

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Umum Mirota Batik Yogyakarta

Sebelum memasuki gerai Mirota Batik, pengunjung akan melihat lapak-lapak pedagang kerajinan, batik, dan makanan di bagian depannya. Itulah ciri khas pertama dari gerai kerajinan yang bisa disebut terbesar di Yogyakarta. Berbeda dengan gerai lain yang melarang pedagang lain berjualan di area mereka, maka tidak demikian dengan Mirota Batik yang justru berusaha menciptakan suasana menjadi lebih semarak. Apalagi suasana tersebut ditambah dengan atmosfer budaya Jawa di dalamnya. Oleh karena itu, pengunjung kian bertambah dan bahkan berjejal saat liburan akhir pekan, atau musim liburan lainnya.

Mirota Batik yang dibuka pada tahun 1980, awalnya berkonsep sebagai Malioboro Baru sebagai pasar kecil dengan beberapa kios atau *stand*. Saat itu, pusat perbelanjaan Malioboro yang ramai masih berada di sekitar toko Ramai di bagian utara, sehingga Malioboro Baru relatif masih sepi. Hamzah sendiri mulai memperkenalkan Mirota Batik hanya dengan menyewa tiga *stand* yang diisi dengan produk batik dan kerajinan. Usaha ini lambat laun berkembang, Hamzah pun memperbanyak *stand* yang disewanya. Begitu seterusnya hingga akhirnya Mirota Batik semakin berkibar hingga sekarang.

Nama Mirota Batik diadopsi dari nama usaha toko makanan dan minuman yang dimiliki orang tua Hamzah pada tahun 1950-an. Namanya adalah Mirota, yang merupakan kependekan dari Minuman, Roti, dan Tawar. Kala itu, berada di Kotabaru dan khusus menjual bahan pokok dan makanan, seperti gula, kopi, mentega, roti tawar, dan sebagainya. Ketika usaha yang dibangun oleh Hamzah mulai dikenal dan ramai pengunjung, dengan gerangnya si jago merah melalap Mirota Batik hingga rata dengan tanah.

Namanya juga musibah, Hamzah pun tidak larut dalam kesedihan. Beliau justru memikirkan cara agar peminat batik dan kerajinan langganannya tidak kecewa. Setelah tragedi kebakaran, lelaki penyuka seni budaya tersebut terobsesi untuk membangun tempat wisata belanja kerajinan dan batik yang lebih representatif. Selain mampu menampung produk kerajinan dengan kapasitas yang lebih besar, juga mampu menawarkan berbagai fasilitas yang nyaman bagi pengunjung. Satu tahun kemudian, obsesi tersebut terwujud. Mirota Batik dibangun dengan empat lantai dan luas bangunan menjadi 802.000 m². Awalnya, Hamzah bermaksud membangun gerai tersebut dengan arsitektur Candi Borobudur, namun demi menyesuaikan dengan keadaan sekitar maka dibangunlah gerai Mirota Batik seperti sekarang ini.

Berkiprah di bangunan yang baru, kini Mirota Batik yang terletak di Jl. Jend A Yani No 9 (depan pasar Beringharjo) tampil dengan format yang lebih leluasa, terutama dalam menata barang batik dan kerajinan dengan berbagai

sentuhan tradisi di dalam ruangan. Hamzah ingin agar gerainya tidak tampak mahal dan eksklusif. Beliau berharap pengunjungnya adalah wisatawan domestik yang beragam dan tidak terbatas pada kelas, usia, jenis kelamin, dan ras. Beliau pun sangat menyukai kekuatan interior yang lain, seperti keragaman pengunjung ditambah dengan suasana “uyel-uyelan” (padat pengunjung).

Menurut Hamzah, konsep yang ditawarkan adalah konsep Jawa yang juga menjual suasana. Hal tersebut terkait dengan Jogja sebagai kota tujuan wisata, sehingga dikonsepsi menyerupai keraton Jogja atau paling tidak pengunjung merasakan nuansa yang berbeda ketika membeli kerajinan di Jakarta dengan di Yogyakarta. Di tempat ini akan terasa ciri khas “oh seperti di Keraton”. Sentuhan aromaterapi dengan bau kemenyan di setiap sudut ruangan semakin memberikan nuansa yang berbeda bagi para pengunjung.

Hamzah sangat menyukai dunia seni dan tradisi yang meyangkut Keraton dan nuansa klasik. Oleh karena itu, ketika di kawasan Malioboro sudah tidak ada lagi toko yang memperkenalkan nilai-nilai tradisi, maka Mirota Batik menawarkan konsep tradisi lengkap dengan suasana Jawa. Karyawan berpakaian Jawa dengan sanggul, kebaya, dan kain batik, hingga pernak-pernik lainnya. Di setiap sudut Mirota Batik, selalu tercium aroma kembang setaman dan dupa sebagai aromaterapi ruangan ini. Tujuannya adalah untuk “nguri-uri kebudayaan”.

Melalui konsep tersebut, diharapkan pengunjung memiliki kesan tersendiri. Tidak hanya itu, di meja penitipan barang yang terletak di dekat pintu

masuk juga terdapat peta Yogyakarta yang disediakan secara gratis bagi para pengunjung. Terdapat pula koleksi milik Hamzah yang menambah keindahan ruangan, seperti sepeda tua, kereta kencana, gamelan, dan lain-lain.

Mirota Batik juga mengusung konsep kesenian. Setiap hari Sabtu, pengunjung disugahi oleh pertunjukan musik tradisional secara *live* dengan menggunakan alat musik kecapi. Pengunjung dapat melihat cara membatik sebagai daya tarik budaya yang menyatu dengan konsep wisata belanja yang nyaman. Tata interior Mirota Batik dapat berubah setiap saat tergantung *visual point*-nya.

Saat ini, di lantai tiga Mirota Batik terdapat ruang tunggu “Oyot Godhong”. Ruang tunggu ini dapat digunakan ketika pengunjung menunggu kerabatnya yang sedang berbelanja sambil menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan.

B. Nilai-nilai dalam Budaya Organisasi Mirota Batik

Nilai-nilai dalam budaya organisasi di Mirota Batik dituangkan dalam berbagai hal. Penelitian ini berfokus pada tiga hal yang menyangkut nilai-nilai dalam budaya organisasi yaitu visi, misi, dan filosofi.

1. Visi

“Ingat Jogja Ingat Mirota Batik”

Visi ini memiliki arti :

- a. Mirota Batik berusaha menjadi referensi dari Jogja yang kaya akan berbagai falsafah
- b. Mirota Batik berusaha agar pengunjung yang datang ke Jogja yang ingin mencari sesuatu yang berbau tradisi Jawa akan datang ke Mirota Batik

2. Misi

- a. Menjaga tradisi Jawa Jogja

Hal tersebut dilakukan untuk selalu menjaga nilai moral yang ditumbuhkan oleh tradisi Jawa yaitu ramah, sopan, andhap asor, dan alus dalam menjalankan usaha

- b. Membantu UKM yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya

Dengan memberikan bantuan kepada UKM (Usaha Kecil Menengah) diharapkan supaya taraf hidup warga sekitar semakin meningkat dan Mirota Batik menjadi wadah kreatifitas warga Jogja

3. Filosofi

- a. Mirota Batik merupakan suatu keluarga besar yang berusaha meningkatkan taraf hidup melalui cara kerja yang profesional (terampil), dan berdedikasi tinggi sehingga para pembeli/pelanggan memiliki gambaran positif, menghargai, dan tertarik dengan keribadian masyarakat Yogyakarta sebagai kota tujuan wisata. Dengan demikian, pengembangan pariwisata di Yogyakarta terus tumbuh dan berkembang.

b. Mirota Batik membangun keluarga dengan penuh cinta kasih seperti menyebarkan benih pelayanan dengan kemesraan, dan memungut panen hasil penjualan dengan kegirangan. Hanya bekerja dengan rasa cinta kasih, dapat mengubah suara angin menjadi alunan gending yang semakin agung.

C. Logo dan Struktur Organisasi

1. Logo

Mirota Batik Yogyakarta memiliki logo sebagai berikut :

GAMBAR 2.1

Logo Mirota Batik



"Mirota Batik"
Pusat Batik & Kerajinan

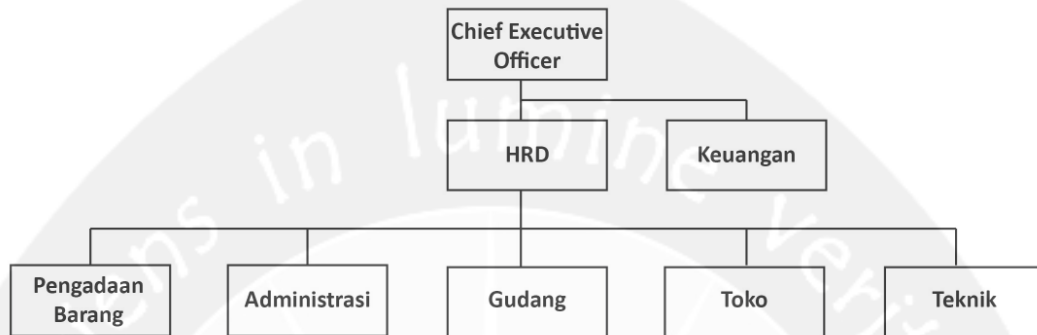
Sumber : Company Profile Mirota Batik Yogyakarta, 2013

2. Struktur Organisasi

Mirota Batik sebagai gerai kerajinan terbesar di Yogyakarta memiliki susunan organisasi yang saling melengkapi satu sama lain. Adapun struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut :

BAGAN 2.1

Struktur Organisasi Mirota Batik



Sumber : Company Profile Mirota Batik Yogyakarta, 2013

3. Data Karyawan

Mirota Batik memiliki karyawan yang seluruhnya berjumlah 150 orang.

Adapun rinciannya adalah sebagai berikut :

TABEL 2.1

Data Karyawan

| No | Divisi | Jumlah Karyawan |
|----|---------------------|-----------------|
| 1 | Kasir | 32 |
| 2 | Pembungkus | 16 |
| 3 | Supervisor | 4 |
| 4 | Pakaian Blus | 6 |
| 5 | Pakaian anak | 6 |
| 6 | Daster/kain panjang | 10 |
| 7 | Sutra | 6 |

| | | |
|----|---------------------|------------|
| 8 | Hem/Kaos | 16 |
| 9 | Gorden | 6 |
| 10 | Bahan meteran | 6 |
| 11 | Pakaian muslim | 6 |
| 12 | Sandal dan tas | 6 |
| 13 | Aksesories | 6 |
| 14 | Keramik/pecah belah | 6 |
| 15 | Souvenir/lukisan | 6 |
| 16 | Antik | 6 |
| 17 | Kerajinan kayu | 6 |
| | Total | 150 |

Sumber : Data Mirota Batik Yogyakarta, 2013