

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Sejarah Batik Pekalongan

Batik dan masyarakat Pekalongan tidak dapat dipisahkan, karena hidup dan menghidupi batik. Lebih dari itu batik adalah bagian dari masa lalu dan kini masa depan masyarakat pesisir utara pulau Jawa ini. Dahulu kala Pekalongan berdiri pada desa Kesesi ada seseorang yang terpandang dan sakti bernama KI Ageng Cempluk. Ia mempunyai putra bernama Raden Bahu. Pada waktu itu kerajaan Mataram amat jaya dan Ki Ageng Cempluk menyuruh putranya untuk mengabdikan kepada raja Mataram, yaitu Sultan Agung Hanyakrokusumo. Entah apa kesalahan yang diperbuat oleh Raden Bahu sehingga Sang Raja menghukumnya dengan membuka hutan Gambiran. Menurut cerita hutan itu amat lebat dan dihuni oleh makhluk jahat. Karena itu Raden Bahu bertapa, menggelandang seperti kelelawar atau kalong. Maka tapa seperti itu disebut ngalong. Setelah bertapa, Raden Bahu berhasil membuka hutan, dan menjadikan kota yang ramai dan dikenal dengan nama Pekalongan.

Batik adalah teknik perintang warna dengan menggunakan lilin (malam) yang telah ada sejak pertama kali diperkenalkan dengan nama *batex* oleh Chastelein, seorang anggota *Raad Van Indie* (dewan Hindia) pada tahun 1705. Pada masa itu penanaman dan penenunan kapas sebagian besar berpusat di pulau Jawa. Penduduk biasa mengenakan kain yang dilukis dengan cara

mengenakan kain dari Gujarat. Akhirnya teknik ini berkembang dan dikenakan oleh hampir semua kalangan sampai sekarang. Batik sebagai namanya mbatik adalah ngeban titik (*cecek*). Secara filosofi berarti padat karya, karena membatik membutuhkan banyak tenaga kerja. Dari mulai mendesain, menggambar motif, membuka tutup kain dengan lilin (*malam*), mewarnai, hingga memasarkan batik itu sendiri. Membatik membutuhkan kesabaran luar biasa mengingat membatik bersumber dari kata hati. Karena untuk membuat satu jenis gambar dalam satu kain batik, pembatik setidaknya harus melalui beberapa tahapan. Yaitu pembuatan pola atau desain, pembatikan, penutupan pola dengan malam (*lilin*), *pelorotan* (*pelarutan*), pembatikan lagi untuk membuat gambar lain, hingga proses *finishing*. Maka, tak heran jika penyelesaian untuk satu kain batik tulis membutuhkan waktu seminggu hingga sebulan bahkan bisa berbulan-bulan.

## **B. Sejarah Berdirinya Perusahaan Batik Pesisir Pekalongan**

Perusahaan Batik Pesisir adalah salah satu perusahaan batik yang ada di Pekalongan. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1999 oleh H. Failasuf, SE. Nama perajin batik Failasuf sangat kondang. Pria ini berjasa membangkitkan industri batik Pekalongan khususnya di Kemplong, desa kelahirannya. Alhasil, pada 2007 silam, Menteri Perdagangan meresmikan desa yang terletak di Pekalongan ini sebagai desa sentra batik. Failasuf pun didaulat menjadi ketua paguyuban masyarakat batik di sana. Failasuf tertarik mengembangkan batik

id. d. il. A. l. a. n. i. p. a. n. g. t. a. n. y. a. j. u. g. a. p. a. r. a. j. i. n. b. a. t. i. k. I. a. s. u. d. a. h. b. e. r. t. e. k. a. d.

meneruskan usaha batik ayahnya sejak masih kecil, oleh karena itu beliau memilih kuliah jurusan ekonomi.

Pada awalnya Failasuf hanya melanjutkan bisnis batik keluarganya yang bernama Batik Kusuma Asih yang berdiri sejak 1980. "Batik Kusuma Asih" memasok batiknya ke perusahaan batik yang sudah terkenal. Untuk membiayai kuliahnya, pria kelahiran 5 Maret 1975 ini menjual batik buatan sang ayah. Sejak tahun 1990 ia menjadi staf pemasaran bisnis batik keluarganya. Tetapi Failasuf juga mencoba untuk memasarkan batiknya langsung kepada konsumen dan berhasil. Di tahun 1995, Failasuf bisa mengumpulkan laba antara Rp 1 juta - Rp 2 juta per bulan. Ia pun mulai menjual batik buatan keluarganya yang lain. Setelah menyabet gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) pada 1999, ayah dari dua anak ini langsung menekuni bisnis batik dengan serius. Maka sejak tahun 1999, ia mendirikan usaha batik sendiri yang bernama "Batik Pesisir" dengan konsentrasi pada pembuatan batik sutera.

Failasuf menamai usahanya "Batik Pesisir" agar orang selalu ingat batik pesisir Pekalongan. Failasuf menilai, batik Pekalongan punya motif yang unik daripada motif batik keraton Yogyakarta atau Solo. Motif batik Pekalongan adalah motif pesisiran yang kaya akan flora dan fauna serta kaya warna. Menurutnya potensi batik pesisir Pekalongan luar biasa didukung potensi sumber daya perajin batik yang luar biasa juga jumlahnya di Pekalongan.

Awalnya Failasuf mempunyai modal Rp 7 juta dari hasil tabungan

lain-lain yang kemudian ia gunakan untuk mendirikan perusahaan "Batik Pesisir"

Failasuf menggunakan modal itu untuk membeli bahan dan peralatan membatik. Ia memulai usaha dengan bantuan lima karyawan. Awalnya, Failasuf hanya bisa memproduksi 15 potong baju batik per bulan. Kini, dengan jumlah pekerja 300 orang, ia bisa membuat 1.000 potong batik per bulan. Dari jumlah tersebut, 90% terserap untuk pasar lokal seperti Jakarta dan Bali. Sementara 10%-nya diekspor ke Jepang dan Malaysia.

Sebagai lulusan fakultas ekonomi, Failasuf fokus pada satu segmen tertentu agar bisa sukses memasarkan produknya, yaitu segmen muda dan menengah ke atas. Dengan target pasar menengah ke atas, sesuai dengan produksi batik yang dibuat Failasuf, yaitu batik berbahan dasar sutera. Sejak tahun 2001 hingga saat ini produk “Batik Pesisir” telah dimodifikasi antara lain kain sutra dengan serat pisang, kain sutra dengan serat nanas, dan kain sutra yang dikombinasikan dengan kain katun.

Pertimbangan penentuan segmen ini didasari oleh pertimbangan bahwa ada peluang terhadap meningkatnya kebutuhan selera segmen akan batik. Kelahiran PT. Batik Pesisir juga didasari oleh semangat untuk menangkap celah pasar (*niche market*) yang belum tercakup 100% oleh perusahaan sejenis. Dalam kaitan *niche market* itulah PT. Batik Pesisir memprioritaskan menggarap segmen muda dan menengah ke atas. Rupanya, di Pekalongan, toko busana batik yang mengkonsentrasikan diri pada segmen kaum batik muda belumlah signifikan. Sementara Pekalongan sendiri sebagai kota batik dengan jumlah pendatang selalu bertambah setiap waktu. Menunjukkan

keunggulan dan adanya tuntutan selera penampilan berbeda terutama pada

kurun waktu 2000-2008. Dalam konteks dinamika para pendatang tersebut, ada kecenderungan mode dinamis, yang sesuai tuntutan zaman. Tentu saja, sebagai sebuah toko atau tempat busana batik yang juga berkomitmen mengembangkan budaya nenek moyang, PT. Batik Pesisir mempunyai visi dan misi tersendiri yang memang ditujukan agar memberikan manfaat bagi publik.

Motif batik Pekalongan adalah motif pesisiran yang kaya akan flora dan fauna serta kaya warna. Ia memakai motif Djawa Hokokai, motif yang dibuat perajin di masa pendudukan Jepang. Cirinya yaitu warnanya lebih beragam dengan gambar kupu-kupu yang bersinar. Failasuf termasuk piawai, kreatif dan inovatif dalam mengembangkan ide dan produknya. Namun kesuksesan penjualan dari batiknya tidak terlepas dari promosi-promosi yang digunakan. Mengingat persaingan usaha batik semakin kompetitif dan persaingan semakin ketat. Sesuai dengan wawancara dengan Failasuf pada 8 Juli 2012 sebagai berikut,

"Ke depan, persaingan batik bukan lagi antar daerah, tetapi sudah antar perajin atau desainer."

Inovasi terus dilakukan oleh "Batik Pesisir" agar dapat bertahan di pasar batik. Sejak tahun 2001 hingga saat ini produk "Batik Pesisir" telah dimodifikasi antara lain sutra dengan serat pisang, kain sutra dengan serat nanas, dan kain sutra yang dikombinasikan dengan kain katun. Selain itu, Failasuf tidak henti-hentinya untuk mencari peluang dalam mengembangkan "Batik Pesisir". Sebagai buah dari usahanya, pada tahun 2007 Failasuf

kewirausahaan Kabupaten Pekalongan, juara I pemuda pelopor bidang kewirausahaan tingkat nasional.



**Gambar 1 Showroom Perusahaan Batik Pesisir Pekalongan (dokumentasi pribadi)**

### **C. Visi, Misi dan Tujuan**

a. Visi

Sebagai perusahaan supplier batik sutra Pekalongan yang eksklusif dan berkualitas

b. Misi

1) Kesejahteraan seluruh karyawan

c. Tujuan

1) Meningkatkan angka penjualan dan peminat “Batik Pesisir”.

2) Meningkatkan minat para pecinta batik terhadap batik Pekalongan

kegunaannya dari “Batik Pesisir”

- 3) Memberikan pelayanan yang baik dan produk batik sutra yang berkualitas kepada para pecinta batik.

#### **D. Lokasi Perusahaan**

Lokasi perusahaan Batik Pesisir adalah di Desa Komplong No : 231 Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan. Desa Kemplong dikenal sebagai salah satu sentra industri batik di Kabupaten Pekalongan bahkan direncanakan akan dikembangkan menjadi Kampung Batik oleh Pemkab. Pekalongan yang merupakan perpaduan antara pengembangan sentra UKM Batik dan wisata belanja.

Lokasi ini dipilih karena merupakan tempat tinggal pemilik dan berada di jalur Pantura yang strategis sebagai tempat pemasaran produk maupun persediaan bahan baku. Selain itu lokasi ini mudah memperoleh tenaga kerja yang terampil dalam bidang perbatikan.

#### **E. Struktur Organisasi Perusahaan**

Struktur organisasi dalam perusahaan menunjukkan kedudukan, wewenang dan tanggung jawab anggota organisasi. Struktur Organisasi dapat didefinisikan sebagai mekanisme - mekanisme formal dimana organisasi dikelola. Struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsi-fungsi. Maupun orang yang menunjukkan kedudukan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-

berbeda-beda dalam organisasi. Struktur ini mengandung unsur-unsur spesialisasi

kerja, standarisasi, koordinasi atau desentralisasi dalam pembuatan keputusan dan besaran (ukuran) satuan kerja.

Bagi suatu perusahaan yang berskala kecil maupun besar, semuanya membutuhkan adanya struktur organisasi. Tujuannya adalah untuk memberikan arah yang jelas atau tujuan organisasi itu sendiri, maupun pembagian tugas dan tanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan organisasi. Suatu organisasi perusahaan yang baik akan memberikan ketegasan secara jelas atas tugas dan tanggung jawab masing - masing anggotanya, khususnya bagi koordinasi di organisasi tersebut, susunan organisasi Batik Pesisir Pekalongan terdiri atas Direktur, Asisten I dan II, Kabid produksi, Kabid administrasi, dan Kabid pemasaran.

1. Direktur : H. A. Failasuf, SE.
2. Asisten I : N. Wudayati, Amd
3. Asisten II : Taufik Hidayat
4. Kepala bidang produksi : Arif Kusdiyanto
5. Kepala bidang administrasi : N. Wudayati, Amd
6. Kepala bidang pemasaran : Syafei

Adapun tugas-tugas pokok dari jabatan yang dipegang secara garis besar



### **E.1. Direktur :**

1. Memimpin
2. Bertanggung jawab terhadap keseluruhan kinerja perusahaan.
3. Memegang keputusan tertinggi dalam menentukan arah kebijakan perusahaan.
4. Mengawasi dan mengkoordinir semua karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan. Koordinasi perlu dilakukan supaya dalam berbagai kegiatan tidak terjadi kekacauan, kekosongan kegiatan dengan menghubungkan dan menyelaraskan pekerjaan-pekerjaan bawahan sehingga terdapat kerjasama yang terarah dalam mencapai tujuan perusahaan. Usaha yang dapat dilakukan untuk mencapai maksud itu antara lain : dengan memberi instruksi, perintah, mengadakan pertemuan, bimbingan, nasihat, mdan mengadakan *coching* dan bila perlu memberi teguran. Koordinasi kerja dilakukan kepada seluruh staf, masing-masing kepala bidang dan karyawan.

Tujuannya :

- a) Dari perencanaan yang telah disusun dapat segera didelegasikan kepada kepala bidang atau karyawan.
- b) Pelaksanaan kinerja karyawan dibawah pantauan kepala bidang agar dapat terkendali, terarah, dan terkontrol.
- c) Permasalahan-permasalahan yang muncul dalam lingkungan

5. Menjalin relasi dengan pelanggan, pesaing, distributor, *supplier* pemerintah, dan media.
6. Melakukan perencanaan dalam penentuan serangkaian tindakan untuk mencapai suatu hasil yang diinginkan. Perencanaan yang dilakukan meliputi perencanaan produksi dan pengembangan produk/inovasi/riset.
7. Menanggung semua beban biaya dan pembelian perusahaan.

#### **E.2. Asisten direktur 1 dan 11 :**

Asisten direktur I dan II membuat perencanaan-perencanaan untuk perusahaan asisten direktur dengan direktur :

1. Membuat konsep dan perencanaan Batik Pesisir

Pembuatan konsep Batik Pesisir disesuaikan dengan kondisi, perencanaan. Konsep disesuaikan dengan kebutuhan waktu, contoh : adanya kegiatan pameran, konsep dan perencanaan kegiatan pameran dibuat semenarik mungkin sehingga kegiatan pameran bukan sekedar menjual batik saja tetapi ditekankan pada media promosi dan pengenalan produk unggulan dan produk baru.

2. Melakukan monitoring dan evaluasi kerja

Monitoring merupakan salah satu aktivitas dalam internal kerja yang dirancang untuk dapat memberikan *feedback*/umpan balik perkembangan kerja, meningkatkan efisiensi, dan memecahkan masalah yang timbul. Perkembangan kinerja Batik Pesisir dapat

untuk memberikan *feedback* pada rancangan kerja yang akan datang.

Setiap bulanya memiliki perencanaan yang disusun diawal bulan untuk dilaksanakan melalui koordinasi masing-masing kepala bidang.

3. Menjalin kemitraan dengan *stakeholder* yang bertujuan sebagai promosi pengenalan sebagai mitra kerja.

4. Melakukan promosi

Media promosi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen maupun stakeholder. Media promosi bisa menggunakan brosur, papan billboard, media cetak lokal maupun nasional, media elektronik.

### **E.3. Kepala Bidang Produksi :**

Proses produksi Batik Pesisir dikendalikan oleh kepala bidang produksi dan dibantu oleh asisten bidang produksi. Tugas kepala bidang produksi adalah :

1. Mengawasi proses produksi gudang dalam dan luar.
2. Membuat produksi berdasarkan pesanaan maupun berdasarkan rencana kerja.
3. Mengawasi kinerja karyawan gudang dalam.
4. Bertanggung jawab atas kelancaran proses produksi mulai dari pemerolehan bahan baku hingga pengepakan.
5. Menjaga mutu produk.
6. Merencanakan produk dan jumlah produk yang akan diproduksi

7. Menyediakan kebutuhan bahan baku produksi gudang dalam dan luar.
8. Mengontrol kelangsungan kegiatan produksi gudang dalam.
9. Mengatur kelangsungan kegiatan proses produksi gudang dalam.
10. Menghitung pembayaran upah karyawan tenaga kerja langsung (TKL).
11. Mencatat dan membukukan semua administrasi gudang yang terdiri dari administrasi keuangan, stok barang, dan proses produksi.

Kepala bidang produksi membawahi beberapa bagian produksi meliputi:

- a) Bagian desain
- b) Bagian penjaplaan
- c) Bagian pembatikan (rensi)
- d) Bagian pemopokan
- e) Bagian quality control produk dalam proses
- f) Bagian coletan warna
- g) Bagian finishing warna akhir
- h) Bagian quality control produk jadi

#### **E.4. Kepala bidang Administrasi :**

Kepala bidang administrasi membuat sistem administrasi yang diperlukan oleh perusahaan Batik Pesisir meliputi :

1. Sistem administrasi gudang produksi.
2. Sistem administrasi bagian keuangan.

4. Sistem administrasi bagian penerimaan barang.

Penerimaan barang terdiri dari 2 yaitu :

- a. Barang dari produksi.
- b. Barang dari *return* penjualan.

Kepala bidang administrasi membawahi 3 bagian administrasi yang terdiri dari :

a. Bagian keuangan.

Tugas bagian keuangan Batik Pesisir :

- 1) Membuat laporan keuangan terdiri dari :
  - a) Membukukan dan membuat laporan penjualan supplay dan retail.
  - b) Mencatat dan membukukan transaksi pembayaran dari pelanggan.
  - c) Membuat daftar tagihan piutang.
  - d) Membukukan dan melaporkan catatan hutang giro.
  - e) Membuat rekap biaya dan upah produksi.
- 2) Membayar kepada bagian pembelian atas pembelian bahan baku.
- 3) Mengajukan anggaran upah karyawan kepada pimpinan setiap hari kami ( Poco'an).
- 4) Mengajukan kepada pimpinan atas beban upah produksi dari gudang luar.

5) Mencatat hasil perhitungan biaya/upah dari bagian penerimaan barang dari gudang luar.

b. Bagian Pembelian

Bagian pembelian menerima bahan baku yang dipasok oleh para pemasok bahan baku, tugas bagian pembelian :

- 1) Menerima bahan baku dari pemasok.
- 2) Mengontrol bahan baku yang diterima dari pemasok.
- 3) Membuat faktur/nota pembelian bahan baku.
- 4) Mengajukan pembayaran kepada bagian keuangan.

c. Bagian penerimaan barang

Pada Batik Pesisir bagian penerimaan barang terdiri dari 2 yaitu :

- 1) Bagian penerimaan barang produk jadi dari gudang luar dan dalam. Pada bagian ini diterima oleh 2 karyawan, tugasnya :
  - a) Menerima setoran batik dari gudang luar dan dalam.
  - b) Mengontrol setoran produksi gudang luar dan dalam.
  - c) Mencatat dan membukukan setoran produksi gudang luar dan dalam.
  - d) Mencatat total biaya/upah produksi gudang luar.
  - e) Menyerahkan hasil perhitungan biaya/upah produksi gudang luar kepada bagian keuangan untuk pembayaran.
  - f) Membayarkan/menyerahkan upah produksi kepada penyeter dari gudang luar.

- 2) Bagian penerimaan barang dari *return* penjualan. Pada bagian ini penerimaan barang dari return penjualan diterima oleh 2 orang karyawan, tugasnya :
- a) Menerima barang dari kurir ekspedisi.
  - b) Mengontrol, mengecek, mencocokkan, barang yang diterima dengan catatan nota/faktur pengiriman *return* barang.
  - c) Menyerahkan nota/faktur pengiriman barang return ke bagian keuangan, guna proses selanjutnya.
  - d) Mengarsip dan membukukan resi dari ekspedisi, baik resi barang masuk maupun keluar.

#### **E.5. Kepala Bidang Pemasaran :**

Batik Peasisir sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang industri, maka sarana manajemen penting lainnya adalah market atau pasar. Tanpa adanya pasar bagi hasil produksi jelas tujuan perusahaan industri akan tidak mungkin tercapai. Salah satu masalah pokok bagi suatu perusahaan dalam industri adalah minimal mempertahankan pasar yang ada, bila mungkin berusaha mencari pasar baru bagi hasil produksinya. agenda dari pemasaran adalah :

1. Merencanakan kegiatan pemasaran.
2. Melakukan kegiatan promosi untuk memperkenalkan produk ke masyarakat/pelanggan.
3. Melayani penjualan pada pembeli.

5. Mencari informasi tentang kompetitor lain.

Bidang pemasaran Batik Pesisir terdiri dari 3 orang dibantu oleh 2 orang. Di bagian transportasi dan bagian pemasaran, bagian pemasaran dibagi menjadi 2 dua area barat dan timur. Area barat meliputi : Jakarta, Bandung, Bigor, Bekasi, dan daerah sekitarnya. Area timur meliputi : Semarang, Solo, Jogjakarta, Surabaya, dan Malang.

a. Pemasaran *supplay*

Tugas bidang pemasaran :

1) Melakukan promosi

Promosi yang dilakukan bagian pemasaran ditujukan pada promosi untuk meningkatkan nilai penjualan.

2) Bersama-sama dengan team pemasaran membuat rencana kerja, yang meliputi :

a) Rencana kunjungan kepada pelanggan/konsumen.

b) Rencana pengiriman barang dagangan melalui paket ekspedisi.

c) Memiliki data lengkap konsumen yang telah menjadi mitranya, baik konsumen perusahaan maupun perorangan.



- e) Membuat *schedule* komunikasi lewat telepon kepada para konsumen, komunikasi dilakukan dengan berkelanjutan secara berkala.
- f) Mengelompokan beberapa konsumen meliputi konsumen perusahaan maupun konsumen perorangan.
- g) Memahami selera dan kebutuhan konsumen.
- h) Mengetahui jumlah stok dan jenis barang dagangan.
- i) Memberikan informasi kepada bagian produksi mengenai jenis barang yang diminati konsumen.
- j) Melakukan koordinasi bersama dengan bagian produksi untuk memberikan ide atau masukan mengenai kondisi kebutuhan para konsumen.
- k) Melaksanakan kegiatan promosi yang sudah dirancang bersama bagian asisten direktur (*team management*).
- l) Menganalisis hasil penjualan setiap bulannya, sebagai bahan acuan untuk menilai pertumbuhan penjualan.

b. Pemasaran *retail*

Pemasaran pada Batik Pesisir perlu dibenahi, dari sisi nilai tingkat penjualannya karena promosi yang dilakukan Batik Pesisir sampai saat ini bersifat promosi untuk penjualan retail.

Promosi yang telah dilakukan meliputi pembuatan brosur, kegiatan

Untuk meningkatkan nilai penjualan retail Batik Pesisir memanfaatkan setiap event pameran dan mempersiapkan dengan baik.

c. Pramuniaga

Perusahaan Batik Pesisir selain memiliki *workshop* juga memiliki *showroom* sebagai ruang menampilkan produk-produk. Pada *showroom* terdapat 3 pramuniaga yang tugasnya adalah :

- a) Melayani keperluan konsumen yang berkunjung ke *showroom*.
- b) Menjaga kerapian dan kebersihan serta tata display *showroom*.
- c) Mengetahui dan tahu tentang jenis-jenis produk yang dimiliki Batik Pesisir.

**E.6. Karyawan :**

Karyawan adalah orang yang melaksanakan kegiatan produksi sesuai dengan bidang masing-masing. Dan Bertanggung jawab kepada direktur/pimpinan melalui para kepala bagian divisi.

Perusahaan harus selalu memperhatikan kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan karyawannya. Hal ini disebabkan karyawan memegang peranan penting dalam kelancaran operasional perusahaan. Karyawan yang merasa puas dan terpenuhi kebutuhannya akan bekerja dengan bersemangat dan efektif sehingga kinerja perusahaan akan berjalan maksimal sesuai dengan yang diinginkan.

### 1. Penentuan upah

Pada Batik Pesisir pemberian upah disesuaikan dengan Upah Minimum Kabupaten (UMK) yang berlaku di kabupaten Pekalongan yaitu Rp. 565.000. Selain itu besar kecilnya upah yang diberikan pada karyawan juga berdasarkan pada :

- a. Pengalaman kerja
- b. Prestasi
- c. Jumlah produksi yang dihasilkan

### 2. Jam Kerja

Penentuan jam kerja pada Batik Pesisir adalah sebagai berikut :

- a. Senin – Kamis, Sabtu, Minggu : 08.00 – 16.00 WIB
- b. Istirahat : 12.00 – 13.00 WIB
- c. Jum'at libur

### 3. Jumlah Karyawan

Perusahaan Batik Pesisir memiliki 250 orang karyawan dengan rincian :

- |                      |     |               |
|----------------------|-----|---------------|
| a. Pimpinam/direktur | : 1 | orang         |
| b. Asisten direktur  | : 2 | orang         |
| c. Kabid adminstrasi | : 1 | orang         |
| d. Kabid Pemasaran   | : 1 | orang         |
| e. Bagian produksi   | : 1 | orang manajer |
- Bagian desain 4 orang
  - Bagian japlak (gambar motif) terdiri dari 10 orang

yang terbagi dalam 5 kelompok kerja.

- Bagian pembatikan (rensi) 43 orang
- Bagian pemopokan terdiri dari 16 orang yang terbagi 3 tungku.
- Bagian quality control tersuru dari 3 orang.
- Bagian pewarnaan 15 orang
- Bagian potong 10 orang
- Bagian jahit 10 orang
- Bagian *quality control* 8 orang
- Bagian finising warna 3 orang
- Pengrajin/pekerja 126 pekerja

#### 4. Kesejahteraan Karyawan

Untuk meningkatkan kinerja dan kesejahteraan karyawan perusahaan juga memberikan *insentif* dan tunjangan, yaitu :

##### a. Uang lembur

Uang lembur diberikan bila pekerjaan melebihi jam kerja yang telah ditetapkan atau tetapbekerja pada hari libur.

##### b. Tunjangan Hari Raya

Setiap menjelang Hari Raya Idul Fitri perusahaan memberikan THR (tunjangan hari raya) sebagai bentuk kepedulian perusahaan kepada karyawan.

c. Tunjangan Kesehatan Keselamatan Kerja

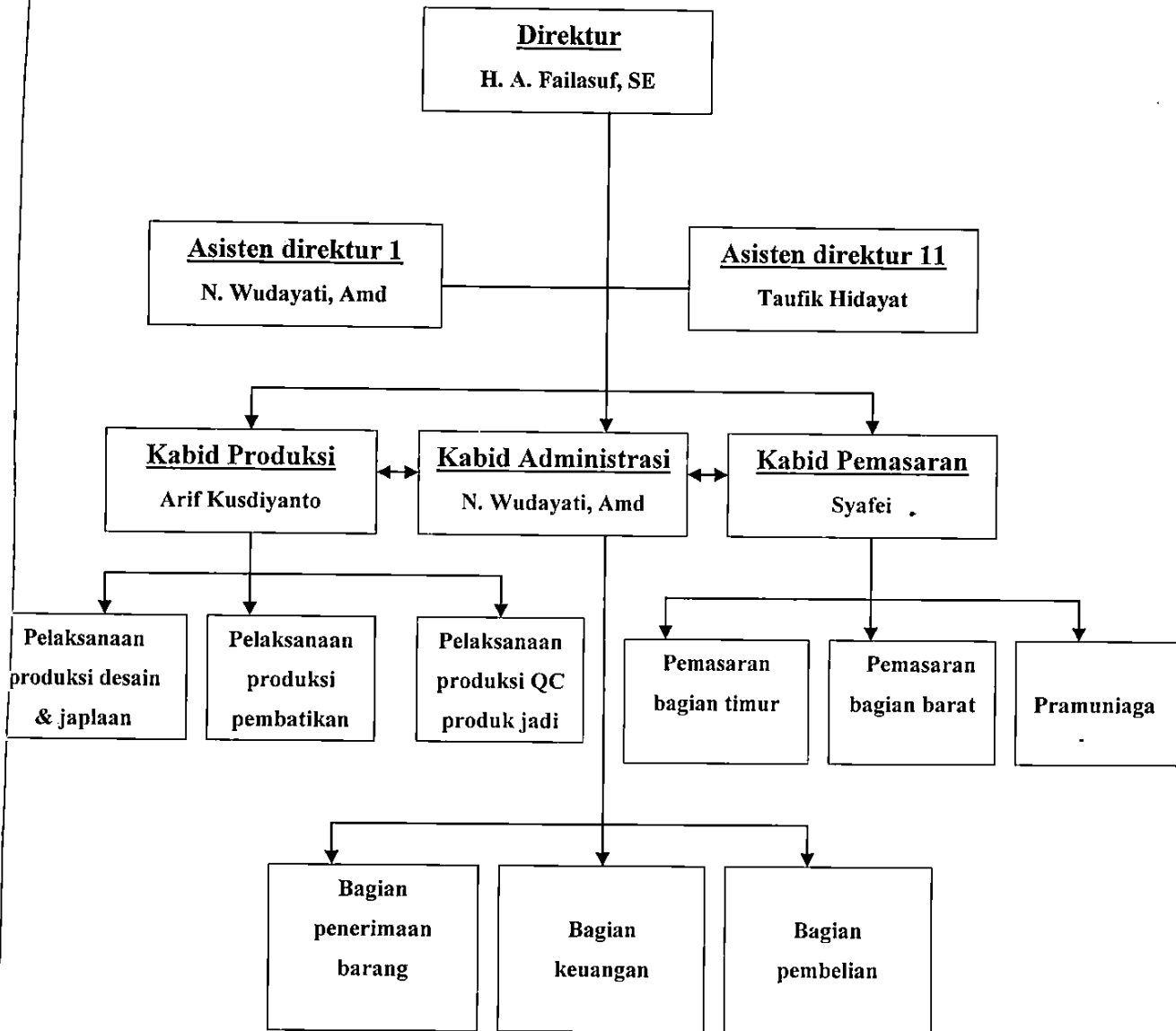
Sebagai perwujudan kepedulian perusahaan akan kesehatan dan keselamatan kerja karyawan perusahaan juga memberikan tunjangan kesehatan dan keselamatan.

d. Piknik bersama

Setiap dua tahun sekali Batik Pesisir melaksanakan acara piknik bersama yang diikuti oleh seluruh karyawan dengan biaya yang ditanggung perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mempererat hubungan antara pimpinan dan karyawan, ~~yang sudah karena telah giat kerja dan sebagai sarana pengembangan~~

Berikut ini adalah struktur organisasi Batik Pesisir Pekalongan :

Struktur organisasi Batik Pesisir Pekalongan



Gambar 2 Struktur organisasi Batik Pesisir Pekalongan

(Sumber : Dokumen BATIK PESISIR)

## **F. Aspek Produksi**

Kapasitas produksi Batik Pesisir mencapai 1000 potong per bulan, hal-hal yang berkaitan dengan proses produksi adalah sebagai berikut :

### 1. Bahan Baku

- a. Kain sutra ATM (alat tenun mesin)
- b. Kain sutra ATBM (alat tenun bukan mesin)
- c. Obat batik sebagai pewarna
- d. Malam untuk proses pematikan

### 2. Alat produksi

Alat produksi yang digunakan masih tradisional yaitu canting, canting cap, gawangan, slerekan, dan meja japlak. Semua alat ini terbuat dari kayu dan diopersikan secara manual.

#### a. Bahan Pembantu

1. Air
2. Cetakan motif

#### b. Alat Produksi /mesin

Alat produksi yang digunakan masih sangat tradisional yaitu canting dan cetakan buat batik cap.

### 3. Proses Produksi

Proses pembuatan batik memerlukan kesabaran, ketrampilan, dan

a. Tahap Desain

Pada awal ini desainer membuat motif yang akan digambar pada batik. Seseorang desainer harus kreatif karena keunikan sebuah kain batik terletak pada desain yang indah dan inovatif.



Gambar 3 Tahap desain (dokumentasi pribadi)

b. Tahap gambar pada kain/penjaplaan

Motif hasil dari desain dituangkan/digambar secara manual pada bahan baku kain.



Gambar 4 dan 5 Tahap gambar pada kain (dokumentasi pribadi)



c. Tahap Pembatikan (Rensi)

Bahan baku kain yang telah dijaplak mulai dibatik dengan menggunakan malam yang dipanaskan hingga cair. Alat yang digunakan untuk membatik adalah canting.



**Gambar 6 Tahap pembatikan (dokumentasi pribadi)**

d. Tahap Pemopokan

Kain telah dibatik ditutup dengan lilin/malam pada bagian-bagian tertentu sebelum proses pewarnaan.



e. Tahap Lorot

Tahap ini adalah tahap menghilangkan malam yang melekat pada kain batik dengan cara dilorot yaitu dicelup dalam air panas.



**Gambar 8 Tahap pelorotan (dokumentasi pribadi)**

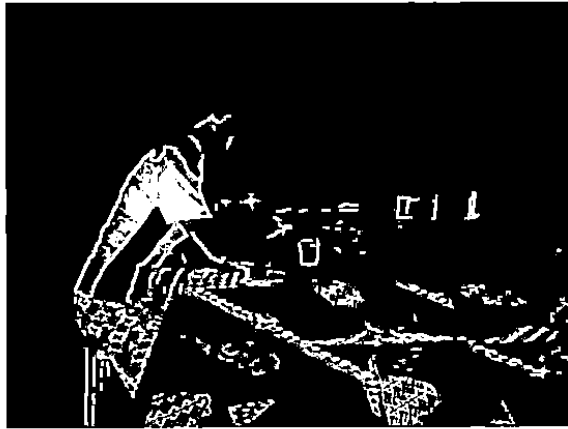
f. Tahap finishing warna akhir

Tahap ini adalah kain batik yang sudah rensi lalu di cek kembali warnanya untuk memaksimalkan hasil dari tahap pewarnaan.



g. Tahap Penjemuran

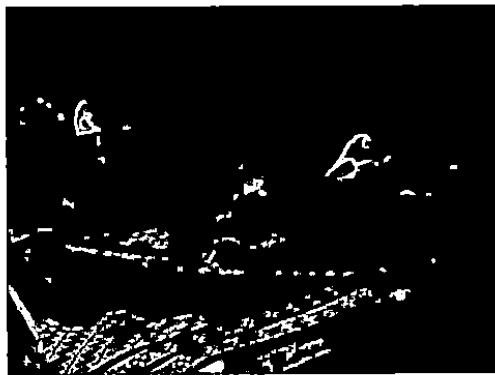
Kain yang masih basah dijemur agar kering.



Gambar 10 Tahap penjemuran (dokumentasi pribadi)

h. Tahap *quality control* produk jadi

Terbagi bagian pengobrasan, bagian kontrol produk akhir. Untuk produk kemeja maka melewati tahap penjaitan sebelum dikemas.



Gambar 11 Tahap *quality control* produk jadi (dokumentasi pribadi)

4. Jenis dan Harga jual produk

Batik Pesisir adalah salah satu motif batik tulis khas Pekalongan yang telah dikembangkan dan mengalami perubahan-perubahan sesuai dengan perkembangan dan permintaan konsumen. Batik

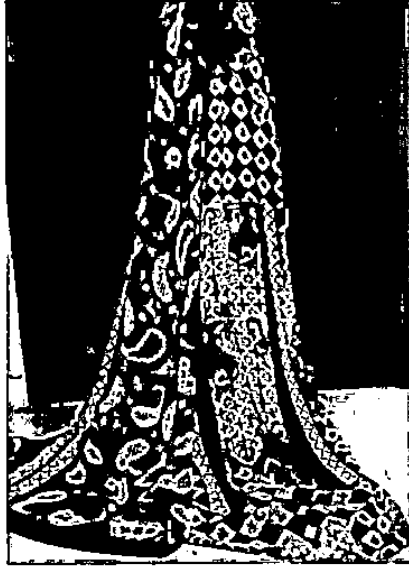
Desain Batik Pesisir didesain sesuai dengan desain klasik dengan

memadukan desain modern dengan menonjolkan ciri khas batik khas pesisiran Pekalongan. Pengrajin Batik Pesisir terkonsentrasi didesa Kemplong, Wiradesa, tepatnya belok kanan (dari arah Jakarta) dipersimpangan Wiradesa. Proses pembuatan Batik Pesisir bervariasi, berkisar antara 1 sampai 6 bulan, tergantung pada tingkat kesulitan dan kompleksnya komposisi warna. Terdapat 10 jenis produk unggulan pada Batik Pesisir dengan kisaran harga yang bervariasi antara Rp 1 juta sampai Rp 6 Juta. Semua produk di Batik Pesisir adalah batik tulis, sedangkan cara pembuatan bahan dasar kain adalah menggunakan *alat tenun bukan mesin (ATBM)* dan menggunakan *alat tenun mesin (ATM)*. Harga bahan dasar kain ATBM lebih mahal daripada ATM. Hal ini karena proses pembuatan dengan ATBM lebih lama dan rumit daripada dengan menggunakan ATM. Berikut produk-produk yang menggunakan bahan baku kain sutra, baik yang dikerjakan dengan ATBM maupun ATM. Jenis dan harga produk secara lengkap sebagai berikut :

1. Bahan kemeja ATBM Tulis



## 2. Bahan kemeja ATM Tulis



**Gambar 13 Bahan Kemeja ATM Tulis (dokumentasi pribadi)**

## 3. Kemeja jadi ATBM Tulis





## 7. Sarimbit ATBM Tulis



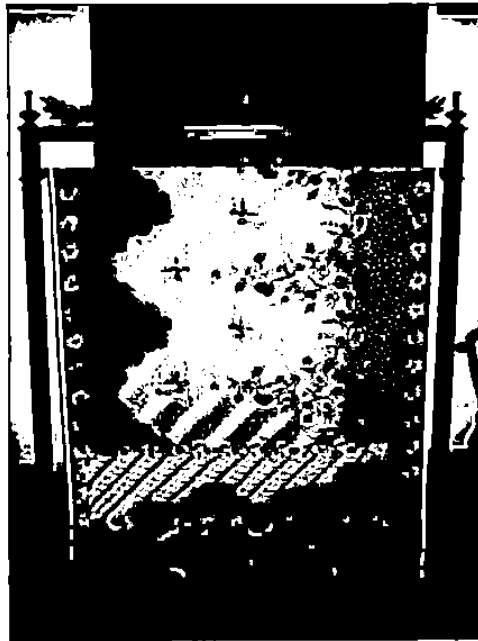
**Gambar 18 Sarimbit ATBM Tulis (dokumentasi pribadi)**

## 8. Sarimbit ATM Tulis



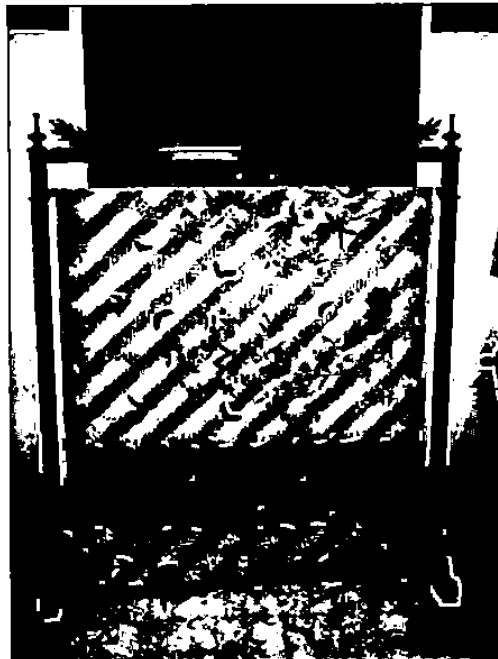
**Gambar 19 Sarimbit ATM Tulis (dokumentasi pribadi)**

9. Batik Hokokai ATBM tulis



Gambar 20 batik Hokokai ATBM Tulis (dokumentasi pribadi)

10. Batik Hokokai ATM tulis





No	Nama produk	Harga
1.	Bahan kemeja ATBM Tulis per lembar	Rp. 400.000 - Rp. 3.000.000
2.	Bahan kemeja ATM Tulis per lembar	Rp. 300.000 - Rp. 500.000
3.	Kemeja jadi ATBM Tulis per lembar	Rp. 500.000 - Rp. 2.000.000
4.	Kemeja jadi ATM Tulis per lembar	Rp. 400.000 – Rp. 600.000
5.	Sarung dan selendang ATBM Tulis/stel	Rp. 800.000 – Rp. 6.000.000
6.	Sarung dan selendang ATM Tulis/stel	Rp. 450.000 - Rp. 1.000.000
7.	Sarimbit ATBM Tulis/stel	Rp. 1.000.000 – Rp.4.000.000
8.	Sarimbit ATM Tulis/stel	Rp. 600.000 - Rp. 1.500.000
9.	Batik Hokokai ATBM tulis/stel	Rp. 800.000 – Rp. 3.000.000
10.	Batik Hokokai ATM tulis/stel	Rp. 600.000 – Rp. 1.500.000

Tabel 1 Jenis dan harga produk Batik Pesisir Pekalongan

Sumber : Dokumen Batik Pesisir.

## G. Promosi

Promosi merupakan ujung tombak pemasaran, keberhasilan pemasaran suatu produk banyak ditentukan oleh usaha promosinya. Tujuan promosi yang dilakukan oleh Batik Pesisir adalah mengkomunikasikan jenis produknya pada konsumen-konsumen agar konsumen mengenal produk Batik Pesisir dan pada akhirnya melakukan keputusan pembelian. Sehingga faktor penting yang menentukan maju tidaknya perusahaan dengan melaksanakan strategi promosi yang tepat serta kemampuan untuk membaca keinginan dan selera konsumen