

KEWIRAUSAHAAN SENI BERBASIS WARISAN BUDAYA: PERAN ARDHINA BATIK MEDAN DALAM EKONOMI KREATIF

M.Taufik Ilham¹

ilhamdhefa15@gmail.com¹

Ikbal Gustami²

ikbalgus12@gmail.com²

Wahyu Tri Atmojo³

Universitas Negeri Medan³

^{1,2,3}Universitas Negeri Medan

ABSTRACT

This research aims to deepen the historical survey and batik products by using Ardhina Batik as a study faculate. This study analyzes the origin of batik, the development of motifs, and the role of batik-making techniques in Ardhina Batik. The research method involves in-depth interviews with assistants from Ardhina Batik and observation of everything produced there. The results of the study show that Ardhina Batik faces many obstacles in the process of selling batik with terrain motifs that have been established for approximately 10 years. Ardhina batik has been established for generations and is now in its second generation. The batik motifs produced by Ardhina Batik have their own characteristics that distinguish them from other batik motifs. The suggestion for future research is to continue to research more deeply about the evolution of batik motifs used by Ardhina Batik over time. Identify dominant motive trends, specific cultural or historical influences and how those motives affect market preferences.

Keywords: : Entrepreneurship, Batik Medan, Creative Industry, Local Culture, Ardhina Batik.

ABSTRAK

Riset ini bertujuan untuk mendalami tinjauan sejarah dan produk batik dengan mengmabil Ardhina Batik sebagai fakus kajian. Penelitian ini menganalisis tentang asal-usul batik, perkembangan motif, serta peran teknik pembuatan batik di Ardhina Batik. Metode penelitian melibatkan wawancara mendalam dengan asisten dari Ardhina Batik serta observasi setiap yang diproduksi disana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ardhina Batik menghadapi banyak rintangan dalam proses oenjualan batik motif medan yang sudah berdiri selama kurang lebih 10 tahun. Ardhina batik sudah berdiri secara turun temurun dan sekarang sudah pada

generasi kedua. Motif batik yang diproduksi Ardhina Batik memiliki ciri khas nya tersendiri yang membedakannya dengan motif batik lainnya. Saran untuk penelitian mendatang adalah untuk terus meneliti lebih dalam tentang evolusi motif batik yang digunakan oleh Ardhina Batik dari masa ke masa. Identifikasi tren motif yang dominan, pengaruh budaya atau sejarah tertentu dan bagaimana motif tersebut mempengaruhi preferensi pasar.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Batik Medan, Industri Kreatif, Budaya Lokal, Ardhina Batik.

PENDAHULUAN

Batik merupakan kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan pada kain itu kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki kekhasan. Sebagai keseluruhan teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait oleh UNESCO telah ditetapkan sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan nonbendawi sejak 2 Oktober 2009. Sejak saat itu setiap tanggal 2 Oktober ditetapkan sebagai Hari Batik Nasional.

Batik pun sudah dapat digolongkan di dalam industri fashion untuk semua kalangan, baik menengah ke bawah hingga kelas atas. Mengingat hal ini, tidak sedikit pelaku usaha yang mulai merambah bisnis batik atau berpindah jalur ke industri mode ini.

Harga yang cukup beragam, segmen pasar yang luas dan persaingan yang cenderung sedikit menjadikan alasan mengapa pelaku usaha menekuni bisnis jual-menjual batik. Salah satu gallery batik di Kota Medan adalah [Ardhina Batik](#), dengan

motif medan di Jalan Bersama GG Musyawarah. Ardhina batik adalah yang pertama dalam memproduksi batik motif medan.

Dalam konteks ini, penelitian tentang tinjauan sejarah dan produk batik Ardhina Batik sangat penting dan menarik untuk diteliti. Memahami sejarah dari Ardhina batik dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana melestarikan budaya Indonesia etapi juga mendapatkan pengetahuan tentang untuk mempromosikan produk-produk local.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan pengumpulan data secara online dan kualitatif. Pendekatan kualitatif dilakukan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang tinjauan sejarah dan produk batik Ardhinaa Batik dengan melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber dan juga melakukan observasi terhadap produk batik Ardhina Batik.

Pendekatan pengumpulan data secara online dilakukan untuk mengumpulkan data yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini. Tahapan riset tinjauan sejarah dan produk Batik Ardhina Batik dimulai dengan wawancara dengan asisten Ardhina Batik untuk mendapatkan wawasan tentang proses produksi, desain, dan nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh perusahaan. Setelah mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam melalui wawancara, langkah selanjutnya dalam riset adalah melakukan observasi langsung terhadap produk batik yang dihasilkan oleh Ardhina Batik. Observasi ini dilakukan untuk mengumpulkan data yang konkret mengenai kualitas produk, desain motif, teknik pembuatan, serta kesesuaian antara produk. Kombinasi dari wawancara dengan asisten dan observasi produk batik memberikan pemahaman yang komprehensif tentang sejarah serta karakteristik produk Batik Ardhina Batik. Analisis data akan dilakukan setelahnya untuk memproses temuan dan menentukan kesimpulan yang solid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Asal usul addhina batik

Nama ardhina batik merukan nama yang berasal dari ketiga anak dari seorang pemilik ardhina batik, yaitun anak dari bapak Rohayat Edy Gunawan yang bernama Arrido, dita, naya. Ardina Batik berkembang dari tahun 2010 disitu awal mulanya ardhn batik memulai ketertarikannya dengan batik dan karya seni untuk menonjolkan ciri khas Kota Medan karena ardhina batik mengkat

motif motif yang berasal dari kota medan Sumatera Uata dan memiliki tujuan untuk memperkenalkan bahwa kota Medan juga punya batik dengan ciri khasnya tersendiri.

Ardhina batik sendiri memiliki motifasi dan tujuan dalam memulai usahanya yaitu untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyatakat yang memiliki minat dan keahlian di badang batik.yang kedua untuk memperkenalkan budaya-budaya Indonesia khususnya di kota medan. Sebagai warisan Nusantara Indonesia batik tak hanya di kenal di jawa saja tetapi di medan juga tak kala banyak yang menal dan membudayakan batik baihkan seluruh Masyarakat kota medan tau tentang batik dan juga menggunakannya di kehidupan sehari hari.

Strategi pemasaran dan promosi

Ardhina batik sendiri memiliki strategi pemasaran tersendiri yaitu dengan menggunakan strategi online, mereka menggunakan aplikasi sosial media seperti facebook,Instagram, whatsapp. Ardhina batik juga mendatangi atau bekerjasama dengan lembaga-lembaga terkemuka, dikarenakan ardhina batik banyak memiliki customer yang berasal dari pemerintahan, atau orang orang dari Lembaga pemerintahan.

Ardhina batik cukup diknal di kalangan masyarakat baik di dalam maupun luar negeri, banyak turus-turis seperti dari jepang, amerika, dan skotlandia, yang datang dan berkunjung ke ardhina batik lalu membeli batik batik yang di produksi oleh

ardina batik dan membawanya pulang kenegara asal mereka sebagai buah taangan dari Indonesia yaitu dari kota medan. Dan dari negara tetangga yaitu Malaysia juga berkunjung ke ardhina batik lalu membeli batik sebagai buah tanhan mereka dari kota medan.

Kendala yang dihadapi dan cara mengahadapinya

Ardhina bati juga memiliki kendala yang harus dihadapi dalam masa pengembangan nya seperti banyaknya saingan, dan mulai banyak pembatik-pembatik yang membuat usaha mereka sendiri, ardhin merupakan perintis batik pertama batik motif medang yang dibawa oleh naungan bapak Rohayat Edy Gunawan, dan untuk meyakinkan para customer untuk membeli batik ardhina batik juga harus memiliki inspirasi dan memikirkan kreatifitas sendiri agar memikat perhatian pembeli lalu mempromosikan batim batik tersebut melalui media sosial yang mereka gunakan.

Untuk mengahadapi masalah tersebut ardhina batik memiliki strategi yaitu dengan menciptakan inovasi baru dan kreatifitas baru serta mengembangkan karya batik yang mereka buat agar orang-orang tertarik untuk membeli batik batik yang diciptakan ardhina batik dan juga berkreasi dalam mengikuti zaman seperti mengembangkan warna, motif serta inovasi inovasi lain.

Pemasaran produk

Pemasaran produk ardhina batik sendiri memiliki Gambaran untuk lakunya

barang yang mereka produksi diperkirakan mencapai 100 pieces dan bahkan bisa lebih besar dari itu, penjualan bisa mencapai 150 pieces dalam sebulan ketika bulan ranadhan atau masa pilkada datang dikarenakan banyak tempahan atau membeli produk batik untuk di jadikan sebagai serangan mereka. Dengan itu ardhina batik tidak memiliki penetapan dalam mesaran karena setiap bulan pasti berbeda bisa lebih kecil penjualan nya atau bahkan bisa lebih besar di bulan-bulan tertentu.

Kerugian yang dihadapi oleh ardhina batik cukup banyak salah satunya yaitu kesalahan dalam pembuatan warna, disebabkan ketidak sesuaian warna yang di buat itu cukup membat kerugian ardhona batik karena warna yang cukup mahal dan harus membuat ulang lalu membuang warna yang gagal. jika tetap menggunakan nya cukup beresikon untuk hasil batik. Dan juga dapat terlihat dari kegagalan dalam proses perebusan yang cukup beresiko untuk hasil akhir dari batik tersebut. Kesalahan ini kerap terjadi yang menyebabkan kerugian ardhina batik sehingga ardhina batik sangat berhati-hati dalam pewarnaan dan melidungi produk-produk yang diciptakan.

Produk produk yang di dihasilkan oleh ardhina batik sediri sangat beragam dan berpariasi, seperti kain, baju, belangkon, tempat tisu, dan juga Sepatu, masing-masing produk diciptakan dengan kualitas yang sangat baik. Harga pada untuk produk-produk tersebut yang di jual ardhina batik juga berpariasi, seperti kain batik biasa memiliki harga berkisaran Rp160.000-

Rp165.000 permeternya, sedangkan untuk kain berbahan katun memiliki kisaran harga sekitar Rp700.000-an. Untuk harga Sepatu bermotif batik berkisaran Rp250.000-Rp300.000, dan untuk harga belangkon dan kotak tisu berkisaran Rp50.000-Rp100.000.

Ardhina batik juga menciptakan baju-baju dengan motif batik yang indah, untuk harga baju-baju yang di produksi juga sangat bervariasi berkisaran Rp500.000-Rp1.500.000, ini disebabkan kain yang digunakan juga berbeda beda kualitas dan harga nya.baju baju tersebut juga di produksi langsung di ardhina batik dan juga di tempat lain seperti tempat penjaitan tersendiri ardhina batik.

Omset ardhina batik

Ardhina batik untuk menciptakan produk produk tersebut memiliki pengeluaran yang cukup besar yaitu sekita Rp 5.000.000 namun ardhina baik memiliki omset yang juga sangat besar yaitu Rp 20.000.000 perbulan nya. biaya transportasi yang dikeluarkan Ardina, untuk pengiriman ke tempat-tempat yang jauh berkisaran Rp 20.000-Rp 50.000 dan bisa mencapai Rp 300.000 untuk pengantaran dengan menggunakan ekspres disebabkan jarak yang sangat jauh.jadi untuk biaya transportasi juga bervariasi tergantung jarak yang harus ditempuh untuk pengantaran, namun juga banyak yang mampir ke ardhina batik untuk membeli batim secara langsung di ardhina batik.





Gambar 1: berikut merupakan gambar kainbatik dengan bahan katun Kain yang memiliki harga jual yang cukup mahal



Gambar 2: produk baju ardhina batik memiliki harga jual yang mahal dan di produksi langsung di ardhina batik



Gambar 3: belangkon produk ini biasa digunakan di acara-acara tertentu di Jawa dan biasa digunakan oleh masyarakat Jawa baik acara tertentu maupun di kehidupan sehari-hari

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Ardhina Batik Medan merupakan pelaku usaha kreatif berbasis warisan budaya yang berhasil mengangkat identitas lokal melalui batik bermotif khas Medan. Usaha ini telah berlangsung secara turun-temurun dan kini dikelola oleh generasi kedua, dengan orientasi utama pada pelestarian budaya serta penciptaan peluang ekonomi bagi masyarakat. Ardhina Batik tidak hanya menunjukkan keunikan dalam desain motif, namun juga berupaya menjawab tantangan pasar dengan strategi promosi digital dan kerja sama dengan lembaga pemerintahan.

Meskipun menghadapi berbagai kendala, seperti persaingan yang meningkat dan risiko dalam proses produksi, Ardhina Batik tetap mampu berinovasi melalui diversifikasi produk dan peningkatan kualitas. Produk-produk yang dihasilkan, mulai dari kain, pakaian, hingga aksesoris, telah berhasil menembus pasar lokal hingga mancanegara. Hal ini mencerminkan potensi besar sektor ekonomi kreatif lokal bila dikembangkan secara berkelanjutan.

Untuk pengembangan di masa depan, penelitian lanjutan disarankan agar lebih menelaah dinamika evolusi motif batik Ardhina dari waktu ke waktu, termasuk

pengaruh budaya lokal yang membentuk preferensi pasar. Pemahaman ini penting sebagai dasar perumusan strategi pelestarian sekaligus penguatan daya saing dalam industri kreatif berbasis budaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kilapong, M. F. I. (2024). Promosi Pariwisata Gastronomi dalam Film Indonesia. *JURNAL TATA KELOLA SENI*, 10(2), 114-123.
- Puspitorukmi, D. P. I. (2023). Manajemen Strategi untuk Sentra Industri Kecil Batik 'Sekar Manggar' Kabupaten Pematang. *JURNAL TATA KELOLA SENI*, 9(1), 65-84.
- Pranoto, I., Elvira, E., & Soeteja, Z. S. (2021). Eksistensi: Strategi Pengelolaan Industri Kerajinan Keramik Borneo Lentera Prima Singkawang. *Jurnal Tata Kelola Seni*, 7(1), 63-78.