalam perkembangan klaster adalah kemampuan berinovasi, inovasi ini akan meningkatkan keunggulan daya saing.

a. Sumber dan Pelaku Inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan. Inovasi yang ada pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan berasal dari macam-macam sumber baik internal maupun eksternal. Sumber inovasi internal berasal dari pelopor awal yang juga merupakan pelaku usaha itu sendiri. Klaster Kampoeng Batik Laweyan, melalui FPKBL aktif melakukan kerjasama dengan perguruan tinggi, LSM, organisasi, seperti: Universitas Negeri Solo (UNS), Universitas Islam Batik Surakarta (UNIBA), LPMK Laweyan, Paguyuban Kampoeng Batik Palbatu – Jakarta dalam upaya pengembangan inovasi-inovasi tersebut.

Pelaku yang menjadi pemeran utama pada proses adopsi ini adalah pelaku usaha yang menjadi pelopor awal inovasi-inovasi yang ada pada klaster. Selanjutnya, pelaku usaha lain mengikuti langkah yang dilakukan pelopor.

b. Proses Penciptaan Inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, sumber-sumber inovasi ini ada yang berasal dari dalam maupun luar klaster. Sebagian besar sumber ide inovasi tersebut berasal dari pelaku usaha itu sendiri. Selanjutnya inovasi tersebut di

follow-up pemerintah atau dikembangkan sendiri oleh pelaku sesuai dengan *trend* atau permintaan pasar, misalnya inovasi pada motif batik dan variasi produk batik. Masing-masing pelaku usaha punya kreasi sendiri-sendiri sehingga hasilnya berbeda satu sama lain.

Beberapa inovasi merupakan hasil modifikasi pelaku usaha terhadap ide-ide yang sudah ada sebelumnya untuk menciptakan ide yang berbeda. Ide-ide ini diperoleh dari hasil observasi atau tukar informasi pelaku usaha terhadap produk batik sesama pelaku usaha dalam Klaster Kampoeng Batik Laweyan maupun dari luar klaster, seperti: produk usaha batik dari Pekalongan dan Jogjakarta.

c. Adopsi Inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan. Inovasi-inovasi yang ada pada Kampoeng Laweyan mengalami beberapa proses sampai akhirnya diadopsi oleh pelaku usaha pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan. Proses adopsi diawali oleh kesadaran pelopor untuk mencoba cara baru atau alternatif baru dalam mengembangkan usahanya ataupun memecahkan permasalahan yang dihadapinya. Selanjutnya proses adopsi inovasi ini mengalami beberapa tahapan yang masing-masing tahapan saling terkait satu sama lain. Rogers (1983) menjelaskan ada lima tahapan dalam proses adopsi inovasi, yaitu: tahap kesadaran, ketertarikan, percobaan, evaluasi dan tahap pengangkatan. Tahapan-tahapan tersebut juga terjadi pada proses adopsi inovasi di Klaster Kampoeng Batik Laweyan.

Proses adopsi inovasi ini sangat dipengaruhi oleh sistem sosial yang ada di Klaster Kampoeng Batik Laweyan. Interaksi-interaksi sosial akan sangat menentukan terciptanya inovasi sehingga inovasi dipandang sebagai suatu proses sosial yang dinamis. Keuntungan secara ekonomi menjadi latar belakang utama pengikut dalam mengadopsi inovasi yang ada di klaster tersebut. Hal ini selaras dengan Rogers (1983) yang mengungkapkan lima karakteristik inovasi yang menjadi dasar melakukan adopsi inovasi, keunggulan relatif dan kemampuan untuk diamati menjadi karakteristik inovasi di Klaster Kampoeng Batik Laweyan. Artinya inovasi tersebut dapat diukur dari segi

ekonomi seperti adanya peningkatan pendapatan dan hasil inovasi tersebut dapat dilihat secara nyata oleh pelaku usaha lain.

d. Difusi Inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan. Setelah resmi menjadi sebuah klaster, saluran komunikasi dalam proses difusi inovasi pada Kampoeng Laweyan semakin bertambah dengan di bentuknya Forum Pengembangan Klaster Batik Laweyan (FPKBL). FPKBL menjadi tempat menampung dan mengembangkan ide-ide atau inovasi yang di dapat baik dari dalam maupun dari luar klaster. Selanjutnya ide-ide atau inovasi ini akan disebarluaskan ke pelaku usaha dalam klaster melalui pertemuan dan penyuluhan-penyuluhan. Interaksi sosial yang terjadi antar pelaku usaha menjadi media yang mempercepat penyaluran informasi atau inovasi. Melalui interaksi sosial ini para pelaku usaha dapat saling bertukar ide-ide dan inovasi yang mereka adopsi.

Media komunikasi yang digunakan dalam proses difusi inovasi ini terbagi menjadi 2 jenis yaitu secara massal, kelompok dan individu.

1. Penularan melalui Pertemuan Slawenan.

Penularan secara kelompok dilakukan melalui pertemuan-pertemuan, penyuluhan-penyuluhan dan kunjungan-kunjungan yang diselenggarakan FPKBL bagi anggotanya. Adanya FPKBL ini menjadi sarana yang mempercepat proses difusi inovasi karena dilakukan secara terstruktur. Setiap ada inovasi atau informasi baru akan dibahas dalam pertemuan pengurus yang diadakan sebulan sekali tepatnya setiap tanggal 25. FPKBL ini juga menjadi tempat menampung ide-ide atau inovasi baru dari masyarakat selanjutnya akan di sebarakan ke anggota lainnya. Jika ide-ide ayau inovasi tersebut di terima oleh anggota maka FPKBL akan memfasilitasi anggota dengan membuat pelatihabn inovasi. Hal ini dilakukan agar setiap anggota paham bagaimana mengaplikasikannya pada usaha mereka masing-masing.

2. Penularan Secara Individu. Penularan inovasi juga terjadi secara secara informal melalui interaksi sehari-hari pelaku usaha. Upaya penularan inovasi ini dilakukan oleh

pembawa inovasi (inovator) dengan mengajak pelaku usaha lain untuk menerapkan informasi atau inovasi yang diperoleh. Interaksi ini juga sebagai koreksi terhadap ide atau inovasi yang akan diterapkan karena akan memunculkan tanya-jawab diantara pembawa inovasi dan calon penerima inovasi. Tanya-jawab ini dapat menjadi bahan kajian dalam penerapan inovasi tersebut.

Kesimpulan

Era teknologi dan informasi yang semakin berkembang menuntut pelaku usaha untuk melakukan inovasi agar dapat bersaing. Inovasi-inovasi ini berasal dari pelaku usaha itu sendiri, rekanan bisnis, konsumen, pesaing dan lembaga riset/universitas. Tetapi mayoritas inovasi ini berasal dari pelaku usaha sendiri karena mereka sadar akan pentingnya inovasi untuk mengembangkan usaha mereka. Awalnya inovasi yang ada pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan hanya di terapkan oleh beberapa pelaku usaha yang menjadi pelopor inovasi. Penerapan inovasi ini memberikan peningkatan penjualan dan pendapatan bagi pelopor. Hal ini menjadi motivasi bagi mereka untuk lebih mengembangkan inovasi dalam upaya peningkatan ekonomi. Keberhasilan pelopor ini juga mendorong pelaku usaha lain untuk mengadopsi dan mengembangkan inovasi pada usaha mereka.

Bambang Slamento, Alpha Fabela dan Saud Effendi menjadi pelopor utama inovasi di Klaster Kampoeng Batik Laweyan. Ketiganya mempunyai motivasi utama yang berbeda dengan pengikut dalam melakukan inovasi, yaitu untuk melestarikan budaya batik yang sudah ada di Kampoeng Laweyan sejak jaman dahulu.

Proses adopsi inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan terjadi melalui beberapa tahapan. Hal ini sesuai dengan teori Roger yang menjelaskan tahapan adopsi inovasi, yaitu: tahap kesadaran ketertarikan, percobaan, evaluasi dan pengangkatan. Sedangkan difusi inovasi pada Klaster Kampoeng Batik Laweyan dilakukan melalui media penularan internal dilakukan melalui pertemuan rutin anggota FPKBL dan secara

individu melalui interaksi sehari-hari antar pelaku usaha. Proses difusi inovasi paling sering terjadi melalui interaksi sosial (Roger, 1961). Hal ini dikarenakan mereka berada pada lingkup yang sama (kedekatan geografis) yang memungkinkan inovasi tersebut tersebar dengan cepat. Selain itu lingkungan di Kampoeng Laweyan juga mendukung proses adopsi dan difusi ini karena masyarakat dan pelaku usaha masih memegang nilai budaya untuk saling sapa dan berbagi. Sesuai dengan teori Schumpeter dalam Boediono (1982) yang menjelaskan bahwa kunci dalam proses inovasi adalah terdapatnya lingkungan yang menunjang terjadinya inovasi tersebut.

Media saluran komunikasi melalui interaksi sosial antar pelaku usaha menjadi media yang paling ampuh pada proses difusi inovasi di Kampoeng Batik Laweyan. Hal ini dikarenakan proses ini terjadi secara informal melalui interaksi sehari-hari antar pelaku usaha. Nilai budaya setempat yang masih melekat pada diri masing-masing pelaku usaha juga menjadi faktor lain yang menyebabkan proses difusi inovasi melalui interaksi sosial menjadi media yang paling ampuh.

DAFTAR PUSTAKA

- Andersson, Thomas dkk. 2004. *The Cluster Policies Whitebook*. Sweden: IKED
- Basri, Fauziah Kartini Hasan. 2001. "Proses Difusi dan Teknologi Maklumat dan Komunikasi." Dalam *Jurnal Komunikasi* Jilid 17, 2001, hal. 21-42
- Best, M. 1999. *Cluster Dynamics in Theory and Practise*: Singapore/ Johor dan Penang Electronic. UNINDO/ISIS
- Bappenas. 2004. Prinsip Dasar Pembangunan Ekonomi. Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus Tertinggal Meneg PPN/Bappenas
- Boediono. 1982. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Yogyakarta: Penerbit FE-UGM
- Daryanto, Arief, 2010. *Keunggulan Daya Saing dan Teknik identifikasi Komoditas Unggulan dalam Mengembangkan Potensi Ekonomi Regional*. Institut Pertanian Bogor, Bogor
- DR. Choirul Djahhari. 2006. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Sentra UKM Menjadi Kluster Dinamis*. Infokop Nomor 29 Tahun XXII
- Hermana, Budi. 2008. *Mendorong Daya Saing di Era Informasi dan Globalisasi*. Universitas Gunadarma
- Humprey, John dan Robert Schmitz. 1995. *Principles For Promoting Clusters and Network of SMEs*. Austria. UNINDO
- Oerlemans, et al. 2001. Mining Clusters with Association Rules. Netherland: Leiden Institute of Advance Computer Science - Universiteit Leiden
- Porter, M. E. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. London, Macmillan
- Porter, Michael E. dan Christian H. M. Ketels. 2003. *UK Competitiveness: Moving to the Next Stage*. DTI Economics Paper No. 3. May 2003
- Rademakers, Martijin. 2005. 'Corporate Universities: Driving Force of Knowledge Innovation', *Journal of Workplace Learning*: 2005; 17. ABI/INFORM Global, pg. 130
- Rahab. 2009. "Hubungan Antara Karakteristik Teknologi dengan Kemungkinan Usaha Kecil untuk Mengadopsi TI." Dalam *Jurnal Bisnis dan Ekonomi* (JEB) vol. 16, No.2. September 2009, hal. 111-125
- Rogers, Everett M and F. Floyd Shoemaker. 1971. *Communication of Innovations, A Cross-Cultural Approach*.
- Rogers, Everett M. 1983. *Diffusion of Innovation*. Canada: The Free Press of Macmillan Publishing Co
- Shelton, et al. 2005. *Making Innovation Work: How to Manage It, Measure It and Profit from It*. Wharton School Publishing
- Taufik, Tatang A. 2007. *Bagaimana Pengembangan Kluster Industri di Daerah*. P2KTPUDPKM, DB PKT – BPPT
- Wijaya, Holi Bina. 2007. "Perkembangan Kluster Usaha di Jawa Tengah." Dalam *Jurnal Tata Loka* vol. 9, No. 2. April 2007. Semarang