

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan budaya warisan yang tersebar di seluruh Indonesia. Ragam batik sendiri berbeda-beda dari setiap daerah yang menampilkan ciri khas motif yang beragam. Gresik yang berada di Provinsi Jawa Timur merupakan kota yang kaya akan kebudayaan lokal, salah satunya batik dengan motif identik akan budaya serta kultur yang tergambar dalam ukiran lilin indah yang menonjolkan kearifan budaya daerah. Nilai dari sebuah kearifan lokal berasal dari nilai-nilai spirit kehidupan pada umumnya yang termasuk berbagai nilai kehidupan bagi manusia (Na'am et al., 2019).

Batik merupakan produk budaya Indonesia yang memiliki nilai seni sekaligus nilai ekonomi yang tinggi. Pada 2 Oktober 2009, batik diakui dan diresmikan UNESCO sebagai Warisan Budaya Takbenda Manusia atau *Representative List of The Intangible Cultural Heritage of Humanity* dan menjadikan penggunaan dan intensitas batik semakin meningkat di kalangan masyarakat Indonesia. Batik merupakan salah satu industri kreatif yang memiliki potensi berkembang sangat pesat untuk dilestarikan.

Batik di Indonesia berkaitan erat dengan perkembangan Kerajaan Majapahit serta penyebaran Islam di Jawa, banyak daerah diluar Jawa yang juga dikenal dengan pembatikannya, tetapi pusat sentra industri batik saat ini tetaplah di Pulau Jawa (Romanti, 2023). Batik merupakan kain bergambar yang secara khusus dibuat dengan menuliskan lilin pada kain tersebut, dan pengolahannya dilakukan dengan proses tertentu (Na'am et al., 2019). Kata

batik sendiri berasal dari Bahasa Jawa yakni “amba” (tulisan) dan “nitik” (titik) dan jika digabungkan dua kata tersebut akan memiliki arti menulis dengan lilin. Beberapa motif batik dapat menunjukkan status/derajat seseorang, serta masih ada motif batik yang hanya boleh digunakan oleh beberapa golongan orang (Trixie et al., 2006).

Balai Kerajinan dan Batik (BBKB) mencatat sekitar 3.159 usaha batik tersebar diseluruh Indonesia, diantaranya terdapat 208 unit industri batik berskala besar serta 2.951 unit industri batik berskala mikro-kecil menengah (Ahdiyati, 2022). Industri batik di Jawa sempat berkembang pesat pada tahun 1970-an, kemudian mengalami kemunduran yang disebabkan oleh krisis moneter pada tahun 1997. Kabupaten Gresik adalah salah satu daerah perbatikan yang sudah ada sejak lama dan pernah populer akan kekayaan pewarnaan meskipun tidak sepesat daerah lain.

Kabupaten Gresik disebut sebagai kawasan industri bukan tanpa alasan, banyak perdagangan yang berputar dari berbagai sektor industri yang meluas pada 18 kecamatan serta 330 desa dengan masing-masing produk unggulan yang menonjolkan kearifan lokal serta tradisi yang berciri khas. Kemampuan lokal yang digunakan sebagai ladang usaha dengan memanfaatkan ragam budaya merupakan tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha (Rahmi et al., 2021). Pasang surut perbatikan di Kabupaten Gresik dimulai pada tahun 1973 sampai pada dekade tahun 1990-2000 dengan meredupnya nama Batik Gresik, hingga pada tahun 2009 ketika pemerintah mulai gencar memproklamkan batik sebagai pakaian khas daerah di Gresik barulah perkembangan tersebut terlihat. Dinas Pariwisata

dan Kebudayaan Kabupaten Gresik menyebutkan bahwa ada berbagai macam batik yang tersebar di beberapa wilayah, salah satunya yakni Batik Gajah Mungkur dengan motif khas Rumah Gajah Mungkur.

Batik Gajah Mungkur sudah ada sejak 1950, didirikan oleh H. Mochamad Djaelan yakni kakek buyut dari Ahmad Choiri yang merupakan pemilik sekarang Batik Gajah Mungkur. Batik ini memiliki tiga tipe produksi, yaitu batik tulis, batik cap, dan batik cetak dengan harga yang beraneka ragam. Usaha ini bermula dari sebuah pabrik penyamaan kulit Hadjie Djaelan and Co yang didirikan pada tahun 1903. Pabrik Hadjie Djaelan tidak hanya mengelola usaha penyamaan kulit, beliau juga membuka sebuah pabrik rokok bernama Sri Sarongong dan usaha batik tulis bernama Gajah Mungkur. Lambat laun perusahaan tersebut berhenti berproduksi karena perkembangan zaman dan tidak adanya penerus yang akan melanjutkan usaha Pabrik Hadjie Djaelan, hingga sekarang perusahaan kembali berproduksi dengan usaha Batik Gajah Mungkur saja yang berjalan.

Batik Gajah Mungkur dikenal di berbagai instansi pemerintahan Kabupaten Gresik maupun lembaga swasta karena memiliki keunggulan pada motif nya yang bercorak Rumah Gajah Mungkur. Data menunjukkan bahwa Batik Gajah Mungkur belum masuk dalam daftar Perusahaan Industri Kerajinan dan Batik (Indonesia, 2024). Meskipun Batik Gajah Mungkur sudah ada sejak 1950, di Kabupaten Gresik selalu identik dengan kampung batik yang berada di Cerme, yaitu Batik Pamiloto yang memiliki hak paten dan resmi menjadi batik khas Gresik (Zaini, 2017). Permasalahan yang diidentifikasi menunjukkan bahwa sumberdaya yang dimiliki Batik Gajah

Mungkur berpotensi dan cukup mendukung. Kendala yang dirasakan yakni bagaimana pemanfaatan sumberdaya tersebut menjadi peluang pada kemajuan usaha. Pemilik sendiri berharap adanya suatu strategi untuk menarik tamu dari luar kota maupun luar negeri melihat lingkungan Batik Gajah Mungkur yang merupakan kawasan Heritage serta Barometer Perekonomian pada Era Kolonial.

Batik Gajah Mungkur merupakan perusahaan Batik dengan potensi berkembang yang pesat dengan banyak keunggulan kompetitif, mereka mulai dikenal sebagai Batik “Pusaka Warisan Leluhur” dan mencoba menarik minat wisatawan dan kalangan masyarakat diluar Gresik dengan bergabung dalam promosi digital melalui Instagram dan sosial media lainnya. Batik Gajah Mungkur menarik tidak hanya produk batiknya saja, tetapi nuansa serta pemandangan vintage masa lalu pada bangunan perusahaan Batik Gajah Mungkur. Perkembangan usaha untuk meraih keunggulan kompetitif ini erat kaitannya dengan peran manajemen sumberdaya serta pengorganisasian perusahaan.

Persaingan yang semakin tinggi mengharuskan setiap usaha mengatur serta mengembangkan strategi serta prosedur yang tepat sesuai dengan kemajuan teknologi dan informasi untuk dapat merespons situasi dan menjamin keberlanjutan usaha. Perusahaan yang berorientasi pada tujuan harus memanfaatkan sumberdaya internal serta kapabilitas secara efektif dan efisien (Hauser et al., 2020). Strategi pada sebuah organisasi/perusahaan mencakup seluruh ruang lingkup dan kedalam organisasi/perusahaan yang mendorong sebuah perubahan, serta memahami dan merupakan pusat

pertumbuhan untuk keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Fania Mutiara Savitri et al., 2022).

Usaha produksi batik saat ini banyak ditemui dengan ragam motif serta inovasi yang berkemajuan sesuai perkembangan zaman, tak sedikit dari pengusaha batik membuat alternatif strategi untuk dapat bersaing dengan kompetitor dan terus melakukan pengujian baik itu dari segi produksi batik, teknik pengerjaan, manjamen, bahkan hanya sekedar untuk meminimal kan kerusakan serta produk cacat pada batik. Perusahaan harus memenuhi dan mencapai sebuah keunggulan untuk dapat menunjukkan ciri khas serta kebanggan Batik nya kepada masyarakat serta konsumen. Bersaing dalam segala aspek serta terus berinovasi untuk menjadi perusahaan batik yang meiliki keunggulan yang bersaing.

Keunggulan kompetitif merupakan kemampuan perusahaan dalam menonjolkan produ/jasa serta sumberdaya internal untuk mendapatkan hasil yang lebih unggul dari pesaing pada industri yang lama. (Rustian & Widiastuti, 2020). Keunggulan kompetitif pada perusahaan dapat dicapai apabila perusahaan memiliki kapabilitas sumberdaya yang tinggi. Pendekatan yang didasarkan pada sumberdaya (Resource Based-View) merupakan salah satu pendekatan yang dapat diterapkan untuk menghadapi persaingan. Pendekatan terebut akan berfokus menemukan sumberdaya internal yang unggul untuk dapat mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan. RBV merupakan bagian dari aspek manajemen strategis (González-Díaz et al., 2021) yang terdiri dari dua strategi keunggulan kompetitif pada situasi bisnis yang terus berubah (Aisyah et al., 2022). Strategi tersebut diantaranya:

- 1) Strategi yang berfokus pada produktifitas serta efisiensi aktivitas perusahaan
- 2) Strategi yang berfokus mendapatkan kinerja yang baik pada perusahaan.

Pandangan akan sumberdaya ini memberikan wawasan tentang pentingnya sumber daya internal perusahaan dalam upaya mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing. RBV menekankan pilihan yang strategis, mengoptimalkan sumber daya manusia, mengelola, mengidentifikasi, mengembangkan dan menggunakan sumber daya utama untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (Elya Dasuki, 2021).

VRIO merupakan alat analisis sumberdaya internal perusahaan yang dikembangkan oleh Barney (1991) dalam (Windi et al., 2020) pada karyanya yang berjudul '*Firm Resources and Sustainable Competitive Advantage*'. Barney mengidentifikasi empat poin yang harus dimiliki perusahaan untuk meraih *Sustainable Competitive Advantage*. Keempat poin tersebut adalah:

- 1) *Valuable* (berharga).
- 2) *Rare* (langka).
- 3) *Inimitable* (tidak bisa ditiru dan tidak bisa diganti).
- 4) *Organization* (organisasi).

Terkait uraian di atas, dalam penelitian sebelumnya oleh (Rahmatullah et al., 2023) yang membahas tentang Analisis RBV (*Resource Based View*) untuk Menentukan Keunggulan Bersaing Perusahaan Pada UD. Tiga Putra. Hasil menunjukkan bahwa setelah mengidentifikasi sumber daya perusahaan, diketahui jika perusahaan memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan pada

10 sumberdaya internal perusahaan, diantaranya reputasi perusahaan, layanan, dan harga menempati posisi teratas.

Penelitian dari (Randi et al., 2022) Penerapan Konsep RBV (*Resource Based View*) Dalam Upaya Mempertahankan Keunggulan Bersaing Pada Home Industry Hori Sejahtera Mie Lidi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sumber daya serta kapabilitas perusahaan khususnya dalam pelayanan masih dalam tahap *Competitive Equality* (tidak lebih uruk dari pesaing) sehingga strategi yang harus di tingkatkan adalah kualitas pelayanan untuk konsumen. Kedua penelitian tersebut menunjukkan hasil dari analisis RBV serta VRIO memungkinkan untuk dapat menentukan sumberdaya internal perusahaan yang unggul serta berpotensi mencapai keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini bermaksud untuk menerapkan teori RBV dalam menentukan keunggulan kompetitif pada Batik Gajah Mungkur dengan judul: “Analisis *Resource Based-View* (RBV) Dalam Menentukan Keunggulan Kompetitif Pada Batik Gajah Mungkur.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana analisis model *Resource Based-View* (RBV) pada Batik Gajah Mungkur?
- 2) Bagaimana strategi dan taktik Batik Gajah Mugkur dalam membangun dan mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan perspektif *Resource-Based View* (RBV)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diidentifikasi, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui hasil analisis model *Resource Based-View* (RBV) pada Batik Gajah Mungkur.
- 2) Untuk mengetahui strategi serta taktik Batik Gajah Mungkur dalam menentukan serta mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan perspektif *Resource-Based View*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis (Keilmuan):
 - a. Memberikan pembelajaran dan pengetahuan lebih mendalam bagi peneliti khususnya terhadap masalah keunggulan bersaing perusahaan dengan pendekatan RBV (*Resource Based-View*).
 - b. Memberikan referensi pada pihak akademis untuk penelitian yang akan datang.
- 2) Manfaat Praktis (Solusi Pemecahan Masalah):
 - a. Memberikan informasi serta hasil dari permasalahan pada Batik Gajah Mungkur.
 - b. Memberikan acuan dari hasil penelitian untuk dapat mempertahankan keunggulan bersaing pada Batik Gajah Mungkur.
 - c. Memberikan solusi untuk dapat menerapkan strategi bersaing melalui identifikasi sumber daya yang berpotensi.