

Analisis Difusi Inovasi pada Inovasi Produk Batik di Kelurahan Jenggot Dalam Mendukung Upaya Pengembangan Ekonomi Lokal Kota Pekalongan

A. R. Isra¹, M. Muktiali²

^{1,2} Universitas Diponegoro, Indonesia

Article Info:

Received: 26 December 2020

Accepted: 14 April 2022

Available Online: 6 June 2022

Keywords:

Innovation, Diffusion of Innovation, Adopter Category, Batik Pattern

Corresponding Author:

Aulia Rachmi Isra
Diponegoro University,
Semarang, Indonesia
Email: arachmiisra@gmail.com

Abstract: *The development of innovation in a particular area cannot be separated from the diffusion of innovation. This diffusion of innovation occurs because of the process of social interaction by related actors in the region. This is explained by Rogers (2003), that the diffusion of innovation is a process when innovation is communicated or mentioned through certain channels for a certain period of time to members of a social system, which then becomes part of the social system. With the diffusion of innovation, an area will experience changes in certain conditions due to the impact of emerging innovations, which will play a role in developing the characteristic of region. As happened in Jenggot village, the emergence or entry of new patterns influenced changes in the market in terms, and the direction of development of the existing batik patterns in the village. Batik patterns that were originally patterned and impressed monotonously with plant and animal-based patterns are becoming more contemporary and fashionable. The diffusion of innovation helps business owners either directly or indirectly in promoting their batik products. Thus increasing the value of the batik product itself.*

Copyright © 2016 TPWK-UNDIP

This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 International license.

How to cite (APA 6th Style):

Isra, A. R., & Muktiali, M. (2022). Analisis Difusi Inovasi pada Inovasi Produk Batik di Kelurahan Jenggot Dalam Mendukung Upaya Pengembangan Ekonomi Lokal Kota Pekalongan. *Jurnal Teknik Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 11(2), 148–170.

1. PENDAHULUAN

Permasalahan perekonomian yang semakin pelik dihadapi oleh pemerintah, menjadikan fokus utama pemerintah dalam upaya meningkatkan perekonomian nasional beralih. Dari yang awalnya hanya memfokuskan pada pengembangan sektor-sektor perekonomian unggulan seperti pertanian, peternakan, pertambangan dan lainnya. Saat ini pemerintah juga membuka mata dalam pengembangan ekonomi lokal terutama pada sektor industri kecil-menengah, industri kreatif hingga pariwisata. Pada hakekatnya, pengembangan ekonomi lokal dapat diartikan sebagai penumbuhan suatu lokalitas secara sosial-ekonomi dengan lebih mandiri berdasarkan potensi-potensi yang dimiliki, baik sumberdaya alam, geografis, kelembagaan, kewiraswastaan, pendidikan tinggi, asosiasi profesi dan lain-lain.

Pengembangan ekonomi lokal terkait industri, erat hubungannya dengan pendekatan klaster industry. Hal ini dikarenakan, klaster menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan ekonomi lokal tersebut (Wulandari, 2013). Klaster adalah konsentrasi geografis berbagai kegiatan di kawasan tertentu yang satu sama lain saling melengkapi, saling bergantung, dan saling bersaing dalam melakukan aktivitas bisnis (BAPPENAS, 2009). Perusahaan atau industri yang terdapat dalam klaster memiliki persamaan kebutuhan akan tenaga kerja, teknologi, dan infrastruktur. Sedangkan klaster industri adalah klaster yang dikembangkan berbasis industri. Klaster industri bersifat dinamis yang dapat berubah seiring perubahan industri-industri yang ada di dalamnya atau karena perubahan kondisi eksternal.

Mengingat bahwa suatu klaster terdiri atas sekelompok industri yang berkaitan, maka diperlukannya suatu inovasi untuk mendukung persaingan yang ada, baik antara industri di dalam satu klaster maupun untuk bersaing dengan industri di luar klaster. Jika dikaji secara etimologi, inovasi berasal dari bahasa latin yaitu *innovare* atau *innovatio* yang kemudian diserap ke dalam bahasa Inggris *innovation* yang berarti pembaharuan atau perubahan. Sehingga inovasi dapat dijelaskan sebagai suatu perubahan baru menuju ke arah perbaikan, yang lain atau berbeda dari yang ada sebelumnya, yang dilakukan dengan sengaja dan berencana (tidak secara kebetulan) (kamus online Merriam-Webster, 2017).

Inovasi terkait akan proses heterogen yang mencakup aliran atau mobilisasi sumberdaya internal dan eksternal yang melibatkan tiga aspek penting berupa aktor-aktor, sumberdaya, dan aktivitasnya (Oerleman at al., 2001). Sedangkan interaksi masing-masing aspek akan mempengaruhi inovasi yang ada. Penciptaan inovasi akan meningkatkan produktivitas klaster sehingga produk klaster tersebut dapat bersaing di pasaran lokal maupun global. Keadaan tersebut akan meningkatkan aliran produk dari klaster dan juga meningkatkan pendapatan pelaku usaha yang terdapat dalam klaster. Oleh karena itu, adanya inovasi dalam klaster tersebut sangat penting terutama dalam membangun daya saing yang kuat dan memberikan keuntungan lebih bagi pelaku usaha yang tergabung dalam klaster.

Pada proses berkembangnya suatu inovasi terdapat di dalamnya proses penerimaan dan penyebaran dari inovasi tersebut. Proses tersebut sering dikenal dengan sebutan difusi dan adopsi inovasi. Adopsi inovasi adalah suatu proses dimana seorang pelaku usaha memperhatikan, mempertimbangkan dan akhirnya menerima atau menolak suatu inovasi yang ada (Mosher, 1978). Sedangkan difusi inovasi diartikan sebagai suatu proses ketika inovasi dikomunikasikan atau disebut melalui saluran tertentu selama jangka waktu tertentu terhadap anggota suatu sistem sosial (Rogers, 2003). Difusi – Adopsi inovasi saling terkait satu sama lain, dimana dalam suatu difusi akan ditemukan proses adopsi dan begitu pula sebaliknya, sehingga satu kesatuannya dikatakan sebagai proses terjadinya inovasi.

Teori Difusi Inovasi muncul pada awal abad ke-20, tepatnya pada tahun 1903, yang dikenalkan oleh seorang sosiolog Prancis, Gabriel Trade, dalam Kurva Difusi berbentuk S (*S – shaped Diffusion Curve*). Kurva tersebut menggambarkan bagaimana suatu inovasi diadopsi seseorang atau sekelompok orang dengan dilihat secara berkala atau dari dimensi waktu. Terdapat dua sumbu pada kurva tersebut, dimana salah satu sumbu menggambarkan tingkat adopsi, sedangkan sumbu lainnya menggambarkan dimensi/skala waktu (Mulyana, 2009). Bryce Ryan dan Neal Gross, dua sosiolog, pada tahun 1940, mempublikasikan penelitian terkait difusi mengenai jagung hibrida pada para petani di Iowa, Amerika Serikat. Dimana hasil dari penelitian ini memperbaharui sekaligus memperkuat teori difusi inovasi model kurva S yang telah ada sebelumnya. Salah satu kesimpulan yang terdapat dalam penelitian tersebut diantaranya bahwa tingkat adopsi inovasi pertanian memiliki kurva normal mengikuti bentuk S ketika diplot secara kumulatif dari waktu ke waktu.

Berikutnya, teori difusi inovasi mulai dikembangkan kembali pada tahun 1960, dimana studi maupun penelitian difusi mulai dikaitkan dengan berbagai topik yang lebih kontemporer, seperti pada bidang pemasaran, budaya, dan lainnya. Hingga muncullah tokoh-tokoh lain pencetus teori difusi inovasi seperti Everett M. Rogers dengan karyanya *Diffusion of Innovation* (1961), F. Floyd Shoemaker bersama Rogers menulis buku *Communication of Innovation: A Cross Cultural Approach* (1971), hingga Lawrence A. Brown dengan tulisannya berjudul *Innovation Diffusion: A New Perspective* (1981).

Dalam perkembangannya, teori difusi inovasi seringkali dikaitkan dengan proses pembangunan masyarakat. Hal ini mengingat bahwa inovasi merupakan awal terjadinya perubahan sosial, dimana perubahan sosial adalah inti dari pembangunan masyarakat (Mulyana, 2009). Dalam bukunya, Rogers dan Shoemaker (1971) menekankan bahwa proses difusi adalah bagian dari proses perubahan sosial. Dimana perubahan sosial tersebut merupakan proses dimana perubahan terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Sehingga perubahan sosial dapat dikembangkan menjadi 3 (tiga) tahapan, yaitu: penemuan (*invention*), difusi (*diffusion*), dan konsekuensi (*consequences*). Penemuan diartikan sebagai proses dimana

ide/gagasan baru diciptakan atau dikembangkan. Difusi dijelaskan sebagai proses dimana ide/gagasan baru tersebut dikomunikasikan kepada anggota sistem sosial. Sedangkan konsekuensi merupakan suatu perubahan yang terjadi dalam sistem sosial tersebut sebagai hasil dari adopsi maupun penolakan terhadap inovasi tersebut.

Teori difusi inovasi terus berkembang hingga fokus kajiannya tidak hanya dikaitkan dengan proses perubahan sosial dalam pengertian sempit. Studi atau penelitian terkait difusi inovasi mulai dikaitkan dengan berbagai fenomena kontemporer yang berkembang dimasyarakat (Mulyana, 2009). Berbagai perspektif dijadikan dasar dalam pengembangan kajian difusi inovasi, seperti perspektif ekonomi, maupun perspektif pasar dan infrastruktur oleh Brown pada tahun 1981. Parker dalam Rosentauly, dkk (2014) mengemukakan definisi difusi inovasi dalam taraf perkembangan tersebut sebagai suatu proses yang berperan memberi nilai tambah pada proses produksi atau proses ekonomi. Parker menyebutkan bahwa difusi merupakan tahapan suatu proses perubahan teknik (*technical change*). Dimana diartikan bahwa difusi merupakan suatu tahapan yang mana keuntungan dari suatu inovasi berlaku umum. Dari seorang inovator, inovasi diteruskan melalui pengguna lain hingga akhirnya menjadi hal yang biasa dan diterima sebagai bagian dari kegiatan produktif.

Industri batik Kota Pekalongan merupakan salah satu industri di Indonesia yang menggunakan pemodelan klaster dalam sistem industrinya. Model klaster digunakan pemerintah Kota Pekalongan sebagai upaya untuk meningkatkan potensi industri yang ada serta menciptakan daya saing industri batik tersebut dalam lingkup lokal, nasional, bahkan internasional. Model klaster memudahkan industri batik yang ada dalam proses pemasaran karena melibatkan campur tangan lembaga pemerintah, asosiasi bisnis, penyedia jasa/penelitian, dan lembaga-lembaga lainnya yang mendukung.

Batik merupakan salah satu warisan budaya dunia yang berasal dari Indonesia dan telah diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Kemanusiaan untuk Budaya Lisan dan Nonbendawi. Beberapa jenis batik diantaranya batik tulis, batik cap, dan batik sablon atau dikenal juga dengan sebutan tekstil motif batik. Terdapat beberapa klaster kecil hingga besar di Kota Pekalongan, sepuluh klaster diantaranya termasuk Pesindon, Kauman, Jenggot, Medono, Pasirsari, Tegalrejo, Tirto, Buaran, Degayu, dan Krapyak Kidul. Diantara kesepuluh klaster tersebut, klaster Pesindon dan Kauman telah membentuk paguyuban/kelompok klaster secara resmi, bahkan sebelum FEDEP Kota Pekalongan mengajukan usulan untuk pembentukan klaster di Kota Pekalongan. Menurut Disperindagkop (2009), dari sepuluh klaster yang ada di Kota Pekalongan tiga di antaranya memiliki rata-rata unit usaha dan nilai produksi tertinggi disbanding dengan yang lainnya, yaitu Klaster Pesindon, Kauman, dan Jenggot.

Klaster Jenggot merupakan klaster dengan jumlah nilai produksi tiga terbesar dan memiliki jumlah unit usaha terbanyak daripada sembilan klaster lainnya pada tahun 2009. Dengan jumlah tenaga kerja mencapai 498 orang dan jumlah produksi mencapai hingga 2409,65 m². Batik yang diproduksi oleh Klaster Jenggot berupa batik tulis, cap dan sablon, dengan produk jadi meliputi produk pakaian seperti baju dan rompi. Selain itu, Klaster Jenggot juga memproduksi berbagai perlengkapan sholat seperti mukena, sarung dan shajadah batik. Walau begitu dapat dikatakan bahwa klaster ini memiliki spesialisasi dalam memproduksi batik sablon, atau dalam kata lain, batik sablon merupakan batik yang umumnya diproduksi oleh mayoritas pelaku usaha dalam Klaster Jenggot. Pada segi inovasi yang dilakukan, Klaster Kampung Batik Jenggot telah melakukan berbagai macam inovasi diantaranya berupa inovasi motif dan inovasi produk. Jadi, tidak hanya memproduksi kain batik, beberapa industri di Kampung Batik Jenggot juga memproduksi produk turunan batik seperti pakaian, sarung, mukena, sprei, dan lain sebagainya.

Dalam hal ini dilakukannya penelitian untuk dapat mengetahui proses difusi inovasi motif batik yang terjadi pada pelaku usaha di Klaster Jenggot yang akan dikaji dalam bentuk kurva difusi dengan mengacu pada kategori adopter. Dimana kategori adopter ini, akan berperan dalam pengklasifikasian jangka waktu yang diperlukan oleh motif batik yang diteliti untuk tersebar dari satu pihak hingga menyeluruh. Sehingga pada akhirnya akan diketahui bentuk dari proses difusi inovasi yang terjadi, atau lebih sederhananya priode

berlakunya sesuatu inovasi, mulai dari kemunculannya, kemudian terjadinya pengadopsian, hingga akhirnya hilang. Dengan dilakukannya kajian ini, dapat menggambarkan proses naik-surutnya suatu inovasi dalam mendukung aktivitas pasar. Sehingga dapat membantu pembaca dalam memahami tahapan demi tahapan yang terjadi dalam difusi inovasi terhadap motif batik pada Klaster Jenggot tersebut.

2. DATA DAN METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan berupa pendekatan kualitatif, hal ini seperti yang diungkapkan oleh Moleong (2006) bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Pemilihan metode kualitatif juga didasarkan pada tujuan penelitian ini yang akan banyak menggali informasi dari orang per orang karena salah satu analisisnya adalah terkait dengan individu yaitu bagaimana individu dalam penelitian ini menerima inovasi dan melihat perubahan perilaku individu tersebut setelah adanya inovasi. Individu yang dimaksud adalah pelaku usaha/pemiliki industri atau orang yang bertanggung jawab menjalankan industri tersebut.

2.1 Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa dari bagian teknik pengumpulan data ada dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data hasil penelitian, yaitu kualitas instrumen penelitian dan kualitas dalam proses pengumpulan data. Kualitas instrumen penelitian berkenaan dengan validitas dan reliabilitas instrumen dan kualitas pengumpulan data berkenaan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan untuk pengumpulan data. Pernyataan ini sekaligus menjadi poin penting dimana teknik pengumpulan data merupakan hal yang penting dan harus dilakukan secara tepat, sehingga data yang diinginkan dapat terkumpul. Dalam penelitian ini, digunakan dua sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau didapatkan melalui interaksi langsung dengan narasumber, sedangkan sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau melalui dokumen yang sudah tercatat atau terlampir sebelumnya dan sudah diarsipkan oleh pihak lain sebelumnya (Sugiyono, 2013). Apabila dilihat dari teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara, kuesioner dan observasi (pengamatan).

2.2 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang ada pada suatu wilayah tertentu. Sedangkan populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau hasil unit pengukuran yang menjadi obyek penelitian. Sampel dilakukan agar dalam penelitian diperoleh kecermatan yang tinggi, penghematan biaya, waktu, dan tenaga, serta membatasi akibat-akibat buruk yang ditimbulkan oleh suatu penelitian.

Menurut Dantes (2012), teori sampling modern membedakan sampling menjadi 2 (dua) jenis, yaitu *sampling* yang didasarkan atas probabilitas (*probability sampling*) dan sampling yang tidak didasarkan atas probabilitas (*nonprobability sampling*). Karakteristik penting dari probabilitas sampling adalah terdapatnya peluang yang sama pada setiap individu pada populasi untuk menjadi sampel. Oleh karena itu, dalam probabilitas ini, faktor random akan menjadi ciri penting. *Probability Sampling* merupakan satu-satunya pendekatan yang memungkinkan dilaksanakannya sampling plan yang *representative*, dan memungkinkan peneliti untuk memperkirakan sejauh mana penemuan-penemuan yang diperoleh berdasarkan sampel akan menyerupai keadaan sebenarnya dalam populasi. Bentuk-bentuk pokok dari probabilitas sampling ini adalah meliputi simple random sampling, strata (*stratified*) random sampling, dan kluster (*cluster*) random sampling. Sedangkan *Non Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada kondisi-kondisi atau karakteristik tertentu yang khusus (*necessary condition*) dan telah ditetapkan oleh peneliti. Pengambilan sampel dengan cara ini tidak memberikan peluang yang sama pada setiap subjek untuk menjadi sampel (*nonrandom*). Adapun bentuk-bentuk pokok dari jenis probabilitas ini adalah sampling eksidental (*accidental sampling*), sampling kuota (*quota sampling*) dan sampling tujuan (*purposive sampling*).

Teknik pengambilan sampel ini mempunyai syarat (1) Pengambilan sampel harus didasarkan atas ciri-ciri, sifat-sifat atau karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok populasi, (2) Subjek yang diambil

sebagai sampel benar-benar merupakan subjek yang paling banyak mengandung ciri-ciri yang terdapat pada populasi. (3) Penentuan karakteristik populasi dilakukan dengan cermat.

Sampling dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih/responden berdasarkan hal-hal yang terkait yang dapat mewakili populasi penelitian. Penelitian ini juga sebelumnya telah menentukan subjek penelitian yang merupakan orang/sumber/informan yang dapat memberikan data/informasi kepada peneliti di lokasi penelitian. Maka dalam penelitian ini digunakan juga teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan cara mengambil jumlah sampel sesuai dengan kriteria khusus yang telah ditentukan terlebih dahulu oleh peneliti sebelum survei. Berdasarkan pertimbangan jenis data yang dibutuhkan, maka sumber data penelitian dikelompokkan (1) Pengelola klaster batik Jenggot, (2) Pelaku usaha/pengrajin batik (pemilik usaha dan tenaga kerja yang mengerti dengan keadaan usahanya) yang ada di klaster

2.3 Metode Analisis

Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif. Analisis yang digunakan akan bertumpu menggunakan temuan data yang dikumpulkan melalui wawancara langsung ataupun pengamatan yang meliputi foto, rekaman, dan dokumen pribadi. Namun, juga dapat menggunakan telaah data yang mana meliputi data telah dihitung untuk tujuan tertentu, seperti data sensus yang telah disusun dan dikumpulkan pemerintah setempat (Corbin, 2003).

Pendekatan kualitatif yang digunakan berupa kualitatif deskriptif dengan metode survei wawancara. Hal ini berdasarkan pertimbangan bahwa pendekatan dan metode penelitian yang dipilih dapat digunakan untuk mencapai tujuan penelitian karena dengan metode survei wawancara, peneliti dapat mengambil data dan mengarahkan narasumber untuk memberikan informasi yang dibutuhkan secara langsung tanpa menimbulkan kesalahpahaman dan menghindari ke tidaksesuaian data yang diinginkan atau dibutuhkan dalam menganalisa selanjutnya. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi secara langsung ke lapangan atau wilayah studi yang sudah ditetapkan sebelumnya. Wawancara akan dilakukan secara sistematis, yang menurut Bungin (2006) adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman tertulis tentang apa yang hendak ditanyakan kepada responden. Wawancara ini akan dilakukan pada pelaku usaha batik di Klaster Batik Jenggot dan pemangku kepentingan terkait.

Untuk menentukan pemangku kepentingan yang akan dituju dilakukan dengan cara yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2008) adalah teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, yang digunakan untuk menentukan pemangku kepentingan dari populasi pengusaha batik di Kelurahan Jenggot. Menurut statistikian, *purposive sampling* lebih tepat digunakan oleh para peneliti apabila memang sebuah penelitian memerlukan kriteria khusus agar sampel yang diambil nantinya sesuai dengan tujuan penelitian dapat memecahkan permasalahan penelitian serta dapat memberikan nilai yang lebih representatif. Sehingga teknik yang diambil dapat memenuhi tujuan sebenarnya dilakukannya penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

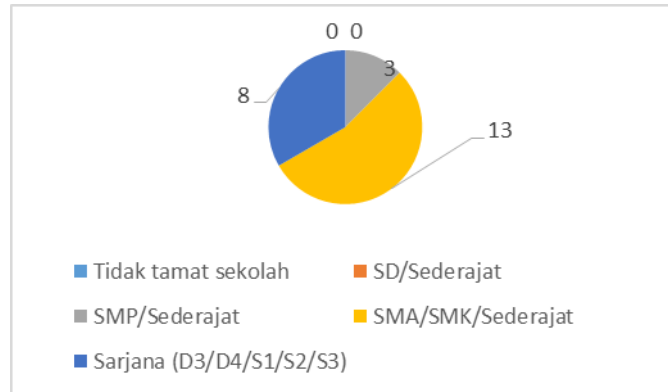
Identifikasi Karakteristik Usaha Batik yang Mempengaruhi Terjadinya Difusi Inovasi di Kelurahan Jenggot

Karakteristik pelaku usaha di Kelurahan Jenggot, karakteristik pelaku usaha akan ditinjau melalui beberapa kategori diantaranya tingkat pendidikan, pelatihan usaha, pengalaman usaha, motivasi pelaku usaha, ambisi, dan kemampuan pelaku usaha dalam mengambil resiko dalam mengembangkan usahanya.

Rata-rata tingkat pendidikan batik diambil dari jumlah sampel penelitian yang telah ditentukan jumlahnya yaitu sebanyak 30 orang. Dari 30 orang tersebut di dapatkan hasil bahwa mayoritas pelaku usaha batik merupakan Sarjana yaitu sebanyak 14 orang, kemudian lulusan SMA dan sederajatnya sebanyak 13 orang. Selama survey dilakukan ditemukan bahwa belum ditemukannya pelaku usaha/ pemilik usaha batik yang tidak sekolah maupun hanya tamatan SD, disimpulkan bahwa persentase tingkat pendidikan pengusaha batik Kelurahan Jenggot cukup baik. Selain itu diketahui juga bahwa pada umumnya pengusaha batik memulai usahanya dikarena factor lingkungan, seperti keluarga pembatik atau dikarenakan tinggal di lingkungan pembatik, sehingga tinggi rendahnya tingkat pendidikan tidak terlalu

mempengaruhi sama sekali terhadap pemilihan usaha batik oleh masyarakat sekitar ataupun menjadi alasan penduduk Kelurahan Jenggot memilih untuk memumali usaha batik yang mereka jalani. Selain itu disimpulkan pula bahwa tingkat pendidikan juga tidak mempengaruhi seorang pelaku usaha batik dapat atau tidaknya membuat inovasi baru pada produknya, karena bahkan pengusaha lulusan SMP dan SMA serta tidak pernah mengikuti pelatihan membatik, namun tetap bisa menghasilkan produk batik yang inovatif.

Gambar 1. Diagram Tingkat Pendidikan Pelaku Usaha Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Rata-rata tingkat pendidikan batik diambil dari jumlah sampel penelitian yang telah ditentukan jumlahnya yaitu sebanyak 30 orang. Dari 30 orang tersebut di dapatkan hasil bahwa mayoritas pelaku usaha batik merupakan Sarjana yaitu sebanyak 14 orang, kemudian lulusan SMA dan sederajatnya sebanyak 13 orang. Selama survey dilakukan ditemukan bahwa belum ditemukannya pelaku usaha/ pemilik usaha batik yang tidak sekolah maupun hanya tamatan SD, disimpulkan bahwa persentase tingkat pendidikan pengusaha batik Kelurahan Jenggot cukup baik. Selain itu diketahui juga bahwa pada umumnya pengusaha batik memulai usahanya dikarena factor lingkungan, seperti keluarga pembatik atau dikarenakan tinggal di lingkungan pembatik, sehingga tinggi rendahnya tingkat pendidikan tidak terlalu mempengaruhi sama sekali terhadap pemilihan usaha batik oleh masyarakat sekitar ataupun menjadi alasan penduduk Kelurahan Jenggot memilih untuk memumali usaha batik yang mereka jalani. Selain itu disimpulkan pula bahwa tingkat pendidikan juga tidak mempengaruhi seorang pelaku usaha batik dapat atau tidaknya membuat inovasi baru pada produknya, karena bahkan pengusaha lulusan SMP dan SMA serta tidak pernah mengikuti pelatihan membatik, namun tetap bisa menghasilkan produk batik yang inovatif.

Gambar 2. Inovasi Motif Batik Yang Dikembangkan Pelaku Usaha di Kelurahan Jenggot (gambar sebelah kanan merupakan motif batik yang diproduksi oleh pelaku usaha batik dengan lulusan sarjana, sedangkan sebelah kiri diproduksi oleh pelaku usaha batik lulusan SMP) (Analisis, 2020)

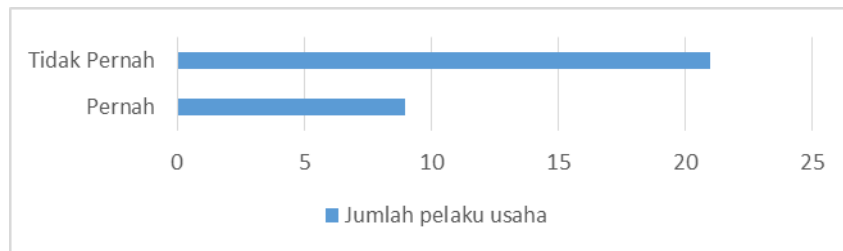


Setelah dilakukannya penelitian ditemukan dilapangan bahwa mayoritas responden tidak pernah mengikuti pelatihan usaha batik, baik sebelum memulai usaha batiknya maupun setelah usaha batik berkembang. Hal ini dikarenakan bahwa banyaknya pengusaha batik yang tidak tahu akan adanya pelatihan tersebut. Pemerintah sekitar seperti kelurahan juga menjelaskan bahwa tidak adanya pelatihan membatik itu sendiri, walaupun pemerintahan kota seperti BPS dan Disperindag menyatakan bahwa pelatihan batik telah dilakukan di seluruh kawasan Kota Pekalongan. Selain itu, banyak pengusaha batik yang berpikir

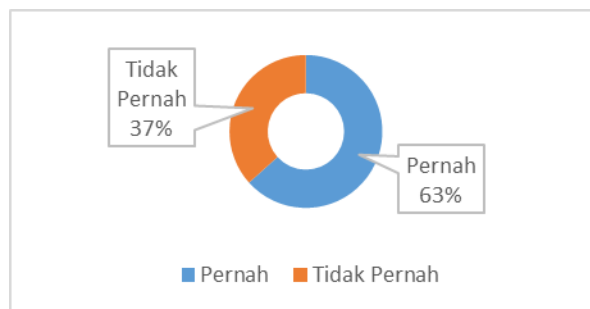
bahwa keterampilan yang didapatnya secara ortodok dengan mengikuti jejak usaha keluarga atau ikut berkerja dengan orang lain sebelum memulai usaha sudah cukup dan lebih baik daripada mengikuti pelatihan itu sendiri yang secara umum hanya berbentuk teori.

Rata-rata pelaku usaha batik yang bertempat di Kelurahan Jenggot memulai usahanya setelah lulus sekolah, atau setelah bekerja dengan usaha batik lain, baik itu keluarga atau tetangga sekitar untuk bisa mendapatkan ilmunya. Walau begitu juga ada beberapa pelaku usaha yang menjalankan usaha batik setelah bekerja pada bidang lain seperti bidang pendidikan seperti guru maupun perbankan seperti Bank. Selain itu, setelah ditelusuri diketahui bahwa pengalaman bekerja sebelumnya pada sector berbeda tidak terlalu mempengaruhi terhadap kinerja dan keterampilan pelaku usaha batik dalam usahanya saat ini.

Gambar 3. Diagram Pengalaman Usaha Pelaku Usaha Dalam Sektor Lain Sebelum Memulai Usaha Batik Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Gambar 4. Diagram Pengalaman Usaha Pelaku Usaha Dalam Sektor Batik Sebelum Memulai Usaha Batik Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Gambar 4 menjelaskan bahwa tidak semua pelaku usaha pernah atau memiliki pengalaman dalam usaha batik sebelumnya. Walau begitu mereka tetap memulai usaha batik tersebut dan memiliki kapasitas usaha yang tidak jauh berbeda bahkan sama dengan pelaku usaha yang memiliki pengalaman sebelumnya.

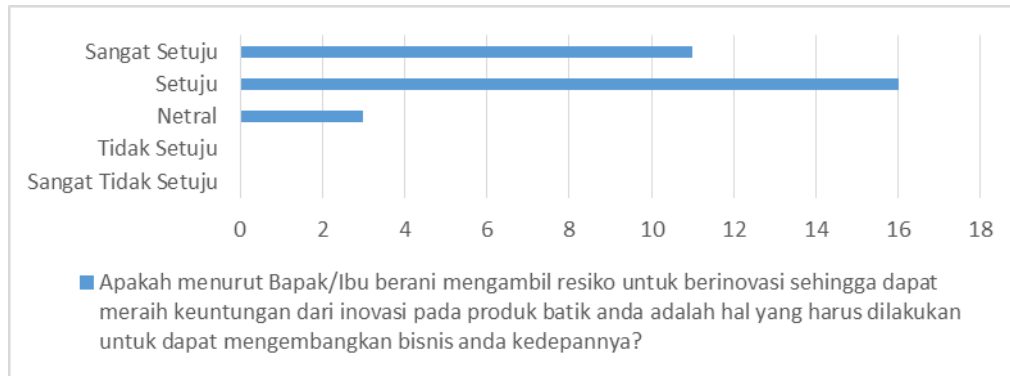
Motivasi menurut Eveland (1986), motivasi dapat dipengaruhi oleh arti bahwa pada saat sebuah inovasi berlaku; inovasi dapat memiliki nilai simbolis yang mendorong (atau mencegah) terjadinya pengadopsian. Kemampuan dan motivasi, yang berbeda pada situasi tertentu seperti ciri khas tersendiri, memiliki dampak besar pada kemungkinan pengadopsi berpotensi untuk mengadopsi inovasi. Seperti inovasi, pengadopsi telah ditentukan untuk memiliki sifat yang mempengaruhi kemungkinan mereka untuk mengadopsi inovasi. Tidak mengherankan, pengadopsi potensial yang termotivasi untuk mengadopsi inovasi cenderung melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk menerapkannya (Ferlie,2001).

Setelah dilakukan survey lapangan diketahui bahwa ada berbagai macam motivasi yang dimiliki oleh pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya ataupun dalam melakukan inovasi pada produk yang diproduksinya. Persaingan pasar merupakan salah satu factor motivasi tersebut, jika sebuah usaha tidak melakukan inovasi atau setidaknya berusaha mengikuti *tren* yang ada, dapat dipastikan bahwa usaha tersebut untuk sulit bersaing dengan usaha lainnya. Walau terkadang suatu usaha sudah memiliki pelanggan tetap, namun tanpa adanya inovasi produk suatu usaha tidak dapat memenuhi permintaan konsumen, sehingga berakibat pada kehilangan pelanggan.

Kategori ambisi ditinjau dari sejauh mana seorang pelaku usaha ingin mengembangkan usahanya dan menggunakan inovasi itu sendiri untuk terus berkembang. Ambisi merupakan salah aspek yang menilai seberapa besar keinginan seorang pelaku usaha dan seberapa besar keinginan tersebut mempengaruhi

keadaan dalam usahanya. Dari beberapa responden yang didapat, adanya yang sangat berambisi untuk mengembangkan batiknya agar dapat terkenal, dan memiliki ciri khas yang unik dari yang lainnya, sehingga pelaku usaha tersebut selalu berinovasi pada produk batiknya. Namun adapula, pelaku usaha yang merasa usahanya untuk saat ini sudah cukup mapan dan tidak terlalu berambisi untuk membuat batik baru. Biasanya tipikal pelaku usaha seperti ini, lebih pada mengikuti pasaran disaat memproduksi batiknya, dibandingkan membuat *signature* batiknya sendiri.

Gambar 5 Diagram Kemampuan Untuk Mengambil Resiko Pelaku Usaha Dalam Sektor Batik Sebelum Memulai Usaha Batik Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Setelah dilakukan survei diketahui bahwa mayoritas pelaku usaha memilih untuk mengambil resiko dalam menjalankan usahanya untuk dapat meningkatkan kualitas usahanya kedepannya. Memiliki kemampuan untuk mengambil resiko membuktikan bahwa seorang pengusaha dapat melihat peluang bisnisnya lebih baik kedepannya dengan melewati tantangan tertentu. Dalam penelitian ini, tantangan yang harus diambil pelaku usaha batik adalah tantangan untuk berinovasi. Inovasi tersebut merupakan penemuan akan hal baru dari mengembangkan hal yang sudah ada menjadi lebih baik dengan variasi yang berbeda atau ide baru yang belum pernah dikeluarkan sama sekali. Sehingga berinovasi itu merupakan risiko yang pada hasil akhirnya dapat gagal pada satu pihak dan berhasil di lain pihak. Dengan tingginya tingkat kemampuan mengambil resiko pelaku usaha batik di Kelurahan Jenggot mengidentifikasi bahwa pelaku usaha di Kelurahan Jenggot selalu dan sedia berinovasi atau mengembangkan usahanya dengan inovasi itu sendiri.

Karakteristik lingkungan usaha akan ditinjau melalui beberapa aspek diantaranya jarak kawasan batik/kawasan penelitian dengan sarana pendidikan terkait yang dapat menunjang usaha batik yang ada, jarak wilayah penelitian dengan sentra batik, jarak industri batik dengan bahan baku dan sarana perdagangan atau tempat batik dipasarkan.

Sarana pendidikan terkait, batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia, yang keberadaannya bukan hanya sebagai bukti sejarah Indonesia, tapi juga sebagai pendukung perekonomian nasional. Namun tidak semua sarana pendidikan di Indonesia menyediakan kurikulum batik ataupun yang terkait untuk dapat dipelajari oleh masyarakat luas. Hanya beberapa diantaranya dan salah satunya yaitu Universitas Pekalongan. Kelurahan Jenggot yang berada di Kecamatan Pekalongan Selatan Kota Pekalongan, termasuk kedalam jangkauan sarana pendidikan setempat yang salah satu diantaranya universitas pekalongan tersebut.

Universitas Pekalongan (Unikal) adalah perguruan tinggi swasta yang berkedudukan di Kota Pekalongan, Jawa Tengah. Universitas Pekalongan merupakan satu-satunya Universitas di Kota Pekalongan. Unikal berdiri pada 15 Februari 1980 merupakan prakarsa dari Ali Said, S.H., mantan Jaksa Agung Republik Indonesia, yang dikukuhkan dengan Akta Notaris R. Soerojo Wongsowidjoyo, S.H. perguruan tinggi ini berada di bawah naungan Yayasan Samapta Makarya Pembangunan Tanah Air (Samapta).

Pada tahun 2011 Universitas Pekalongan membuka program studi baru yaitu program studi Teknologi Batik (D3), yang pendiriannya berdasarkan mandat Kementerian Diknas RI up. Dirjen Dikti No. 363/E/T/2011

tgl. 23 Maret 2011. Dengan dibukanya program studi Teknologi Batik, program studi yang dimiliki Unikal menjadi 14.

Gambar 6. Universitas Pekalongan Di Kota Pekalongan (unikal.ac.id)



Sentra batik Kelurahan Jenggot memiliki sekurang-kurangnya 185 usaha yang terdiri dari 10 industri menengah, 110 industri kecil dan 65 usaha kerajinan rumah tangga yang tercatat pada pekalongan selatan dalam angka 2019 untuk tahun 2018. Dengan keseluruhan 185 usaha yang ada, 135 diantaranya terdaftar sebagai usaha batik oleh dinas perindustrian dan tenaga kerja Kota Pekalongan. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa kelurahan Jenggot didominasi oleh usaha batik, dan dapat digolongkan sebagai kawasan kampung batik. Ditambah lagi letaknya yang berada tepat sebagai bagian Kota Pekalongan yang merupakan sentra batik dunia yang telah disahkan oleh UNESCO. Dimana akan mempermudah kawasan batik Kelurahan Jenggot untuk berkembang dan mempermudah pengusaha batik untuk mendapatkan pelayanan usaha yang lebih baik dari wilayah lain. Hal ini disimpulkan dengan adanya peraturan khusus untuk menunjang pengrajin batik oleh pemerintahan Kota Pekalongan tersebut.

Pekalongan itu sendiri dikenal sebagai "Kota Batik" adalah rumah bagi 300.000 orang. Ini adalah kota multikultural di mana komunitas etnis yang berbeda hidup bersama, sering menikmati ekspresi budaya satu sama lain di banyak pameran, parade, dan acara yang diadakan sepanjang tahun. Kerajinan tangan, seperti batik tulis dan batik cap tangan, adalah pilar utama perekonomian kota. Berkaitan erat dengan seni, budaya dan ekonomi, desain dan produksi batik adalah bagian penting dari identitas Pekalongan. Terintegrasi ke dalam sistem pendidikan kota, budaya Batik juga terintegrasi dengan baik ke dalam rencana pengembangan ekonomi kreatif kota.

Melindungi dan mengembangkan budaya Batik dan desa-desa kerajinan batik di sekitarnya adalah prioritas bagi Pekalongan. Museum Batik dan lokakarya yang berdekatan untuk siswa membentuk pusat seni yang penting dan telah diakui sebagai Praktik Perlindungan Terbaik untuk warisan tak benda. Pekalongan adalah contoh yang sangat baik tentang bagaimana pembangunan berbasis budaya dapat mendukung warga, khususnya perempuan, dalam mengembangkan kegiatan yang menghasilkan pendapatan yang layak dan meningkatkan kualitas hidup mereka. (Gandawisana, 2014)

Kelurahan Jenggot merupakan salah satu kelurahan di Kota Pekalongan yang tepatnya berada di Kecamatan Pekalongan Selatan. Mengingat Kota Pekalongan merupakan kota batik dan salah satu kota pemasok batik terbesar di Indonesia, sehingga dapat dipastikan bahwa ketersediaan bahan baku batik dan letak pemasaran batik tersedia dan tersebar di seluruh kawasan di kota ini. Kelurahan Jenggot sendiri memiliki pasar yang menjual batik seperti Pasar Banyurip. Selain itu, Pasar Sentono yang merupakan pusat grosir batik terbesar di Pekalongan juga terletak dekat dengan Kelurahan Jenggot. Dalam hal ini dapat dipastikan bahwa Kelurahan Jenggot memiliki akses yang dapat menjangkau bahan baku dan daerah pemasaran dengan mudah.

Selain itu, pada umumnya pelaku usaha tidak menjual produk batiknya ke pusat pemasaran sekitar, melainkan menjualnya langsung di rumah produksi atau keluar daerah. Hal ini disebabkan selain sudah banyaknya pesaing yang menjual batik di pasar sekitar. Juga pertimbangan akan harga toko yang harus di kontrak dengan keuntungan dari penghasilan yang didapat. Selain itu, mengingat daerah industry sudah termasuk dalam wilayah kampung batik yang terkenal dengan produksi batiknya, sehingga produsen tidak perlu memasarkan produknya ke pasar setempat karena biasanya konsumen yang berminat akan mendatangi industry terkait untuk melakukan transaksi. Selain itu, dengan canggihnya teknologi saat ini, banyak punya pelaku usaha yang melakukan bisnis online, sehingga ada atau tidaknya kebedaraan pusat pemasaran tidak berpengaruh banyak.

Karakteristik Organisasi/Lembaga yang Menaungi Usaha Batik Kelurahan Jenggot

1. DISPERINAKER (Dinas Perindustrian dan Tenaga Kerja)

Kota Pekalongan memiliki DISPERINAKER sebagai organisasi dan tata kerja dinas perindustrian dan tenaga kerja wilayah setempat. Dalam bidang perindustrian, dinas ini bertugas untuk menyelenggarakan industri aneka usaha dan jasa, industri tekstil dan produk tekstil serta industri kreatif yang termasuk di dalamnya industri batik. Dengan adanya DISPERINDAKER yang mengelola, mengkoordinasi dan membina industri batik di Kelurahan Jenggot maka akan dipastikan bahwa industri batik yang ada akan terkoordinasi lebih baik dan pelaku usaha akan mendapatkan kemudahannya tersendiri dalam menjalankan usahanya.

2. BPS (Badan Pusat Statistik)

Badan Pusat Statistik adalah Lembaga Pemerintah Non-Departemen yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Sebelumnya, BPS merupakan Biro Pusat Statistik, yang dibentuk berdasarkan UU Nomor 6 Tahun 1960 tentang Sensus dan UU Nomor 7 Tahun 1960 tentang Statistik. Sebagai pengganti kedua UU tersebut ditetapkan UU Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik. Berdasarkan UU ini yang ditindaklanjuti dengan peraturan perundangan dibawahnya, secara formal nama Biro Pusat Statistik diganti menjadi Badan Pusat Statistik (BPS, 2020).

Selain DISPERINDAKER, BPS merupakan salah satu lembaga di Kota Pekalongan yang berfungsi dalam pendataan data industri batik dan segala yang bersangkutan dengan industri tersebut. BPS juga menaungi usaha batik di Kota Pekalongan termasuk di Kelurahan Jenggot dengan mengadakan pameran batik atau ekspo batik. Dimana ekspo tersebut biasanya di gelar di museum batik Kota Pekalongan, dengan ketentuan peserta untuk siapa saja yang berminat dan mendaftar untuk mengikuti ekspo. Ekspo atau pameran ini sangat membantu para usaha batik untuk memperkenalkan produksi batik mereka, baik dari model hingga fashion batik itu sendiri. Pameran ini juga berfungsi sebagai ajang untuk memperkenalkan tren terbaru dan memberi inspirasi terhadap sesama pelaku usaha batik.

3. UMKM Batik

Kota pekalongan juga memiliki UMKM Batik yang mana dikhususkan untuk pelaku usaha batik. UMKM ini dapat berperan sebagai pembimbing usaha batik itu sendiri ataupun sebagai koperasi bagi pelaku usaha. Koperasi pada UMKM dapat memberikan pinjaman maupun dapat menyimpang dana usaha pelaku usaha yang berminat untuk menyimpannya. Selain itu, UMKM Batik Pekalongan jugaberperan memberikan ide dan saran kepada pelaku usaha dalam menghadapi kendala usaha. Seperti pada musim corona pada tahun ini UMKM memberikan pinjaman dana terhadap pelaku usaha yang bersedia melakukan peluang bisnis yang diusulkan UMKM. Kasus yang terjadi pada tahun ini berupa UMKM menyediakan lapangan pekerjaan bagi usaha/industry yang terpaksa tutup akibat corona dengan memberikan mereka orderan atau mencarikan orderan tertentu, baik itu dari pihak pemerintah maupun swasta. Jadi UMKM akan mencarikan orderan dan dana, sedangkan tugas pelaku usaha adalah melaporkan kebutuhan mereka dan mendaftarkan diri dalam proyek yang diselenggarakan seperti pembuatan masker batik. Tentu saja pelaku usaha yang dapat mengikuti proyek dan mendapatkan orderan berupa pelaku usaha yang terdaftar dalam kelompok UMKM tersebut.

4. Paguyuban Batik Kelurahan Jenggot

Setelah dilakukan wawancara dengan Lurah Kelurahan Jenggot, diketahui kalau sebenarnya Kelurahan Jenggot memiliki paguyuban. Paguyuban tersebut berdiri bahkan memiliki pengurus paguyuban. Namun, ketika hal tersebut ditanyakan kepada pelaku usaha batik yang lain, mayoritas pelaku usaha meniadakan hal tersebut. Pelaku usaha menyatakan bahwa tidak ada paguyuban atau tidak mengetahui ada atau tidaknya paguyuban tersebut. Selain itu, tidak ada satupun pelaku usaha yang diwawancarai tergabung dalam paguyuban tersebut. Sehingga disimpulkan bahwa paguyuban didirikan namun tidak berjalan dengan semestinya seperti kekurangan anggota atau dana, menjadika paguyuban dihentikan dan ditiadakan.

Identifikasi Inovasi Produk Batik Kelurahan Jenggot dalam Kajian *Knowledge Managent* (Tacit dan Explicit)

Bentuk inovasi produk batik tulis yang diproduksi oleh usaha batik Kelurahan Jenggot tidaklah banyak, atau lebih tepatnya tidak banyak usaha batik yang berminat untuk memproduksinya. Batik tulis merupakan

jenis batik yang cara pembuatannya ditulis dan diwarnai dengan tangan secara langsung dengan perentara centing tanpa alat bantu lain, satu persatu untuk setiap polanya di seluruh kain putih yang akan dibatik. Selain cara pengerjaannya membutuhkan ketelatenan dan ketekunan, proses pengerjaannya juga membutuhkan ketelitian. Sehingga kain yang dihasilkan akan terlihat bagus dan memiliki harga jual dan nilai seni yang tinggi. Namun, karena hal itu pengerjaan batik tulis terhitung lama, dan harganya cukup mahal. Sehingga barang yang diproduksi tidak cepat terjual dibandingkan dengan produk jenis batik lain.

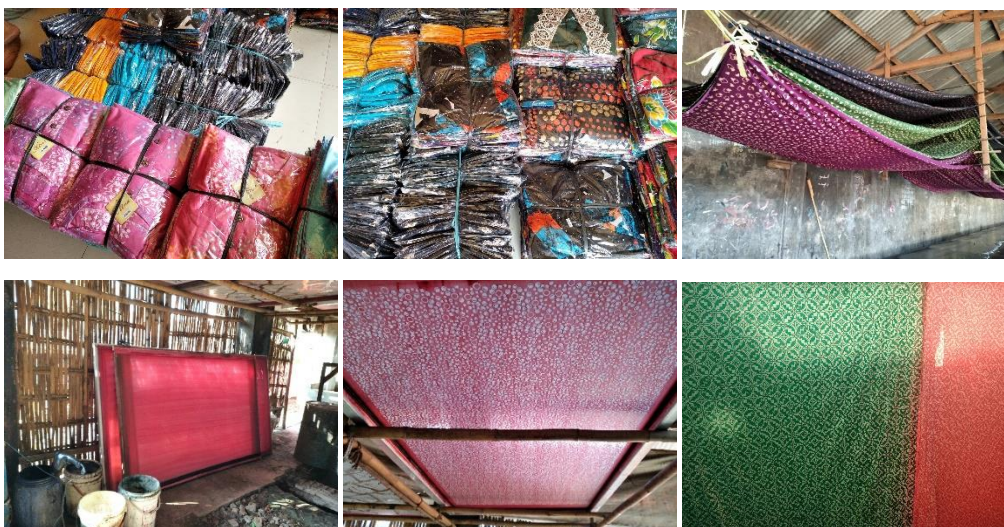
Selain batik tulis, di Kelurahan Jenggot juga terdapat jenis batik cap. Dapat dikatakan bahwa batik jenis cap merupakan batik terfavorit masyarakat sekitar/ pelaku usaha batik yang banyak diproduksi di kawasan pembatik kelurahan Jenggot. Selain proses pencapannya yang tidak sesulit batik tulis, proses pengerjaan batik ini jugalah cepat, dan kualitas batik yang dihasilkan juga bagus. Sehingga banyak pelaku usaha batik yang lebih tertarik dalam melakukan usaha batik jenis ini.

Selain batik cap, banyak pelaku usaha batik yang mendirikan industry batik printing di Kelurahan Jenggot. Selain biaya produksinya yang lebih murah dari batik lainnya, proses pengerjaannya juga cepat, yaitu pencetakan, pengeringan, penyucian/pewarnaan, serta yang terakhir penjemuran, dan setelah proses penjemuran selesai kain siap untuk di jual. Batik printing juga sangat populer di masyarakat karena harganya yang sangat ekonomis. Sehingga memiliki tingkat permintaan pasar yang cukup tinggi. Walau begitu, setelah proses survey diketahui bahwa mayoritas industry batik printing tidak memiliki merk mereka tersendiri, dan mengerjakan produk batik hanya sesuai permintaan dari pihak yang mengorder. Kebanyakan pemilik industry batik printing menyebutkan kalau mereka hanyalah buruh batik, karena bertugas hanya untuk membuat batik, bukan untuk menjual atau memasarkan batik tersebut.

Gambar 7 Batik Cap Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Gambar 8. Batik Printing Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Batik Abstrak dapat dikatakan sebagai batik yang sangat populer saat ini di Kota Pekalongan, terutama di Kecamatan Pekalongan Selatan. Di Kelurahan Jenggot, batik abstrak mulai terkenal semenjak 3-4 tahun yang lalu hingga kini. Jenis batik ini merupakan jenis batik yang baru berkembang beberapa tahun

belakangan ini di Indonesia berkat inovasi yang dilakukan dengan penggabungan antara batik dan karya seni abstrak yang cukup banyak diminati pada abad 20 ini. Batik ini dinamakan batik abstrak karena motifnya yang abstrak atau tidak mengacu pada pola tertentu, namun bahan baku dan tahap pembuatannya mirip dengan batik lain yaitu menggunakan malam dalam proses pewarnaannya. Dalam proses pembuatannya batik abstrak tidak dilukis pada kain putih melainkan pada kain yang sudah diproses menjadi sebuah pakaian. Saat ini batik abstrak yang ditemukan beredar dipasaran baru berupa longdress batik abstrak, dan biasanya diminati baik oleh kalangan remaja maupun ibu rumah tangga.

Gambar 9 Batik Abstrak Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Batik tulis biasanya menggunakan motif yang bercirikan pada model tumbuhan atau hewan. Ditambah dengan prosesnya yang ditulis, sehingga setiap model tidak ada yang persis sama. Hal ini memberikan keunikan tersendiri untuk batik dengan jenis tulis. Berbeda dengan batik tulis, batik dengan proses cap dan printing lebih mudah diproduksi secara massal karena mereka memiliki cetakan masing-masing. Oleh karena itu pula, biasanya batik cap dan printing yang beredar di pasaran pada massa tertentu memiliki kesamaan motif. Hal ini terjadi karena, motif yang ada dapat ditiru dengan hanya menyesuaikan bentuk cetakan motif pada masing-masing cetakan batik. Seperti yang terjadi dalam beberapa tahun belakangan diketahui bahwa dari tahun 2017, motif batik yang sedang populer saat ini adalah motif polkadot, batu dan loreng yang merupakan turunan dari motif satu warna atau satu bentuk. Sedangkan produk batik turunan seperti pakaian atau sarung, yang saat ini sedang populer setelah ditelusuri dengan melakukan wawancara kepada para pelaku usaha, yaitu berupa longdress batik dan daster ibu. Walau begitu hal ini tergantung pada produk batik yang dijual oleh pelaku usaha selaku responden, karena tidak semua pelaku usaha menjual produk jadi dan hanya menjual kain saja. Namun ada pula pelaku usaha yang hanya menjual produk jadi tapi tidak menjual kain.

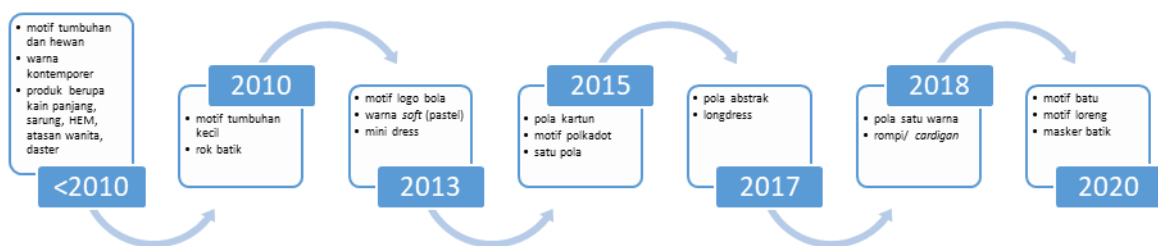
Menurut Kamus Bahasa Indonesia, batik pada dasarnya merupakan kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki kekhasan. Sehingga proses pembatikan secara printing dan abstrak sudah merupakan suatu inovasi baru dalam dunia batik. Bukan hanya itu, batik pada dasarnya hanya diolah menjadi kain panjang dan sarung, kemudian banyak pelaku usaha yang menginovasikan kain batik tersebut menjadi pakaian yang pada saat ini banyak diminati oleh masyarakat umum seperti HEM untuk pria. Kemudian setelah batik ditetapkan sebagai warisan budaya oleh UNESCO, peminatan akan batik semakin meluas, yang dari awalnya batik hanya digunakan sebagai pakaian formal, sekarang batik juga banyak digunakan sebagai pakaian sehari-hari, hingga terlahirlah jenis pakaian lain yang dibuat dengan kain batik seperti rok batik, atasan wanita, dan juga dress batik. Untuk motif batik itu sendiri, awalnya hanya berupa motif yang berlandaskan pada alam seperti tumbuhan dan hewan. Namun kini motif batik juga dapat berupa perpaduan diantaranya dan motif lain yang terinspirasi dari ilustrasi seni lukis lainnya, seperti lingkaran, segitiga, persegi, bahkan juga mengikuti beberapa tren fashion seperti gambar kartun atau lambang suatu kelompok. Hal ini dapat dibuktikan dengan adanya batik pancasila, dan batik yang bergambarkan club bola tertentu. Tentu saja batik seperti ini hanya diproduksi dalam rangka acara tertentu dan tidak selalu diproduksi setiap saat.

Gambar 10 Diagram Jenis Batik Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Inovasi batik di kelurahan Jenggot berupa inovasi produk dan juga motif. Setelah ditelusuri, biasanya inovasi motif dipengaruhi tren di pasaran, bukan melainkan trade mark masing-masing usaha. Hal ini dapat terlihat dalam 10 tahun belakangan, bahwa perubahan motif tersebut dipengaruhi oleh permintaan pasaran. Seperti pada tahun 2010, baik produsen batik cap dan sablon lebih banyak memproduksi batik dengan motif bunga kecil dan akar menjalar. Kemudian pada tahun 2013 hingga 2014, dengan hangat-hangatnya ajang persepak bolaan Indonesia, keluarlah batik bola. Namun batik ini tidak bertahan lama karena pada umumnya peminat batik merupakan kaum wanita atau bapak-bapak yang menggunakannya pada acara resmi, sehingga batik bola tidak terlalu lama menjadi trendsetter. Pada tahun 2015, keluarlah batik dengan inovasi warna baru, yaitu warna-warna lembut seperti warna pastel. Walau begitu batik ini juga tidak terlalu lama dipasaran, karena tidak semua konsumen menilai bahwa batik tipe ini bagus, karena warnanya yang lembut terlihat seperti warna pudar. Kemudian setelah itu, keluarlah batik dengan gambar-gambar kartun atau batik dengan satu pola seperti polkadot. Batik ini mendapat respon bagus oleh konsumen, karena polanya yang simple menjadikan batik ini mudah untuk dipadupadankan dengan pakaian ataupun tekstil lain yang bukan batik. batik satu polapun akhirnya dinovasikan lebih lanjut oleh pada pelaku usaha setempat dengan membuat variasi warna dan juga tata letak motifnya di atas kain batik. Pada tahun 2019, batik abstrak sangat banyak diminati, sehingga disetiap toko di Kelurahan Jenggot hampir memiliki jenis batik ini. Hingga saat ini, tahun 2020, batik satu pola dan batik abstrak terus dikreasikan, dan masih menjadi incaran bagi para peminat batik dipasaran, baik itu peminat batik di wilayah sekitar maupun dari luar pulau Jawa yang memesan orderan batiknya ke Keluraha Jenggot.

Gambar 11 Bagan Perkembangan Inovasi Batik Di Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Knowledge management yang Terdapat di Wilayah Studi, *knowledge* merupakan informasi yang dikombinasikan dengan pengalaman. Dalam bukunya yang berjudul *Knowledge Management in Theory and Practice*, Dalkir (2011) mengumpulkan pendapat para ahli dan menjelaskan beberapa teori mengenai manajemen *knowledge* yaitu termasuk di dalamnya dua jenis *knowledge*, berupa *Tacit Knowledge* dan *Explicit Knowledge*. Pada penelitian ini *Tacit Knowledge* dan *Explicit Knowledge* akan digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi ilmu yang digunakan dalam difusi inovasi yang terjadi.

Tacit Knowledge merupakan pengetahuan yang terdapat di dalam otak atau pikiran seseorang sesuai dengan pemahaman dan pengalaman orang itu sendiri. Biasanya pengetahuan ini tidak terstruktur, susah untuk didefinisikan dan diberitahukan dengan bahasa formal kepada orang lain dan isinya mencakup pemahaman pribadi. Pengetahuan ini umumnya belum terdokumentasi karena pengetahuan ini masih terdapat di dalam pikiran seseorang. *Knowledge* ini memiliki ciri-ciri berupa (1) *Tacit* diperoleh dari pengalaman, pengalaman yang pernah dirasakan, (2) Tidak mudah dikomunikasikan atau diberikan kepada orang lain karena sulit untuk di ekspresikan, dan (3) Pengetahuannya dapat di transfer secara efektif melalui bertatap muka (*person to person*), yaitu pengetahuan yang didapat oleh kita akan mudah untuk di transfer melalui percakapan dari kita ke orang lain.

Sedangkan *Explicit Knowledge* merupakan pengetahuan yang sudah dikumpulkan serta diterjemahkan ke dalam suatu bentuk dokumentasi (rangkuman) sehingga lebih mudah dipahami oleh orang lain. Pengetahuan ini bersifat formal dan mudah untuk dibagikan ke orang lain dalam bentuk dokumentasi karena umumnya merupakan pengetahuan yang bersifat teori yang mempermudah seseorang dalam membagi pengetahuannya kepada orang lain melalui buku, artikel dan jurnal tanpa harus datang langsung untuk mengajari orang tersebut. Dalam proses penerapannya, pengetahuan *explicit* lebih mudah karena pengetahuan yang diperoleh dalam bentuk tulisan atau dokumentasi.

Dalam hal ini dapat diketahui bahwa manajemen *knowledge* yang terdapat atau ditemui dalam difusi inovasi dari produk batik Kelurahan Jenggot termasuk ke dalam *tacit knowledge*. Hal ini dikarenakan pada umumnya peaku usaha mendapatkan inovasi tersebut secara otodidak dengan melihat media komunikasi seperti internet atau dari mendengarkan cerita dari teman pelaku usaha lain, maupun dari memperhatikan keadaan pasar. Selain itu, kawasan pembatik di Kelurahan Jenggot terkenal sebagai salah satu kawasan pembatik lama yang telah ada sejak dulu, yang mana dapat dilihat dari mayoritas pelaku usaha yang ada mewarisi ilmu membatiknya dari keluarganya. Dapat dikatakan Kelurahan Jenggot merupakan kawasan pembatik yang mayoritas usahanya berupa usaha turun temurun.

Selain itu, dari hasil wawancara juga dapat diketahui bahwa *knowledge* yang terdapat dalam difusi inovasi oleh pelaku usaha batik Jenggot merupakan *tacit knowledge*. Hal ini dikarenakan dalam hasil wawancara kebanyakan pelaku usaha mengaku mendapatkan inovasi produk batik mereka melalui internet, teman, maupun keluarga dengan cara komunikasi langsung. Adapun hal lain cara mendapatkan inovasi tersebut yaitu dari kabar yang beredar di lingkungan sekitar usaha dan usaha pengrajin batik tersebut meninjau keadaan pasar, atau permintaan konsumen. Dalam permintaan konsumen, konsumen mau ataupun tidak mau akan tetap menjelaskan sedikit kurangnya inovasi yang dimaksud dari hasil peninjauan mereka. Adanya berita dari inovasi ini sendiri telah membuka peluang bagi pelaku usaha terkait untuk mempelajarinya.

Analisis Kategori Adopter dari Pelaku Usaha yang Melakukan Inovasi di Kelurahan Jenggot.

Kategori adopter merupakan sebuah klasifikasi individu dalam system social berdasarkan pengadopsian suatu inovasi dalam lingkungan system social tersebut (Rogers, 2003). Pada analisis ini berarti pengklasifikasian pelaku usaha sebagai individu dalam system social berupa kawasan industry batik Kelurahan Jenggot berdasarkan respon pelaku usaha tersebut untuk memproduksi produk batik mereka dalam rangka merespon permintaan konsumen. Dalam arti lain, untuk dapat memuaskan permintaan konsumen, pelaku usaha harus berinovasi, baik inovasi yang didapat dari uji coba ide yang mereka miliki maupun inovasi dari mencontoh ide yang sudah ada atau mencontoh inovasi orang lain. Dalam teorinya yang dikeluarkan oleh Rogers (2003), kategori adopter memiliki lima golongan diantaranya *innovator*, *pengadopsi awal*, *mayoritas awal*, *mayoritas akhir*, dan *lamban*.

Inovator merupakan pelaku usaha yang pertama kali bersedia untuk mengambil resiko dengan berinovasi atau melakukan inovasi baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya untuk dipasarkan. Dalam hal ini berarti, pelaku usaha yang bisa digolong sebagai innovator haruslah pelaku usaha yang pertama kali mengeluarkan ide produk terbarunya di Kelurahan Jenggot, bahkan di dunia. Setelah dilakukan peninjauan ke wilayah studi, ketahui bahwa umumnya setiap pelaku usaha yang diwawancarai mengaku bahwa mereka adalah innovator dari motif batik yang mereka jual. Kemudian setelah dilakukan wawancara lanjut, ternyata mereka mendapatkan ide tersebut dari internet atau teman yang juga memiliki bisnis yang sama dengan mereka namun berada di luar wilayah Kelurahan Jenggot. Sehingga disimpulkan bahwa innovator dari inovasi batik di Kelurahan Jenggot adalah pelaku usaha dari luar daerah atau informasi dari luar daerah.

1. Pengadopsi Awal

Dari survey wawancara yang dilakukan dapat diketahui bahwa ide dari pelaku usaha tersebut tidak murni dari hasil pemikiran mereka. Dalam kata lain, mereka bukanlah orang pertama yang mencetuskan akan inoasi batik tersebut. Namun dapat dikatakan pula bahwa mereka mengembangkan inovasi baru yang mereka serap baik dari teman, internet ataupun daerah lain dan menjadikannya ciri khas batik mereka sendiri. Sehingga mereka dapat digolongkan sebagai kategori adopter setelah innovator yaitu pengadopsi awal.

2. Mayoritas Awal

Setelah dilakukan survei wawancara dengan beberapa responden diketahui bahwa mayoritas pelaku usaha memutuskan untuk mengadopsi inovasi karena tidak ingin terlalu ketinggalan dengan tren dipasaran. Selain itu, untuk beberapa usaha yang pemasukan terbesarnya didapat dari orderan kain batik bukan produk batik turunan, biasanya mereka merasa diwajibkan untuk selalu memperbarui motif batiknya dengan yang sedang tren dipasaran dikarena permintaan pelanggan.

3. Mayoritas Akhir

Pada kategori ini diketahui bahwa pelaku usaha mencoba mengadopsi inovasi produk atau produk batik yang populer setelah produk ini merembak luas dipasaran, dan dilakukannya adopsi setelah melihat prospek tinggi yang dihasil oleh pelaku usaha lain yang telah melakukan adopsi lebih awal.

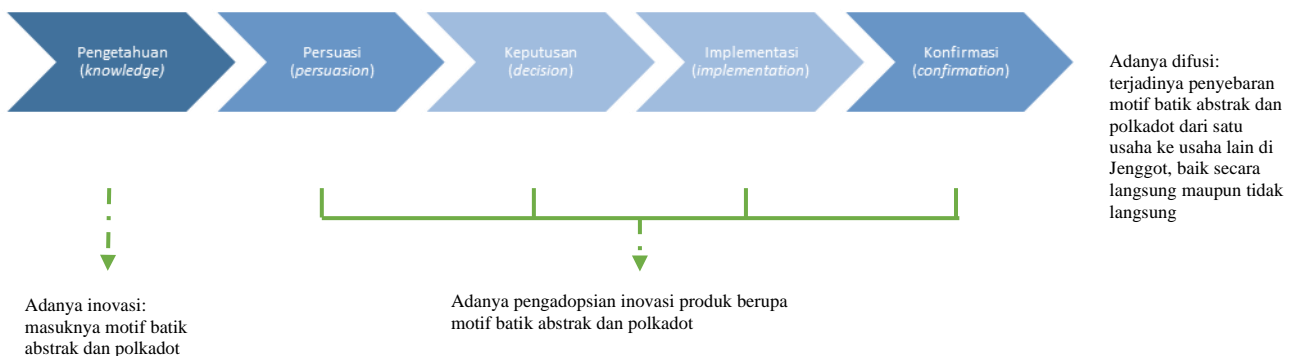
4. Lamban

Dalam survei wawancara usaha batik printing Bapak Nasir digolongkan sebagai kategori adopter lamban dikarenakan tidak adanya minat oleh pelaku usaha ini untuk mengadopsi inovasi itu sendiri jika tidak atas permintaan pembeli. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika tidak ada permintaan pembeli atas motif batik yang sedang booming di pasaran saat ini, maka usaha batik ini tidak akan mengadopsi motif tersebut.

Analisis Difusi Inovasi dari Inovasi Produk Batik di Kelurahan Jenggot dalam Mendukung Perkembangan Ekonomi Lokal Setempat

Difusi inovasi merupakan suatu tahapan yang mana keuntungan dari suatu inovasi berlaku umum. Dari seorang inovator, inovasi diteruskan melalui pengguna lain hingga akhirnya menjadi hal yang biasa dan diterima sebagai bagian dari kegiatan produktif (Parker, 1974 dalam Lasmery, 2014).

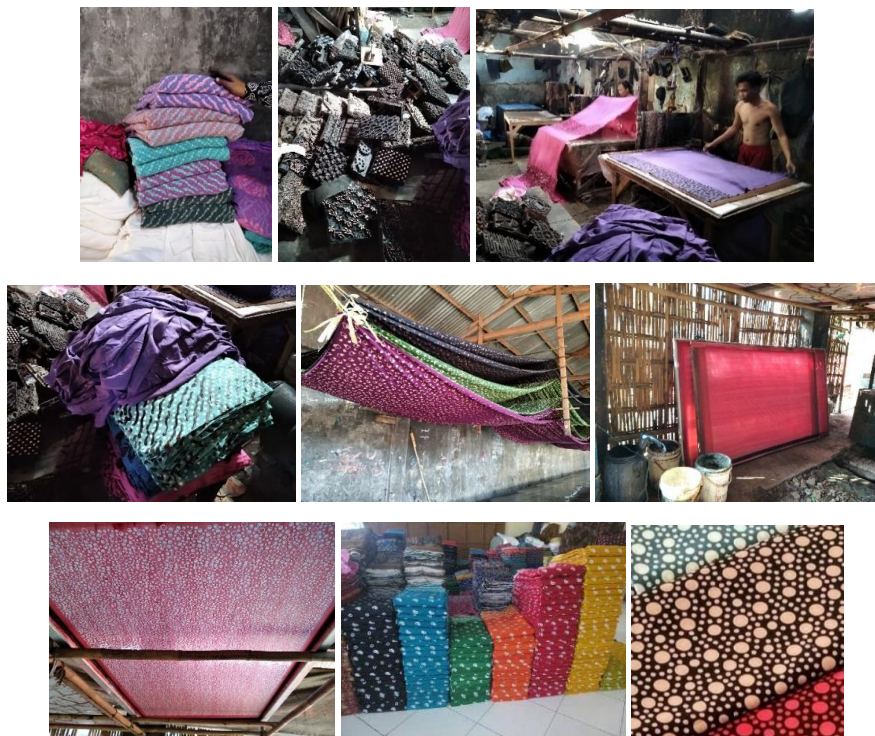
Gambar 12. Tahapan Difusi Inovasi (Analisis, 2020)



Inovasi merupakan sebuah kemampuan yang dimiliki individu dalam membuat hal baru dengan menerapkan kreatifitas dalam rangka memecahkan permasalahan dan memberikan peluang untuk memperkaya dan meningkatkan kesejahteraan hidup (Suryana, 2003). Dalam penelitian ini, inovasi yang ditemukan berupa inovasi produk yaitu inovasi pada motif batik. Inovasi yang ada berupa penggabungan antara motif batik dengan polkadot. Dengan pengkombinasian ini terciptalah motif baru dalam dunia perbatikkan. Selain itu, motif baru ini dapat dikembangkan menjadi beraneka macam motif turunan yang berlandaskan motif polkadot oleh pembatik di wilayah Kelurahan Jenggot.

Selain inovasi baru berupa motif polkadot, di Kelurahan Jenggot juga ditemukan inovasi motif abstrak atau biasa disebut batik abstrak. Motif abstrak itu sendiri telah ada sejak tahun 1970-an dalam dunia fashion, yang kemudian dikembangkan dalam dunia perbatikkan oleh para pembatik di Indonesia. Bahkan menurut majalah online Fimela tercatat pada tahun 2015, bahwa batik abstrak telah menembus pasar internasional hingga Eropa, yang menyatakan bahwa peminat batik ini tidaklah sedikit. Di Kelurahan Jenggot, batik abstrak dipadu padankan dengan style fashion ke kinian oleh pengrajin batik setempat, yang merupakan inovasi tersendiri yang ada di kelurahan ini.

Gambar 13. Motif Polkadot Dan Turunannya Di Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Gambar 14 Batik Abstrak Di Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Dalam penelitian ini dibahas bagaimana inovasi produk berupa motif polkadot dan batik absrak yang berasal dari luar daerah Kelurahan Jenggot masuk dan menjadi sangat populer baik di kalangan pembatik maupun konsumen batik itu sendiri. Dapat diketahui pula pada kajian sebelumnya bhawa tidak adanya innovator di Kelurahan Jenggot karena ide dari inovasi ini berasal dari individu lain.

Seiring perkembangan jaman, motif-motif batik kini mulai bertransformasi dengan berbagai gaya. Kemajuan industri kain nusantara ini tak terlepas dari kreatifitas desainer yang berani memadu padankan batik dengan motif-motif modern. Tidak terkecuali dengan Hendri Budiman, seorang desainer brand 3 Ratu
E-ISSN: 2338-3526, available online at: <http://ejournal3.undip.ac.id/index.php/pwk>

Batik yang menciptakan kombinasi motif batik dan polkadot, yang mana selama ini, polkadot dikenal hanya sebagai motif retro, simetris dan stagnan. Hal ini dijelaskan dalam artikel tribun jogja tahun 2016.

Gagasan membuat inovasi polkadot – batik ini berawal dari ketertarikan Hendri pada motif polkadot. Motif bulat-bulat ini menurutnya tidak lekang jaman meskipun dunia fashion terus berkembang. Alasan itulah yang memastikan Hendri sebagai ciri khas rancangan-rancangannya. Saat mengikuti Jogja Fashion Week 2016 akhir Agustus, Hendri juga tertantang untuk mengkombinasikan motif polkadot yang menjadi signature-nya dengan motif batik yang menjadi tema JFW 2016 lalu.

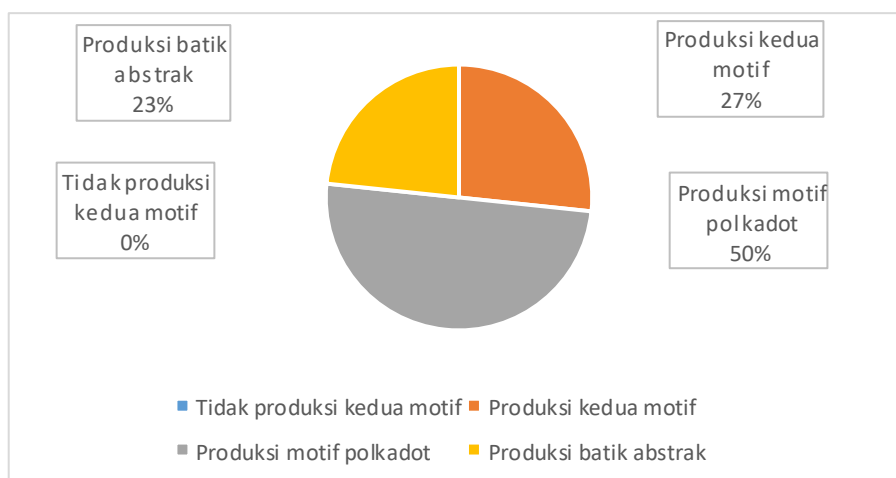
Inovasi motif batik polkadot yang unik menarik banyak minat konsumen, terlebih lagi motif ini dipopulerkan oleh seorang desainer ternama yang menjadikan motif ini tambah diincar konsumen. Hal ini kemudian tersebar luas, dan diketahui banyak pembatik terutama pembatik di Kelurahan Jenggot. Dimana hal ini menjadi asal mula, pelaku usaha batik di Kelurahan Jenggot mulai menggunakan motif ini sebagai salah satu motif batik andalan mereka.

Sedangkan batik abstrak, berawal dari masuknya motif abstrak di dunia fashion pada tahun 1970-an. Dimana kemudian beberapa pembatik dari berbagai daerah berusaha menerapkannya ke dalam seni batik dan menamainya batik abstrak konterporer. Batik abstrak ini kemudian banyak diminati oleh konsumen pencinta batik, baik konsumen dalam daerah Indonesia, maupun luar daerah. Disebutkan oleh Dian dalam majalah fashion online Femila pada tahun 2015, bahwa batik ini telah merambah ke dunia internasional. Selain laris di pasar Asia seperti Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, dan India, penggemar batik abstrak pun sudah sampai ke Eropa. Melihat bagusnya peluang bisnis yang miliki batik abstrak ini, menjadikan para pembatik di Kelurahan Jenggot menjadi tergoda untuk memulai atau mencoba memproduksi dan menjual batik ini ke pasaran. Ditambah lagi dengan respon pembeli yang sangat bagus, menjadikan bertambah banyaknya pembatik di Kelurahan Jenggot untuk melakukan bisnis batik absrak ini.

(1) Adanya adopsi

Seperti yang telah diketahui sebelumnya bahwa dengan ketertarikan para pelaku usaha batik Kelurahan Jenggot akan peluang bisnis tinggi yang diberikan oleh motif polkadot dan motif abstrak, menjadikan pelaku usaha batik mengadopsi motif ini ke dalam hasil produksi batik mereka. Adopsi inovasi dapat dijelaskan sebagai proses dimana individu dalam system social mengetahui dan menerima adanya inovasi baru, kemudian mulai menerapkannya sendiri untuk kepentingan mereka setelah melakukan pertimbangan lebih lanjut. Adanya proses adopsi di Kelurahan Jenggot dapat terlihat pada banyaknya pembatik di Kelurahan Jenggot memproduksi motif yang dinyatakan sebagai inovasi dalam penelitian ini.

Gambar 15. Diagram Banyaknya Pelaku Usaha Yang Mengadopsi Inovasi Motif Polkadot Dan Abstrak Di Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Setelah dilakukan penelitian diketahui bahwa mayoritas pelaku usaha pernah setidaknya memproduksi salah satu inovasi berupa motif batik dari dua inovasi yang ditemukan. Hal ini menjelaskan bahwa terjadinya proses inovasi pada tahap pengadopsian terhadap motif batik tersebut oleh pelaku usaha batik

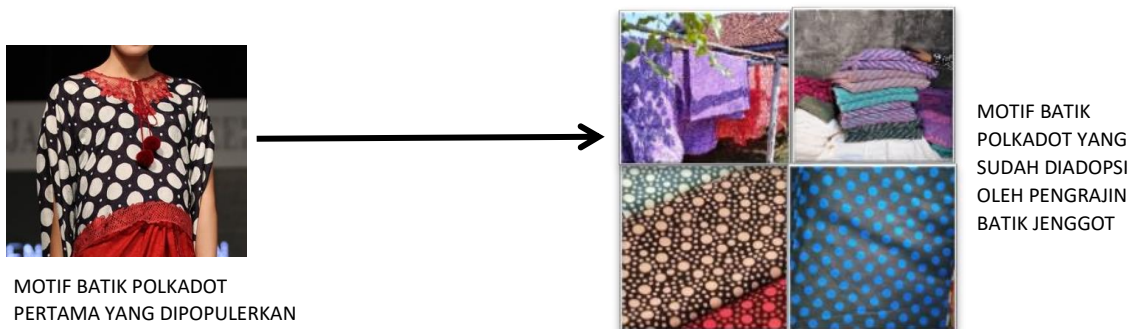
di Kelurahan Jenggot. Sedangkan penyebaran motif yang ada dari satu atau dua pelaku usaha ke usaha yang lain hingga melingkupi satu kelurahan Jenggot terjadi akibat berjalannya system difusi inovasi antara pelaku usaha.

Difusi inovasi merupakan sebuah proses dimana ide atau gagasan baru tersebar ke dalam suatu lingkup komunitas dan menjadi kebudayaan (Rogers, 2003). Dalam hal ini diketahui bahwa motif polkadot dan abstrak berasal dari luar daerah Kelurahan Jenggot. Motif tersebut diketahui oleh pelaku usaha batik di kelurahan ini melalui sarana komunikasi seperti internet ataupun dari lingkup system social seperti dari teman sesama pelaku usaha dan keluarga yang juga bekerja pada bidang yang sama. Kemudian pelaku usaha yang menerima dan memproduksi ini akan memberi tahu teman mereka yang lain, atau bahkan secara tidak langsung membuat pelaku usaha batik yang bertempat di sekitar wilayah mereka juga ikut serta dalam memproduksi yang sama. Proses penyampaian pesan yang berantai ini merupakan difusi inovasi itu sendiri.

Terdapat 3 tingkatan difusi inovasi, yaitu (1) tingkat difusi inovasi yang paling rendah, dimana adopter dari inovasi tersebut melakukan plagiarism terhadap inovasi oleh inovator tertentu. Dalam hal ini, adopter meniru inovasi yang muncul tanpa merubah sedikitpun aspek-aspek pendukung inovasi tersebut serta tanpa mencantumkan darimana dia mengadopsi inovasi yang ada. (2) tingkat difusi inovasi menengah, pada proses difusi inovasi ini, adopter meniru inovasi yang muncul kemudian mengganti sedikit banyaknya beberapa aspek pendukung inovasi tersebut. Pada tingkatan ini, adopter tetap menggunakan inovasi yang sama dengan perbedaan aspek yang tidak terlalu signifikan atau tidak terlalu berbeda. (3) tingkat difusi inovasi paling tinggi, dalam proses inovasi ini, seorang adopter mengadopsi inovasi yang ada untuk bisa mendapatkan ide baru untuk dapat menimbulkan inovasi lainnya dengan berlandaskan pada inovasi dari innovator sebelumnya.

Setelah dilakukannya penelitian diketahui bahwa tidak adanya innovator di Kelurahan Jenggot. Hal ini disimpulkan karena mayoritas inovasi yang ditemukan telah pernah dicetuskan oleh individu lain dan dipopulerkan diluar daerah Jenggot. Dengan mengacu pada tingkatan difusi yang ada pula dapat terlihat bahwa mayoritas pelaku usaha batik di Kelurahan Jenggot berada pada tingkat difusi inovasi menengah, dan sedikit diantaranya berapa pada tingkat difusi inovasi yang tinggi. Hal ini dikarenakan, kebanyakan pelaku usaha mengcopy inovasi tersebut, kemudian mengganti beberapa aspek pendukung inovasi, seperti pada inovasi motif polkadot, beberapa pelaku usaha hanya mengganti warna dan besar-kecilnya bentuk motif polkadot tersebut kemudian memproduksinya dalam usaha mereka. Hal lain nya yang dapat menjadi contoh yaitu dapat dilihat dari adanya inovasi batik abstrak dan batik lukis di kelurahan ini. Walaupun kedua jenis batik ini merupakan jenis batik baru di dunia perbatikan, namun jenis batik ini pertama kali muncul atau ditemukan bukan pada Kelurahan Jenggot, sehingga pelaku usaha Jenggot tidak dapat mengklaim bahwa adanya batik ini merupakan inovasi murni dari mereka. Walau begitu, dari hasil survey yang ada, diketahui bahwa umumnya pelaku usaha yang melakukan copy inovasi ini tidak mengcopy inovasi yang muncul secara bulat atau mentah. Melainkan mereka akan mengkreasikannya dengan menambah variasi lain tanpa menghapus inovasi sebelumnya.

Gambar 16. Tingkat Difusi Inovasi Menengah Yang Terjadi Di Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)

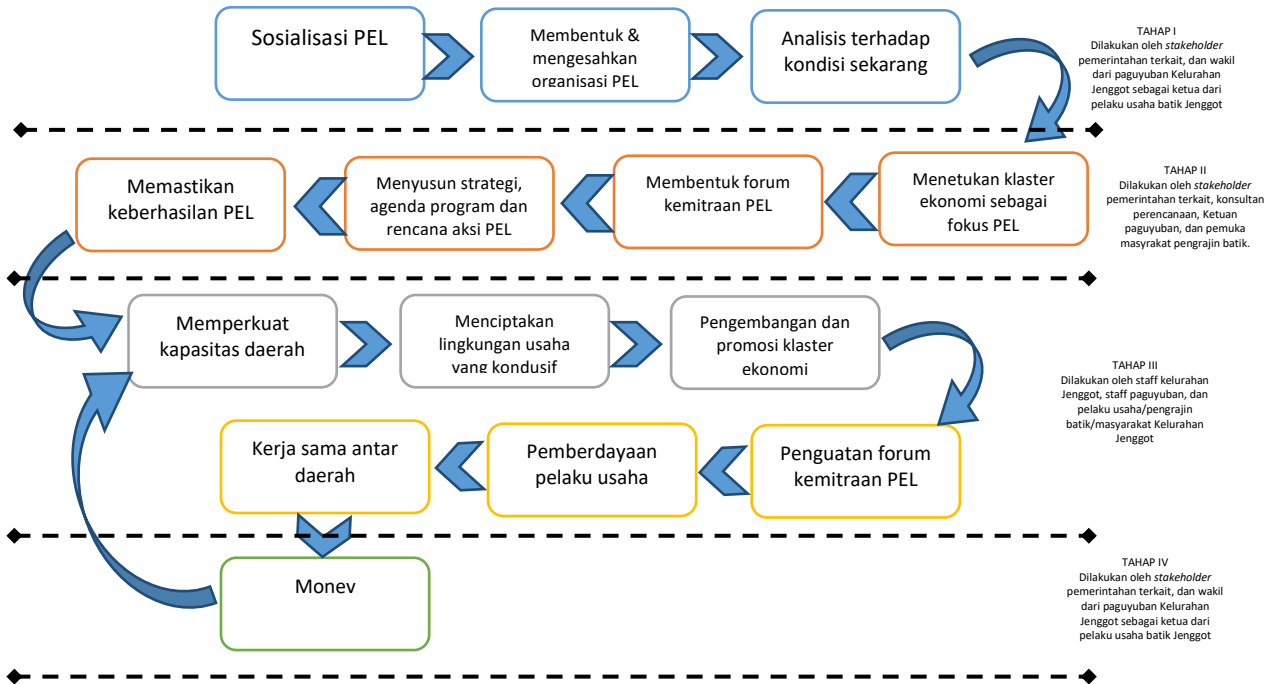


Difusi inovasi sebagai pendukung pengembangan ekonomi lokal dalam upaya meningkatkan pembangunan kesejahteraan daerah, pemangku kebijakan dituntut untuk dapat menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki masing-masing wilayah terkait. Upaya peningkatan kesejahteraan daerah melalui pengembangan potensi wilayah berbasis ekonomi termasuk dalam kajian pengembangan ekonomi local. Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) adalah kemampuan suatu daerah dalam membangun perekonomiannya untuk memperbaiki kualitas ekonomi dan kualitas hidup di masa yang akan datang (Haeruman, 2001). Pengembangan ekonomi lokal memberikan kesempatan bagi pemerintah daerah, masyarakat maupun sektor swasta untuk dapat bekerjasama dalam meningkatkan perekonomian setempat dengan menciptakan sebuah inovasi terhadap potensi daerah yang dimiliki. Kegiatan ini berfokus pada peningkatan daya saing dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

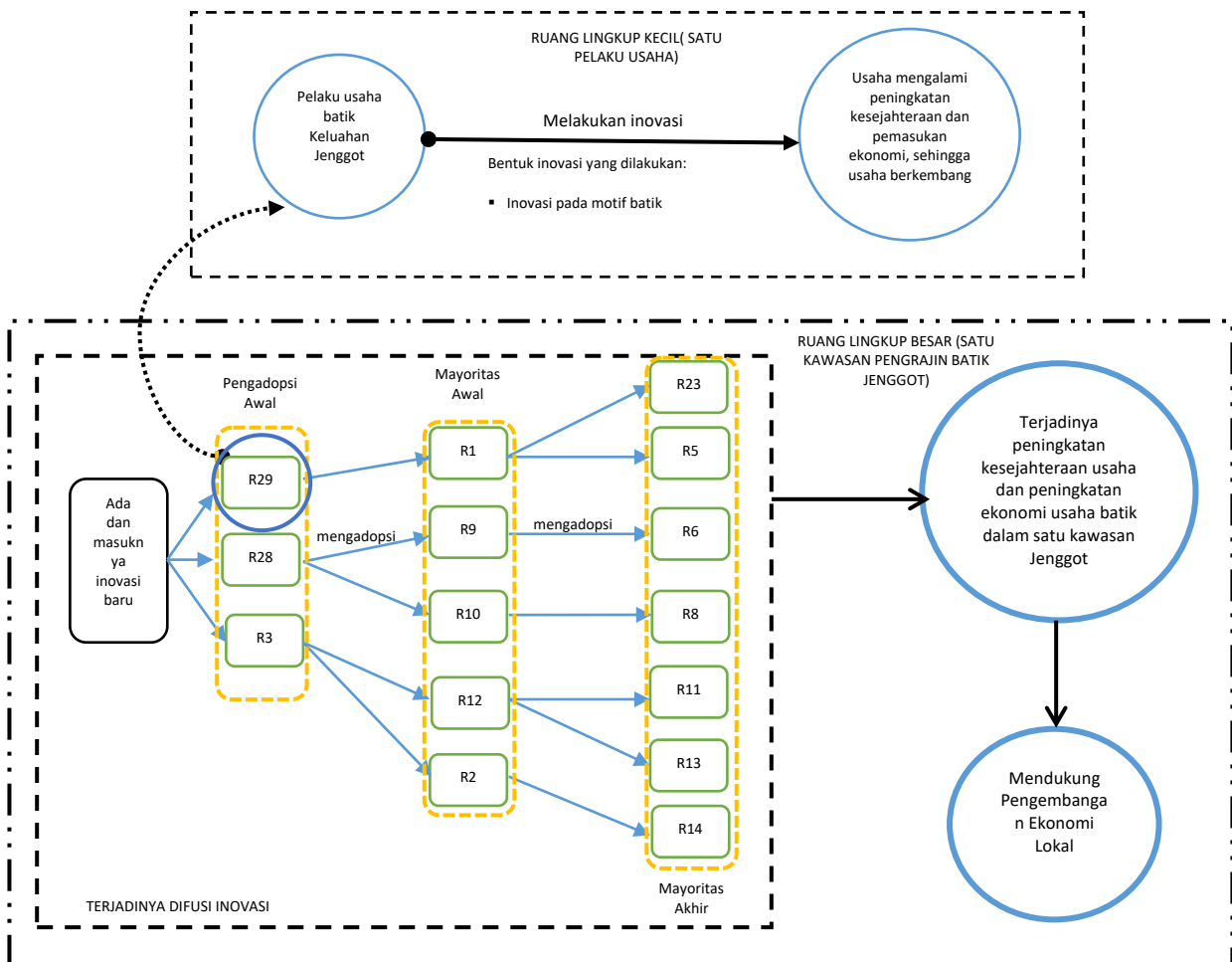
Diketahui bahwa batik merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang produksinya memiliki nilai tinggi, baik dari segi artistik maupun segi bisnis. Pekalongan bukanlah satu-satunya wilayah penghasil batik di dunia, namun Pekalongan memiliki point plus tersendiri dalam hal perbatikan. Hal ini karena, Pekalongan telah ditetapkan secara resmi oleh UNESCO sebagai kota batik. Dengan adanya keistimewaan ini, menjadikan batik Pekalongan terkenal akan kualitasnya dan memiliki nilai jual beli atau daya saing yang kuat di pasaran. Kelurahan Jenggot sebagai bagian dari kawasan Pekalongan tentu memiliki keuntungan tersendiri. Namun tanpa adanya motivasi dan ambisi oleh pelaku usaha terkait di dalamnya, potensi tersebut tidak akan dapat menghasilkan hasil yang baik. Sebaliknya dengan adanya ambisi dan motivasi untuk berkembang, maka akan munculnya inovasi.

Siklus timbal balik penyebaran inovasi atau difusi inovasi yang terjadi pada Kelurahan Jenggot, akan memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi local kawasan tersebut. Hal ini dapat dijelaskan dengan mengkaji kembali hubungan antara keduanya. Untuk dapat meningkatkan kesejahteraan usahanya, seorang pelaku usaha akan berusaha untuk mengembangkan usahanya dengan berinovasi. Ketika suatu inovasi muncul dan diterima dengan baik oleh konsumen, maka akan ada pihak lain yang ikut serta melakukan inovasi yang sama, sehingga pada titik ini terjadinya pengadopsian. Setelah terjadinya pengadopsian, selanjutnya pihak lain ini mau ataupun tidak mau akan menyebarkan kembali inovasi yang diadopsi baik secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak selanjutnya, dan proses ini akan terus berlanjut dan bergulir sehingga terciptalah difusi inovasi. Hadirnya sebuah inovasi dapat meningkatkan kesejahteraan usaha dan mengembangkan ekonomi pelaku usaha terkait. Sedangkan difusi inovasi mengartikan bahwa terjadinya peningkatan kesejahteraan dan pengembangan ekonomi suatu usaha secara merata dalam satu kawasan, membuktikan kalau kawasan tersebut mengalami perkembangan ekonomi local. Sehingga disimpulkan bahwa difusi inovasi produk batik di Kelurahan Jenggot, dapat mendukung peningkatan dalam pengembangan ekonomi local kawasan Jenggot tersebut.

Gambar 17. Bagan Pelaksanaan PEL Pada Kelurahan Jenggot (Analisis, 2020)



Gambar 18. Bagan Hubungan Keterlibatan Difusi Inovasi Dalam Mendukung PEL (Analisis, 2020)



4. KESIMPULAN

Hasil analisis penelitian mengenai difusi inovasi pada inovasi produk batik di Kelurahan Jenggot ini memiliki pengaruh bagi pelaku usaha batik setempat. Berdasarkan lokasi penelitian di Kelurahan Jenggot yang mayoritas masyarakatnya bekerja dalam bidang batik, baik sebagai pengusaha batik maupun buruh batik, kita dapat menarik pembelajaran mengenai peranan difusi inovasi dalam proses penyebaran suatu ide baru atau inovasi di Kelurahan Jenggot. Dengan adanya difusi inovasi yang terjadi menjadikan pelaku usaha batik mendapatkan informasi terbaru akan ide batik baru yang laku dipasaran lebih cepat dari seharusnya. Dengan serentakanya pelaku usaha mengadopsi motif polkadot dan abstrak ini, bukan hanya mendorong pelaku usaha lain untuk ikut terlibat dalam proses difusi ini tapi juga mendorong konsumen untuk mengenal motif polkadot dan abstrak versi Kelurahan Jenggot ini. Sehingga meningkatkan daya jual beli produk batik yang diproduksi oleh pengrajin batik Jenggot di pasaran.

Sasaran pertama penelitian ini yaitu mengidentifikasi karakteristik usaha batik yang mempengaruhi terjadinya difusi inovasi di Kelurahan Jenggot. Upaya identifikasi karakteristik usaha batik dilakukan menggunakan 3 variabel yaitu karakteristik pelaku usaha, karakteristik lingkungan usaha dan karakteristik organisasi atau lembaga yang menaungi usaha batik tersebut. Karakteristik pelaku usaha dikaji dengan meninjau tingkat pendidikan pelaku usaha, keikutsertaan dalam pelatihan usaha, pengalaman bekerja yang dimiliki sebelumnya, motivasi dan ambisi yang dimiliki pelaku usaha, serta kemampuan pelaku usaha batik untuk mengambil resiko. Setelah dikaji lebih lanjut bahwa tingkat pendidikan dan pelatihan usaha tidak memiliki pengaruh yang signifikan untuk seorang pelaku usaha menjalankan usahanya. Pada karakteristik lingkungan usaha dilakukan dengan mempertimbangkan keadaan lingkungan usaha dengan mengacu pada adanya sarana riset, centra batik, dan keterjangkauan akses menuju bahan baku dan daerah pemasaran. Setelah mempertimbangkan aspek tersebut, dinyatakan bahwa aspek tersebut dibutuhkan suatu usaha untuk mendukung pertumbuhan usahanya. Yang terakhir mengkaji karakteristik lembaga yang menaungi usaha batik Jenggot, dengan melihat fungsi atau tugas usaha tersebut. Diketahui bahwa adanya lembaga yang mendukung usaha batik Jenggot di satu sisi sangat berperan dalam meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha yang tergabung didalamnya. Namun juga tidak berdampak banyak bagi usaha yang tidak ada keterkaitannya dengan lembaga tersebut.

Sasaran kedua dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi inovasi produk yang ada di Kelurahan Jenggot Kota Pekalongan. Identifikasi inovasi ini dilakukan dengan membandingkan keadaan di lapangan dengan teori jenis inovasi oleh OECD Oslo Manual, (2005), yang mana inovasi digolongkan menjadi 4 jenis, yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi. Setelah diketahui dan dipertimbangkan dari banyaknya inovasi yang masuk penelitian ini akan menggunakan jenis inovasi yang terdapat di Kelurahan Jenggot sebagai inovasi produk berupa motif batik abstrak dan polkadot. Selain itu, dalam sasaran ini dikaji akan keterkaitan proses pengadopsian dan penyebaran inovasi yang terjadi terkait dengan kajian tacit dan explicit *knowledge*, dimana ditemukan hasil bahwa ilmu yang mempengaruhi proses difusi inovasi yang ada di Jenggot yaitu tacit *knowledge*. Hal ini dikarenakan, inovasi yang ada tersebar dari mulut ke mulut atau dari hasil peninjauan pribadi oleh masing-masing adopter, sehingga proses pengadopsiannya dilakukan secara otodidak, yang mana mencakup kajian tacit *knowledge*. Maka dari itu dinyatakan bahwa sasaran kedua dari penelitian ini telah terpenuhi.

Sasaran ketiga dari penelitian ini yaitu menganalisis kategori adopter dari pelaku usaha yang melakukan inovasi di Kelurahan Jenggot. Upaya analisis kategori adopter dari pelaku usaha yang melakukan inovasi menggunakan penggolongan adopter dalam teori kategori adopter Rogers (2003). Dalam teorinya, Rogers menggolongkan adopter menjadi 5 kategori, yaitu innovator sebagai individu yang memulai atau menciptakan inovasi; pengadopsi awal sebagai individu yang pertama kali mengadopsi inovasi yang diciptakan innovator; mayoritas awal sebagai individu yang ikut mengadopsi inovasi disaat inovasi tersebut sudah mulai dikenal banyak orang; mayoritas akhir sebagai individu yang mengadopsi suatu inovasi disaat inovasi tersebut sudah dimana-mana; dan lamban sebagai individu tertinggal yang mengadopsi inovasi paling terakhir, mungkin disaat inovasi tersebut bukanlah hal baru lagi. Setelah dilakukannya analisis didapatkan bahwa di Kelurahan Jenggot tidak terdapat innovator, karena inovasi yang digunakan sebagai indikator berasal dari luar daerah kelurahan dan tidak diciptakan oleh pelaku usaha Kelurahan Jenggot. Kelurahan Jenggot memiliki 3 orang pelaku usaha sebagai pengadopsi awal, 13 pelaku usaha sebagai mayoritas awal dan akhir, serta 1 pelaku usaha dalam kategori lamban.

Sasaran keempat penelitian ini yaitu menganalisis difusi inovasi dari inovasi produk batik di Kelurahan Jenggot serta kaitannya dengan upaya pengembangan ekonomi lokal. Upaya analisis difusi inovasi dari inovasi motif batik abstrak dan polkadot ini menggunakan teori Robinson (2009) mengenai tahap peristiwa yang menciptakan proses difusi. Dalam tahapan ini dijelaskan bahwa difusi inovasi terjadi diawali dengan dipelajarinya suatu inovasi, kemudian terjadinya pengadopsian oleh seorang individu terhadap inovasi tersebut, dan kemudian inovasi tersebut menyebar kepada jaringan social disekitarnya. Dari penelitian ini diketahui bahwa inovasi tersebut berawal dari luar daerah wilayah studi, kemudian beberapa pelaku usaha menemukannya baik melalui sarana komunikasi seperti internet maupun dari individu lain seperti teman maupun keluarga yang berada di luar daerah. Setelah dipastikan bahwa inovasi tersebut yaitu motif polkadot dan batik abstrak memiliki minat pembeli yang cukup tinggi di pasaran, beberapa pelaku usaha yang mendapat informasi akan produk tersebut tergiur untuk menerapkannya dalam usaha mereka sehingga terjadilah pengadopsian. Setelah pengadopsian terjadi, pelaku usaha ini akan memberi tahu pada orang lain, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Seperti kalau di kawasan Kelurahan Jenggot, karena pelaku usaha batik berada bedekatan, mau tidak mau pelaku usaha lain yang menjadi tetangga usaha akan mengetahui adanya motif polkadot dan bastrak, serta bagaimana nilainya dimata konsumen. Tetangga tersebut yang tergiur dan ingin mencoba juga akan mengadopsinya sehingga terciptalah pengadopsian inovasi motif batik abstrak dan polkadot yang berantai. Hal ini juga dapat di kategorikan sebagai difusi inovasi, karena difusi sebuah inovasi tidak lepas dari proses penyampaian satu pihak ke pihak lainnya, melalui hubungan social yang mereka miliki.

Dalam tahapan difusi inovasi ini, diketahui pula bahwa tingkatan difusi inovasi yang terjadi di Kelurahan Jenggot merupakan difusi inovasi menengah. Hal ini dikarenakan, masih banyaknya pelaku usaha yang meniru inovasi yang masuk tanpa menghilangkan atau mengganti aspek utama dalam inovasi tersebut. Walau begitu, pelaku usaha atau adopter tersebut tidak hanya meniru inovasi tersebut, namun juga menambahkan variatif lain dalam inovasi tersebut sebagai aspek pendukung baru.

Sedangkan untuk keterkaitan dengan pengembangan ekonomi local terletak pada dampak yang ditimbulkan oleh difusi inovasi tersebut. Dengan masuknya sebuah inovasi dan inovasi tersebut diadopsi oleh satu pelaku usaha dan pengadopsian tersebut berhasil, akan memberikan keuntungan tersendiri bagi pelaku usaha tersebut seperti peningkatan kesejahteraan usaha dan perkembangan ekonomi usaha yang ada. Selanjutnya dengan adanya difusi inovasi, maka dapat dipastikan bahwa inovasi yang ada tersebar dan memberikan keuntungan terhadap pelaku usaha dalam satu kawasan Jenggot yang terlibat dalam proses difusi inovasi tersebut. Dengan hal tersebut, maka dapat dikatakan bahwa Kelurahan Jenggot mengalami peningkatan ekonomi local yang merupakan tujuan dari adanya program PEL yang dilakukan oleh pemerintah terkait.

5. REFERENSI

- BAPPENAS. (2009). Kajian Strategi Pengembangan Kawasan dalam Rangka Mendukung Akselerasi Peningkatan Daya Saing Daerah. Dapat diakses dalam www.bappenas.go.id/files/3713/6508/2376/5/strategipengembangankawasanditkating_20090303005257_4.pdf.
- BPS. (2020). <https://www.bps.go.id/subject/6/tenaga-kerja.html#subjekViewTab3>
- Bungin, Burhan. (2006). Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta : Raja Grafindo
- Bungin, B. (2006). Metodologi Penelitian Sosial: Format Kuantitatif dan Kualitatif. Surabaya: Universitas Airlangga Press.
- Corbin, Juliet & Strauss Anselm. (2003). Dasar-dasar Penelitian Kualitatif. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Dalkir, Kimiz. (2011). Knowledge management in theory and practice. 2nd Edition. TMP. Cambridge.
- Dantes, N. (2012). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Disperindagkop. (2009). Profil Klaster/UMKM yang tercatat di Kota Pekalongan. Diakses dalam dinkop-umkm.jatengprov.go.id
- Eveland, J. D. (1986). Diffusion, Technology Transfer, and Implementation: Thinking and Talking About Change. Science Communication.
- Ferlie, E., Gabbay, L., Fitzgerald, L., Locock, L., & Dopson, S. (2001). Organisational Behaviour and Organisational Studies in Health Care: Reflections on the Future.

- Gandawisana, Sumarni. (2014). Pekalongan. Diakses dalam <https://en.unesco.org/creative-cities/pekalongan> pada 2 Desember 2020.
- Haeruman, Herman. (2001). *Kemitraan Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal: Bunga Rampai*. Indonesia: Yayasan Mitra Pembangunan Desa-Kota.
- Lufityanti, Gaya. (2016). Hendri Budiman gabungkan motif polkadot dan batik. *Tribun news Jogja*. Dalam <https://jogja.tribunnews.com/2016/09/28/hendri-budiman-gabungkan-motif-polkadot-dan-batik>. Diakses 3 desember 2020.
- Merriam-Webster.(2017). *Dictionary : Search the Merriam-Webster dictionary first*. Kamus online Merriam-Webster. [www. Merriam-Webster.com](http://www.Merriam-Webster.com)
- Moleong, Lexy. J.(2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mosher, A. (1978). *An Introduction to Agriculture Extension*. New York: Singapore University Press for the Agricultural Development Council.
- Mulyana, Deddy. (2009). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- OECD. (2005). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. 3rd ed. Paris: OECD Publishing & Eurostat.
- Oerleman at al. (2001). *Mining Cluster with Assosiation Rules*. Netherland: Leiden Institute of Advance Computer Science- Universiteit Leiden.
- Parker, (1974) dalam Rosentauly, Lasmery., dkk. (2014). Implementasi Difusi Inovasi Pada Sistem Sosial Terkait Dengan Penggunaan E-Ticketing Sebagai Pengganti Pembayaran Tunai Dan Sistem Antri (Survei Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia Sebagai Pengguna Moda Transportasi Commuter Line, Bekasi-Kota). *Semiotika vol.8 no.2*
- Robinson, Les. (2009). *A Summary of Diffusion of Innovations*. Changeology.
- Rogers, E.M. & Shoemaker, F.F., (1971). *Communication of Innovations, Second Edition..* London: The Free Press.
- Rogers, Everett M. (2003). *Diffusion of Innovations, Fifth Edition 2003*, Free Press, New York, p221
- Rosentauly, Lasmery., Maissalnya Girsang, Ilona Vicenovie, & Oisina Situmeang. (2014). Implementasi Difusi Inovasi Pada Sistem Sosial Terkait Dengan Penggunaan E-Ticketing Sebagai Pengganti Pembayaran Tunai Dan Sistem Antri (Survei Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia Sebagai Pengguna Moda Transportasi Commuter Line, Bekasi-Kota). *Semiotika vol.8 no.2*
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Jakarta, Penerbit Salemba Empat, ISBN : 979-691-166-3.
- Wulandari, E. Dyah. (2013). Pengaruh Inovasi Kelembagaan Pada Pengembangan Klaster Batik Laweyan Kota Surakarta. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan Volume 1 No. 1, 91-104*. Semarang : Universitas Diponegoro.