

## BAB III METODE PENELITIAN

### 3.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *ecoprint* Tapak Patera Desa Linggajati Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat. Penelitian ini dimulai pada Oktober 2023 dengan tahapan kegiatan mencakup perencanaan penelitian, survei pendahuluan, inventarisasi pustaka serta penulisan. Adapun waktu penelitian dari bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Maret 2024 dan terbagi dalam beberapa tahap sebagai berikut:

Tabel 3. Tahap dan Waktu Penelitian

| Tahap Kegiatan             | Oktober 2023 | November 2023 | Desember 2023 | Januari 2024 | Februari 2024 | Maret 2024 |
|----------------------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|------------|
| Perencanaan Kegiatan       | ■            |               |               |              |               |            |
| Survei Pendahuluan         | ■            |               |               |              |               |            |
| Penulisan Skripsi          |              | ■             |               |              |               |            |
| Seminar Proposal           |              |               | ■             |              |               |            |
| Revisi Proposal Skripsi    |              |               | ■             |              |               |            |
| Pengumpulan Data           |              |               | ■             |              |               |            |
| Penulisan Hasil Penelitian |              |               |               | ■            |               |            |
| Seminar Kolokium           |              |               |               | ■            |               |            |
| Revisi Kolokium            |              |               |               |              | ■             |            |
| Sidang Skripsi             |              |               |               |              |               | ■          |
| Revisi Skripsi             |              |               |               |              |               | ■          |

### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2022). Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan studi kasus. Studi kasus yaitu eksplorasi mendalam dari sistem terikat berdasarkan pengumpulan data yang luas. Studi kasus ini melibatkan investigasi kasus yang dapat didefinisikan sebagai suatu entitas atau objek studi yang dibatasi, atau terpisah untuk penelitian dalam hal waktu, tempat, atau batas-batas fisik (Fitrah & Lutfiyah, 2017).

### 3.3 Penentuan Responden

Penentuan responden pada penelitian ini yaitu secara *purposive* sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022). Pertimbangan tertentu ini misalnya informasi dari orang yang dianggap paling tahu tentang informasi yang peneliti butuhkan.

Informan penelitian ini adalah:

1. Ketua *ecoprint* Tapak Patera, untuk mengetahui lebih dalam mengenai Tapak Patera.
2. Wakil ketua sekaligus koordinator bagian pemasaran *ecoprint* Tapak Patera, untuk mengetahui lebih dalam mengenai Tapak Patera dan untuk mengetahui tentang pemasaran Tapak Patera.
3. Sekretaris sekaligus bagian produksi *ecoprint* Tapak Patera, untuk mengetahui ketersediaan alat ataupun bahan-bahan yang digunakan di Tapak Patera.
4. Koordinator bagian produksi *ecoprint* Tapak Patera, untuk mengetahui proses produksi *ecoprint* Tapak Patera.
5. Kepala Desa Linggajati
6. Konsumen *ecoprint* Tapak Patera
7. Konsumen batik umum

### 3.4 Jenis dan Pengambilan Data

Data yang diperoleh untuk penelitian ini antara lain:

1. Data Primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2022). Seperti dari observasi langsung dan wawancara mendalam dengan responden yang terlibat dalam penelitian ini baik itu internal maupun eksternal.
2. Data Sekunder merupakan data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2022). Seperti data pendukung yang diperoleh dari sumber literatur, jurnal penelitian, dan lembaga penelitian berupa data-data yang dianggap relevan dengan permasalahan pada penelitian ini.

### 3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

1. Strategi Pengembangan merupakan upaya dalam melakukan analisis terhadap kondisi lingkungan baik itu kondisi lingkungan internal meliputi kekuatan dan kelemahan dan kondisi eksternal meliputi peluang dan ancaman. Kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan.
2. Tekno Ekonomi merupakan gambaran seberapa jauh rencana produksi untuk memperoleh informasi mengenai aspek teknis, teknologi dan juga aspek finansial.
3. Aspek teknis merupakan aspek yang berkaitan dengan proses produksi meliputi ketersediaan bahan baku, penentuan lokasi dan proses produksi.
4. Ketersediaan bahan baku adalah bahan yang disediakan untuk digunakan dalam proses kegiatan produksi.
5. Teknologi pembuatan yaitu penerapan berbagai metode, proses, dan peralatan dalam menciptakan barang atau jasa secara efisien.
6. Proses produksi adalah cara untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa.
7. Aspek Ekonomis yaitu menganalisis mengenai biaya-biaya yang dikeluarkan lalu dihitung menggunakan Harga Pokok Produksi, Penerimaan serta Pendapatan.
8. Biaya merupakan pengorbanan yang perlu dilakukan untuk melaksanakan suatu proses produksi yang dinyatakan dalam satuan uang.
9. Harga Pokok Produksi adalah total biaya yang dikeluarkan dalam proses produksi pada satu periode. Harga pokok produksi meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik.
10. Biaya bahan baku merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan bahan baku dalam pengolahan produk.
11. Biaya tenaga kerja merupakan biaya atau harga yang dibayarkan kepada para pekerja pada suatu perusahaan.

12. Biaya *overhead* pabrik merupakan biaya tambahan atau biaya produksi yang tidak langsung terhadap produk yaitu seperti biaya bahan penolong, biaya tenaga kerja tidak langsung dan biaya pabrikasi lainnya.
13. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan ketika mendistribusikan produk sampai ke tangan konsumen.
14. Biaya penyusutan adalah biaya penurunan aset perusahaan secara bertahap.
15. Penerimaan adalah jumlah uang yang diterima dari hasil penjualan barang yang diproduksi.
16. Pendapatan adalah jumlah uang yang diterima dari hasil penjualan barang yang telah dikurangi dengan total biaya total selama proses produksi.
17. R/C ratio adalah perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total produksi.
18. SWOT merupakan analisis dengan memaksimalkan kekuatan (*Strength*), Peluang (*Opportunity*), disamping itu juga dapat mengurangi kelemahan (*Weakness*), dan ancaman (*Threats*) pada saat bersamaan.
19. Lingkungan Internal merupakan keadaan yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dan akan berpengaruh terhadap efektifitas kinerja dalam pengembangan batik *ecoprint*.
20. Lingkungan Eksternal merupakan keadaan yang menggambarkan peluang dan ancaman yang akan dihadapi dan akan memberikan dampak terhadap pengembangan batik *ecoprint*.
21. *Strengths* adalah berbagai kekuatan yang dimiliki dalam usaha batik *ecoprint*.
22. *Weaknesses* adalah berbagai kelemahan yang dimiliki dalam usaha batik *ecoprint*.
23. *Opportunities* adalah berbagai peluang yang dimiliki dalam usaha batik *ecoprint*.
24. *Threats* adalah berbagai ancaman yang dimiliki dalam usaha batik *ecoprint*.
25. *Blue Ocean Strategy* adalah alat perancangan usaha strategis untuk menilai suatu usaha dengan mencari peluang usaha yang masih jarang dilakukan oleh perusahaan lain sehingga perkembangan usaha tersebut semakin luas.

26. Kanvas Strategi adalah kerangka yang dapat merangkum situasi terkini dalam ruang pasar.
27. Kerangka Kerja Empat Langkah yang terdiri empat pertanyaan yang akan dilakukan dalam menjawab faktor apa saja yang harus Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan.
28. Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan merupakan alat analisis pelengkap yang bertindak berdasarkan keempat pertanyaan dari Kerangka Kerja Empat Langkah untuk memberikan gambaran posisi usaha batik *ecoprint* dengan menciptakan suatu kurva nilai baru.

### 3.6 Kerangka Analisis

#### 3.6.1 Analisis Tekno Ekonomi

Tahap pertama yang dilakukan dalam penyusunan analisis tekno ekonomi ini yaitu tahap pengumpulan data. Pada tahap analisis tekno ekonomi ini terdiri dari desain proses dan permodelan teknologi serta investasi dan biaya produksi sebagai evaluasi ekonomi (Nasution *et al.*, 2018). Pada tahap pertama ini dilakukannya tahap analisis tekno ekonomi untuk memperdalam kondisi internal yang diawali dari mencari data atau informasi mengenai ketersediaan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan *ecoprint*, dilanjutkan dengan mencari tahu proses pembuatan *ecoprint* dari awal sampai akhir dan teknologi yang digunakan dalam pembuatannya.

Pada tahap selanjutnya dilakukan pengumpulan data mengenai biaya yang dikeluarkan selama proses pembuatan *ecoprint* seperti biaya bahan baku, biaya tetap, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Setelah diketahui data-data tersebut selanjutnya yaitu menganalisis masalah ekonominya dengan menghitung Harga Pokok Produksi, Penerimaan, Pendapatan dan R/C ratio.

#### 1. Harga Pokok Produksi

Harga pokok produksi yaitu akumulasi biaya dari bahan baku, upah langsung dan biaya *overhead* pabrik. Harga pokok produksi merupakan biaya yang sungguh-sungguh dikeluarkan untuk memproduksi barang. Adapun harga pokok produksi dihitung secara *full costing* yaitu penentuan harga pokok yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya

tetap dan biaya *overhead* pabrik (Budiarta, 2016). Penentuan harga pokok produksi dengan pendekatan *full costing* yaitu sebagai berikut:

|                                       |                 |
|---------------------------------------|-----------------|
| Biaya Bahan Baku                      | Rp.xxx          |
| Biaya Tenaga Kerja                    | Rp.xxx          |
| Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Tetap    | Rp.xxx          |
| Biaya <i>Overhead</i> Pabrik Variabel | <u>Rp.xxx +</u> |
| Harga Pokok Produksi                  | Rp.xxx          |

Untuk menentukan harga pokok per unit produksi dapat dihitung pada rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga Pokok Per Unit} = \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Jumlah Produk yang dihasilkan}}$$

## 2. Penerimaan dan Pendapatan

Menurut Suratiah (2020) menyebutkan bahwa secara umum perhitungan penerimaan total (*Total Revenue/ TR*) adalah perkalian antara jumlah produksi (*Y*) dengan harga jual (*Py*), sedangkan pendapatan adalah selisih antara penerimaan (*TR*) dengan biaya total (*TC*) dan dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{TR} = \text{Py} \cdot \text{Y}$$

$$\text{I} = \text{TR} - \text{TC}$$

Keterangan:

TR = *Total Revenue* (Penerimaan Total)

Py = Harga produk

Y = Jumlah produksi

I = *Income* (Pendapatan)

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

## 3. R/C ratio

Menurut Suratiah (2020) menyebutkan bahwa analisis R/C ratio adalah perbandingan antara penerimaan total (*TR*) dengan biaya total (*TC*) yang dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{R/C} = \frac{\text{Penerimaan Total (TR)}}{\text{Biaya Total (TC)}}$$

Keterangan:

R/C = Revenue Cost Ratio

TR = *Total Revenue* (Penerimaan Total)

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

Dalam menentukan R/C ratio terdapat 3 keputusan yaitu:

R/C > 1, artinya usaha tersebut layak dijalankan

R/C = 1, artinya usaha tersebut impas (tidak mendapatkan keuntungan ataupun kerugian)

R/C < 1, artinya usaha tersebut tidak menguntungkan dan tidak layak.

### 3.6.2 Analisis SWOT

Setelah dilakukannya analisis tekno ekonomi dengan tujuan untuk memperdalam kondisi internal dari *ecoprint* Tapak Patera dilanjutkan pada tahap mengumpulkan informasi eksternal dan internal untuk melengkapi data yang masih kurang lengkap. Model yang dilakukan pada tahap ini yaitu dengan menggunakan Matriks Faktor Strategi Eksternal dan Matriks Faktor Strategi Internal.

#### 1. Analisis Faktor Strategi Internal (IFAS)

Analisis faktor internal dilakukan dengan mengidentifikasi dan merumuskan faktor-faktor strategi internal yaitu *strength* dan *weakness* yang harus segera diatasi (Rangkuti, 2009). Analisis ini dilakukan dengan menggunakan matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Menentukan faktor-faktor apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan pengembangan usaha *ecoprint*.
- b. Pemberian bobot masing-masing faktor dengan skala mulai dari 0,0 (sangat tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pengembangan usaha *ecoprint* (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00). Perhitungan bobot dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Penilaian Faktor}}{\text{Total Penilaian Faktor}}$$

- c. Menghitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 sampai dengan 4 (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, 4 = sangat setuju) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan usaha *ecoprint*.
- d. Mengalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4.

- e. Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom 4 dengan tujuan untuk mengetahui total skor pembobotan, nilai ini menunjukkan reaksi atau perbandingan antara lingkungan internal dan lingkungan eksternal.
- f. Total skor pembobotan menunjukkan tingkat kepentingan faktor internal dan eksternal terhadap pengembangan usaha *ecoprint*.

Bentuk dari matriks IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Matriks IFAS

| Faktor-faktor Strategi Internal<br>(1) | Bobot<br>(2) | Rating<br>(3) | Bobot x Rating<br>(4) |
|--|--------------|---------------|-----------------------|
| Kekuatan                               |              |               |                       |
| 1                                      |              |               |                       |
| 2                                      |              |               |                       |
| 3                                      |              |               |                       |
| Dst.                                   |              |               |                       |
| Kelemahan                              |              |               |                       |
| 1                                      |              |               |                       |
| 2                                      |              |               |                       |
| 3                                      |              |               |                       |
| Dst.                                   |              |               |                       |
| Total                                  | 1,00         |               |                       |

## 2. Analisis Faktor Strategi Eksternal (EFAS)

Analisis faktor eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi dan merumuskan faktor-faktor strategi eksternal yaitu *opportunity* dan *threat* yang harus dihindari (Rangkuti, 2009). Analisis ini dilakukan dengan menggunakan matriks EFAS (*External Strategic Factors Anality Summary*) untuk mengetahui faktor strategi eksternal dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Menentukan faktor-faktor apa saja yang menjadi peluang dan ancaman pengembangan usaha *ecoprint*.
- b. Memberikan bobot masing-masing faktor pada kolom 2 mulai dari 0,0 (sangat tidak penting) sampai dengan 1,0 (sangat penting) berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap pengembangan usaha *ecoprint* (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00). Perhitungan bobot dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Penilaian}}{\text{Total Penilaian}}$$

- c. Menghitung rating pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 sampai dengan 4 (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = setuju, 4 = sangat setuju) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan usaha *ecoprint*.
- d. Mengalikan bobot dengan rating untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4.
- e. Menjumlahkan skor pembobotan pada kolom 4, untuk memperoleh total skor pembobotan bagi yang bersangkutan.

Bentuk dari matriks EFAS (*External Strategic Factors Anality Summary*) dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Matriks EFAS

| Faktor-faktor Strategi Eksternal<br>(1) | Bobot<br>(2) | Rating<br>(3) | Bobot x Rating<br>(4) |
|---|--------------|---------------|-----------------------|
| Kekuatan                                |              |               |                       |
| 1                                       |              |               |                       |
| 2                                       |              |               |                       |
| 3                                       |              |               |                       |
| Dst.                                    |              |               |                       |
| Kelemahan                               |              |               |                       |
| 1                                       |              |               |                       |
| 2                                       |              |               |                       |
| 3                                       |              |               |                       |
| Dst.                                    |              |               |                       |
| Total                                   | 1,00         |               |                       |

### 3.6.3 Diagram SWOT

Kinerja sebuah usaha atau perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT akan membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*Threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weaknesses*). Penggambaran diagram SWOT dapat dilakukan dengan mengurangi antara jumlah total skor faktor kekuatan dan kelemahan yang dapat menjadi nilai atau titik pada sumbu X, sedangkan pengurangan faktor peluang dan ancaman dapat menjadi nilai atau titik pada sumbu Y. Hal ini bisa digambarkan dengan sebuah diagram sebagai berikut:



Gambar 5. Diagram Analisis SWOT  
(Sumber : Rangkuti, 2009)

Kuadran I : Perusahaan dalam situasi yang sangat menguntungkan, karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ini mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

Kuadran II : Perusahaan memiliki ancaman dari luar namun masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang harus diterapkan pada posisi ini yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan strategi diversifikasi.

Kuadran III : Perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar namun memiliki kendala atau kelemahan internal. Pada posisi ini sebaiknya perusahaan berusaha untuk mengurangi masalah yang ada di internal perusahaan untuk dapat mengambil peluang yang ada.

Kuadran IV : Perusahaan berada di posisi yang sangat tidak menguntungkan, karena mendapatkan berbagai ancaman dari luar dan kelemahan pada internalnya.

#### 3.6.4 Kanvas Strategi

Kanvas strategi adalah alat analisis yang terdapat dalam *Blue Ocean Strategy* yang dapat digunakan sebagai kerangka yang dapat merangkum situasi terkini dalam ruang pasar yang sudah dikenal (Kim & Mauborgne, 2015). Penjelasan mengenai kondisi yang digambarkan dalam kanvas strategi yaitu dapat dilihat pada

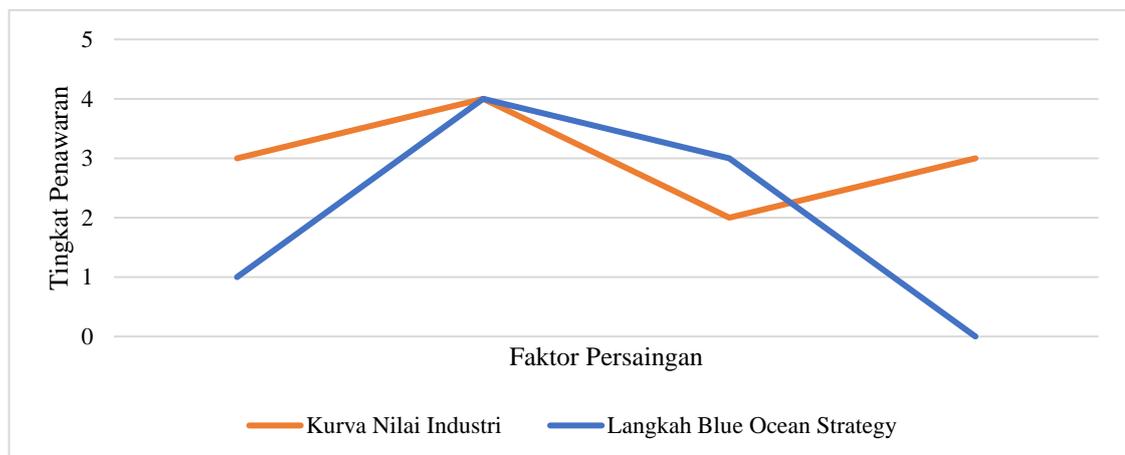
Gambar 6 sebagai contoh penggambaran dari kanvas strategi. Kanvas strategi terdiri dari dua sumbu yaitu:

1. Sumbu Horizontal yang menggambarkan faktor-faktor utama yang menjadi tempat persaingan dan investasi suatu industri
2. Sumbu Vertikal yang merangkap tingkat penawaran yang diterima pembeli di seluruh faktor utama yang bersaing.

Nilai tingkat penawaran pada kanvas strategi dapat dihitung menggunakan nilai rata-rata dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Rata-Rata} = \frac{\text{Jumlah Data Jawaban Responden}}{\text{Banyak Data Responden}}$$

Elemen dari kanvas strategi ini didapatkan dari hasil analisis SWOT yaitu variabel yang menjadi faktor persaingan dari faktor kekuatan (*strength*) dan faktor kelemahan (*weakness*) dari usaha *Ecoprint* Tapak Patera.



Gambar 6. Contoh Kanvas Strategi  
(Sumber : Kim dan Mauborgne, 2015)

Berikut langkah-langkah dalam membuat kanvas strategi:

1. Menentukan usaha atau industri yaitu *ecoprint* Tapak Patera yang akan digambarkan dalam kanvas strategi.
2. Identifikasi faktor kompetitif utama yang menjadi persaingan usaha atau industri *ecoprint* Tapak Patera dengan industri pesaingnya.
3. Nilai tingkat penawaran relatif setiap faktor pada sumbu vertikal dengan menggunakan skala.

4. Hubungkan titik-titik untuk membuat profil strategis atau kurva nilai.
5. Tentukan industri pesaing untuk merencanakan penawaran dan ulangi prosesnya.

### 3.6.5 Kerangka Kerja Empat Langkah

Kerangka kerja empat langkah merupakan alat yang termasuk dalam kanvas strategi. Dengan kerangka kerja empat langkah ini adalah cara berpikir berbeda yang menentang asumsi kita dan orang lain tentang industri dan pelanggan. Setelah merencanakan strategi kanvas, dilanjutkan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan seperti berikut:

1. *Eliminate* (Hilangkan) - Faktor-faktor apa yang sudah diterima begitu saja oleh industri yang harus dihapuskan?
2. *Reduce* (Kurangi) - Faktor-faktor apa yang harus dikurangi hingga di bawah standar industri?
3. *Raise* (Tingkatkan) - Faktor-faktor apa yang harus ditingkatkan hingga di atas standar industri?
4. *Create* (Ciptakan) - Faktor-faktor apa yang harus diciptakan yang belum pernah ditawarkan oleh industri?

### 3.6.6 Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan merupakan alat analisis pelengkap atau implementasi strategi bagi kerangka kerja empat langkah. Alat analisis ini bertujuan untuk mendorong industri untuk menciptakan kurva nilai baru. Bentuk Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan dapat dilihat pada Tabel 5

Tabel 6. Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

|          |            |
|----------|------------|
| Hapuskan | Tingkatkan |
| 1        | 1          |
| 2        | 2          |
| 3        | 3          |
| Dst      | Dst        |
| Kurangi  | Ciptakan   |
| 1        | 1          |
| 2        | 2          |
| 3        | 3          |
| Dst      | Dst        |