

BAB II

IDENTIFIKASI DATA

A. Data Perusahaan

1. Data Perusahaan

Nama Kantor : Batik Kenanga

Alamat : Dusun II, Telukan, Kec. Grogol, Kabupaten
Sukoharjo, Jawa Tengah 57552

No. Telp : 0812 2666 6062

Foto Lokasi :



Gambar 4. Lokasi Batik Kenanga
Sumber (Google Maps, 2024)



Gambar 5. Pabrik Batik Kenanga
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 6. Proses Pewarnaan
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 7. Proses Teknik Kerutan
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 8. Proses Pewarnaan Pada Kain Yang Sudah di Kerut
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 9. Proses Pencucian Warna Menggunakan Water Glass
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 10. Proses Pencucian Warna Menghilangkan Water Glass
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 11. Proses Penjemuran
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 12. Proses Pengecapan
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 13. Proses Bleaching
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 14. Proses Penutupan
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)



Gambar 15. Proses Pelorotan Malam
Sumber (Foto Safitri Nurjannah, 2024)

2. Sejarah Perusahaan

Pendirian Batik Kenanga di tahun 1998 berawal dari inisiatif sang pemilik yang merupakan lulusan seni lukis. Batik Kenanga muncul sebagai hasil perjuangan dan dedikasi yang luar biasa. Pada awalnya, sang pemilik sedang merasa sulit untuk bekerja karena harus merawat anaknya. Namun, semangatnya dalam seni lukis tak pernah padam. Akhirnya, ia memutuskan untuk mencoba menorehkan kuas langsung di atas kain putih kemudian menjualnya. Menggunakan obat warna yang diracik sendiri, proses melukis langsung ini menjadi ciri khas Batik Kenanga yang dipertahankan hingga saat ini.

Pada awalnya, penjualan dilakukan secara sederhana kepada teman-teman terdekat sang pemilik. Namun, melalui metode “dari mulut ke mulut,” reputasi karya batiknya semakin tersebar luas. Melihat perkembangan yang semakin pesat, sang pemilik

memutuskan untuk bergabung dengan partner lain dan bersama-sama membangun pabrik batik dengan skala kecil.

Di pabrik kecil inilah Batik Kenanga mulai memproduksi batik dengan menggunakan teknik cap batik. Sang pemilik bahkan mendesain sendiri motif cap batik yang menjadi ciri khas Batik Kenanga. Semangat inovasi dan keinginan untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggan juga tercermin dalam pencampuran warna yang dilakukan secara khusus untuk menciptakan batik berkualitas tinggi. Tak hanya mengurus produksi, sang owner juga secara aktif mencari karyawan yang memiliki minat dan bakat dalam seni batik. Tim yang terbentuk kemudian menjadi pondasi kuat bagi kesuksesan Batik Kenanga.

Dukungan dari buyer pertama, yang berasal dari Korea, memberikan pengakuan internasional atas kualitas batik yang dihasilkan. Keberhasilan tersebut membawa Batik Kenanga menerima pesanan dalam jumlah besar, mencapai 5.000 hingga 10.000 meter batik di awal pendiriannya. Inilah momen penting yang mendorong lahirnya pabrik yang lebih besar dan berkembang pesat.



Gambar 16. Logo Batik Kenanga
Sumber (Batik Kenanga, 2024)

Sang owner memiliki alasan yang sangat personal untuk memilih nama “Kenanga”. Wanita sering diidentikkan dengan keindahan bunga, dan sang pemilik memiliki rasa cinta yang mendalam pada bunga. Oleh karena itu, ia ingin memberikan nama pabriknya dengan nama bunga yang erat kaitannya dengan Solo, kampung halamannya. Akhirnya dipilihlah bunga Kenanga yang menjadi cikal bakal dari batik Kenanga.

Dengan demikian, Pabrik Batik Kenanga bukan hanya mewarisi keindahan dan keahlian seni batik dari masa lalu, tetapi juga mengukir sejarah baru dalam dunia batik. Dengan dedikasi dan inovasi yang tak pernah surut, Batik Kenanga terus memperkaya warisan budaya Indonesia dan menjadi salah satu ikon kebanggaan bangsa.

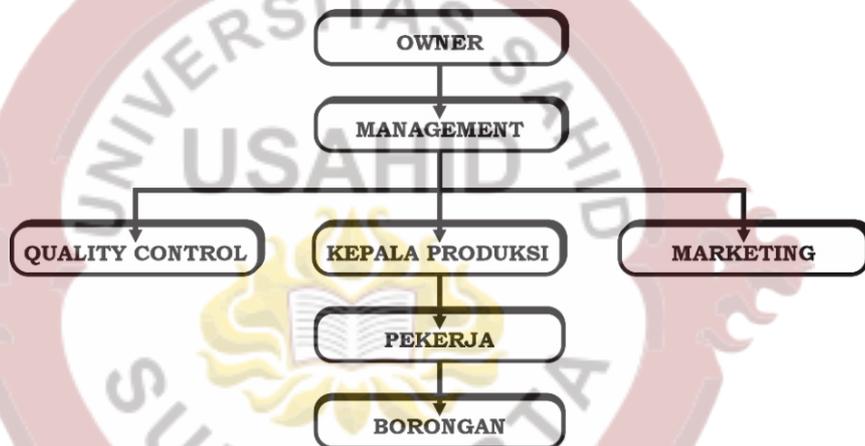
3. Visi dan Misi Perusahaan
 - a) Visi

Memberikan pandangan usaha batik cap yang kontemporer yang memiliki usaha berdasarkan keinginan dari dalam diri.

b) Misi

Memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen baik diluar maupun dalam negeri, dan menghasilkan barang berkualitas yang diakui secara internasional.

4. Struktur Organisasi



Gambar 17. Struktur Organisasi Batik Kenanga
Sumber (Batik Kenanga, 2024)

Berdasarkan stuktur dari bagan tersebut, masing-masing bagian mempunyai tugas dan tanggungjawab yang berbeda. Berikut adalah uraian dari masing-masing bagian yang ada pada bagan organisasi Batik Kenanga :

a) *Owner*

Bertanggung jawab sebagai pemilik perusahaan yang memiliki seluruh atau sebagian dari saham perusahaan. Tugas dan

tanggung jawab owner yaitu melakukan investasi pada perusahaan.

b) *Management*

Bertanggung jawab atas semua yang ada pada lingkungan kerja dari Batik Kenanga baik sistem manajemen, peraturan kerja serta membuat keputusan yang bersifat intern perusahaan agar bisa mencapai tujuan dari suatu kegiatan..

c) *Quality Control*

Bertanggung jawab atas alur proses pengaturan, pengelolaan SDM, sampai dengan pengendalian proses untuk memastikan bahwa produk yang diproduksi memenuhi standar kualitas yang ditetapkan.

d) Kepala produksi

Bertanggung jawab atas alur produksi baik dari awal masuk order sampai selesai proses, memastikan produksi berjalan lancar dan sesuai dengan harapan.

e) Marketing

Bertanggung jawab dalam melakukan strategi pemasaran yang efektif dan berorientasi pada pencapaian dan target.

f) Pekerja

Bertanggung jawab dalam pekerjaan produksi yang sudah diplanning kepala produksi.

g) Borongan

Karyawan yang biasanya dipanggil ketika ada produksi massal yang bersifat mendadak deadlinenya.

5. Data Produk

Batik Kenanga menyediakan keperluan style tradisional dengan corak yang dimodifikasi sendiri, ukuran dari kain batik yang dibuatpun beragam tergantung permintaan dari customer, bentuk dari batik ini kebanyakan adalah lembaran, bukan pola maupun garis kontur, batik ini cocok untuk digunakan sebagai cideramata, souvenir premium dan juga pakaian formal maupun non formal.

Lama pembuatan dari awal order hingga selesai order kurang lebih 1 minggu, sedikit banyak ordernya tetap sama estimasi waktu yang dibutuhkan.

Proses paling menentukan hasil maksimal dari pembuatan batik adalah proses penjemuran, karena proses ini membutuhkan panas dari matahari, sehingga cuaca sangat berpengaruh terhadap hasil akhir dari pembuatan batik.

Tingginya nilai dan standar batik cap tergantung dari bahan dan warna yang diperlukan dalam proses pembuatannya, sehingga patokan harga dari setiap batik berbeda. Sebagai contoh kisaran harga batik cap mulai dari 65.000 sampai 100.000 dengan ukuran 1,15x1 meter. Standar kain yang digunakan yaitu kain mori, karena kain ini nyaman digunakan, serta mudah untuk menyerap warna dan lebih mudah menghilangkan lilin pada batik.

Target utama dari Batik Kenanga adalah Mancanegara, karena Mancanegara secara Value lebih menguntungkan dalam penjualan batik. Berikut beberapa produk yang diproduksi oleh Batik Kenanga :

a) Batik Cap Untu Buto



Gambar 18. Batik Cap Untu Buto
Ukuran 1,15x1 Meter Harga Rp 70.000,-
Sumber (Batik Kenanga, 2024)

b) Batik Cap Dhaf-23-003 G/green



Gambar 19. Batik Cap Dhaf-23-003 G/green
Ukuran 1,15x1 Meter Harga Rp 65.000,-
Sumber (Batik Kenanga, 2024)

c) Batik Cap *Panorama - Red*



Gambar 20. Batik Cap Panorama - Red
Ukuran 1,15x1 Meter Harga Rp 65.000,-
Sumber (Batik Kenanga, 2024)

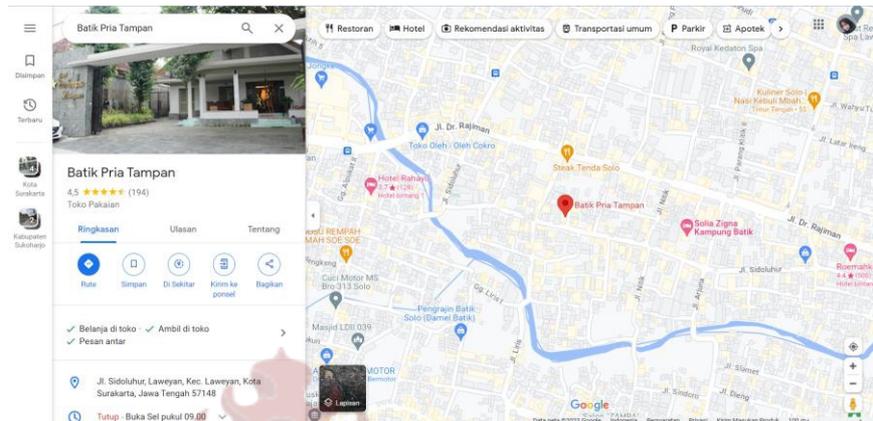
B. Kompetitor

Batik Kenanga merupakan usaha mikro, kecil menengah dibidang tekstile yang kurang lebih sudah 20 tahun. Seiring berkembangnya usaha-usaha yang serupa dengan Batik Kenanga untuk memajukan usaha branding dan promosi, diperlukan observasi yang mendalam agar menjadikan produk lebih maksimal dalam penjualan.

Berikut merupakan kompetitor dari Batik Kenanga, yaitu :

1. Data Kompetitor

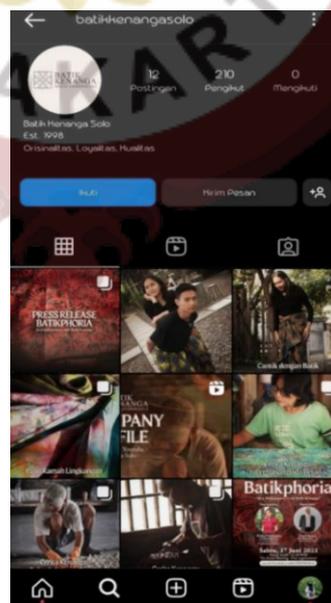
Nama Perusahaan	: Batik Pria Tampan
Alamat	: Jl. Sidoluhur, Laweyan, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57148
No. Telp	: 0271712052
Foto Lokasi	:



Gambar 21. Lokasi Batik Pria Tampan Sumber (Google Maps, 2024)

C. Media Promosi

Media Promosi yang digunakan Batik Kenanga yaitu Instagram, kegunaannya untuk alat komunikasi dan penyampaian produk yang dilakukan oleh perusahaan Batik Kenanga dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk Batik Cap. Informasi ini bersifat agar menarik perhatian kepada konsumen, untuk membeli produk tersebut.



Gambar 22. Media Promosi Batik Kenanga Sumber (Batik Kenanga, 2024)

D. Analisis SWOT

Analisa ini Digunakan untuk menyampaikan informasi yang lebih memfokuskan pada pencapaian tujuan dan jelas arah media informasi ini ditujukan. Analisis ini bersifat kualitatif. Hasil analisis yang di peroleh yaitu:

Tabel 1 Analisa SWOT

	Batik Kenanga	Batik Pria Tampan
<i>Strength</i> (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none">- Batik Kenanga merupakan perusahaan Batik Cap berdiri sejak 20 tahun.- Memiliki relasi yang luas.- Karya original.- Proses produksi ramah lingkungan.	<ul style="list-style-type: none">- Batik Pria Tampan merupakan perusahaan Batik Cap berdiri sejak tahun 1979.- Memiliki pasar jaringan Yang luas.- Memiliki variasi dan display produk yang lebih banyak- Mempunyai toko untuk memperjualkan produk jadi.
<i>Weakness</i> (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none">- Tidak mempunyai toko- Tidak merencanakan promosi bisnis secara matang- Tidak berani mengambil resiko	<ul style="list-style-type: none">-Pelanggannya belum tetap- Lebih banyak mengambil resiko- Harga market terlalu tinggi untuk pasaran Solo Raya

<p>Opportunity (Peluang)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Membuka toko batik - Merencanakan promosi bisnis secara matang 	<ul style="list-style-type: none"> - Produk semakin dikenal oleh masyarakat lokal
<p>Threat (Ancaman)</p>	<p>Ancaman Batik Kenanga jika tidak mengikuti jaman, maka lama kelamaan akan kalah dengan pesaingnya.</p>	<p>Ancaman Batik Pria Tampan jika tidak laku, maka stok akan menjadi harga barang lebih murah.</p>

