

**STRATEGI PENINGKATAN SUMBER DAYA MANUSIA KREATIF  
DAN INOVATIF PADA ARDHINA BATIK MEDAN**

**Putri Najwa Safitri<sup>1</sup>, Nurul Wardani Lubis<sup>2</sup>, Laras Fitri Aini Hasibuan<sup>3</sup>, Putri Suci Yasa<sup>4</sup>**

Universitas Negeri Medan

Email: [njwasfitri27@gmail.com](mailto:njwasfitri27@gmail.com)<sup>1</sup>, [nwlubis@gmail.com](mailto:nwlubis@gmail.com)<sup>2</sup>, [larasfitriaini7@gmail.com](mailto:larasfitriaini7@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[putrisuciyasa@gmail.com](mailto:putrisuciyasa@gmail.com)<sup>4</sup>

**Abstrak** – Industri batik di Indonesia telah menjadi salah satu sektor ekonomi kreatif yang berpotensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Namun, tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing melalui pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang kreatif dan inovatif masih ada. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang diterapkan oleh Ardhina Batik Medan dalam meningkatkan SDM kreatif dan inovatif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ardhina Batik Medan menerapkan berbagai strategi seperti pelatihan, sertifikasi keahlian, dan partisipasi dalam pameran untuk meningkatkan kompetensi dan kreativitas karyawan. Strategi-strategi ini tidak hanya membantu dalam meningkatkan kualitas produk, tetapi juga dalam menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar.

**Kata Kunci:** Sumber daya manusia, strategi, kreatif, inovatif, Ardhina Batik Medan.

## **PENDAHULUAN**

Industri batik di Indonesia telah menjadi salah satu sektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Perkembangan industri kreatif Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan survei ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pada tahun 2015 industri kreatif telah menyumbang total sebanyak 852,24 triliun rupiah atau setara dengan 7,38 persen dari total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Jumlah ini tumbuh sebesar 4,38 persen dari tahun sebelumnya yang hanya mampu menyumbang sebanyak 784,82 triliun rupiah.

Namun, di balik perkembangan industri kreatif yang semakin pesat, masih banyak tantangan yang harus dihadapi oleh para pelaku industri kreatif. Salah satu tantangan tersebut adalah mempertahankan dan meningkatkan daya saing melalui peningkatan sumber daya manusia (SDM) yang kreatif dan inovatif. SDM yang kreatif dan inovatif memiliki kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan orisinal, serta mampu menerapkan ide-ide tersebut menjadi produk atau layanan yang baru dan bermanfaat. Kreativitas dan inovasi menjadi kunci untuk terus beradaptasi dengan perubahan pasar, kebutuhan konsumen, serta perkembangan teknologi.

Mengetahui tantangan tersebut, peneliti tertarik untuk mengobservasi salah satu industri kreatif di Kota Medan, yakni Ardhina Batik Medan, untuk mengetahui strategi apa yang diterapkan untuk meningkatkan daya saingnya. Ardhina Batik Medan merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang industri batik, yang dikenal dengan produk-produk batik berkualitas tinggi dan desain yang unik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang diterapkan oleh Ardhina Batik Medan dalam meningkatkan SDM yang kreatif dan inovatif. Penelitian kualitatif ini akan menggali berbagai aspek terkait dengan pengelolaan SDM, mulai dari proses rekrutmen, pelatihan dan pengembangan, kompensasi dan evaluasi. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku industri kreatif lainnya dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing melalui pengelolaan SDM yang lebih baik.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut Sugiyono (2016) metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Menurut Nazir (2014) penelitian deskriptif meneliti status kelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun peristiwa masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskriptif secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta yang diteliti. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Lokasi dan tempat yang akan dilakukan untuk observasi penelitian ini adalah di Ardhina Batik Motif Medan yang berlokasi di Jl. Bersama Gg. Musyawarah No.2, Bantan, Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara 20224.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan pada 29-30 Mei 2024. Informan pada penelitian ini meliputi pemilik usaha Ardhina Batik Motif Medan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2016:317) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari informan yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada pemilik usaha Ardhina Batik Motif

Medan.

Melalui wawancara ini, peneliti akan mengetahui lebih dalam mengenai strategi peningkatan sumber daya manusia kreatif dan inovatif pada Ardhina Batik Motif Medan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan model Miles and Hubermans yang mencakup reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber dan uji credibility (kredibilitas). Credibility ditujukan untuk membuktikan hasil penelitian dapat dipercaya melalui pengakuan informan terhadap temuan dalam penelitian sebagai pengalaman nyata informan. Kredibilitas dilakukan dengan cara peneliti terlibat langsung dalam proses pengambilan dan pengolahan data serta membina hubungan yang baik dengan informan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Ardhina Batik**

Ardhina Batik adalah salah satu galeri batik di Kota Medan dengan motif tenun songket dan ulos yang beralamat di Jalan Bersama Gg. Musyawarah. Berdirinya ardhina batik ini diawali dengan pemikiran pak Edy Gunawan selaku pemilik usaha ingin memiliki suatu usaha yang sifatnya masih di istilahkan “longgar” atau pesaingnya masih sedikit. Melihat kondisi pada tahun 2008 saat itu sepertinya belum ada yang membuat usaha batik di Kota Medan sehingga pak Edy Gunawan berfikir untuk membuat usaha batik.

Setelah mendapatkan ide untuk membuka usaha batik, pak edy gunawan memberi usulan kepada Pemerintah Kota Medan agar membuat sebuah pelatihan membatik dan melibatkan masyarakat Kota Medan. Kemudian usulan tersebut diterima oleh pemerintah lalu diadakan pelatihan dan pak Edy Gunawan selaku pemberi usulan diajak menjadi peserta dengan warga-warga yang lain juga. Pelatihan tersebut dilakukan selama 10 hari. Setelah mengikuti pelatihan selama 10 hari, pak Edy Gunawan berusaha untuk mengembangkan kemampuannya dengan pengetahuan yang di ketahuinya melalui pelatihan tersebut. Pak Edy melatih kemampuan membatiknya dari tahun 2008 kemudian di tahun 2010 Ardhina Batik dibuka. Selain memproduksi batik, ardhina batik juga menyediakan tempat belajar apabila ada yang ingin belajar membatik.

Ardhina Batik menyediakan bakal kain batik, baju wanita, baju pria, tas, dompet, sepatu dengan kombinasi batik dan kulit. Produk ardhina batik juga berkolaborasi dengan desainer atau instansi Pendidikan. Selain itu, untuk produk sepatu, tas dan dompet ardhina batik berkolaborasi dengan pengrajin-pengrajin lain. Ardhina batik juga menerima pesanan kostum sesuai dengan keinginan konsumen. Misalnya pesanan untuk sekolah atau komunitas yang ingin kostum baju batik dalam jumlah besar.

### **Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia**

Di dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat pada dunia usaha, Sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk terus hidup dan mampu bersaing. Untuk memenangkan persaingan dibutuhkan strategi yang tepat dan sumber daya manusia yang kreatif dan inovatif. Sumber daya manusia yang kreatif adalah sumber daya manusia yang mampu menciptakan ide atau gagasan baru untuk menghasilkan produk baru. Sumber daya manusia yang mempunyai inovasi yakni sumber daya manusia yang mampu menciptakan pembaruan yang bertujuan memberikan nilai lebih pada suatu produk dengan ide baru yang berbeda dengan produk lainnya.

Hasil wawancara dengan informan yakni pemilik usaha ardhina batik, ditemukan bahwa sumber daya manusia di ardhina batik pada umumnya berusia lebih dari 20 tahun dengan pendidikan minimal tamat SMA. Pada awalnya, belum semua karyawan ardhina batik memiliki kemampuan membatik. Namun, ardhina batik memberikan membimbing

dan mengajar mereka agar mereka ahli dalam membatik. Selain itu, sebagian dari mereka juga sebelumnya pernah mengikuti pelatihan membatik.

### **Pemberian Motivasi**

Strategi awal mempersiapkan pelaku usaha batik untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia agar mempunyai keunggulan kompetitif dalam menjalankan usahanya dan dapat meningkatkan produk adalah dengan memberikan motivasi.

Ardhina batik selalu memberikan motivasi kepada karyawan bagaimana agar dapat menciptakan sesuatu yang baru setiap tahunnya dan juga mengeluarkan motif-motif terbaru. Setiap tahun, pemilik ardhina batik akan memberikan gambaran tentang tema apa yang akan digunakan oleh ardhina batik di tahun itu. Lalu, karyawan diminta untuk membuat motif batik dengan tema tersebut. Jadi kira-kira diantara karyawan ini apa yang bisa mereka ciptakan. Ardhina batik juga melibatkan karyawan dan mengharapkan mereka untuk aktif dalam memberikan masukan atau saran untuk perkembangan usaha.

Selain itu, untuk meningkatkan semangat para karyawan ardhina batik juga memberikan bonus. Bonus itu diberikan dari setiap pencapaian yang telah dilakukan atau kerjakan. Misalnya dari jumlah produk yang telah mereka kerjakan selama perbulan.

### **Peningkatan Kemampuan**

Agar usaha batik dapat terus bertahan dan berjalan lancar di era persaingan bisnis batik serta menghasilkan produk batik yang sedang diminati dan digemari oleh orang banyak, pelaku usaha batik hendaknya dapat memilih serta mengevaluasi karyawannya. Membatik bukan hanya sekedar keterampilan teknis, tetapi juga seni yang membutuhkan pemahaman mendalam mengenai motif, pewarnaan, dan teknik aplikasi lilin. Memiliki kompetensi dan kemampuan yang memadai sangatlah penting untuk menjadi sumber daya manusia yang berkualitas, terutama dalam bidang usaha membatik. Oleh karena itu, untuk mengembangkan dan meningkatkan kompetensi masing-masing karyawan, membatik harus melalui:

- 1) Pendidikan formal, untuk memberikan pengetahuan dasar, keterampilan khusus, dan membentuk kepribadian yang baik. Ini dapat dilakukan melalui program pelatihan formal di institusi pendidikan seni atau kerajinan, serta melalui kursus dan workshop yang diselenggarakan oleh para ahli dan praktisi berpengalaman
- 2) Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan, untuk meningkatkan keterampilan, pengetahuan dan kompetensi individu. Seperti halnya pada Ardhina Batik Motif Medan mereka membimbing dan mengajar para karyawannya agar mereka ahli dalam membatik. Ardhina Batik Motif Medan juga mengadakan pelatihan membatik dua sampai tiga kali tiap tahunnya agar individu yang ingin belajar membatik dapat menambah ilmunya serta mempraktekkan membatik kedepannya
- 3) Evaluasi, untuk mengukur dan menilai kinerja, efektivitas, kualitas suatu program atau individu. Dengan evaluasi secara berkala dapat mengidentifikasi kesalahan yang perlu diperbaiki serta memberikan umpan balik kepada karyawan. Pada Ardhina Batik Motif Medan, pelaku usaha batik melakukan evaluasi setiap satu bulan sekali. Dengan menganalisis tingkat kesalahan atau tingkat kerapian pada produk batik. Hal ini ditujukan agar menghindari atau mengulang kesalahan yang sama kedepannya.
- 4) Pengalaman Kerja, untuk mengembangkan keterampilan, pengetahuan, dan pemahaman yang sesuai dengan bidang atau industri tempat mereka bekerja. Dengan pengalaman kerja, karyawan dapat meningkatkan pemahaman mengenai dinamika kerja dan mengaplikasikan pengetahuan yang dimilikinya ke dalam konteks nyata yaitu bekerja. ;
- 5) Pemberdayaan Karyawan, untuk memberikan karyawan tanggung jawab dan mengambil tindakan dalam pekerjaannya. Para karyawan tersebut diberikan kesempatan untuk kontribusi baik dalam hal pengambilan keputusan dan memberikan masukan atau saran. Seperti halnya pada Ardhina Batik Motif Medan, pelaku usaha batik tersebut melibatkan para karyawannya dan juga mengharapkan mereka untuk aktif dalam memberikan

masukan atau saran untuk perkembangan usaha batik. Dengan pemberdayaan, karyawan akan merasa lebih dihargai dan lebih termotivasi, yang mana akan meningkatkan produktivitas, kepuasan kerja serta kinerja mereka.

- 6) Mengikuti Pameran atau Event, untuk meningkatkan kemampuan karyawan mengenai industri, produk, tren terkini serta interaksi langsung dengan pelanggan. Dari menghadiri pameran atau event juga dapat membuat karyawan.

### **Sertifikasi Keahlian**

Sertifikasi keahlian adalah proses pengakuan resmi terhadap keterampilan dan pengetahuan para karyawan dalam menghasilkan produk batik dengan motif khas daerah Medan. Dengan sertifikasi keahlian, individu ataupun organisasi seperti halnya Ardhina Batik Motif Medan dapat meningkatkan kredibilitas mereka dan memberikan bukti yang jelas bahwa para karyawan tersebut memiliki kemampuan dalam suatu bidang tertentu dan diakui secara resmi.

Melalui hasil wawancara dengan pelaku usaha Ardhina Batik Motif Medan, mereka kebanyakan merekrut karyawan disaat mereka mengadakan pelatihan membatik. Pelatihan membatik tersebut diadakan setiap dua sampai tiga kali tiap tahunnya, dan pelatihan tersebut diadakan oleh instansi atau dinas yang terdapat di Kota Medan. Instansi seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, instansi Provinsi dan juga Kota, Bank Indonesia dan masih banyak lagi.

Para karyawan yang mengikuti pelatihan diberikan pemahaman yang mendalam tentang teknik bagaimana pembuatan produk batiknya, mempelajari sejarah motif batik Medan, serta arti dan nilai-nilai yang terkandung di dalamnya. Dari pelatihan tersebut, para karyawan yang sudah memiliki kemampuan dan memenuhi standar kompetensi yang telah ditetapkan akan mendapatkan sertifikasi keahlian. Dari sertifikasi keahlian tersebut dapat meningkatkan serta menguatkan reputasi Ardhina Batik Motif Medan sebagai produk batik yang berkualitas.

### **Pameran**

Berdasarkan hasil wawancara, pemilik Ardhina Batik Medan secara aktif berpartisipasi dalam berbagai pameran untuk memperkenalkan produknya kepada pasar yang lebih luas. Salah satu contoh pameran yang diikutinya adalah Penang Fair di Malaysia. Melalui keikutsertaannya dalam pameran ini, pemilik Ardhina Batik tidak hanya mendapatkan kesempatan untuk memperluas jaringan dan meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga menerima umpan balik yang berharga dari pengunjung.

Umpan balik yang diterima mencakup aspek-aspek yang disukai dan tidak disukai oleh konsumen mengenai produk yang dipamerkan. Informasi ini sangat penting karena memberikan wawasan mendalam tentang preferensi dan kebutuhan pasar. Selain itu, saran perbaikan yang diperoleh dari umpan balik ini menjadi dasar bagi pemilik untuk melakukan inovasi produk ke depannya.

Dengan memahami respon dan masukan dari konsumen secara langsung, pemilik Ardhina Batik dapat menyesuaikan desain, kualitas, dan fitur produk agar lebih sesuai dengan selera pasar dan bahan acuan karyawannya untuk berinovasi. Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi dalam pameran bukan hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat strategis yang berdampak langsung pada pengembangan dan peningkatan produk. Inovasi yang didorong oleh umpan balik konsumen ini pada akhirnya membantu Ardhina Batik untuk tetap kompetitif dan relevan di industri batik yang terus berkembang.

## **KESIMPULAN**

Ardhina Batik Medan merupakan salah satu usaha batik di Kota Medan yang telah menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia yang kreatif dan inovatif. Strategi-strategi tersebut meliputi pemberian motivasi, peningkatan kemampuan,

sertifikasi keahlian, dan pameran. Penerapan strategi-strategi tersebut terbukti efektif dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi SDM Ardhina Batik Medan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kualitas produk dan daya saing perusahaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsitoh, U.H. (2013). Kepribadian Individu Kreatif: Afiliatif & Asertif. Magistra.
- Apriliana, S. D., & Nawangsari, E. R. (2021). Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia (sdm) berbasis kompetensi. *Forum Ekonomi*, 23(4), 804–812. <https://doi.org/10.30872/jfor.v23i4.10155>
- Atmaja, H. E., & Ratnawati, S. (2019). PENTINGNYA MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA UNTUK MENINGKATKAN USAHA KECIL MENENGAH. *Jurnal Untidar.Riset Ekonomi Manajemen*, 2(2), 93–101. <https://www.neliti.com/id/publications/288823/analisis-marketing-mix-dalam-mendorong-keputusan-pembelian-susu-bubuk-balita-di>
- Batoebara, M. U. (2021). Inovasi Dan Kolaborasi Dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Prosiding*, 1, 21–29.
- Bukit, B., Malusa, T., & Rahmat, A. (2016). Pengembangan Sumber Daya Manusia. Teori, Dimensi Pengukuran, dan Implementasi dalam Organisasi (Vol. 15, Issue 2).
- Helmita, H., & Naim, N. (2012). The Role of UMKM Human Resource Competency in Improving Umkm Performance in Pujorahayu Village, Kec. Negeri Katon Pesawaran. *GEMA : Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 15(1), 25–40. <https://doi.org/10.47768/gema.v15.n1.202305>
- Pertiwi, C. (2016). Peningkatan Kreativitas Siswa Melalui Model Project Based Learning Menggunakan Media Flip Chart dalam Pembelajaran IPS. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Ramadan, P. (2019). STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM MENJAGA KEBERSIHAN LINGKUNGAN DI JALAN AKBP H. UMAR LR. SAMUDRA PASAI RT.13 RW.01 KEL. ARIO KEMUNING. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN).
- Rizal, F., & Rony, Z. T. (2024). Strategi Inovatif Dalam Pengelolaan Sumber Daya Manusia: Meningkatkan Kinerja Organisasi Di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 5(3), 403–408. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i3.1851>
- Slameto. 2010. Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya. Rineka Cipta. Jakarta. Vol 1. No 83. 1-10.
- Widastuti, C. T., Rahmatya, W., Rita, M. R. ;, Widiastuti, C. T., Widyaswati, R., & Meiriyanti, R. (2019). Strategi Peningkatan Sumber Daya Manusia Kreatif dan Inovatif pada UKM Batik Semarang (Studi di Kampung Batik Semarang). *Jurnal Riptek*, 13(2), 124–130. <http://riptek.semarangkota.go.id>
- Yanuaria, L. W. (2012). STRATEGI PT KERETA API INDONESIA (KAI) DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN TRANSPORTASI KERETA API (Studi Kasus di Kantor Daerah Operasi VII Madiun Periode 2009-2011). UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.
- Yanuaria, L. W. (2012). STRATEGI PT KERETA API INDONESIA (KAI) DALAM MENINGKATKAN PELAYANAN TRANSPORTASI KERETA API (Studi Kasus di Kantor Daerah Operasi VII Madiun Periode 2009-2011). UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.
- Yasra, R., & Jihad, J. (2022). Industri Kreatif. *Manajemen INDUSTRI KREATIF*, 5(1), 125. [https://www.researchgate.net/publication/358901068\\_INDUSTRI\\_KREATIF](https://www.researchgate.net/publication/358901068_INDUSTRI_KREATIF)