

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Pendekatan

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan untuk mengamati dan memahami subjek penelitian dengan mengumpulkan data dari wawancara, observasi, dan dokumen pribadi. Tujuannya adalah untuk memahami suatu fenomena, fakta, atau kenyataan. Hal ini merupakan ciri khas dan keunggulan dari metode kualitatif [13]. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan pada penelitian ini untuk mendeskripsikan dan menggambarkan secara mendalam tentang Leksana Batik Jaya dalam pengawasan produksi dan kemasannya.

3.1.2 Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Supranto, objek penelitian dapat berupa manusia, organisasi, atau barang yang akan diteliti [14]. Objek penelitian ini adalah UMKM Leksana Batik Jaya. Sedangkan menurut Andi Prastowo, subjek penelitian merupakan seseorang yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian [14]. Pemilik Leksana Batik Jaya, yaitu Titing Budiarti menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini.

3.1.3 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan secara langsung terhadap sasaran oleh peneliti dengan cara wawancara dan pengamatan. Data primer penelitian ini adalah pemilik Leksana Batik Jaya dan sekaligus menjadi informan penelitian. Data yang dikumpulkan terkait tentang proses pembuatan batik hingga kemasannya.

Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung. Misalnya seperti jurnal penelitian, skripsi, buku, dan sumber-sumber

lainnya. Jenis data sekunder yang penulis gunakan adalah sumber data dari jurnal dan buku yang digunakan untuk mendapatkan data mengenai desain kemasan.

3.1.4 Informan Penelitian

Informan penelitian merupakan seseorang yang dapat memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian serta paham mengenai masalah yang akan di teliti [15]. Informan dalam penelitian ini adalah pemilik dari Leksana Batik Jaya, yaitu Titing Budiarti. Beliau dipilih menjadi informan penelitian karena dapat memberikan informasi mengenai objek penelitian ini.

3.1.5 Teknik Pengumpulan Data

Hal yang penting dalam suatu penelitian adalah pengumpulan data. Sangat dibutuhkan ketelitian dalam mengumpulkan data yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan untuk pembahasan dan pemecahan masalah. Berikut adalah teknik pengumpulan data yang digunakan:

1. Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung untuk mendapatkan informasi atau gambaran yang jelas.

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperoleh teori dan informasi terkait materi penelitian dengan cara mempelajari dan mencari referensi dari buku, jurnal, skripsi, dan sumber lainnya.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan cara mewawancarai pemilik Leksana Batik Jaya yang berperan sebagai objek penelitian dan informan penelitian untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk penelitian ini.

4. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini adalah objek dan subjek penelitian, serta kegiatan yang terkait dengan proses pembuatan batik hingga hasil produksi Leksana Batik Jaya.

3.1.6 Metode Analisis Data

3.1.6.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah cara untuk membandingkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam bisnis. Beberapa ahli berpendapat bahwa analisis SWOT adalah rencana strategis yang dapat memperkirakan metode terbaik, menentukan tujuan, dan menentukan apa yang perlu dipertimbangkan [16].

Analisis SWOT adalah suatu pengidentifikasi yang terwujud dan digunakan untuk strategi perusahaan. Analisis ini didasari pada logika yang bisa memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), serta dapat meminimalisir kelemahan (*weakness*), dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT bisa dilakukan dengan menganalisis dan memilih empat faktor tersebut. Hasil analisis tersebut dapat berupa rencana strategis yang didasarkan pada analisis faktor-faktor strategis perusahaan.

Faktor yang ditentukan kemudian diterapkan dalam bentuk *matrix* SWOT, berikut adalah pengaplikasiannya:

1. Kekuatan dapat memanfaatkan peluang.
2. Mengatasi kelemahan yang dapat menghalangi keuntungan dari peluang.
3. Kekuatan dapat menghadapi ancaman.
4. Mengatasi kelemahan yang dapat menimbulkan ancaman menjadi nyata atau melahirkan ancaman baru.

3.2 Identifikasi Data

3.2.1 Profil Perusahaan

3.2.1.1 Data Verbal

Leksana Batik Jaya berdiri pada tahun 2013. Kemunculannya diawali dengan pemilik Leksana Batik Jaya mengikuti pelatihan membatik yang diadakan oleh pemerintah Cilacap. Titing Budiarti ingin mendirikan suatu UMKM yang dapat mensejahterakan dan meningkatkan perekonomian masyarakat Kutawaru, khususnya perempuan melalui keterampilan membatik [1].

Leksana Batik Jaya berlokasi di Jalan Nusajaya RT.01/RW.01 Kelurahan Kutawaru, Cilacap. Motif dari batik mangrove ini merupakan representasi dari flora dan fauna yang ada di Kutawaru dan tidak dimiliki oleh daerah lain. Hal ini disebabkan karena letak geografis yang berbeda, daerah Kutawaru dikelilingi oleh sungai dan lautan. Maka dari itu, banyak tanaman seperti mangrove, kelapa, kayu putih dan tumbuhan lainnya di sekitar Kutawaru. Faktor inilah yang membuat motif batik mangrove tidak serupa dengan motif batik lainnya.

Motif batik mangrove merupakan representasi keindahan dan kekayaan alam yang diterjemahkan dengan apik oleh pengrajin batik di Kutawaru, lalu diwujudkan ke dalam motif batik yang menjadi andalan Leksana Batik Jaya. Setiap motif pada batik mangrove mempunyai filosofi yang mendalam, misalnya seperti pesan agar warga lebih peduli dengan lingkungan sekitar. Batik mangrove masuk ke dalam kategori motif batik kontemporer, karena motif batik mangrove kebanyakan terinspirasi dari flora dan fauna. Hal ini memotivasi Leksana Batik Jaya untuk menciptakan motif batik yang unik dan berbeda, serta memiliki jangkauan pasar yang luas. Hal menarik lainnya dari Leksana Batik Jaya adalah keunikan pewarnaan batik yang berasal dari tumbuhan bakau. Warna yang dihasilkan oleh tumbuhan bakau ini adalah warna gelap, seperti warna hitam, abu-abu, coklat.



Gambar 3.1 Motif Batik Isen Isen Segara Anakan
[Sumber: Dokumen Penulis, 2021]



Gambar 3.2 Motif Batik Bumi Wijaya Kusuma
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2021]



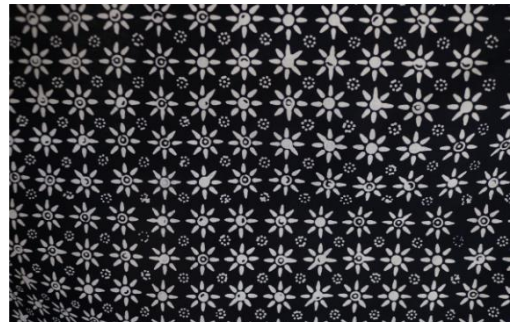
Gambar 3.3 Motif Batik Pesona Bahari Cilacap
[Sumber: Dokumen Penulis, 2021]



Gambar 3.4 Motif Batik Tapak Dara
[Sumber: Dokumen Penulis, 2021]



Gambar 3.5 Motif Batik Mangrove Avicennia
[Sumber: Dokumen Penulis, 2021]



Gambar 3.6 Motif Batik Truntum
[Sumber: Dokumen Penulis, 2021]

Produk Leksana Batik Jaya mempunyai beberapa klasifikasi: (1) Motif batik mangrove merupakan representasi dari flora dan fauna yang ada di Kutawaru; (2) Ada 3 teknik yang digunakan dalam pembuatan batik mangrove, yaitu batik tulis, batik cap, dan batik kombinasi; (3) Ada 2 jenis pewarnaan yang digunakan dalam proses pembuatan batik mangrove, yaitu pewarnaan sintetis seperti indigosol dan naptol, serta pewarnaan alam yang menggunakan tumbuhan bakau.

3.2.1.2 Data Visual



Gambar 3.7 Proses Pembuatan Batik Tulis
[Sumber: Dokumen Penulis, 2021]



Gambar 3.8 Proses Pembuatan Batik Cap
[Sumber: Dokumen Penulis, 2021]



Gambar 3.9 *Display* Batik
[Sumber: Dokumen Penulis, 2021]



Gambar 3.10 Proses Pengeringan Batik
[Sumber: Dokumen Penulis, 2021]



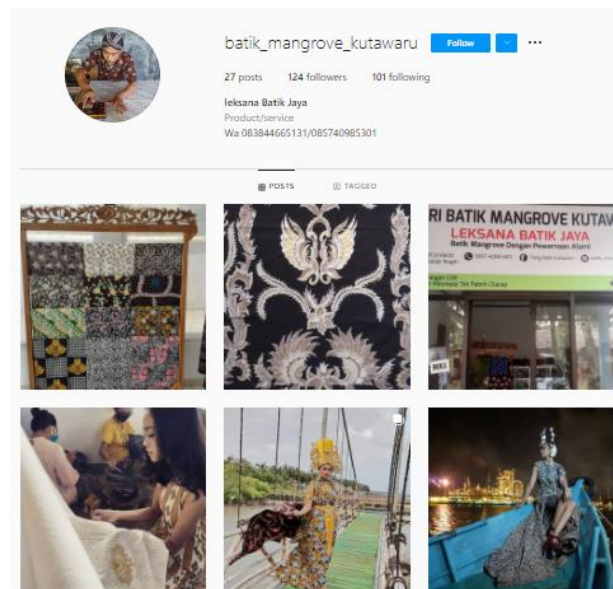
Gambar 3.11 Kemasan Leksana Batik Jaya
[Sumber: Dokumentasi Leksana Batik Jaya]

3.2.2 Promosi yang Pernah Dilakukan

Selama ini Leksana Batik Jaya melakukan promosi dengan cara mengikuti pameran, *event*, kegiatan dari dinas dan memanfaatkan jaringan yang dimiliki oleh sang pemilik. Dan pada bulan-bulan tertentu Leksana Batik Jaya mengadakan diskon besar-besaran. Selain itu, Leksana Batik Jaya juga memanfaatkan media sosial untuk promosi, yaitu *Facebook* dan *Instagram*.



Gambar 3.12 Promosi yang Dilakukan Leksana Batik Jaya
[Sumber: <https://www.facebook.com/titing.titing.5496683>]



Gambar 3.13 Promosi yang Dilakukan Leksana Batik Jaya
[Sumber: https://www.instagram.com/batik_mangrove_kutawaru/?hl=en]

3.2.3 Studi Komparasi

3.2.3.1 Nusantara Batik Galeri

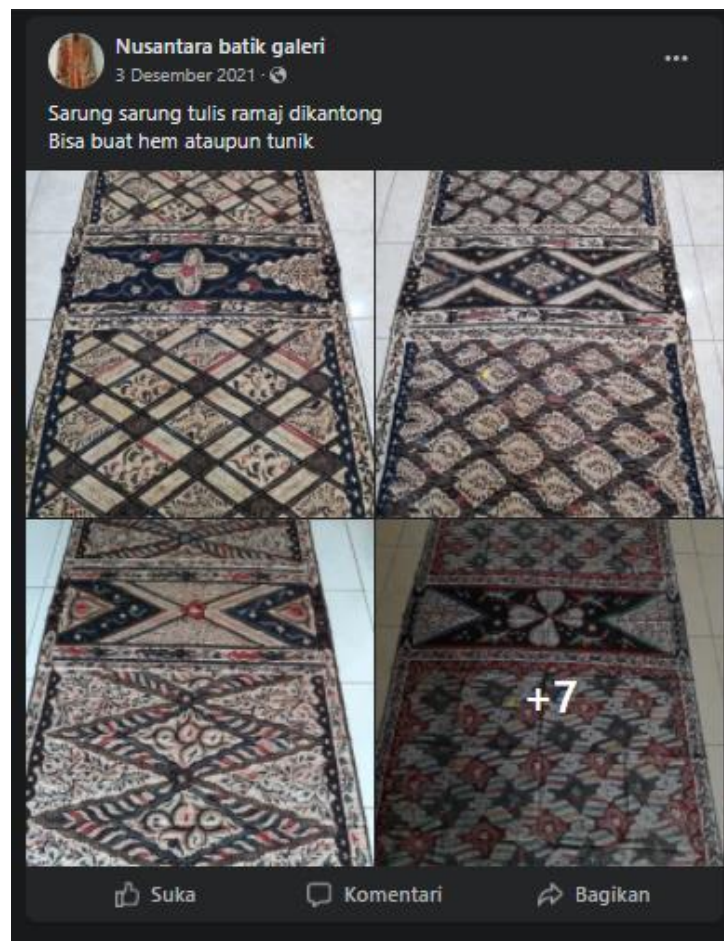
Nusantara Batik Galeri berlokasi di Jalan Perintis Kemerdekaan, Kompleks Ruko Kalidonan No. 47, Cilacap. Nusantara Batik Galeri menjual batik tulis, cap, dan *handprint* dengan berbagai macam motif yang ada di Nusantara. Selain menjual kain batik, Nusantara Batik Galeri juga menerima *custom* jahit seperti kemeja, *dress*, dll. Kemasan dari Nusantara Batik Galeri berbentuk persegi panjang dengan motif batik yang mengelilingi seluruh kemasannya. Bagian permukaan atas kemasan berlapis mika guna untuk melihat motif batik yang ada di dalamnya. Logo dari Nusantara Batik Galeri terdapat pada bagian tengah kemasan sebagai identitas produk. Sedangkan pada bagian atas kemasan terdapat *tagline* “Aneka Batik & Kain Tradisional Berkualitas”. Dan pada bagian bawah kemasan terdapat lokasi Nusantara Batik Galeri.



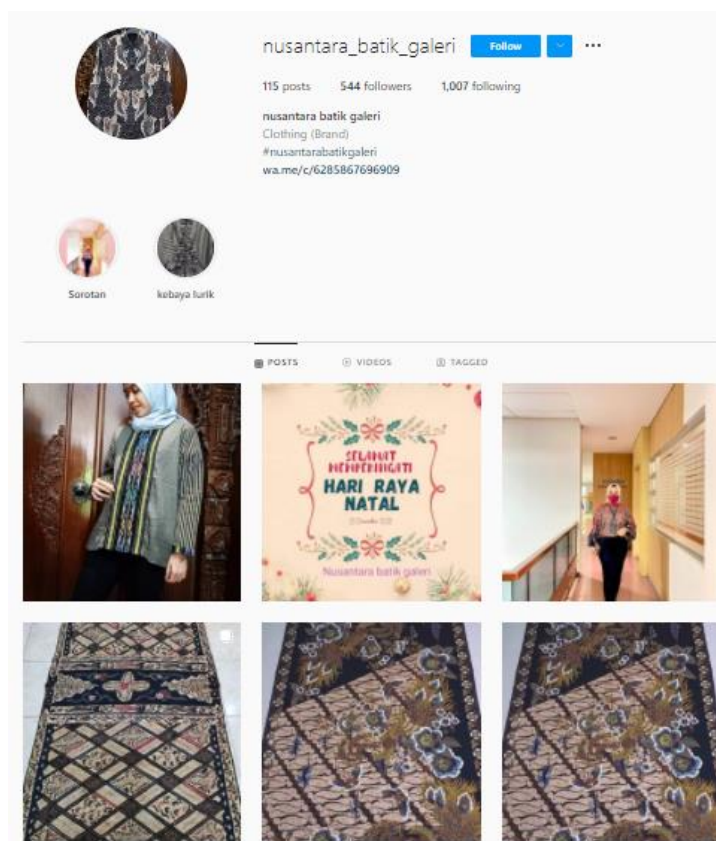
Gambar 3.14 Kemasan Nusantara Batik Galeri

[Sumber: shorturl.at/kmJKY]

Saat ini, media sosial memiliki berbagai macam keuntungan dalam promosi, seperti untuk menyampaikan informasi kepada konsumen dan tidak memerlukan biaya yang banyak, bahkan waktu yang digunakan juga singkat [17]. Hal ini dilakukan oleh Nusantara Batik Galeri untuk mengenalkan produk dengan cara memanfaatkan media sosial, seperti *Facebook* dan *Instagram*. Selain itu, untuk pemesanan juga dapat dilakukan lewat *WhatsApp*.



Gambar 3.15 Promosi yang Dilakukan Nusantara Batik Galeri
 [Sumber: https://www.facebook.com/siratnabatik/photos/?ref=page_internal]



Gambar 3.16 Promosi yang Dilakukan Nusantara Batik Galeri
[Sumber: https://www.instagram.com/nusantara_batik_galeri/?hl=en]

3.2.3.2 Batik Kecepat

Batik Kecepat berlokasi di Perumahan Yaktapena A5/6, Jalan Donan Raya, RT.04/RW.18, Cilacap. Batik Kecepat menjual kain batik tulis dan batik cap maupun kemeja dengan berbagai macam motif. Kemasan dari Batik Kecepat berbentuk persegi panjang dengan motif batik yang mengelilingi seluruh kemasannya. Pada bagian atas kemasan, di sisi kanannya terdapat logo dari Batik Kecepat, sedangkan untuk sisi kirinya berlapis kaca guna untuk melihat motif yang ada di dalamnya. Dan pada bagian samping kemasan terdapat lokasi Batik Kecepat. Selain itu, Batik Kecepat juga mempunyai *secondary packaging* dengan menggunakan *shopping bag* yang mana terdapat logo dari Batik Kecepat serta lokasinya.



Gambar 3.17 Kemasan Batik Kecepit
[Sumber: <https://www.facebook.com/puttree.nastiti>]

Sama halnya dengan Nusantara Batik Galeri, Batik Kecepit pun juga memanfaatkan media sosial untuk promosi. Hanya saja Batik Kecepit hanya memanfaatkan *Facebook* sang *owner* untuk promosi. Pemesanan pun juga dapat dilakukan lewat *WhatsApp*.





Gambar 3.18 Promosi yang Dilakukan Batik Kecepat
[Sumber: <https://www.facebook.com/puttree.nastiti>]

3.3 Analisis Data

3.3.1 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threats*) adalah jenis analisis dengan meninjau kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari objek yang akan diteliti. Berikut adalah hasil analisis SWOT dari Leksana Batik Jaya:

<p style="text-align: center;">INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">EXTERNAL</p>	<p style="text-align: center;">STRENGTH (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> Memiliki motif yang berbeda dengan motif batik dari daerah lain, karena motif batik mangrove menggambarkan representatif flora dan fauna yang ada di Kutawaru. Proses pewarnaannya unik, yaitu menggunakan pewarna alami dari tumbuhan bakau. Leksana Batik Jaya sangat menjaga mutu dan kualitas produk. 	<p style="text-align: center;">WEAKNESS (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> Pengemasannya masih dapat dikatakan kurang menarik dan dari segi informasi serta keterbacaan logonya sangat kurang. Kurang media promosi. Masih banyak masyarakat Cilacap yang belum tahu dengan keberadaan Leksana Batik Jaya.
<p style="text-align: center;">OPPORTUNITY (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> Berlokasi di Kutawaru yang merupakan desa wisata Cilacap Bekerjasama dengan pemerintah Cilacap. 	<p style="text-align: center;">STRATEGY S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> Menjaga kualitas produk untuk mendapatkan bantuan dari pemerintah, contohnya seperti pameran. Dapat menjadi salah satu pilihan cinderamata wisatawan yang mengunjungi Kutawaru. Cilacap. 	<p style="text-align: center;">STRATEGY W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> <i>Recognition</i> (pengenalan) sangat dibutuhkan untuk sebuah <i>brand</i> yang belum cukup terkenal dikalangan masyarakat, tujuannya untuk meningkatkan <i>brand image</i>. Membuat desain kemasan dengan motif batik mangrove, untuk menonjolkan ciri khas batik Kutawaru sebagai cinderamata, sehingga mempermudah seseorang yang melihat mengenal dan mengingat bahwa produk tersebut dari Leksana Batik Jaya. Memanfaatkan bantuan dari pemerintah seperti pameran untuk memperkenalkan Leksana Batik Jaya kepada masyarakat
<p style="text-align: center;">THREAT (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Ancaman datang dari para kompetitor Leksana Batik Jaya yang ada di Cilacap. 	<p style="text-align: center;">STRATEGY S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> Membuat suatu pembeda dari kompetitor, contohnya membuat desain kemasan yang menarik. Mempertahankan dan menjaga kualitas produk untuk mengantisipasi selera konsumen yang dapat berubah. 	<p style="text-align: center;">STRATEGY W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan perkembangan media promosi untuk menghadapi persaingan dari kompetitor. Membuat kemasan yang menarik dengan harga produk terjangkau untuk mengantisipasi persaingan dari munculnya produk sejenis serta mengatasi tingkat persaingan pasar.

Tabel 3.1 Analisis SWOT
[Sumber: Hasil Olahan Peneliti]

3.3.2 USP (*Unique, Selling, Preposition*)

Leksana Batik Jaya merupakan UMKM yang memproduksi dan mengembangkan batik kontemporer dengan teknik tulis, cap, dan kombinasi. Motif dari Leksana Batik Jaya merupakan representasi dari flora dan fauna yang ada di Kutawaru sehingga berbeda dengan daerah lainnya. Hal menarik lainnya dari Leksana Batik Jaya adalah keunikan pewarnaan batik yang berasal dari tumbuhan bakau. Warna yang dihasilkan oleh tumbuhan bakau ini adalah warna gelap, seperti warna hitam, abu-abu, coklat.

3.3.3 Positioning

Leksana Batik Jaya berusaha mengedepankan produk yang berkualitas dan bermutu untuk membuat alasan konsumen membeli produknya kembali. Keunikan produknya berada pada motifnya yang berbeda dari batik lainnya karena motif batik dari Leksana Batik Jaya menggambarkan representatif flora dan fauna yang ada di Kutawaru. Selain itu, proses pewarnaan yang digunakan juga unik dengan menggunakan pewarna alami dari tumbuhan bakau. Tujuannya untuk membentuk citra produk sebagai produk batik untuk kalangan menengah ke atas.

3.3.4 Target Audiens

1. Demografis

- Usia : 20 - 40 tahun
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
- Pekerjaan : PNS, Karyawan Swasta, Wiraswasta
- Sosial Ekonomi : SES A, seseorang atau keluarga yang memiliki tingkat pengeluaran per bulan lebih dari Rp 3.000.000
SES B, seseorang atau keluarga yang memiliki tingkat pengeluaran per bulan sekitar Rp 2.000.000 – 3.000.000

2. Geografis

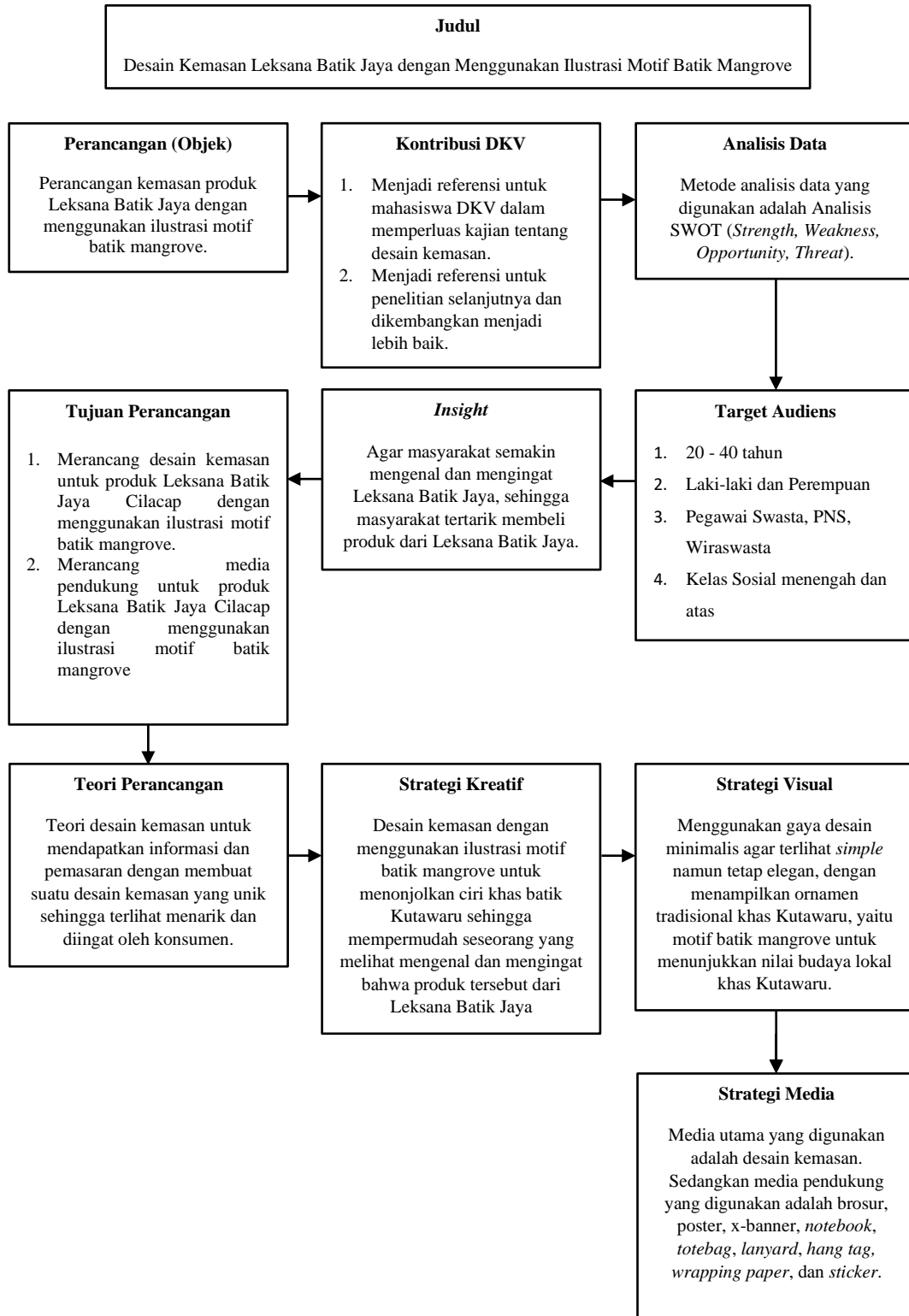
Cilacap dan sekitarnya, serta kota besar lainnya yang ada di Indonesia.

3. Psikografis

- a. Seseorang yang *fashionable* dan suka menggunakan batik yang memiliki ciri khas tersendiri.
- b. Seseorang yang suka berpenampilan elegan dan mewah, serta berkomunikasi dan bersosialisasi dengan banyak rekan kerja.
- c. Seseorang yang suka menggunakan produk-produk lokal buatan dalam negeri.

3.4 Kerangka Penelitian

Tahapan proses yang dilakukan dalam penelitian ini digambarkan pada kerangka penelitian pada Gambar 3.4 sebagai berikut:



Gambar 3.1 Kerangka Penelitian
[Sumber: Hasil Olahan Peneliti]

3.5 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Pelaksanaan				
	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
Pengumpulan data					
Pengolahan data					
Analisis data					
Pembuatan laporan					
Revisi					

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian
[Sumber: Hasil Olahan Peneliti]