

Analisis Strategi Model Bisnis Produk Industri Kreatif Dengan Pendekatan Model Canvas (Studi Pada Industri Batik Laweyan Kota Surakarta)

Danarti Hariani ¹⁾, Sutrisno ²⁾

¹⁾Program Studi Manajemen, Universitas Mohammad Husni Thamrin

²⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Corresepondence author: danartihariani22@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.3701/ileka.v1i2.270>

ABSTRACT

Currently, the world is entering the industrial era 4.0, namely the creative economy industry which develops creative ideas. Changes in consumers, technological developments and a competitive climate require the industry to renew its strategy by making innovations and constructive efforts so that the creative industry must improve itself to be able to compete in local and global markets. The Batik industry is one of the industries that is interesting to be studied, this is because batik is one of the world cultural heritages from Indonesia which must be protected and preserved. Surakarta is one of the cities which is famous for its Batik characteristics. As a design-based cultural city, batik is one of the leading products. Batik Solo has been proposed as a design-based creative city to the United Nations (UNESCO). The object of the research taken is the batik industrial area in Kampung Batik Laweyan, because Laweyan is the origin of batik created in Surakarta. Competition in the national and world batik industry will affect business development, so it requires a special strategy in facing competition, as well as using a model to structure its business. The purpose of this study is to determine the strategic model of the Laweyan batik industry with a canvas model by describing the facts of the economic potential of the Laweyan Batik industry and alternative business strategies with a canvas model approach in facing competition and maintaining the existence of Kampung Batik Laweyan as a sustainable batik industry icon in Surakarta.

Keywords: *Batik Laweyan Surakarta, Model Canvas, Creative Industry*

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi tingkat persaingan perdagangan internasional, industri dituntut untuk mampu dan siap memiliki daya saing yang tinggi.. Daya saing yang tinggi mutlak diperlukan bagi setiap industri agar dapat tetap bersaing dan mempunyai keunggulan kompetitif sehingga industri harus mampu mempertahankan eksistensinya dalam iklim usaha yang kompetitif.

Industri Batik merupakan salah satu industri yang menarik dikaji karena batik menjadi salah satu warisan budaya dunia dari Indonesia yang wajib dilindungi dan dilestarikan, bahkan batik sudah mendapatkan pengakuan internasional melalui lembaga PBB (UNESCO). Batik merupakan salah satu budaya ciri khas Indonesia yang telah mendapatkan pengakuan dari UNESCO serta ditetapkan sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan

dan non bendawi (*Masterpieces of the oral dan intangilble Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober 2009 serta mempunyai keunggulan di bidang ekonomi sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat [1]

Surakarta merupakan salah satu kota yang terkenal dengan ciri khas Batik-nya. Sebagai kota budaya yang berbasis desain, batik merupakan salah satu produk yang diunggulkan. Hal ini sangat mendukung usulan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang telah mengajukan Solo sebagai *creative city* yang berbasis desain ke lembaga PBB (UNESCO).[2]

Di Surakarta terdapat kampung Batik tertua di Indonesia yaitu Kampung Laweyan yang merupakan sentra batik yang unik, spesifik dan bersejarah [3] dan terdapat lebih dari 50 industri kecil dan menengah [3]. Bagi pecinta batik, Laweyan merupakan tempat yang tepat untuk mencari batik dan aksesorisnya, karena Laweyan adalah pasar batik, butik batik serta grosir batik, baik batik asli (batik tulis), batik cap, batik printing atau sablon dengan harga yang bervariasi. Industri ini memberikan sumbangan yang besar terhadap kemajuan perekonomian di kota Solo kampung Laweyan khususnya yang mayoritas dari *home industri*. [4]

Industri kerajinan batik mempunyai karakteristik yang sangat khusus dan merupakan Kebudayaan Indonesia yang tetap bertahan secara konsisten. Selain itu usaha ini banyak menyerap tenaga kerja dan produknya menggunakan bahan baku yang memiliki kandungan lokal yang menonjol. Inovasi di sektor usaha kecil, jumlahnya cukup tersedia, memiliki daya saing tinggi dalam hal ciri, desain, kualitas, harga serta produksinya juga mempunyai nilai tambah yang paling tinggi diantara produk lain. Demikian juga industri batik Laweyan yang sampai saat ini masih menjadi *icon* kota Surakarta yang produknya terkenal sampai mancanegara. Untuk itu pengembangan usaha kerajinan batik perlu mendapatkan perhatian yang besar baik dari pemerintah daerah maupun masyarakat Kota Solo, agar dapat berkembang lebih kompetitif bersama pelaku ekonomi lainnya.

Salah satu usaha pengembangan industri batik laweyan agar mampu bersaing adalah dengan cara menyusun strategi dan inovasi dalam model bisnis canvas yang dipaparkan oleh Osterwalder dan pigneur dimana model bisnis merupakan gambaran satu kerangka model dari bisnis yang berbentuk selembat kertas atau kanvas dan terdiri dari elemen-elemen yang saling berkaitan. Model bisnis canvas terdiri dari 4 aspek yaitu *comercial customer product*, *infrastructure*, *financial viability* yang dibagi menjadi 9 blok bagian diantaranya (1) *customer segment*. (2) *value propotion*, (3) *Channel*, (4) *customer relationships*, (5) *revenue stream*, (6) *Key Resources*, (7) *Key activities*, (8) *Key partnerships* dan (9) *Cost Structure* yang memberikan kerangka model menentukan strategi dan inovasi dalam bisnisnya [5]. Dengan

memetakan strategi industri Batik Laweyan dengan pendekatan model kanvas akan memberikan model bisnis Batik Laweyan untuk meningkatkan kegiatan bisnis dan inovasinya untuk mampu bersaing di pasar lokal dan global dan tetap mempertahankan eksistensinya sebagai Kampung batik tertua dan terbesar di kota Surakarta.

Berdasarkan uraian di atas, maka dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: 1. Bagaimana kondisi faktual industri kreatif batik laweyan? 2. Aktifitas apa yang harus dikembangkan untuk Batik Laweyan Kota Surakarta sehingga mampu meningkatkan keunggulan bersaing? 3. Bagaimana pengembangan industri kreatif batik Laweyan dengan pendekatan model canvas ??

METODE

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Berdasarkan gambaran kondisi industri Batik Laweyan secara faktual, selanjutnya akan dilakukan perancangan model bisnis dengan menggunakan pendekatan 9 elemen (*customer segment*, *value propotion*, *Channel*, *customer relationships*, *revenue stream*, *Key Resources*, *Key activities*, (*Key partnerships* dan *Cost Structure*) pada *Business Model Canvas* untuk membrikan gambaran mengenai penerapan strategi dalam rangka meningkatkan daya saing dan eksistensi usaha Industri Batik Laweyan secara berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Customer Segment

Penetapan segmentasi pelanggan merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan untuk dapat mengetahui tepat atau tidaknya sebuah bisnis tersebut dan akan mempermudah untuk memberikan suatu produk yang ditawarkan[6].

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku industri Batik Laweyan secara umum menetapkan targetnya pada pasar tersegmentasi dan pasar terbuka. Target yang ditetapkan untuk produk batik Laweyan adalah ekonomi menengah atas, para pecinta batik dan wisatawan lokal dan mancanegara mengingat Kampung Laweyan merupakan salah satu tujuan wisata industri Batik[7] yang cukup terkenal di kota Surakarta[7]

Value Propositions

Proporsi Nilai adalah nilai produk yang ditawarkan kepada pelanggan dan calon pelanggan untuk memberikan brand image yang baik baik industri batik Laweyan melalui identikasi kebutuhan pelanggan[8]. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Batik

Laweyan mempunyai kualitas yang cukup bersaing dari sisi desain, pewarnaan, kualitas kain dan ketersediaan batik sesuai keinginan pelanggan (batik tulis, Batik cap dan printing). Disamping itu Kampung Batik Laweyan memiliki fasilitas penunjang, seperti Pasar batik, butik batik dan grosir batik serta rumah produksi batik, accesories batik khas laweyan dan showroomnya dengan harga sesuai kebutuhan pelanggan.

Channel

Saluran distribusi merupakan faktor yang penting bisa memasarkan produk dan menjangkau pelanggannya dengan cara menjaga hubungan yang baik dengan para distributor (misalnya wholesaler, reseller, franchise) [9]. Berdasarkan hasil observasi, pelaku industri Kampung Batik Laweyan melakukan pemasaran / penjualan, disamping melakukan penjualan sendiri, pemasaran juga melalui showroom bersama yang ada di kampung batik Laweyan yang menyediakan fasilitas penjualan online maupun offline, Website batik Laweyan, Pameran dan kerjasama dengan membentuk Forum Pengembangan Batik Laweyan (FPKBL) yang beranggotakan seluruh masyarakat Laweyan sebagai pemasaran.

Customer Relationship

Hubungan pelanggan merupakan cara menjalin hubungan dengan pelanggan yang spesifik. Berdasarkan observasi dan wawancara bahwa Kampung laweyan ini memberikan pelayanan khusus bagi pelanggan dengan cara konsumen dapat melakukan pemesanan sesuai permintaan. Tersedianya paket wisata laweyan (Tour De Laweyan) yaitu keliling kampung laweyan, belanja dan melihat proses pembuatan batik, disamping itu pelanggan juga bisa terlibat langsung dalam proses pembuatan batik Laweyan di showroom bersama Laweyan.

Revenue Streams

Revenue stream adalah sumber pendapatan yang juga dilihat dari jenis pendapatannya, cara pembayaran oleh pelanggan dan perbandingan pendapatan yang diterima dengan manfaat yang diberikan perusahaan bagi pelanggan [8]. Sumber pendapatan Batik Laweyan antara lain: penjualan langsung, penjualan melalui internet, penjualan melalui pameran dan FPKBL, penggunaan jasa wisata dan dana pemerintah.

Key Resources

Key Resources adalah sumber daya intelektual yang dimiliki oleh Kampung Laweyan yaitu bangunan dan lingkungannya dimana terdapat bangunan-bangunan kuno yang bernilai sejarah sebagai lokasi penjualan batik yang unik dan berkesan tempo dulu. Kampung Batik Laweyan seperti yang terdiri dari industri batik proses dan industri batik konveksi yang

mayoritasnya juga membuka showroom bagi produk mereka, menjadikan lokasi Kampung Batik Laweyan menjadi industri batik terpadu, Tenaga kerja trampil, Brand kampung batik Laweyan dan Instalasi Pengolahan limbah.

Key Activities

Key Activities yang diteliti difokuskan pada gambaran aktivitas perusahaan dan efektifitas dari aktivitas yang dijalankan industri Batik Laweyan yaitu Promosi dan penjualan, Riset, memfasilitasi pelatihan, memfasilitasi Wisata batik Laweyan, Pembinaan dan pendampingan untuk UMKM, melakukan perbaikan infrastruktur dan pengadaan bahan baku melalui kerjasama dengan suplier bahan baku batik.

Key Partnership

Key Partnership difokuskan pada mitra usaha perusahaan dan peranannya dalam memberikan sumber daya yang dibutuhkan dalam industri Batik Laweyan antar lain: Supllier bahan baku, Pemerintah Pusat - Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif - Kementerian Koperasi - Kementerian perindustrian dan perdagangan. Pemerintah provinsi melalui dinas perindustrian dan perdgangan, Dinas koperasi dan UMKM, Pemerintah Kabupaten melalui - Bappeda, Dinas Perindustrian dan perdagangan, Dinas pariwisata, Dinas Koperasi, Paguyuban batik (FPBKL), lembaga pendidikan, media dan koperasi.

Cost Structure

Dalam elemen ini faktor cost structure ditunjukkan dengan mengetahui kemampuan perusahaan dalam memprediksi biaya yang dikeluarkan, efisiensi kegiatan operasional dalam biaya dan keuntungan yang diperoleh jika dilihat dari skala ekonomi yang diterapkan[8]. Struktur biaya industri batik Laweyan antara lain: Biaya bahan baku, Biaya operasional, Biaya untuk para pembatik, Biaya instalasi Pengolahan limbah, Biaya iuran FBKBL, Biaya Promosi, Biaya Pemeliharaan dan Biaya Pembinaan.

Tabel 1.
Bussines Model Canvas untuk meningkatkan daya saing Batik Laweyan

<u>Key Partner</u> • Supler bahan baku, • Pemerintah Pusat : Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif, Kementerian Koperasi, Kemetrian perindustrian dan perdagangan, • Pemerintah provinsi melalui Dinas perindustrian dan perdagangan, Dinas koperasi dan UMKM, • Pemerintah Kabupaten melalui Bappeda, Dinas Perindustrian dan perdagangan, Dinas pariwisata, Dinas Koperasi, • Paguyuban batik (FPBKL), • lembaga pendidikan, • media • koperasi.	<u>Key Activities</u> ☐ Promosi ☐ penjualan ☐ Riset ☐ menfasilitasi pelatihan ☐ Menfasilitasi Wisata batik Laweyan, ☐ Pembinaan dan pendampingan unt ☐ uk UMKM, ☐ melakukan perbaikan infrastruktur ☐ pengadaan bahan baku melalui kerjasama dengan suplier bahan baku batik <u>Key Resources</u> • Bangunan kuno bernilai sejarah sebagai area penjualan • Industri batik • Tenaga trampil • Brand batik laweyan • Instalasi Pengolahan limbah	<u>Value Propositions</u> ☐ Desain ☐ Pewarnaan ☐ Jenis kain ☐ Variasi Batik ☐ Ketersediaan batik ☐ Pasar Batik ☐ Butik Batik ☐ Showroom ☐ Grosir batik ☐ Accesories dan kerajinan batik ☐ Harga sesuai kebutuhan pelanggan	<u>Customer Relationships</u> • Pemesanan sesuai keinginan pelanggan • Tour de Laweyan • Pelayanan secara offline dan online	<u>Customer Segments</u> • Masyarakat sekitar • Ekonomi menengah ke atas • Pecinta Batik • Wisatawan lokal dan mancanegara
<u>Cost Structure</u> Biaya Bahan baku, Biaya operasional, Biaya Pembatik, Biaya promosi, Biaya Pemeliharaan dan Pembinaan, Biaya IPAL, Iuran FPKBL			<u>Channels</u> ☐ Penjualan personal ☐ Showroom bersama ☐ Website ☐ Penjualan offline dan online ☐ Pameran ☐ FPKBL agen	
			<u>Revenue Stream</u> Penjualan langsung, penjualan melalui internet, Penjualan melalui Pameran dan FPKBL, Jasa wisata Laweyan dan dana pemerintah	

Dengan pendekatan konsep business model canvas maka dilakukan pengembangan model bisnis sehingga didapatkan sebuah konsep bisnis dengan strategi tepat yang dapat meningkatkan daya saing usaha industri batik Laweyan. Pengembangan business model canvas Batik Laweyan dapat ditunjukkan pada tabel 2 berikut.

Tabel 2.
Pengembangan *Bussines Model Canvas*

<u>Key Partner</u> ☐ Supler bahan baku, ☐ Pemerintah Pusat : Kementrian pariwisata dan ekonomi kreatif, KementrianKoperasi, Kemetrianperindustrian danperdagangan, Peme ☐ rintah provinsi melaluiDinasperindustrian dan perdgangan,Dinas koperasi dan UMKM, ☐ Pemerintah Kabupaten melalui Bapeda, Dinas Perindustriandan perdagangan,Dinaspariwisat a,Dinas Koperasi, ☐ Paguyuban batik (FPBKL), ☐ lembaga pendidikan, ☐ media ☐ koperasi. ☐ Lembaga keuangan dan Perbankan ☐ Lembaga riset dan Pengembangan ☐ Lembaga HAKI ☐ Retail dan eksportir	<u>Key Activities</u> ☐ Promosi ☐ penjualan ☐ Riset ☐ menfasilitasi pelatihan ☐ Menfasilitasi Wisata batik ☐ Laweyan, ☐ Pembinaan dan pendampingan untuk UMKM, ☐ melakukan perbai kaninfrastruktur ☐ pengadaan bahan baku melalui kerjasama dengan suplier bahan baku batik ☐ Studi Banding ☐ Registrasi Brand secara personal maup un komunitas/kelompok ☐ Pengembangan TIK ☐ Manajemen mutu	<u>Value Propositions</u> ☐ Desain ☐ Pewarnaan ☐ Jenis kain ☐ Variasi Batik ☐ Ketesedi aanbatik ☐ Pasar Batik ☐ Buttik Batik ☐ Showroom ☐ Grosir batik ☐ Accesories dan kerajinan batik ☐ Harga sesuai kebutuha n pelanggan ☐ Mengemban gkan motif dan desain baru ☐ Inovasi produk ☐ Perlindunga n batik motif khas Laweyan melalui HAKI	<u>Customer Relationships</u> ☐ Pemesanan sesuai keinginan pelanggan ☐ Tour de Laweyan ☐ Pelayanan secara <i>offline</i> dan <i>online</i> ☐ Penyediaan sarana prasarana utuk kenyamanan pelanggan (rest area,cafe,taman bermain,Toilet bersih,dll) ☐ Lahan parkir	<u>Customer Segments</u> ☐ Masyarakat sekitar ☐ Ekonomi menengah ke atas ☐ Pecinta Batik ☐ Wisatawan lok al dan mancanegara ☐ Kolektor batik ☐ Industri <i>fashion</i>
<u>Cost Structure</u> Biaya Bahan baku, Biaya operasional,Biaya Pembatik,Biaya promosi,Biaya Pemeliharaan dan Pembinaan, Biaya IPAL,Iuran FPKBL,Biaya HAKI,kredit ekspor dan asuransi kredit	<u>Key Resources</u> • Bangunan kuno bernilai sejarah sebagai area penjualan • Industri batik • Tenaga trampil • Brand batik laweyan • Instalasi Pengolahan limbah		<u>Channels</u> ☐ Penjualan personal ☐ Showwroom bersama ☐ Website ☐ Penjualan offline dan online ☐ Pameran ☐ FPKBL agen ☐ Melakukan kemitraan usaha dengan eksportir besar dn membetuk pusat info bisnis dgn sistem e-commerce	<u>Revenue Stream</u> Penjualan langsung,penjualan melalui internet, Penjualan melalui Pameran dan FPKBL,Jasa wisata Laweyan dan dana pemerintah,ekspor

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pengembangan industri batik berbasis batik laweyan memiliki potensi yang sangat besar karena adanya dukungan sumber daya industri dan kekayaan budaya yang berlimpah, disamping adanya dukungan penuh dari masyarakat dan pemerintah. Berdasarkan analisis *bussiness model canvas*, industri Batik Laweyan memerlukan beberapa strategi untuk

meningkatkan daya saingnya antara lain untuk blok *key partnerships* diperlukan pengembangan kemitraan strategis dengan lembaga keuangan untuk kemudahan transaksi dan akses permodalan. Lembaga riset dan pengembangan untuk menciptakan inovasi-inovasi produk yang berdaya saing, lembaga HAKI untuk registrasi merk dan perlindungan batik motif khas laweyan serta industri retail dan eksportir untuk memperluas jangkauan pasarnya. Blok *Channel* diperlukan kemitraan yang lebih baik dengan para eksportir besar serta membentuk pusat info bisnis dengan sistem e-commerce untuk mempermudah para pengusaha batik untuk mempromosikan dan mencari informasi tentang mitra bisnisnya, disamping itu mempermudah pelanggan untuk mengakses informasi produk dan melakukan transaksi. Blok *customer relationships* diperlukan tambahan sarana-prasarana untuk kenyamanan pelanggan serta lahan parkir yang memadai. Blok *value proposition* diperlukan pengembangan motif dan desain baru serta inovasi produk sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan serta perlindungan untuk motif khas laweyan melalui HAKI untuk meningkatkan *brand image* batik laweyan sebagai batik berkualitas dan berciri khas sehingga menjadikan batik Laweyan sebagai produk eksklusif. Penambahan inovasi-inovasi pada setiap blok bisnisnya akan mampu memberikan *income* yang cukup signifikan sehingga diperlukan pengembangan model bisnis dari sebelumnya.

REFERENSI

1. Erna Setiati, Irwan Abdilah, Lasiyo Strategi Pengembangan komoditas Studi tentang budaya ekonomi di kalangan pengusaha batik Lawyan, KAWISTARA, Volume 1, 22 Desember 2012 hlm 2013-230
2. Liana Mangifera, ANALISIS RANTAI NILAI(*VALUE CHAIN*) PADA PRODUK BATIK TULIS DI SURAKARTA, BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis Volume 19, Nomor 1, Juni 2015, hlm 24-33
3. Amelia Kurniawati, Iwan Inrawan Wiratmadja, Indryati Sunaryo, and T.M.A. Ari Samadhi, Knowledge Management in Small and Medium Industry: A Cluster Analysis in Kampoeng Batik Laweyan, International Journal of Knowledge Engineering, Vol. 5, No. 1, June 2019
4. Rinaldi Mirsa, Sugiono Soetomo, Mussadun and Asnawi, Spatial Settlement Pattern in Laweyan as Supportive Batik Production Activities, ISSN 0024-9521 IJG Vol. 48 No.1, June 2016 (85 - 90) © 2016 Faculty of Geography UGM and The Indonesian Geographers Association
5. Zhang Yiqing¹, Huang Lijuan, China's E-commerce Development Path and Mode Innovation of Agricultural Product Based on Business Model Canvas Method,

Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL), The Fourteen Wuhan International Conference on E-Business Innovation Management and IT Business Value, 2015

6. Business Model Canvas as a Basis for the Competitive Advantage of Enterprise structures in the Industrial Agriculture, Mikhail Nikolaevich Dudin¹, Nikolaj Vasil'evich Lyasnikov², Lidija Sergeevna Leont'eva³, Konstantin Jur'evich Reshetov⁴ and Valentina Nikolaevna Sidorenko⁵, BIOSCIENCES BIOTECHNOLOGY RESEARCH ASIA, April 2015, Vol. 12(1), 887-894
7. Value Orchestration Platform: Promoting Tourism in Batik Industrial Cluster Solo Santi Novania, Utomo Sarjono Putrob, Pri Hermawanc, The 6th Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship and Small Business, 12 – 14 August 2014
8. Ellizabeth Cindy Tjitradi, EVALUASI DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS BERDASARKAN BUSINESS MODEL CANVAS , , AGORA Vol.3, No. 1, (2015)
9. Fikri Zul Fahmi ,Bussines Network, Social Capital, And the productivity of creative industries: a case of study of Indonesia, paper Ersha Vienna, 56th Congress, 23-24 August 2016.