

**TINJAUAN MODEL INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK PADA**

**BATIK GUNAWAN SETIAWAN**

**LAPORAN MAGANG**



**Ditulis Oleh:**

Nama : Muhammad Nadhif Rabbani  
Nomor Mahasiswa : 17311125  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

# **Tinjauan Model Inovasi Pengembangan Produk Pada Batik Gunawan**

**Setiawan**

## **LAPORAN MAGANG**

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian tugas akhir guna memperoleh

gelar sarjana strata-1 di Program Studi, Manajemen Fakultas Bisnis dan

Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Ditulis oleh :

Nama Peneliti : Muhammad Nadhif Rabbani

Nomor Induk Mahasiswa : 17311125

Program Studi : Manajemen

Bidang Peminatan : Operasional

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

## **PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME**

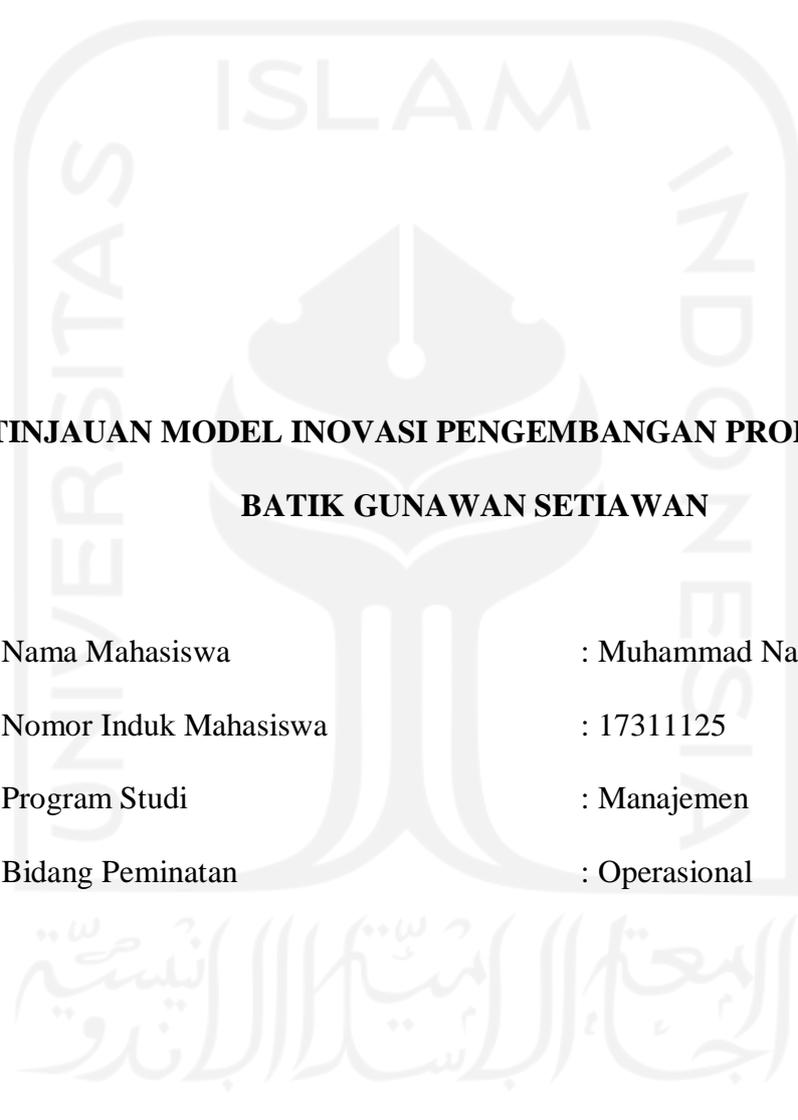
“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam laporan magang ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan refresnsi. Apabila kemuadian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapaun yang berlaku.”

Yogyakarta, Februari 2022

Penulis,



Muhammad Nadhif Rabbani



**TINJAUAN MODEL INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK PADA  
BATIK GUNAWAN SETIAWAN**

Nama Mahasiswa : Muhammad Nadhif Rabbani  
Nomor Induk Mahasiswa : 17311125  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Peminatan : Operasional

Yogyakarta, 12 November 2021

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Al Hasin, Drs, MBA.

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR**

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**TINJAUAN MODEL INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK PADA  
BATIK GUNAWANSETIAWAN**

Disusun Oleh : **MUHAMMAD NADHIF  
RABBANI**

Nomor Mahasiswa : **17311125**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Selasa, 14 Desember 2021

Penguji/ Pembimbing Tugas Akhir : Al Hasin,Drs.,MBA.



Penguji : Mochamad Nasito, Di



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

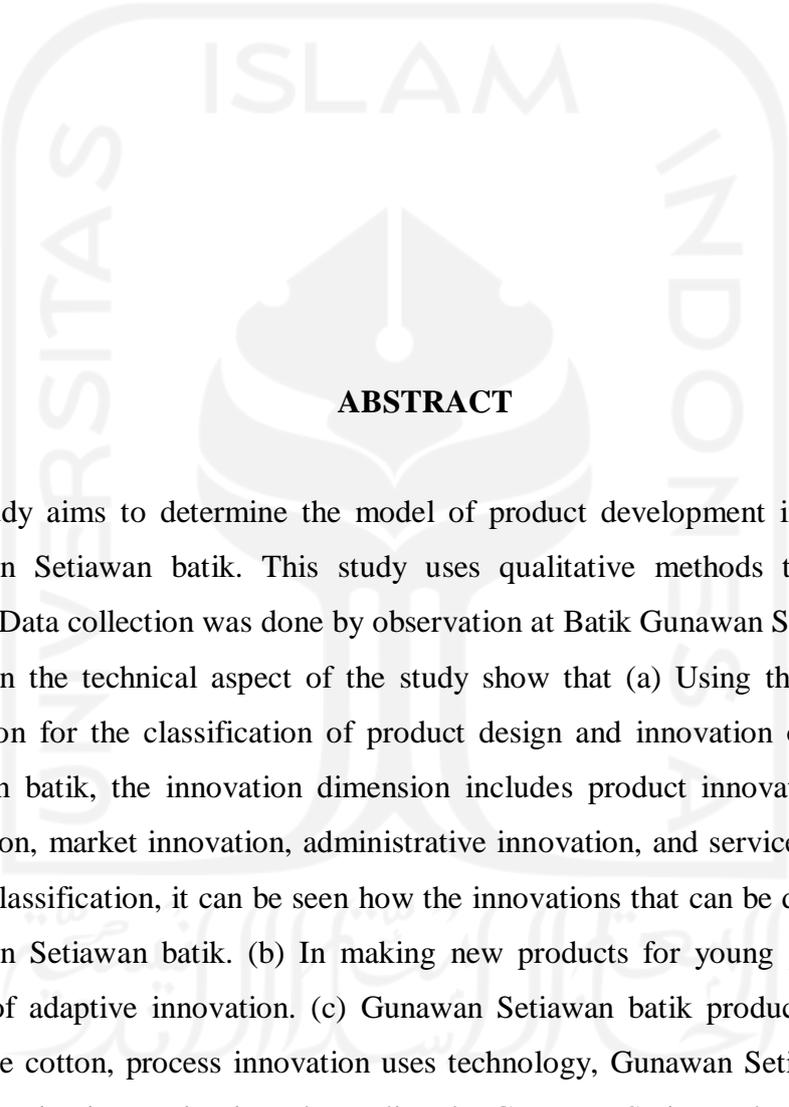


Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model inovasi pengembangan produk pada batik Gunawan Setiawan. Penelitian ini menggunakan menggunakan metode kualitatif melalui studi kasus. Pengambilan data dilakukan dengan observasi di Batik Gunawan Setiawan. Hasil dalam aspek teknis penelitian menunjukkan hasil yaitu (a) Menggunakan dimensi inovasi untuk klasifikasi desain produk dan inovasi pada batik Gunawan Setiawan, dimensi inovasi mencakup inovasi produk, inovasi proses, inovasi pasar, inovasi administratif, inovasi layanan. Dalam klasifikasi tersebut dapat dilihat bagaimana inovasi yang dapat di kembangkan oleh batik Gunawan Setiawan. (b) Dalam membuat produk baru pada anak muda adalah dengan cara inovasi adaptif. (c) Inovasi produk batik Gunawan Setiawan menggunakan bahan katun biru, inovasi proses menggunakan teknologi, inovasi administratif batik Gunawan Setiawan memperkenalkan secara langsung, inovasi pemasaran batik Gunawan Setiawan memasarkannya melalui media digital. Disarankan batik Gunawan Setiawan membuat suatu brand yang baru tetapi masih dalam produk Batik Gunawan Setiawan, meningkatkan promosi lewat social media, menggunakan bahan-bahan yang terjangkau tetapi dengan kuliartas yang bagus.

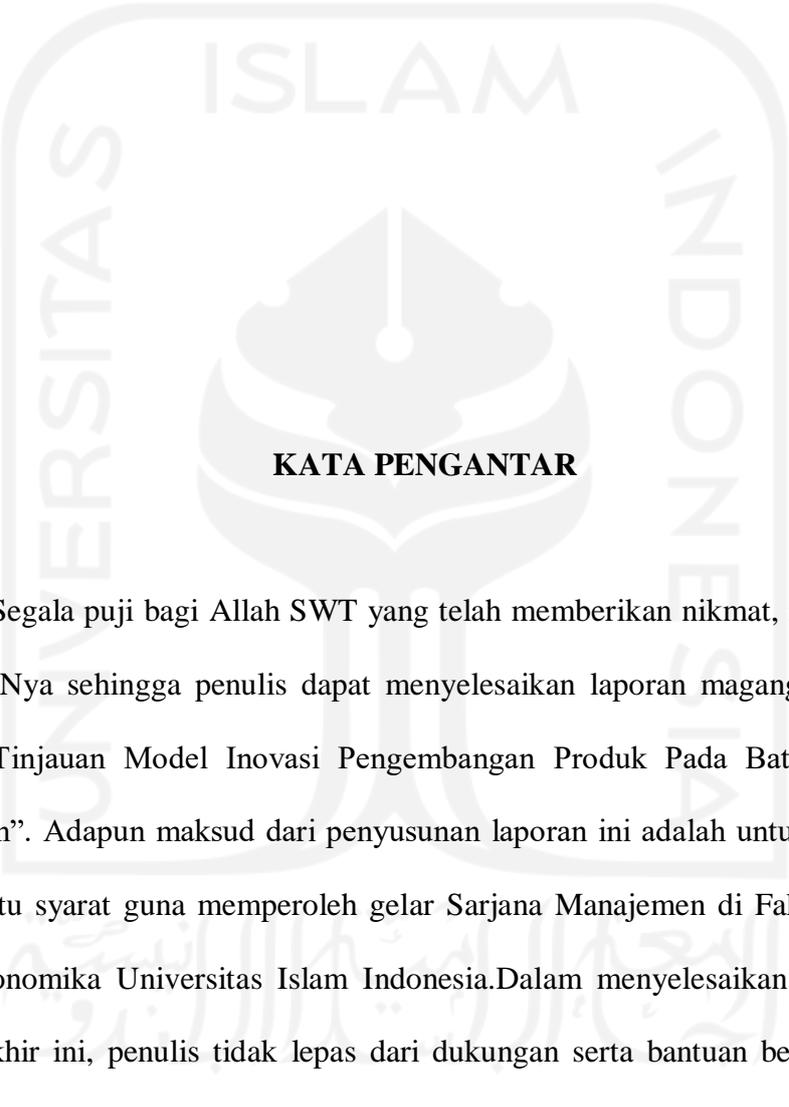
**Kata kunci:** dimensi inovasi, inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, inovasi administratif, inovasi layanan, desain produk dan inovasi



**ABSTRACT**

This study aims to determine the model of product development innovation in Gunawan Setiawan batik. This study uses qualitative methods through case studies. Data collection was done by observation at Batik Gunawan Setiawan. The results in the technical aspect of the study show that (a) Using the innovation dimension for the classification of product design and innovation on Gunawan Setiawan batik, the innovation dimension includes product innovation, process innovation, market innovation, administrative innovation, and service innovation. In this classification, it can be seen how the innovations that can be developed by Gunawan Setiawan batik. (b) In making new products for young people is by means of adaptive innovation. (c) Gunawan Setiawan batik product innovation uses blue cotton, process innovation uses technology, Gunawan Setiawan's batik administrative innovation introduces directly, Gunawan Setiawan batik marketing innovation markets it through digital media. It is recommended that Gunawan Setiawan batik create a new brand but still in Gunawan Setiawan Batik products, increase promotion through social media, use affordable materials but with good quality.

**Keywords:** dimensions of innovation, product innovation, process innovation, marketing innovation, administrative innovation, service innovation, product design and innovation



**KATA PENGANTAR**

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan nikmat, rahmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan judul “Tinjauan Model Inovasi Pengembangan Produk Pada Batik Gunawan Setiawan”. Adapun maksud dari penyusunan laporan ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini, penulis tidak lepas dari dukungan serta bantuan berbagai pihak secara moril maupun materiil mulai dari proses awal hingga akhir penelitian. Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah mengesahkan dalam penyelesaian tugas akhir ini
2. Bapak Al Hasin, Drs., MBA., Sebagai Dosen Pembimbing laporan magang penulis yang telah membimbing penulis dengan sabar dan selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk dapat selalu rajin mengerjakan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan benar dan tepat pada waktunya.
3. Segenap Dosen dan Karyawan di lingkungan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama proses perkuliahan, baik dikelas maupun di luar kelas.
4. Gunawan Setiawan dan Dian Sary Yamin selaku pemilik Batik Gunawan Setiawan serta Sofia Hasna Hamida selaku pembimbing lapangan yang membina, membimbing, dan memberikan motivasi serta dukungan dalam kegiatan magang.
5. Bapak Salis Sirojudin dan Ibu Linda Nurlaila selaku orang tua penulis serta adik-adik saya Nawwaf Zuhdi, Naila Ainaya Dzikri yang telah memberikan doa, motivasi, dorongan, semangat, dan rasa tanggung jawab bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan semangat.
6. Keluarga besar saya di Solo yang mendukung dan memberi saya semangat untuk menyelesaikan magang di Batik Gunawan Setiawan Dian Sary Yamin, Gunawan Setiawan, Sofia Hasna Hamida, Sabrina Qurrota 'Aini, Aisyah Zakiyyah Ningrum, Khansa Putri Azizah.

7. Ummi Kholsum sebagai penyemangat dalam keadaan suka maupun duka serta telah memberikan dukungan dan doa.
8. Sahabat yang selalu memberikan semangat serta doa selama masa studi.
9. Terima kasih kepada seluruh teman-teman Manajemen angkatan 2017, yang telah memberikan kenangan selama masa perkuliahan.
10. Terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penulisan tugas akhir ini.

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat dijadikan khasanah pustaka yang mampu membantu kemajuan ilmu pengetahuan serta memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

*Wassalamu'alaikum Warrahmatullah Wabarakatuh.*

Yogyakarta, 12 November 2021

Penulis,

Muhammad Nadhif Rabbani



## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Laporan Magang .....	<b>i</b>
Halaman Judul Laporan Magang.....	<b>ii</b>
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	<b>iii</b>
Halaman pengesahan Ujian .....	Error! Bookmark not defined.
Abstraksi .....	<b>v</b>
Kata Pengantar.....	<b>viii</b>
Daftar Isi.....	<b>xv</b>
Daftar Gambar .....	<b>xv</b>
Daftar Tabel.....	xError! Bookmark not defined.
Daftar Lampiran.....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Magang .....	3
1.4 Manfaat Magang .....	4
1.5 Bentuk Kegiatan .....	4
1.6 Waktu Pelaksanaan.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>5</b>
2.1 Desain Produk dan Inovasi .....	5
2.1.1 Pengertian Inovasi .....	5
2.1.2 Pengetian Desain Produk .....	6
2.2 Jenis – Jenis Inovasi .....	7
2.2.1 Inovasi Fundamental.....	7
2.2.2 Inovasi Mengganggu .....	7
2.2.3 Inovasi Peningkatan Kualitas .....	8
2.2.4 Inovasi Adaptif .....	8
2.2.5 Imitasi .....	8
2.2.6 Inovasi Palsu .....	9
2.3 Proses Inovasi.....	9

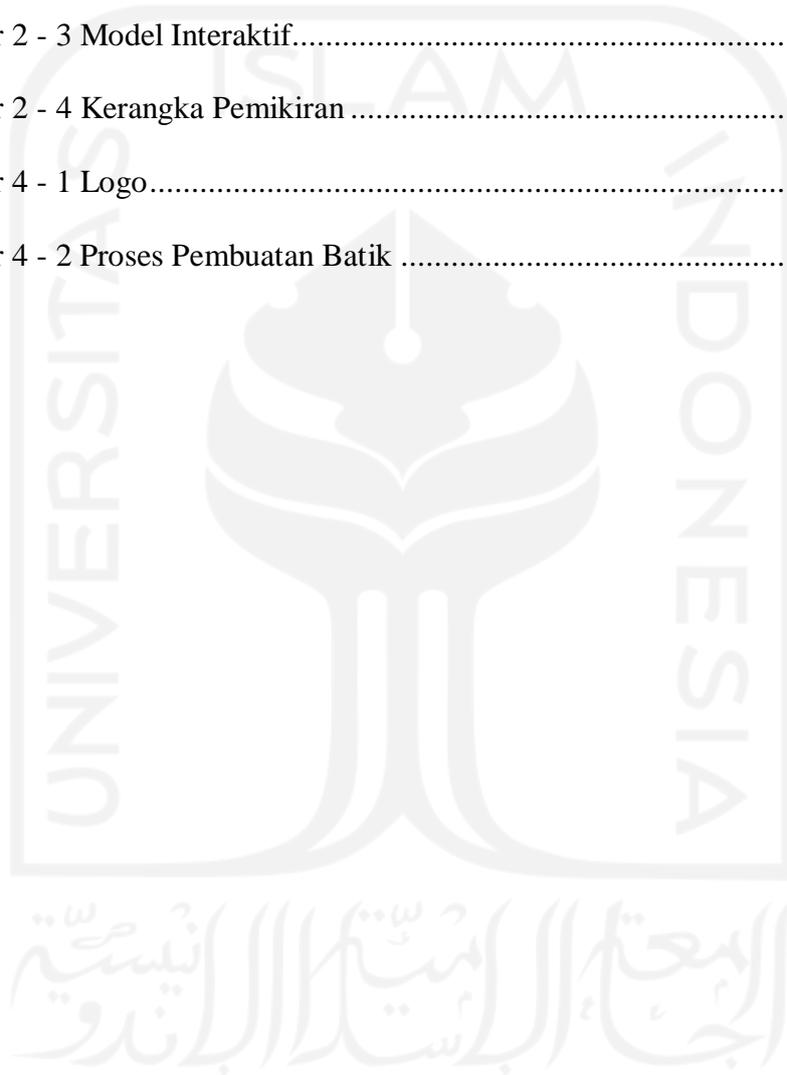
2.4 Model – Model Inovasi.....	10
2.4.1 Model Linier.....	10
2.4.2 Model Kebetulan .....	11
2.4.3 Model Rangkain Simultan.....	11
2.4.4 Model Interaktif.....	12
2.5 Dimensi Inovasi.....	13
2.5.1 Inovasi Produk.....	13
2.5.2 Inovasi Proses.....	14
2.5.3 Inovasi Administratif .....	14
2.5.4 Inovasi Pemasaran .....	14
2.5.5 Inovasi Layanan.....	15
2.6 Hubungan antar Variable .....	15
2.6.1 Inovasi Produk.....	15
2.6.2 Inovasi Proses.....	15
2.6.3 Inovasi Oprasional .....	16
2.6.4 Inovasi Pemasaran .....	16
2.7 Kerangka Pemikiran .....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	18
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	19
3.3 Unit Analisis .....	20
<b>BAB IV HASIL PELAKSANAAN PROGRAM MAGANG.....</b>	<b>21</b>
4.1 Tinjauan Terhadap Produk Batik Gunawan Setiawan .....	21
4.1.1. Profil Batik Gunawan Setiawan .....	21
4.1.2. Unit Produk Dan Produk Utama.....	24
4.1.3. Makna Logo .....	24
4.1.4. Visi Dan Misi .....	25
4.1.5. Proses Pembuatan Batik.....	25
4.1.6. Macam – Macam Kain Batik .....	27
4.1.7. Perawatan Kain Batik .....	32
4.2 Tinjauan Terhadap Inovasi Saat Ini .....	32

4.2.1 Dimensi Inovasi Saat ini .....	32
4.3 Inovasi Rekomendasi.....	34
4.3.1 Dimensi Inovasi Rekomendasi .....	34
4.3.2 Tabel Inovasi Rekomendasi.....	35
4.4.3. Ringkasan Rekomendasi Sebagai Berikut .....	37
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>40</b>
5.1 Kesimpulan .....	40
5.2 Rekomendasi.....	41



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 - 1 Proses Inovasi.....	10
Gambar 2 - 2 Model Rangkain Simultan .....	12
Gambar 2 - 3 Model Interaktif.....	13
Gambar 2 - 4 Kerangka Pemikiran .....	17
Gambar 4 - 1 Logo.....	25
Gambar 4 - 2 Proses Pembuatan Batik .....	27



## DAFTAR TABEL

Tabel 4 - 1 Dimensi Inovasi ..... 35



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 .....	46
Lampiran 2 .....	47



## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam melaksanakan tugas akhir Universitas Islam Indonesia sebagai badan institusional mempunyai tujuan membentuk tenaga kerja yang terampil, khususnya dalam bidang manajemen dan bisnis di perusahaan. Dapat diartikan bahwa tenaga kerja yang dihasilkan bisa memanfaatkan serta menerapkan keahlian serta pengetahuannya secara optimal dilingkungan kerja, baik pada bidang jasa juga manufaktur, serta menjunjung tinggi keprofesionalan. Untuk itu Universitas Islam Indonesia mengharapkan setiap mahasiswanya untuk mengenal secara langsung dunia kerja melalui tugas akhir magang dengan jangka waktu tertentu.

Perkembangan batik terus meningkat dari mulai zaman kesultanan Mataram, kesultanan Surakarta, kesultanan Yogyakarta serta masih terus dibudayakan sampai sekarang, sehingga batik adalah salah satu ciri khas yang sangat identik dengan budaya Indonesia. Sebab batik Indonesia sangat Istimewa, berasal keberagaman motif, warna serta modelnya banyak membuat orang kagum. oleh karena itu, perkembangan batik kini tidak hanya terkenal di Indonesia saja, namun sudah mulai dikenal di mancanegara

Batik adalah identitas negara Indonesia, sebagai negara yang memiliki budaya yang luhur. Indonesia mempunyai banyak sekali berbagai macam ragam batik, diantaranya yang sudah umum dikenal masyarakat luas adalah batik Megamendung dari Cirebon, batik Tujuh Rupa Pekalongan dari

Pekalongan, batik keraton dari Yogyakarta, batik Bali dari Bali dan sebagainya, namun itu semua termasuk kedalam kategori batik klasik karena batiknya sudah muncul sejak lama secara turun-termurun dari warisan Nusantara. Hingga pada 2 oktober 2009, saat itu UNESCO mengukuhkan batik sebagai warisan budaya tak benda asli dari Indonesia.

Dengan begitu batik yang awalnya dominan di pulau Jawa, sekarang sudah menyebar ke berbagai daerah lain yang sebelumnya tidak mempunyai kebudayaan membatik. Walaupun batik merupakan warisan yang di berikan oleh leluhur akan tetapi anak muda di Indonesia kadang enggan memakai batik, padahal orang dari manca negara tergila-gila dengan batik.

Kebanyakan dari mereka malah lebih bangga terhadap brand luar negeri jika saja tidak ada hari batik nasional ataupun seragam batik mungkin anak muda zaman sekarang akan mulai lupa dengan batik. Bahkan yang biasanya baju batik di pakai di acara formal sekarang sudah mulai tergusur kebanyakan hanya para orang sudah tua yang memakai batik di acara formal anak muda zaman sekarang lebih percaya diri jika menggunakan dres atau jas.

Dalam hal ini produk batik Gunawan Setiawan mempunyai ceruk pasar nya sendiri, yaitu pada baju batik yang bermotif tradisional seperti wahyu tumurun, pintu retno, sido mukti, sido asih, dan motif parang. Dan hal ini mengakibatkan rata-rata pembeli produk bianya umur 30 tahun ke atas atau wisatawan manca negeara.

Dan tidak hanya itu pada masa industry 4.0 ini produk batik makin berekmebang apa lagi di bagian motif. Untuk membuat produk di ceruk pasar

anak muda batik Gunaawan Setiawan harus mengikuti perkembangan zaman, dari model hingga bahan yang lebih menyesuaikan ke kantong anak muda. Apa lagi dalam pandemi seperti sekarang ini yang mengharuskan para pebisnis batik untuk berinovasi.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Pemeliharaan dan pelestarian batik sebagai identitas bangsa perlu mendapat perhatian serius. Batik diharapkan dapat dicintai tidak hanya oleh orang dewasa, tetapi juga oleh remaja dan anak-anak. Oleh karena itu, rumusan pertanyaan penelitian adalah:

1. Bagaimana penerapan Review Model Inovasi Pengembangan Produk Batik Gunawan dalam menciptakan produk baru untuk anak muda?
2. Apakah perusahaan memiliki alternatif ketika berinovasi, dan apakah ada model inovasi yang dapat dijalankan perusahaan?
3. Apakah ada model inovasi yang dapat dijalankan perusahaan?

### **1.3 Tujuan Magang**

Tujuan magang agar mahasiswa dapat mengerti, memahami, dan mampu mengikuti proses yang diterapkan dalam suatu perusahaan. Diharapkan mahasiswa dapat mencoba dan menerapkan apa yang telah didapatkan secara teori sehingga dapat lebih mudah untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja yang akan dihadapi. Adapun tujuan dari magang ini yang ingin di capai melalui pelaksanaannya adalah:

1. Menganalisis klasifikasi proyek desain produk dan inovasi pada PT. Batik Gunawan Setiawan

2. Mengetahui cara PT. Batik Gunawan Setiawan dalam membuat produk baru pada segemen anak muda
3. Usulan model produk baru dari identifikasi analisis inovasi dan desain produk pada PT. Batik Gunawan Setiawan

#### **1.4 Manfaat Magang**

Manfaat yang dirasakan atas kegiatan penelitian ini bukan hanya dirasakan oleh mahasiswa saja dan juga masyarakat serta perusahaan. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah adanya peningkatan pengetahuan tentang batik yang akan terus berkembang, perusahaan dapat mendapatkan masukan untuk pasar saat ini dan sebagai pertimbangan dari pelaku bisnis yang lain.

#### **1.5 Bentuk Kegiatan**

Bentuk kegiatan Mahasiswa dalam melaksanakan magang ini adalah :

1. Terkait Dengan Model Inovasi.
  - a. Memahami model bisnis terutama dalam proses produksi dan inovasi.
  - b. Merancang produk baru berdasarkan proses yang di rencanakan.
2. Terkait Dengan Pengembangan Produk.
  - a. Menganalisis tren produk yang dihasilkan.
  - b. Melibatkan diri dalam proses pengembangan produk baru.

#### **1.6 Waktu Pelaksanaan**

Waktu pelaksanaan magang akan dilakukan selama selama 3 bulan dimulai pada tanggal 10 Juni 2021 s/d 10 September 2021.

## LANDASAN TEORI

### 2.1 Desain Produk dan Inovasi

#### 2.1.1 Pengertian Inovasi

Inovasi adalah cara berpikir yang menghasilkan ide-ide yang berbeda ataupun menghasilkan sesuatu yang baru. Inovasi juga mengacu pada perilaku masyarakat yang menggunakan pengetahuan dan materi yang ada di lingkungan tersebut, di lihat dari metode, pendekatan, dan faktor lain untuk memenuhi kebutuhan sosial dan mencapai keuntungan tertentu.

Inovasi adalah keseluruhan proses di mana sebuah penemuan diubah menjadi produk komersial yang dapat dijual dengan keuntungan, yaitu, inovasi adalah aplikasi praktis dan komersialisasi penemuan. Inovasi bukan hanya tentang membuat produk baru, tetapi lebih dari itu, berarti mengelola semua kegiatan yang berkaitan dengan proses ide, pengembangan teknologi, produksi dan pemasaran suatu produk, produk baru, proses manufaktur, dan peralatan. (Meirani Harsasi, 2016)

Jika sebuah perusahaan ingin bertahan dalam dunia bisnis, maka harus mampu beradaptasi dan berkembang. Karena dengan adanya inovasi dari perusahaan maka pesaing juga akan mengikuti dan pasti akan memasuki pasar dengan produk yang mengubah ritme persaingan pasar. Kemampuan untuk berubah dan beradaptasi sangat penting

untuk kelangsungan bisnis, sehingga perusahaan harus mengelola inovasi, tidak berinovasi berarti mati', tulis Christopher (Freeman, 1982) dalam karyanya yang terkenal studi tentang ekonomi inovasi. Tentu saja, sebagai pemimpin teknis dan pasar telah menunjukkan kemampuan untuk mengembangkan produk baru yang sukses.

### **2.1.2 Pengetian Desain Produk**

Desain adalah sebuah proses yang bisa dikatakan berlangsung selama keberadaan manusia berada di muka bumi. Kita sering tidak menyadarinya. Akibatnya, sebagian dari kita beranggapan bahwa desain baru telah dikenal sejak zaman modern dan merupakan bagian dari kehidupan modern. Dalam bahasa umum, kata desain sering dipahami sebagai desain, rencana, atau ide. Bagaimanapun, ini tidak sepenuhnya salah, tetapi juga tidak benar. (Muhajirin, 2012)

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, dikatakan bahwa desain setara dengan kata perancangan. Namun, kata merancang atau rancang yang sering disamakan dengan kata design sepertinya tidak mungkin untuk dipahami secara lebih luas. Kata “Desain” sebenarnya merupakan kata baru, terjemahan bahasa Indonesia dari kata design (bahasa Inggris) masih dipertahankan. Kata desain ini menggantikan kata rancang bangun karena kata tersebut tidak dapat menyesuaikan dengan aktivitas, pengetahuan, ruang lingkup dan pamor profesi. (Agus Sachari, 2000)

Dari berbagai interpretasi tersebut, konsep desain terus berkembang seiring dengan perkembangan peradaban manusia. Hal ini membuktikan bahwa desain sebenarnya memiliki makna yang besar di seluruh budaya manusia, baik untuk memecahkan masalah material dan spiritual manusia, maupun untuk menjadi bagian dari budaya yang telah diciptakan, membawa nilai-nilai tertentu sepanjang sejarah manusia.

## **2.2 Jenis – Jenis Inovasi**

### **2.2.1 Inovasi Fundamental**

Inovasi mendasar merupakan tingkat inovasi tertinggi. Penerapan teknologi baru menimbulkan prinsip operasi baru, sehingga menghasilkan generasi atau prosedur produk/layanan yang sama sekali baru. Mesin uap, mesin jet atau mikroprosesor sering terdaftar sebagai contoh inovasi mendasar yang melibatkan sejumlah besar inovasi yang berkelanjutan. (Kurt Gaubinger - Michael R - Scott Swan - Thomas Werani, 2015)

### **2.2.2 Inovasi Mengganggu**

Inovasi yang mengganggu adalah produk atau layanan yang mengganggu jalur peningkatan kinerja yang ada dan biasanya mencakup dimensi kinerja yang sama sekali baru. Inovasi jenis ini bersifat radikal dan biasanya menarik bagi segmen pelanggan yang hanya memiliki beberapa tuntutan dasar pada produk, tetapi sangat

sadar (sensitive terhadap) harga. (Kurt Gaubinger - Michael R - Scott Swan - Thomas Werani, 2015)

### **2.2.3 Inovasi Peningkatan Kualitas**

Inovasi peningkatan kualitas memiliki tingkat inovasi yang lebih rendah jika dibandingkan dengan inovasi fundamental. Pada inovasi ini, fungsi dasar suatu produk/layanan bersifat tetap/konstan, sehingga kategori inovasi ini hanya mengubah parameter manfaat tertentu dalam peningkatan evolusi produk atau layanan. (Kurt Gaubinger - Michael R - Scott Swan - Thomas Werani, 2015)

### **2.2.4 Inovasi Adaptif**

Inovasi adaptif menekankan pada mengadaptasi solusi yang ada untuk permintaan pelanggan tertentu, sehingga biasanya ditandai dengan tingkat inovasi yang meningkat dari produk/layanan sebelumnya. (Kurt Gaubinger - Michael R - Scott Swan - Thomas Werani, 2015)

### **2.2.5 Imitasi**

Imitasi merupakan pengulangan solusi yang sudah ada di perusahaan lain. Meskipun inovasi imitasi dicap sebagai perilaku akibat "kurang imajinasi", namun kerangka kerja yang komprehensif dari manajemen inovasi harus selalu mempertimbangkan potensi imitasi. (Kurt Gaubinger - Michael R - Scott Swan - Thomas Werani, 2015)

### **2.2.6 Inovasi Palsu**

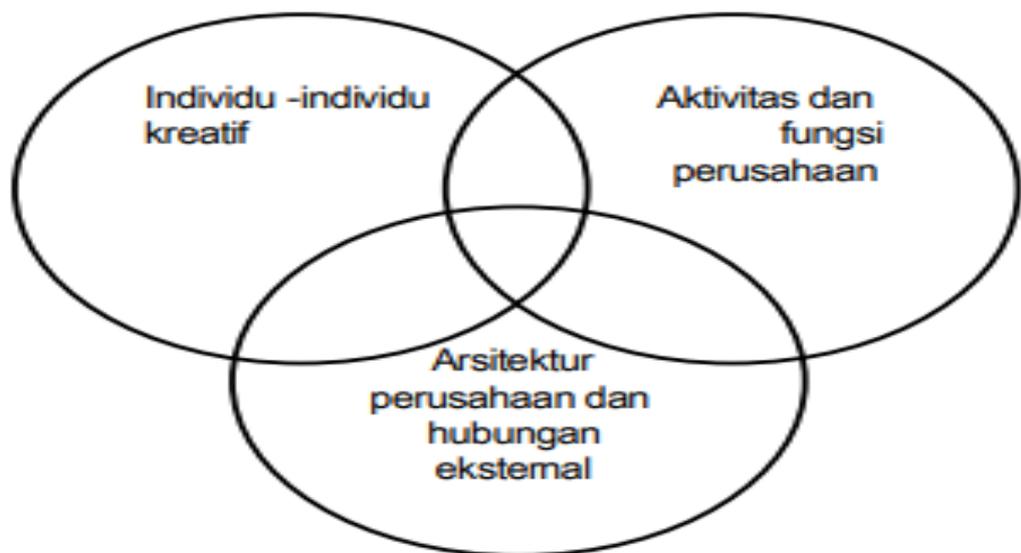
Inovasi palsu ditandai oleh tingkat inovasi yang rendah atau nol. Inovasi ini merujuk pada perubahan produk atau proses yang tidak benar-benar menyediakan manfaat baru bagi pelanggan. (Kurt Gaubinger - Michael R - Scott Swan - Thomas Werani, 2015)

### **2.3 Proses Inovasi**

Proses inovasi dapat dipandang sebagai proses yang mencakup perspektif ekonomi, perspektif bisnis strategis, dan sudut pandang perilaku organisasi untuk mengkaji ulang operasi internal. Ditemukan juga bahwa perusahaan menjalin hubungan dengan perusahaan lain dalam bentuk pertukaran, persaingan dan kerjasama satu sama lain. Hal ini lebih jauh menunjukkan bahwa aktivitas individu perusahaan juga mengarah pada proses inovasi. Arsitektur organisasi perusahaan bersifat unik menggambarkan bagaimana bisnis telah membangun dirinya sendiri dari waktu ke waktu. Ini termasuk desain internal, termasuk fungsi internal dan hubungan yang terjalin dengan pemasok, pesaing, pelanggan, dan lainnya. Kerangka kerja ini menjadi dasar yang akan berdampak pada kinerja inovasi perusahaan. Akibatnya, perusahaan akan mengelola fungsi individualnya, termasuk tenaga kerja yang ada.. (Meirani Harsasi, 2016)

Dapat diperhatikan bahwa secara ringkas dapat dijelaskan proses inovasi merupakan kombinasi dari upaya kreatif individu, fungsi operasional, aktivitas organisasi, dan arsitektur perusahaan. Ada tiga faktor yang mendorong input, yaitu perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi serta

perubahan masyarakat dan kebutuhan pasar. Bersama-sama ketiga faktor ini akan mengarah pada upaya organisasi untuk mengembangkan pengetahuan, proses, dan akhirnya pengembangan produk. Kerangka kerja mengakui bahwa ini akan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja inovasi perusahaan. Hal yang sama berlaku untuk bagaimana fungsi dan karyawan atau individu dikelola. Ini secara khusus diidentifikasi dalam kerangka sebagai berpengaruh dalam proses inovasi proses inovasi juga dapat dilihat pada gambar 2-1 (Meirani Harsasi, 2016):



Gambar 2- 1 Proses Inovasi

## 2.4 Model – Model Inovasi

### 2.4.1 Model Linier

Model ini mulai digunakan di Amerika Serikat setelah Perang Dunia II, menggabungkan ilmu pengetahuan dan inovasi. Sejak itu, model ini banyak digunakan, membuka perspektif orang tentang

bagaimana inovasi terjadi. Model ini telah mendominasi ilmu pengetahuan dan kebijakan industri selama 40 tahun. Model ini menyatakan bahwa inovasi muncul dari interaksi mendasar antara ilmu pengetahuan, perkembangan teknologi, dan permintaan pasar, dan bahwa hubungan ini terus bergerak maju. (Meirani Harsasi, 2016)

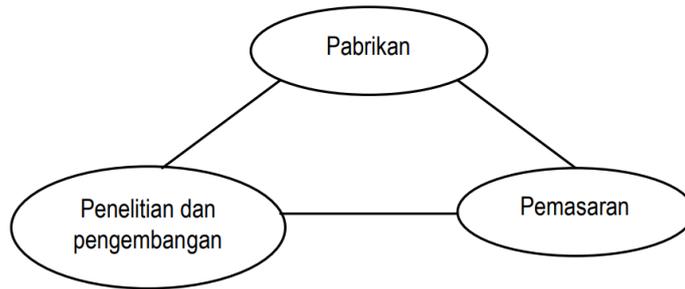
#### **2.4.2 Model Kebetulan**

Beberapa studi inovasi sangat fokus pada penemuan tak terduga. Ini disebut kebetulan yang juga terjadi karena unsur keberuntungan. Jika dibahas lebih detail, model ini membutuhkan pengetahuan sebelumnya dalam bidang tertentu. (Meirani Harsasi, 2016)

#### **2.4.3 Model Rangkaian Simultan**

Pola inovasi yang telah dijelaskan sebelumnya adalah yang terjadi sebagai akibat dari stimulus teknologi, keinginan konsumen, produsen, dan faktor lain, termasuk persaingan. Model-model ini berfokus pada upaya dari bawah ke atas yang mengarah pada inovasi, bukan pada bagaimana inovasi muncul. Model linier hanya dapat memberikan penjelasan dari mana stimulus awal untuk inovasi muncul, termasuk di mana pemicu munculnya ide-ide tersebut.

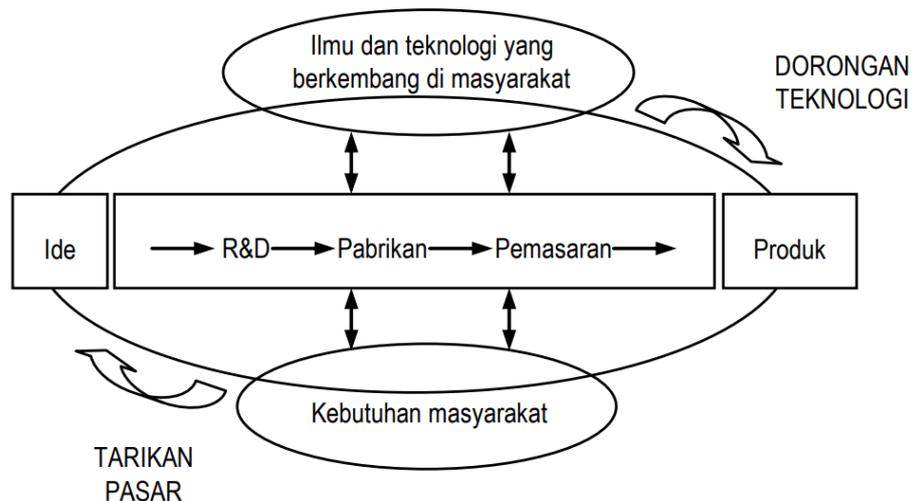
Model ini menyatakan bahwa inovasi merupakan rangkaian simultan pengetahuan di dalam tiga fungsi yang membangun dan mendorong inovasi. Pola rangkaian simultan dapat dilihat pada Gambar 2-2. (Meirani Harsasi, 2016)



*Gambar 2- 2 Model Rangkain Simultan*

#### **2.4.4 Model Interaktif**

Model interaktif adalah model yang mengembangkan dari model-model sebelumnya dan menghubungkan model dorongan teknologi dan tarikan pasar. Model ini menekankan bahwa inovasi muncul sebagai hasil interaksi dengan pasar, dasar ilmu pengetahuan, dan kemampuan organisasi. Seperti pada model sirkuit serangkain simultan, model ini tidak secara eksplisit menunjukkan kapan inovasi dimulai. Arus informasi digunakan untuk menjelaskan bagaimana inovasi terjadi dan bagaimana inovasi dapat muncul dari sudut yang berbeda. Sedangkan model interaktif menunjukkan siklus yang berkesinambungan dan dinamis antara kebutuhan masyarakat, mulai dari penemuan ide, ilmu pengetahuan dan teknologi hingga penciptaan produk seperti pada Gambar 2-3. (Meirani Harsasi, 2016)



Gambar 2- 3 Model Interaktif

## 2.5 Dimensi Inovasi

Perbedaan antara inovasi administratif dan teknis dianggap penting dalam studi struktur inovasi dikarenakan inovasi administrasi berkaitan dengan dalam banyak hal yaitu struktur organisasi, proses administrasi, dan sumber daya manusia. Dalam hal ini secara tidak langsung berhubungan dengan aktivitas kerja dasar suatu organisasi perusahaan.

Sedangkan inovasi teknis berkaitan dengan produk, layanan, dan teknologi yang digunakan untuk menghasilkan produk atau memberikan jasa yang berhubungan langsung dengan aktivitas kerja dasar suatu organisasi perusahaan. Jurnal ini mengkaji aspek-aspek ruang lingkup inovasi yang paling menekankan lima kemampuan inovasi yang sering dipelajari yaitu (Ru-Jen Lin, 2010)

### 2.5.1 Inovasi Produk

Mengacu pada pengembangan produk baru dan fitur inovatif untuk produk yang ada, mengembangkan dan memperkenalkan

produk baru ke pasar atau memodifikasi produk yang sudah ada dari segi fungsi, kualitas, konsistensi, atau penampilan (Ru-Jen Lin, 2010)

### **2.5.2 Inovasi Proses**

Perubahan prosedur di area produksi untuk mencapai hasil yang lebih baik melalui peningkatan barang dan jasa untuk pelanggan, ini melibatkan pembuatan dan peningkatan metode produksi dan penerapan elemen baru (misalnya, input, tugas, spesifikasi, arus informasi, dan peralatan) dalam proses produksi perusahaan. (Damanpour F. , 1996)

### **2.5.3 Inovasi Administratif**

Strategi apa pun untuk meningkatkan proses eksternal yang menghasilkan manajemen perusahaan yang lebih baik dan lebih komprehensif. Mengacu pada perubahan struktur organisasi atau proses administrasi, seperti perekrutan karyawan, alokasi sumber daya, struktur kerja, wewenang, dan penghargaan (Damanpour f. , 1987)

### **2.5.4 Inovasi Pemasaran**

Semua aktivitas yang berfokus pada mengidentifikasi bagaimana membuat kampanye pemasaran lebih efektif dengan meningkatkan transmisi nilai tambah dari penyediaan barang dan jasa kepada pelanggan. Mengacu pada riset pasar, strategi penetapan harga, segmentasi pasar, promosi periklanan, saluran ritel, dan system informasi pemasaran. (Ngai, 2005)

### **2.5.5 Inovasi Layanan**

Mengacu pada keterlibatan produsen dalam berbagai kegiatan inovasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, penjualan layanan, kebijakan garansi, prosedur perawatan dan sistem pemesanan anan (Damanpour f. , 1987)

## **2.6 Hubungan Antar Variable**

### **2.6.1 Inovasi Produk**

Inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja operasional Dalam penelitian (Askoy.N, 2017) mengatakan bahwa inovasi dapat diterapkan dalam berbagai bentuk, dalam penelitian tersebut menganggap inovasi produk sebagai salah satu dari jenis inovasi yang signifikan. Ada berbagai studi dalam literatur yang membahas mengenai inovasi produk. Inovasi produk didefinisikan sebagai, pengembangan dan perubahan radikal dalam atribut kinerja produk atau layanan yang disediakan menurut (C.Fornell, 1998). Konsep ini mendominasi sebagian besar diskusi mengenai inovasi, karena memiliki kepentingan strategi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memasuki pasar baru menurut (Vaona, 2004).

### **2.6.2 Inovasi Proses**

Inovasi proses berpengaruh terhadap kinerja operasional Dalam inovasi proses memiliki beberapa tahapan diantaranya pada produk baru atau jasa, pengembangan proses produk, hingga konsep gagasan sampai dengan permintaan pasar. Menurut (Leonard Barton,

1991) suatu proses memimpin suatu ke arah metode operasi yang lebih baru dengan cara melakukan produksi baru, membuat produksi teknologi baru atau melakukan pengembangan kemampuan dari karyawan dalam perusahaan. Setiap perusahaan pasti berharap dapat mengurangi biaya dan meningkatkan produktivitas. Oleh sebab itu adanya inovasi proses yang semakin baik dapat menghasilkan produk yang nantinya memiliki nilai yang lebih unggul karena keunikannya dan dapat mempersingkat waktu kerja dengan dorongan menggunakan teknologi yang lebih baik agar dapat menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan konsumen. Sehingga dapat membantu perusahaan dalam mencapai skala ekonomi atau cakupan yang nantinya dapat digunakan dalam menentukan biaya dan harga yang lebih rendah.

### **2.6.3 Inovasi Operasional**

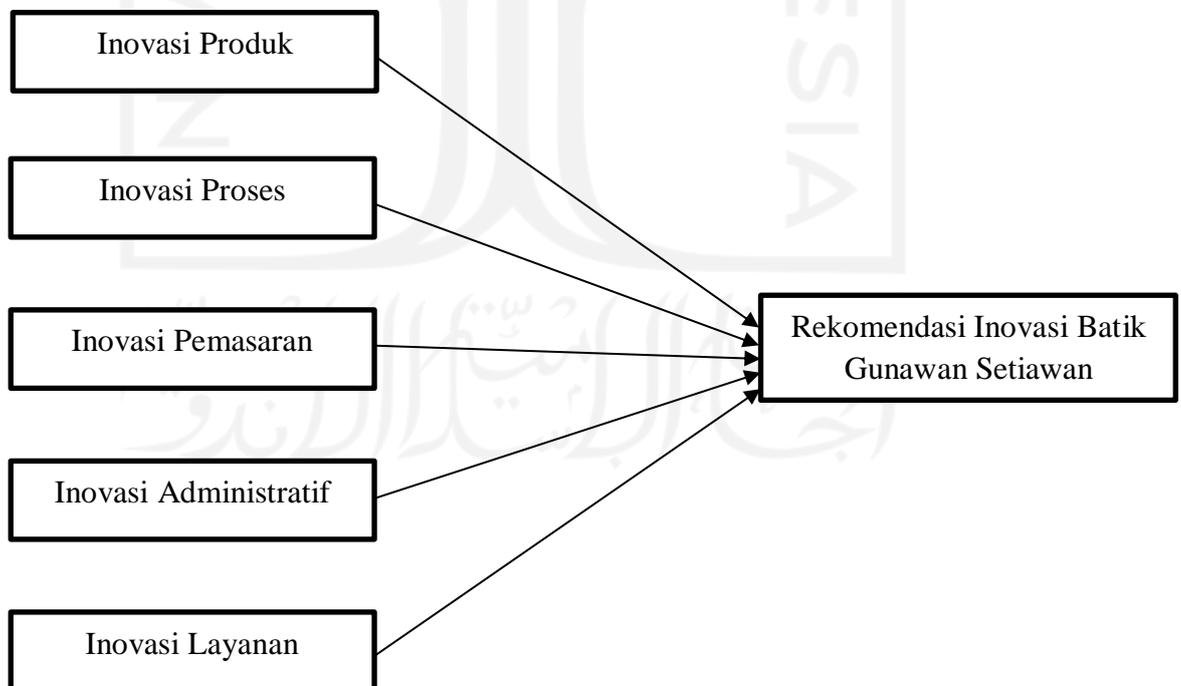
Inovasi operasional berpengaruh terhadap kinerja operasional. Inovasi operasional merupakan seberapa baik perusahaan dapat menggabungkan pengetahuan internal dan pengetahuan eksternal untuk mengembangkan proses dan metode inovasi. Kemampuan seperti itu berfungsi untuk merasakan, merespon, dan memanfaatkan lingkungan agar dapat membantu dalam meningkatkan kinerja operasional (Anderson, 2007).

### **2.6.4 Inovasi Pemasaran**

Inovasi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja operasional. Inovasi juga merupakan fungsi penting dari pemasaran, karena terkait

dengan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, minat besar dalam penelitian tentang kapasitas inovasi pemasaran untuk meningkatkan kinerja bisnis dapat dibenarkan. Demikian pula, inovasi pemasaran memiliki dampak positif pada kinerja dan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan, memperkuat, dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, hubungan positif antara inovasi pemasaran dan kinerja pasar didukung oleh literatur yang luas, mulai dari gagasan bahwa inovasi pemasaran merupakan komponen integral dari kesuksesan perusahaan. Selain itu kinerja pemasaran UKM menekankan pada inovasi pemasaran sebagai kunci dari daya saing (Helpen, 2010).

### 2.7 Kerangka Pemikiran



*Gambar 2- 4 Kerangka Pemikiran*

## METODE PENELITIAN

### 3.1 Pendekatan Penelitian

Untuk dapat mengetahui hasil penelitian tentang proses inovasi dalam produksi di Batik gunawan Setiawan, pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menggali dan menyelidiki makna individu atau kelompok orang tertentu yang timbul dari masalah sosial (Creswell, 2016). Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk mempelajari kehidupan sosial, sejarah, perilaku, konsep atau fenomena, masalah sosial dan lain-lain.

Metode yang digunakan dalam kegiatan penelitian ini adalah metode studi kasus. Menurut Robert K. Yin, studi kasus merupakan salah satu metode penelitian ilmu sosial. Secara umum, pendekatan ini merupakan strategi yang lebih tepat jika pertanyaan utama atau bentuk masalahnya adalah bagaimana dan mengapa (Yin, 2019). Selanjutnya menurut Yin, studi kasus dapat dibagi menjadi tiga kategori, yaitu eksplanatori, eksploratif, dan deskriptif. studi kasus. Sedangkan dalam penelitian ini lebih fokus pada pendekatan deskriptif.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Bogdam dan Taylor (L.J, 2005) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan manusia dan perilaku yang dapat diamati. Deskriptif karena merupakan metode menggambarkan

setiap variabel tanpa berusaha menjelaskan lebih lanjut hubungan antara variabel. Data deskriptif dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, gambar, bukan angka, laporan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, metode yang biasa digunakan adalah wawancara, observasi, dan penggunaan dokumen. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fakta atau ciri-ciri populasi atau wilayah tertentu secara realistis dan akurat (Rakhmat, 2001). Metode deskriptif yang digunakan peneliti bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi inovasi Gunawan Setiawan dalam model inovasi pengembangan produk pada Batik Gunawan Setiawan.

### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

- a. Observasi ini berguna untuk menjelaskan, memberikan, dan merinci gejala yang terjadi (Rakhmat, 2001). Menurut Guba dan Lincoln (L.J, 2005), teknik observasi memungkinkan peneliti mampu memahami situasi-situasi yang rumit. Dari data observasi ini, peneliti terjun langsung kelapangan yaitu batik Gunawan Setiawan Surakarta untuk melihat dan mencatat hal-hal penting yang akan digunakan untuk melengkapi data yang diperlukan.
- b. Dokumentasi diperlukan guna melengkapi hal-hal yang dirasa belum cukup dalam data-data yang telah diperoleh melalui pengumpulan lewat dokumen atau catatan yang ada dan dianggap relevan dengan masalah yang diteliti.

### 3.3 Unit Analisis

Unit analisis dalam laporan ini adalah divisi produksi yang melibatkan dari divisi produksi Batik Gunawan Setiawan. Di pilihnya divisi ini karena sesuai dengan topik yang penulis angkat tinjauan model inovasi pengembangan produk pada Batik Gunawan Setiawan.



## **HASIL PELAKSANAAN PROGRAM MAGANG**

### **4.1 Tinjauan Terhadap Produk Batik Gunawan Setiawan**

Batik Tulis Tradisional Gaya Surakarta dikenal dan diakui dunia sebagai salah satu karya seni Bangsa Indonesia tercipta melalui serangkaian proses yang membutuhkan ketekunan dan ketelitian prima merupakan karya seni yang memiliki keindahan luar biasa pada motif/pattern yang terlukis diatas kain.

Untuk membuat pola Motif Batik Klasik, lilin batik yang telah dicairkan ditorehkan diatas kain menggunakan alat khusus yang bernama Bidang yang tertutup lilin ini nantinya akan membentuk motif/ pattern yang sungguh indah dan bercita rasa seni yang tinggi Chanting atau Cap (stamp).

Oleh karena itu, produk batik yang diproses tidak dengan cara tersebut diatas sebenarnya tidak bisa disebut batik. Produk itu hanyalah tekstil modern yang meniru motif/pattern. Batik Gunawan Setiawan dalam proses produksinya memerlukan waktu yang cukup lama dan melalui proses yang cukup banyak, di karenakan proses batik tulis yang tidak menggunakan bahan kimia serta cara tradisonal. Berikut adalah bahan serta proses yang di perlukan untuk membuat batik tulis secara tradisonal

#### **4.1.1. Profil Batik Gunawan Setiawan**

Batik Gunawan Setiawan bermula memproduksi batik untuk memenuhi pesanan kerabat dan keluarga dekat. Inovasi dan kreatifitas dalam mengikuti perkembangan busana terkini menjadi semangat

perusahaan untuk tetap berkarya dan berusaha melestarikan batik sebagai karya Bangsa Indonesia.

Sering berjalannya waktu Batik Gunawan Setiawan kini sudah memproduksi dan melayani pesanan antara lain: Kain Batik tulis, Batik cap, Batik cap dan tulis kombinasi, dan masih banyak lagi produk batik lainnya. Nama Batik Gunawan Setiawan mulai digunakan sebagai nama perusahaan dan merek dagang untuk produk batik yang dirilisnya pada tahun 1972. Saat ini usaha tersebut dijalankan oleh putranya Gunawan Setiawan dengan sistem manajemen keluarga modern.

Dijalankan secara turun-temurun, usaha batik milik keluarga ini telah menorehkan kemajuan di bawah kepemimpinan almarhum Bapak/Ibu Muhammad, melalui ketekunan, ketelitian dan keteguhan hati melestarikan batik sebagai salah satu seni budaya luhur bangsa.

Batik Gunawan Setiawan merupakan salah satu produksi batik tulis di solo dan juga salah satu yang masih memegang erat motif-motif tradisional seperti wahyu tumurun, pintu retno, sido mukti, sido asih, dan motif parang. Tidak hanya memegang dari segi motif saja Batik Gunawan Setiawan masih memegang tradisi yaitu menggunakan pewarna alam tidak menggunakan pewarna kimia.

Proses batik tulis juga menggunakan malam hal ini lah yang membedakan batik tulis dengan batik cap atau batik print jika tidak menggunakan malam maka hanya sekadar motif tidak bisa di sebut

dengan kain batik. Malam merupakan komponen utama pembuatan batik. Malam merupakan suatu zat padat yang diproduksi secara alami, malam batik dapat dilelehkan dengan cara dipanaskan.

Ada beberapa jenis malam alami yang biasa digunakan dalam membatik contohnya sebagai berikut Malam klowong adalah untuk nglowongi atau keterikatan pertama pada pola yang telah dicapai (memperkuat pola). Lilin klowong jenis ini memiliki ciri-ciri mudah encer dan mengeras, dapat membentuk pola yang tajam, daya rekatnya tidak terlalu kuat, mudah hancur, mudah menembus kain tetapi mudah hilang airnya.

Malam tembok yang digunakan untuk membuat nembok/ngeblok/mengisi lilin jenis ini memiliki daya rekat yang kuat dan tidak mudah hancur, cepat meleleh dan cepat kering, mudah menyerap ke dalam kain, tahan terhadap alkali dan tidak pecah, tidak mudah lepas dengan cara direndam dalam air atau dilorod.

Malam bironi berfungsi untuk menutupi warna motif tertentu yang dipertahankan pada kain setelah dicelup atau dicolet. Lilin ini memiliki sifat seperti lilin klowong seperti mudah cair dan membeku, daya lekat tidak terlalu kuat, tidak tahan terhadap larutan alkali, mudah tembus pada kain dan mudah dilorot.

Mengapa batik Gunawan Setiawan memiliki nilai dan harga yang lebih tinggi. Proses pengerjaan satu kain batik membutuhkan kesabaran, ketekunan dan ketelitian dari masing-masing pengrajin

batik. Proses pengerjaan yang panjang dan rumit biasanya membutuhkan waktu berbulan-bulan.

#### **4.1.2. Unit Produk Dan Produk Utama**

Unit produksi di Gunawan Setiawan berdasarkan dari kain batik saja namun kain batik itu bisa di jadikan berbagai macam produk lagi misal nya menjadi kemeja,blus,daster dan berbagai macam lain nya bahkan pada masa pandemi seperti sekarang Batik Gunawan Setiawan menjadikan kain batik nya menjadi masker. Kain yang paling laku di Gunawan Setiawan adalah kain batik tulis dengan warna alam seperti soga jowa dan lain sebagai nya, dikerenakan terkenal warna alam nya dan juga batik tulis yang terkenal dengan ketradisional nya.

#### **4.1.3. Makna Logo**

Memunculkan nama merek dagang asli Indonesia dengan nama Batik “Gunawan Setiawan”. Mengedepankan ciri khas proses batik tradisional baik batik tulis, batik cap dan batik kombinasi dengan memunculkan ciri khas warna alam khas Indonesia di produknya. Logo seperti ukiran karena ke unikan dan desain khas rumah jaman dahulu



*Gambar 4 - 1 Logo*

#### **4.1.4. Visi Dan Misi**

Menjadikan Batik Gunawan Setiawan dari perusahaan lokal tradisional menjadi perusahaan berskala nasional bahkan internasional tanpa menghilangkan nilai – nilai tradisionalnya.

#### **4.1.5. Proses Pembuatan Batik**

Di tempat produksi Batik Gunawan Setiawan dapat dilihat serangkaian proses membuat batik tulis tradisional yang secara proses berurutan dapat di rangkum sebagai berikut (Gunawan, 2020) :

- a. Loyor, kain mori pabrikan dipotong dan dibersihkan kanjinya (kandungan tapioca) dengan cara di celup kedalam air panas yang di campur merang.
- b. Kemplong, setelah dibersihkan dari dengan air panas untuk menghilangkan kanjinya, kain dikemplong untuk di dapatkan seratnya.
- c. Mempola, membuat pola batik di atas kain yang sudah dikemplong, biasanya menggunakan pensil.

- d. Mbhatik, menpempalkan lilin batik (malam) cair pada kain sesuai dengan pola yang telah dibuat dengan menggunakan cantik (alat untuk membatik)
- e. Nerusi, mengulang membatik di sebalik kain sesuai dengan motif seperti bagian kain depan.
- f. Nembok, menutup bidang kain yang tetap dibiarkan putih dengan malam batik tembokan.
- g. Madel, mencelupkan kain mori kedalam warna alam yang diinginkan, untuk warna gelap atau hitam biasanya menggunakan nila.
- h. Ngerok dan Nggirah, proses ini menghilangkan lilin pada bidang kain yang akan diberi warna lain menggunakan alat kerok atau serut.
- i. Mbironi, menutup bidang yang akan dibiarkan tetap berwarna putih serta bidang lain yang terdapat titik-titik Mbironi, menutup bidang yang akan dibiarkan tetap berwarna putih serta bidang lain yang terdapat cecek (titik-titik).
- j. Nyoga, mencelup kain mori kedalam pewarna coklat.
- k. Nglorod adalah proses terakhir sebelum kain batik tulis tradisional dikeringkan dan siap diproses selanjutnya menjadi

busana batik.



*Gambar 4 - 2 Proses Pembuatan Batik*

#### **4.1.6. Macam – Macam Kain Batik**

Ada bermacam – macam arti nama motif batik tulis tradisional

Gaya Surakarta anatra lain sebagai berikut (Gunawan, 2020):

- a. Sido Mukti: berpola, dasar berbentuk berlian dengan latar belakang putih yang menampilkan kupu-kupu, tanaman, rumah cantik atau sedang dibangun, dan ukel isenisen. Motif ini melambangkan harapan agar pemakainya bahagia baik lahir maupun batin. Hubungan batin antara manusia dengan dewa-dewa dilambangkan dengan lukisan sayap, sedangkan hubungan lahiriah dilambangkan dengan hal yang cantik, alat untuk membawa kedua mempelai sebagai tempat tinggal bersama menuju kebahagiaan. Pola sido mukti sering dikenakan oleh pengantin dalam pernikahan Jawa.

- b. Sido Luhur: sama seperti sido mukti, motif ini bercorak belah. Ketupat yang berisi lukisan lar, bunga, dan burung. Motif ini memiliki makna yang sama dengan sido mukti serta mengandung harapan memperoleh keluhuran.
- c. Semen Romo: nama romo semula diambil dari nama rama wijaya, menggambarkan sifat utama yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin, sifat rendah hati dilambangkan dengan lukisan dampar/ meja rendah/singgasana. Sifat luhur yang tidak terlalu ditonjolkan dilambangkan dengan lukisan burung. Sedangkan lukisan api melambangkan sifat mampu memerangi musuh yang ada didalam hati sendiri.
- d. Madu Bronto: motif ini merupakan nama sebuah kembang/ bunga yang berarti hakikat cinta. Dilihat dari dekat, motif ini berlukiskan bunga yang terdapat kumbang ditengah tengahnya. Motif ini bermakna, apabila menginginkan hakikat sesuatu, seseorang harus bisa menghayati dan berada ditengah tengah penghayatan tersebut.
- e. Cakar: motif ini berlukiskan bentuk yang mirip dengan cakar ayam, yang melambangkan makna bahwa calon mempelai pengantin haruslah pandai "ceker-ceker", pandai mencari rejeki bagi keluarganya.
- f. Truntum Corak: bertaburan bunga-bunga kecil yang baru mekar memenuhi seluruh kain. Kati truntum berasal dari kata

tumarantun yang artinya saling menuntun art lain yaitu dari kata tuintum yang berarti tumbuh. Bermakna bahwa calon pengantin nanti akan memperoleh kebahagiaan baru setelah melangsungkan ijab kabul sedangkan truntum dari kata tentrem, menggambarkan suatu keadaan/ suasana tenteram dalam lingkungan masyarakat motif ini biasanya dipakai oleh orang tua mempelai pengantin saat mendampingi putera puterinya melangsungkan pernikahan.

g. Parang Kusumo: sesuai dengan nama kusumo yang berarti bunga, motif ini berlukiskan bunga. Parang kusumo melambangkan harapan bagi pemakainya kelak akan menjadi bunga ditengah lingkungan hidupnya. Biasanya dipakai oleh pengantin yang telah melaksanakan acara ijab dan panggih.

h. Tambal: motif yang terdiri dari bentuk persegi, belah ketupat dan segitiga ini hanya dipakai orang-orang tertentu, karena isi motif ini merupakan lukisan energi prana yang terpancar dari matahari.

i. Wirasat Delimo: dalam motif ini terdapat beberapa motif batik yaitu sido mukti, sido luhur, truntum drajat, dan cakar yang dipadukan menjadi satu motif, yang masing-masing melambangkan harapan yang baik bagi para pemakainya. Biasanya dipakai oleh orang tua pengantin.

- j. Satriyo Manah: dalam motif ini terdapat lukisan yang menyerupai busur panah dan burung-burung, menjadi dasar dari kata satriyo manah yang diartikan sebagai "satriyo menggali" atau "kesatria yang sedang berpikir". Sebagaimana kesatria, pemakai motif batik ini diharapkan selalu berpikir dahulu untuk mencapai sasaran dan tujuan segala tindakannya. Biasa dipakai oleh pria pada saat melamar gadis pilihannya.
- k. Sido Luhur Drajat: berbentuk dasar oval, bercorak, dan memiliki arti, makna dan fungsi seperti sido luhur.
- l. Kantil: motif ini berlukiskan penuh dengan bunga kantil, yang melambangkan kesetiaan kepada yang dikasihi dan kesetiaan pada janji, teguh pada iman dan prinsip hidupnya.
- m. Udan Liris: nama motif ini berarti hujan gerimis. Melambangkan kesuburan dan kemakmuran dari pola miring seperti lereng yang tumbuh subur.
- n. Sido Asih: motif ini juga sama dengan motif sido mukti, memiliki corak dasar belah ketupat, menggambarkan bahwa pemakainya/ calon suami-isteri bisa saling memberikan kasih sayang sampai akhir hayat.
- o. Truntum Kuncoro: motif ini memiliki fungsi, arti dan makna filosofis sama dengan motif truntum.

- p. Canthel: merupakan suatu motif kuno. Canthel adalah sejenis padi, yang melambangkan harapan akan kemakmuran yang melimpah ruah dari tuhan yang maha esa.
- q. Babon Angrem: motif ini melukiskan ayam betina (babon) yang tengah mengeram, melambangkan harapan akan kesuburan dan mudah mendapatkan keturunan serta kemakmuran dalam hidupnya.
- r. Wahyu Tumurun: corak yang dipenuhi dengan lukisan bunga, sulur-sulur bunga dan tumbuhan pada corak yang terlihat sama. Biasanya dipakai pada saat berbahagia dalam hidup, seperti perkawinan; (pada malam midodareni, motif ini dipakai oleh orang tua calon pengantin), acara pelantikan, atau penerimaan penghargaan.
- s. Batik Saudagaran dan Kreasi Baru : untuk melestarikan batik tulis tradisional agar tetap mengikuti perkembangan jaman dan selaras dengan trend mode busana dunia, para pelaku industri batik, seniman, dan akademisi berusaha mengembangkan ragam motif, proses pembuatan, dan varian produk batik tradisional, seperti batik saudagaran, batik gunawan setiawan tidak ketinggalan dalam hal tersebut, terbukti dengan terciptanya beragam motif batik kreasi baru yang elok dipandang dan memiliki estetika seni budaya tradisional, menerapkan proses produksi yang ramah lingkungan, menciptakan busana batik

yang memiliki model yang selaras dengan mode busana terkini, serta menciptakan produk-produk batik selain busana; seperti perlengkapan rumah tangga, lukisan dan sebagainya.

#### **4.1.7. Perawatan Kain Batik**

Kain Batik Tulis Tradisional semestinya dirawat dengan baik untuk menjaga kain agar awet, tidak lekas luntur dan tetap indah. Perawatan kain Batik Tulis Tradisional yang tepat dan sesuai adalah sebagai berikut (Gunawan, 2020):

- a. Kain Batik dicuci dengan sari lerak atau sabun khusus untuk batik (Batik Soap) supaya warna tetap cerah.
- b. Jangan dicuci dengan mesin cuci, terutama batik dari kain Sutra atau tenunan tangan/ ATBM.
- c. Jangan dijemur langsung dibawah sinar matahari, cukup diangin-anginkan saja.
- d. Jangan diseterika dengan suhu yang panas.
- e. Simpan Kain Batik di almari dengan ratus wangi untuk menghindari rengat.

## **4.2 Tinjauan Terhadap Inovasi Saat Ini**

### **4.2.1 Dimensi Inovasi Saat ini**

- a. Produk: komponen yang di pakai dalam produk lama adalah kain batik, kancing yang di produksi sendiri, dan benang jahit. Komponen dalam membuat produk batik memmang sangat simple

tetapi yang istimewa dalam komponen ini adalah kain batik yang di buat secara alami tanpa bahan kimia serta proses yang lama.

- b. Proses: teknologi yang digunakan oleh perusahaan Batik Gunawan Setiawan yaitu mesin jahit biasa. Teknik yang di gunakan untuk memproduksi kain batik masih menggunakan teknik tradisonal yaitu dengan canting dan cap.
- c. Administratif: Chanel distribusi untuk produk lama masih disalurkan ke toko sendiri yang berada di bebagai daerah di Indonesia. Suply yang di dapat untuk mendapatkan kain di ambil dari pasar klewer solo, organisasi dalam batik gunawan Setiawan adalah paguyuban batik kauman.
- d. Pemasaran: media promosi yang digunakan oleh batik Gunawan Setiawan dalam menyampaikan produk yang ditawarkannya adalah dengan mengadakan acara-acara atau event-event tentang batik, yang pada dasarnya bertujuan untuk mengenalkan batik kepada masyarakat luas. Batik Gunawan Setiawan sendiri tidak pernah memiliki media promosi yang khusus, akan tetapi selalu menggunakan media-media sosial yang dapat langsung berinteraksi dengan masyarakat, contoh kegiatan tersebut adalah dengan judul “Ibu dan Anak Membatik”.
- e. Layanan: Batik Gunawan Setiawan menggunakan cara konsistensi dalam menjaga produk agar tetap memiliki kualitas yang tinggi agar tidak mengecewakan costumer.

## 4.3 Inovasi Rekomendasi

### 4.3.1 Dimensi Inovasi Rekomendasi

- a. Inovasi Produk: dalam tinjauan penulis inovasi produk terbaru bukan dalam segi bahan yang di tambahkan namun desain produk yang baru tidak monoton seperti biasanya.
- b. Inovasi Proses: untuk inovasi proses tidak banyak di tambahkan, mungkin produk baru tidak disarankan memakai batik tulis, di karenakan proses nya yang lama sehingga dapat menyebabkan harga yang tinggi.
- c. Inovasi Administratif: strategi dalam inovasi administratif menggunakan media digital agar mencakup pasar yang lebih luas.
- d. Inovasi Pemasaran: untuk inovasi pemasaran bagi batik gunawan Setiawan dengan cara pengiklan menggunakan media digital seperti instgram adss, google adss, dan facebook adss. Ataupun semua aktivitas yang berfokus pada mengidentifikasi bagaimana membuat kampanye pemasaran lebih efektif dengan meningkatkan transmisi nilai tambah dari penyediaan barang dan jasa kepada pelanggan.
- e. Inovasi Layanan: dengan cara membuat produk dengan kualitas terbagus seperti biasanya dan juga sejalan dengan pencapaian loyalitas pelanggan dan komitmen jangka panjang, aktivitas berdampak apa pun seperti layanan pelanggan dan dukungan.

#### 4.3.2 Tabel Inovasi Rekomendasi

Dimensi Inovasi	Jenis Inovasi	Inovasi Yang Dapat Digunakan
Inovasi Produk:	Menggunakan jenis inovasi adaptif dikarenakan produk baru yang ditarget mengadaptasi dengan pelanggan tertentu.	Salah satu caranya menggunakan katun biru, katun biru merupakan salah satu refrensi pada material untuk membuat produk baru karena kulaiatas nya tidak jauh dari katun perimis maupun katun prima namun harganya lebih murah dari yang lain.
Inovasi Proses:	Menggunakan jenis inovasi adaptif dikarenakan produk baru yang ditarget mengadaptasi dengan pelanggan tertentu.	Teknologi untuk produk baru yang penulis sarankan menggunakan teknologi dari Balai Besar Batik dan Kerajinan (BBKB) telah membuat alat Stempel Batik otomatis berbasis programmable logic controller (PLC). Alat ini menggunakan metode pembuatan otomatis batik dengan atap miring dan kain dipindahkan secara bergantian menggunakan pengontrol logika terprogram yang dioperasikan secara pneumatik.
Inovasi Administratif:	Menggunakan jenis inovasi adaptif dikarenakan produk baru yang ditarget mengadaptasi dengan pelanggan tertentu.	Hubungan masyarakat salah satu kombinasi periklanan yang digunakan Batik Gunawan untuk menjual produknya adalah metode kehumasan. Penerapan aksinya adalah salah satu karyawan batik Gunawan terjun langsung ke masyarakat dan

		mencoba berinteraksi dengan masyarakat tentang produk batik dengan daya guna yang lebih tinggi.
Inovasi Pemasaran:	Menggunakan jenis inovasi adaptif dikarenakan produk baru yang ditarget mengadaptasi dengan pelanggan tertentu.	Kegiatan yang dilakukan oleh sales promotion baik laki-laki maupun perempuan adalah dengan memberitahuakan WEB atau promosi dalam bentuk digital seperti shoppe, instgram, tokopedia dan lain sebagainya kepada pengunjung yang datang ke event-event atau pameran yang diikuti oleh Batik Gunawan Setiawan. Tujuan dari promosi ini adalah untuk menjual batik, akan tetapi tujuan awal dari promosi ini adalah supaya masyarakat tahu terlebih dahulu mengenai Batik Gunawan dan produk-produk yang dijual
Inovasi Layanan:	Menggunakan jenis inovasi adaptif dikarenakan produk baru yang ditarget mengadaptasi dengan pelanggan tertentu.	Strategi yang di gunakan dalam inovasi adalah fast moving menurut barang yang paling laku inovasi terhadap produk pada batik tulis, dan dalam bahan dan pembuatan masih menggunakan cara tradisonal. Namun motif kalsik/dengan kulatias prmium, dengan proses memberikan waktu yang lebih lama tetap masih diminitai kerana batik termauk warisan bangsa

*Tabel 4 - 1 Dimensi Inovasi*

#### **4.4.3. Ringkasan Rekomendasi Sebagai Berikut**

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa dimensi inovasi antar lain inovasi produk, inovasi proses, inovasi administratif, inovasi pemasaran dan inovasi layanan dalam Batik Gunawan Setiaawan menggunakan jenis inovasi menggunakan inovasi adaptif dikarenakan produk baru yang ditarget mengadaptasi dengan pelanggan tertentu. Pengertian dari inovasi adaptif adalah menekankan pada mengadaptasi solusi yang ada untuk permintaan pelanggan tertentu, sehingga biasanya ditandai dengan tingkat inovasi yang meningkat dari produk/layanan sebelumnya.

Dalam inovasi produk penulis menyarankan menggunakan katun biru, karena kulaiatas nya tidak jauh dari katun perimis maupun katun prima namun harganya lebih murah dari yang lain. Dengan begitu batik Gunawan Setiaawan bisa mengimbangi kualitas produk yang biasanya menjadi salah satu kekuatan dalam produk batik nya.

Dalam inovasi proses penulis menyarankan menggunakan Teknologi untuk produk baru yang penulis sarankan menggunakan teknologi dari Balai Besar Batik dan Kerajinan (BBKB) telah membuat alat Stempel Batik otomatis berbasis programmable logic controller (PLC). Alat ini menggunakan metode pembuatan otomatis batik dengan atap miring dan kain dipindahkan secara bergantian menggunakan pengontrol logika terprogram yang dioperasikan secara pneumatik.

Dalam inovasi administratif penulis menyarankan dengan cara hubungan masyarakat (Public Relations) salah satu bauran promosi yang digunakan oleh Batik Gunawan dalam menjual produk-produknya adalah dengan upaya pendekatan hubungan masyarakat. Aplikasi tindakannya adalah salah satu karyawan dari batik Gunawan terjun langsung ke masyarakat, dan berupaya berinteraksi dengan masyarakat tentang produk-produk kerajinan batik agar masyarakat lebih paham mengapa batik harus dilastrikan bukan hanya orang dewasa saja melainkan juga remaja.

Dalam inovasi pemasaran penulis meyarankan kegiatan yang dilakukan oleh sales promotion baik laki-laki maupun perempuan dengan memberitahuakan WEB atau promosi dalam bentuk digital seperti shoppe, instgram, tokopedia dan lain sebagainya kepada pengunjung yang datang ke event-event atau pameran yang diikuti oleh Batik Gunawan Setiawan. Tujuan dari promosi ini adalah untuk menjual batik, akan tetapi tujuan awal dari promosi ini adalah supaya masyarakat tahu terlebih dahulu mengenai Batik Gunawan dan produk-produk yang dijual. Dengan begitu pemasaran dalam bidang digital sedikit demi sedikit akan berkembang semakin lama akan masuk ke cekung pasar anak muda.

Dalam inovasi layanan penulis menyarnkan yaitu dengan menggunakan strategi fast moving menurut barang yang paling laku inovasi terhadap produk pada batik tulis, dan dalam bahan dan

pembuatan masih menggunakan cara tradisional. Namun motif klasik/dengan kualitas premium, dengan proses memberikan waktu yang lebih lama tetap masih diminati karena batik termasuk warisan bangsa.



## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

### 5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari laporan magang yang berjudul “Tinjauan Model Inovasi Pengembangan Produk Pada Batik Gunawan Setiawan “, Batik Gunawan Setiawan merupakan salah satu bentuk kreativitas seni yang dimiliki negeri ini. Keberadaan karya seni ini yang masih tetap dilestarikan menjadi suatu icon bahwa batik merupakan warisan leluhur dan sebagai simbol kekayaan karya seni negeri ini. Salah satu upaya yang dapat dilakukan supaya warisan leluhur ini dapat lestari adalah dengan memanfaatkan karya seni ini menjadi sesuatu yang bermanfaat dari segi finansial, yaitu dengan membuat usaha atau bisnis batik. Dengan melakukan usaha atau bisnis batik, akan muncul ide-ide atau kreativitas-kreativitas baru tentang motif-motif batik, sehingga kelestariannya tetap terjaga maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Dalam tinjauan ini penulis menggunakan dimensi inovasi untuk klasifikasi desain produk dan inovasi pada batik Gunawan Setiawan. Dimensi inovasi mencakup inovasi produk, inovasi proses, inovasi pasar, inovasi administratif, inovasi layanan. Dalam klasifikasi tersebut kita bisa melihat bagaimana inovasi yang dapat di kembangkan oleh batik Gunawan Setiawan.
2. Cara batik Gunawan Setiawan dalam membuat produk baru pada anak muda adalah dengan cara inovasi adaptif, karena inovasi adaptif adalah

inovasi menekankan pada mengadaptasi solusi yang ada untuk permintaan pelanggan tertentu, sehingga biasanya ditandai dengan tingkat inovasi yang meningkat dari produk. Dengan begitu batik Gunawan Setiawan akan bisa mengikuti pasar segman anak muda.

3. Seperti yang sudah penulis jelaskan di bab 4 yaitu dalam hal inovasi produk batik Gunawan Setiawan menggunakan bahan yang lebih murah namun kualitas tetap sama agar dapat mengimbangi kualitas produk yang sudah dimiliki. Dalam inovasi proses menggunakan teknologi agar tidak memakan biaya untuk SDM (sumber daya manusia), dalam inovasi administratif batik Gunawan Setiawan baiknya memperkenalkan produk pada anak muda bahwa batik tidak hanya dipakai dalam acara resmi saja namun juga bisa dipakai dalam kegiatan sehari-hari. Dalam inovasi pemasaran batik Gunawan Setiawan memasarkannya melalui media digital karena anak muda zaman sekarang lebih senang melihat produk melalui digital dulu sebelum membeli ke tokonya, dalam inovasi layanan batik Gunawan Setiawan menggunakan Strategi fast moving yaitu strategi dimana pembelian produk yang terbanyak itu yang diproduksi.

## **5.2 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilaksanakan, peneliti memiliki beberapa saran antara lain:

1. Membuat suatu brand yang baru tetapi masih dalam produk Batik Gunawan Setiawan, brand tersebut terfokus dengan produk khusus anak muda.

2. Meningkatkan promosi lewat social media, dikarenakan anak muda zaman sekarang gemar membeli produk lewat social media.
3. Menggunakan bahan-bahan yang terjangkau tetapi dengan kuliatas yang bagus agar pas di kantong anak muda.



## Daftar Pustaka

- Agus Sachari, Y. Y. (2000). *Tinjauan Desain* . Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- Anderson, C. (2007). Encyclopedia of Business and Finance. *Profesional Education*, 345 - 350.
- Askoy, N, D. E. (2017). Early Childhood Education In Neoliberal Religiously Conservative Timen In Turkey. *Policy Futures in Education*, 108 - 123.
- Bartos, S. (2003). Creating and Sustaining Innovation. *Innovation Bartos*, 1-7.
- Berkhout, A. H. (2010). connecting technological capabilities with market needs. *R&D Management* , 40.
- C.Fornell, D. L. (1998). Structural Equation Models With Unobservable Variables And Measurement Error. *Journal Of Marketing Research*, 382 - 388.
- Creswell, J. C. (2016). *Qualitative Inquiry and Reserch Design*. London: Sage Publicatoins.
- Damanpour, f. (1987). The Adoption Of Technological, Administrative, and Ancillary Innovations : Impact Of Organozational Factors. *Journal Of Management*, 2-15.
- Damanpour, F. (1996). Management Science. *Organizational Complexity and Innovation: Developing and Testing Multiple Contigency Models*, 693-716.
- Fahmi, I. (2013). *Analisis Laporan Keuangan* . Bandung : Alfabeta .
- Fatimah, F. N. (2020). *Teknik Analisis SWOT*. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia.
- Freeman, C. (1982). Internacional Seminar On Innovation. *Innovation And Long Cycles Of Economic Development* , 1-13.
- Galbraith, J. (1982). Designig the innovate organisation. *Organizational Dynamics*, 3-24.
- Gero, J. (1990). Design prototypes: a knowledge representation schema for design. *AI magazine*, 11-26.

- Gunawan, S. (2020). *Batik Gunawan Setiawan*. surakarta: Batik Gunawan Setiawan .
- Helpen, D. L. (2010). Pedagogy for Developing Critical Thinking in Adolescents. *Thinking Skill and Creativity*, 1-13.
- Kurt Gaubinger - Michael R - Scott Swan - Thomas Werani. (2015). *innovation end product management*. Williamsburg, Virginia, USA: springer.
- L.J, M. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. bandung: Remaja Rosdakarya.
- Leonard Barton, D. (1991). The Role of Process Innovation and Adaption. *Strategic Technological Management*, 303- 320.
- Meirani Harsasi, S. E. (2016). *Inovasi dan Strategi Produk*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Muhajirin. (2012). Desain Produk, Pengertian Dan Ruang Lingkupnya. *Desain Produk*, 1-1.
- Ngai, E. (2005). Marketing Intelligence & Planning. *Customer relationship management research*, 2-25.
- OSTLUND, J. O. (1990). An integrated push-pull manufacturing strategy. *An integrated push-pull manufacturing strategy*, 135-136.
- Rakhmat, D. (2001). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ru-Jen Lin, R.-H. C.-S. (2010). Customer Relationship Management and Innovation Capability . *CRM and Innovation Capability*, 111-113.
- Russell, S. a. (1995). Artificial Intelligence. *A Modern Approach*, 2-10.
- Sutopo, H. (1998). *Metedologi Penelitian Hukum Kualitatif Bagian 2*. Surakarta: UNS Pers.
- Timothy Sprock, M. S. (2019). National Institute of Standarts and Technology. *Intregrated Oprations Management for Disttibrated Manufacturing*, 1-5.
- Trott, P. (2017). *Innovation Management and new product development* . United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Vaona, F. M. (2004). Market Orientation, Innovationess, Product Inovation, and Performance in Small Frims. *Journal of Small Business Management* 42(2)1, 34 - 154.

Wang, W., Tolk, A., and Wang, W. (2009). The levels of conceptual interoperability model. *applying systems*, 2-10.

Yin, P. (2019). *Studi Kasus : Desain dan Metode* . Jakarta: Raja Grafindo Persada.



## LAMPIRAN

Formulir Permohonan Magang

Nama tempat magang : Batik Gunawan Setiawan

Alamat : Kauman, Kec. Ps. Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57122

Telepon/Faks/Email : 081226166161

Kontak person : Sofia Hasna Hamida

Surat pengantar : diperlukan/tidak diperlukan\*)

Nama mahasiswa : Muhammad Nadhif Rabbani

Nomor Pokok Mahasiswa : 17311125

Telah lulus sejumlah : 21 SKS

Pembimbing Magang : Al Hasin, Drs., MBA

Bidang minat : Operasional

Tanggal mulai magang : 10 Juni 2021

Tanggal selesai magang : 10 September 2021

Perkiraan selesai : 10 September 2021

Perkiraan Presentasi : 10 November 2021

Bersama ini dilampirkan surat pernyataan memenuhi persyaratan untuk melaksanakan magang.

Yogyakarta, 8 Juni 2021



Muhammad Nadhif Rabbani

*Lampiran 1*



FAKULTAS  
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Aze Partadiredja  
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok  
Sleman, Yogyakarta 55283  
T. (0274) 881546, 883087, 885376;  
F. (0274) 882589  
E. fe@uii.ac.id  
W. fecon.uii.ac.id

Nomor : 1066/WD2/10/Div.URT/VI/2021  
Hal : Permohonan Ijin Magang

Kepada Yth  
Pimpinan  
PT. Batik Gunawan Setiawan  
Kauman, Kec. Ps. Kliwon, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57122

*Assalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh*

Diberitahukan dengan hormat, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Ekonomika Universitas Islam Indonesia adalah institusi pendidikan yang memiliki tujuan menciptakan lulusan profesional di bidangnya.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kepada Bapak atau Ibu memberikan ijin mahasiswa kami dalam melaksanakan magang di perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:

Nama : Muhamad Nadhif Robbani  
NIM : 17311125  
Alamat : Jl.Tongkol Raya Minomartani, Condong  
Catur, Sleman, Jogjakarta  
Tempat/Tgl. Lahir : Yogyakarta / 07 Juli 1999  
Program Studi : Manajemen  
Jenjang : Strata 1 (S1)  
Periode Magang : 10 Juni 2021 - 10 September 2021

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum warohmatullahi wabarokatuh*

Yogyakarta, 04 Juni 2021  
Wakil Dekan Bidang Keagamaan,  
Kemahasiswaan, dan Alumni,

  
Dra. Siti Nursyamsiah, M.M.  
NIK: 883110107