

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri merupakan kegiatan manufaktur untuk menghasilkan barang-barang jadi, dari bahan baku atau bahan mentah melalui suatu proses pengelolaan dalam jumlah besar sampai akhirnya barang-barang tersebut dapat tampak dengan harga satuan yang seminimal mungkin namun tetap dengan mutu semaksimal mungkin. Perkembangan Ekonomi lokal di kota Cirebon cukup berkembang pesat jumlahnya. Karena kota Cirebon adalah salah satu kota di provinsi Jawa Barat yang mempunyai beberapa hasil produksi yang karena nilai keunggulannya harus dikembangkan. Potensi ekonomi lokal seperti halnya potensi seni dan kebudayaan, yaitu diantara lain tari topeng, tarling, dan batik apabila tidak ada pembinaan secara optimal, lalu akan menjadi hambatan disuatu hari kedepan, kondisi pengembangan ekonomi di Era Digitalisasi dan masyarakat Ekonomi Asia yang sudah mulai berjalan dan sangat terasa kondisi sekarang (Salma & Eskak, 2012).

Salah satu industri yang ada di Indonesia merupakan industri batik, batik adalah karya seni tinggi Negara Indonesia yang telah dikenal sejak masa kerajaan Majapahit lalu terus terus berkembang sampai saat ini (Salma & Eskak, 2012). Dikarenakan perlindungan hukum terhadap kekayaan intelektual masyarakat daerah masih lemah, batik pernah dihakmiliki oleh Negara lain atau perusahaan swasta (Tololiu, 2014). Terkait pernyataan tersebut, Indonesia menyiapkan berbagai kajian, seminar, workshop/pameran mengenai batik untuk selanjutnya mengambil upaya hukum.

Masyarakat indonesia maupun luar negeri pun sudah mengenal batik indonesia seperti batik Pekalongan, batik Solo, batik Cirebon. Batik sudah menjadi trend dikalangan masyarakat, hal ini dapat dilihat pada beberapa kota di Indonesia yang mempunyai batik. Hal ini juga tidak terlepas dari peran pemerintah yang menggerakkan dan mendukung. Dan setiap kota tersebut pasti

memiliki corak dan motif batik yang khas. Seperti kota pekalongan yang mempunyai ciri khas batik yang didominasi dengan motif tumbuh-tumbuhan dan hewan, batik pekalongan ini menggambarkan ciri kehidupan masyarakat pesisir yang mudah beradaptasi dengan pengaruh budaya asing. Lalu kota solo dengan dengan batik kawung yang memiliki motif tua dan berasal dari tanah jawa. Motif kawung ini adalah gambaran dari buah kawung atau biji aren, yang memiliki filosofi pengendalian diri yang sempurna, hati yang bersih tanpa ada keinginan untuk ria. Dan ada kota Cirebon dengan batik megamendung, motif batik dengan pola-pola awan ini terdiri dari kata Mega yang berarti awan dan Mendung diartikan sebagai sifat yang sabar, nuansa yang terletak pada motif ini sesuai dengan tujuh lapisan yang ada di langit (Patji, 2010).

Cirebon adalah salah satu kota di Indonesia yang mempunyai identitas sebagai kota pengrajin batik, dengan motif khasnya yakni mega mendung, liris, dua singa payung, keraton, dan sebagainya. Keanekaragaman motif batik khas Cirebon tidak akan bisa menjadikan Cirebon sebagai kota yang terkenal dengan batik, bila disamakan oleh kota lain seperti Pekalongan dan Solo. Salah satu daerah sentral batik di Cirebon itu sendiri terdapat di desa Trusmi, kecamatan Plered, kabupaten Cirebon. Batik di desa Trusmi sudah ada dari zaman dahulu dan dijaga keasliannya hingga saat ini, yang lebih dikenal dengan “Kampung Batik Trusmi” atau kawasan sentral batik Trusmi (Aan, 2017).



Gambar 1.1

Batik motif dua singa payung



Gambar 1.2

Batik motif liris



Gambar 1.3

Batik motif megamendung



Gambar 1.4

Batik motif keraton

BT Batik Trusmi termasuk salah satu perusahaan toko batik dan toko oleh-oleh terbesar yang terdapat di desa Trusmi. Berdiri pada tahun 2011, eksistensi BT Batik Trusmi, cukup mengalihkan popularitas toko-toko batik yang berada di kampung batik trusmi sebab wisatawan lebih tergiring mengunjungi BT Batik Trusmi karena keunggulan yang dimiliki oleh toko. BT Batik Trusmi membuat merek oleh cara yang efektif namun sederhana, yang pertama yaitu dalam pemilihan nama perusahaan BT Batik Trusmi, sebab Batik Trusmi adalah kampung batik Cirebon yang telah terkenal, dan penambahan kata BT di bagian depan untuk inisial dari Batik Trusmi itu sendiri. Pemilihan nama ini menjadi sangat istimewa, dikarenakan toko-toko batik di desa Trusmi dan sekitarnya lebih memilih untuk memakai nama pribadi dari pemiliknya, seperti diantaranya Batik Nova, Batik Alfian, dan serta lainnya. Pemilihan nama ini diduga sebuah kecurangan bagi sebagian pihak sebab menumbuhkan persepsi orang-orang awam tentang “Batik Trusmi adalah BT Batik Trusmi”. Dikarenakan hal tersebut dapat meningkatkan promosi usaha yang sederhana namun cerdas. Lantaran pemilihan nama tersebut membuat nama BT Batik Trusmi dapat diingat dengan mudah oleh masyarakat atau konsumen-konsumen, terutama oleh para wisatawan dari luar kota (Aan, 2017).

BT Batik Trusmi tidak hanya menawarkan pakaian, toko usaha BT juga terkenal sebagai sentral oleh-oleh juga karna menawarkan berbagai

produk oleh-oleh tradisional seperti kerajinan tangan, aksesoris, makanan ringan, kue, dan lainnya. Di BT Batik Trusmi pun terdapat Batik Kitchen, yakni sebuah restoran yang mengusung nuansa tradisional seperti pemilihan keramik bermotif batik, serta menyajikan makanan khas Cirebon, seperti empal gentong dan tahu gejrot. Batik Trusmi juga meresmikan sebuah museum batik modern yang memadukan budaya dan teknologi yang dinamakan Trupak Museum pada November 2018. Museum ini merupakan salah satu wisata edukatif, karena setiap pengunjung yang datang dapat mempelajari sejarah batik Cirebon, jenis-jenis batik, berbagai macam canting dan kain batik, dan juga pengunjung dapat mengetahui kebudayaan topeng Cirebon. Museum trupak ini memiliki sisi modern yang terletak pada penggunaan video mapping dan juga menyajikan berbagai spot foto. Hal ini menjadikan Trupak Museum salah satu daya tarik wisatawan untuk mengunjungi Batik Trusmi Cirebon (Aan, 2017).

Promosi adalah salah satu hal yang penting dalam hal pemasaran sebuah produk perusahaan (Iswari, 2019). Oleh karena itu BT Batik Trusmi pastinya harus memiliki strategi promosi tersendiri, salah satunya dengan memasang banyak reklame di sepanjang jalan menuju area BT Batik Trusmi, bahkan BT menempatkan banyak reklame di jalan nasional dari arah Jakarta ke Jawa tengah, maupun sebaliknya. Koran atau surat kabar juga merupakan salah satu media promosi yang dipilih oleh BT yaitu dengan menempatkan *voucher* atau kupon belanja untuk mendapatkan potongan harga pada potongan iklan pada surat kabar tersebut. BT Batik Trusmi juga menggunakan media online untuk upaya promosi pada era digitalisasi seperti sekarang. Pengelolaan website dan media sosial dilakukan dengan baik, terlihat dari keaktifan akun dan banyaknya aktifitas yang terjadi pada portal online tersebut.

Kegiatan produksi dan pemasaran bagi sebuah perusahaan adalah suatu hal penting yang akan berdampak pada kesuksesan sebuah perusahaan tersebut. Produksi dan pemasaran memiliki konsep bahwa yang perlu dilihat bukan hanya membuat target produksi dan pemasaran, memilih produk yang

ditawarkan dalam persaingan usaha batik, akan tetapi membuat prospek juga salah satu hal yang tak boleh terlewat (Iswari, 2019). Prospek pemasaran melihat produk yang dimiliki BT sebagai satu-satunya yang dapat mengatasi atau memberikan solusi bagi pembeli. Oleh karena itu dalam suatu perusahaan sangat penting memiliki manajemen produksi dan kegiatan pemasaran yang baik dan tertata (Patji, 2010).

Dalam upaya persaingan usaha batik toko usaha BT Batik Trusmi memiliki beberapa upaya yang harusnya dilakukan, yaitu dengan cara memperhatikan hal produksi dan kegiatan pemasaran yang dimiliki. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan ingin menganalisis tentang manajemen produksi dan juga manajemen pemasaran yang dimiliki BT Batik Trusmi terutama di era digitalisasi seperti sekarang.

Dipilihnya BT Batik Trusmi di kampung batik Cirebon karena di tempat itu merupakan salah satu toko usaha yang cukup berhasil dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat bahkan menjadi ikon kota Cirebon, namun demikian untuk meningkatkan pendapatan produksi usaha batik trusmi yang tidak hanya berkisar pada Cirebon saja, usaha ini sudah memasuki pasar ekspor dan telah memiliki toko cabang di kota-kota lain, tidak hanya di Cirebon.

Hal ini disebabkan oleh beberapa persoalan seperti penggunaan teknologi produksi yang sudah modern, strategi pemasaran yang sudah berbasis teknologi informasi, manajemen keuangan yang sudah canggih dan lain-lain. Atas dasar itulah mengapa penelitian ini penting sebagai dasar untuk membuat strategi bersaing, seperti persaingan usaha batik dikawasan batik trusmi Cirebon terutama di era digitalisasi seperti saat ini, permintaan dan penawaran batik yang tidak seimbang, dan kendala serta hambatan dalam pelaksanaan manajemen produksi dan manajemen pemasaran yang dimiliki.

B. Perumusan Masalah

Kemudian, berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini dapat di rumuskan dalam beberapa permasalahan pokok sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi BT Batik Trusmi dalam memenangkan persaingan usaha di era digitalisasi?
2. Bagaimana peranan produksi yang dimiliki BT Batik Trusmi dalam menghadapi persaingan usaha di era digital?
3. bagaimana peranan kegiatan pemasaran yang dilakukan BT Batik Trusmi dalam menghadapi persaingan usaha di era digital?

C. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan masalah yang terlalu luas dalam penelitian, maka penulis membatasi masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit. Untuk itu, pembatasan objek kajian masalah penelitian ini dibatasi yaitu pada toko usaha BT Batik Trusmi desa trusmi kecamatan plered kabupaten Cirebon saja.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, dapat disimpulkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi BT Batik Trusmi dalam memenangkan persaingan usaha di era digitalisasi.
2. Untuk mengetahui bagaimana peranan produksi yang dimiliki BT Batik Trusmi dalam menghadapi persaingan usaha di era digital.
3. Untuk mengetahui bagaimana peranan kegiatan pemasaran yang dilakukan BT Batik Trusmi dalam menghadapi persaingan usaha di era digital.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat menerapkan dan menganalogikan teori-teori yang telah didapatkan di bangku kuliah dan melihat, mengamati, serta mengetahui keadaan sebenarnya yang di hadapi di lingkungan sekitar. Disamping itu penelitian ini diharapkan membuat penulis memperluas wawasan dan mendapat gelar S. 1.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan menjadi bahan referensi dalam penyusunan penelitian berikutnya. Khususnya pada jurusan ekonomi syariah mengenai masalah analisis persaingan usaha.

3. Bagi Toko Batik Trusmi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi usaha batik trusmi dalam hal produksi dan kegiatan pemasaran agar dapat menghadapi persaingan usaha di era digital kedepannya lagi.

F. Penelitian Terdahulu

Dalam penelusuran yang dilakukan oleh penulis terkait dengan karya ilmiah yang membahas mengenai Analisis Persaingan Usaha Batik Trusmi Cirebon di Era Digitalisasi. Terdapat beberapa kesamaan dengan karya ilmiah (penelitian) yang lain diantaranya dalam bentuk skripsi dan jurnal. Berikut penelitiannya:

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Tahun Terbit	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Choirun Nisak	Analisis SWOT pada	pendekatan kualitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan	Persamaan penelitian

	(2021)	<i>Implementasi Financial Technology</i> dalam Pengembangan Usaha Batik Tulis “Alshidan Batik” di Kelurahan Kowel Kecamatan Pamekasan Kabupaten Pamekasan	dengan metode deskriptif.	bahwa: pertama, Alshidan Batik memanfaatkan teknologi dalam proses pemasaran, di mana dalam mempromosikan batik tulis menggunakan media sosial seperti <i>facebook</i> , <i>instagram</i> , <i>WhatsApp</i> dan lain sebagainya, dan untuk pembayarannya pemilik Alshidan Batik menyediakan beberapa nomor rekening untuk menampung pembayaran dari para pembeli, di mana pembayaran tersebut biasanya menggunakan <i>mobile banking</i> , dan ATM, ada juga yang menggunakan e-wallet jika pembayaran	yaitu terletak pada permasalahan, sedangkan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian.
--	--------	---	---------------------------	--	---

				melalui <i>mobile banking</i> atau yang lainnya mengalami masalah (<i>trouble</i>). Kedua, hasil analisis SWOT pada usaha batik tulis “Alshidan Batik” menunjukkan bahwa usaha tersebut berada pada kuadran III (tiga) di mana pada kuadran ini merupakan situasi di bawah rata-rata, usaha tersebut memiliki peluang yang besar namun juga terdapat kelemahan kelemahan yang harus diminimalisir.	
2.	M. Andika pratama elyanto (2019)	Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing Dan Volume Penjualan	Metode Penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan metode	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang digunakan dalam memasarkan produk menggunakan <i>market place</i> atau	Persamaan penelitian yaitu terletak pada beberapa variabel yang

		Batik Padepokan Canteng Koneng Kabupaten Sumenep Di Era Revolusi Industri 4.0	pendekatan interpretif dan metode fenomenologi	<i>online</i> . Dan jangkauan pasarnya dari level menengah sampai level atas karna produk yang dihasilkan Padepokan Canteng Koneng mempunyai kualitas, mutu yang baik dan d disesuaikan dengan model masa kini yang dapat digunakan untuk semua kalangan umur.	digunakan, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada lokasi penelitiannya.
3.	Iston Dwija Utama (2019)	Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Pada Era Digital Di Kota Bandung	pendekatan kualitatif	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa untuk industry kuliner, fashion, serta tour and travel, mereka memberikan nilai tambah dan diferensiasi pada produk dan layanan yang diberikan, sedangkan dalam	Persamaan penelitian terletak pada pengangkatan masalah tentang analisis pemasaran di era digital, sedangkan perbedaannya

				sisi harga, mereka menerapkan harga yang kompetitif dan bersaing. Berbeda dengan <i>industry trading</i>, mereka lebih banyak menggunakan strategi harga yang bersaing dan kompetitif, selain itu mereka juga memiliki pasar sasaran yang cenderung mengarah pada <i>niche market</i> agar produk mereka dapat diterima oleh pasar. Penerapan teknologi juga lebih banyak digunakan pada industri kuliner, <i>fashion</i>, serta <i>tour and travel</i> melalui <i>website</i> dan media sosial untuk menjalin hubungan baik dan berkomunikasi	terletak pada objek penelitian.
--	--	--	--	---	--

				dengan para konsumen serta <i>audiences</i> .	
4.	Joseph M.J.Renwarin (2016)	Analisis Merek Dan Bahan Baku Untuk Memenangkan Persaingan (Studi Kasus Kerajinan Batik Kayu Sanggar Punokawan Di Dusun Kreet Yogyakarta Indonesia)	Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif non interaktif	hasil penelitian ini adalah kurangnya kapasitas untuk menjual dengan harga premium di pasar, citra merek dan brand equity. Temuan lainnya adalah kemampuan meningkatkan kualitas bahan baku untuk meningkatkan <i>brand</i> gambar produk dari Sanggar Punokawan Desa Kreet Jogjakarta Indonesia dan juga untuk semua bisnis di Batik Kayu.	Persamaan kedua penelitian yaitu pengangkatan masalah penelitian, sedangkan perbedaannya terletak pada objek penelitian.
5.	Susanti Lasmaria Purba, et al (2018)	Analisis Faktor Produksi Terhadap Daya Saing	Metode kuantitatif, Analisis data digunakan	Hasil penelitian ini menganalisis dampak kurangnya faktor produksi terhadap daya saing	Persamaan penelitian terletak pada variabel

		Batik Semarangan	analisis deskriptif, analisis SWOT dan analisis regresi.	yang menunjukkan bahwa diperlukan strategi yang sesuai untuk pengembangan daya saing batik Semarangan untuk mengoptimalkan pengelolaan produksi batik semarangan dan juga memperluas persaingan batik di daerah lain. Pengaruh signifikan faktor produksi SDM terhadap daya saing, faktor produksi Bahan baku ada pengaruh signifikan terhadap daya saing dan faktor produksi modal tidak ada pengaruh tidak signifikan terhadap daya saing. Saran yang diberikan dari penelitian ini yaitu para pembatik harus	dan pengangkat an masalah penelitian, sedangkan perbedaan penelitian terletak pada metode yang digunakan.
--	--	---------------------	---	---	--

				mempertahankan kualitas produk batik dan meningkatkan kualitas tenaga kerja. Pemilik usaha seharusnya lebih banyak mengikuti pameran-pameran dari pemerintah dan instansi lainya terutama pameran yang di luar Kota Semarang agar Batik Semarangan dapat dikenal masyarakat luar Kota Semarang.	
6.	Imam Iswari, dkk (2019)	Pengembangan Pemasaran Desa Batik Jetis Di Era Digital.	Metode penelitian kualitatif deskriptif	Hasil penelitian ini adalah Kampoeng batik tulis jetis Sidoarjo mempraktikkan strategi pemasaran digital (<i>digital marketing</i>) secara online melalui media sosial seperti <i>facebook</i> , <i>instagram</i> , dan jaringan internet	Persamaan penelitiannya yaitu pemakaian beberapa variabelnya, sedangkan perbedaan dari kedua penelitian yaitu terletak pada jenis

				lain yang terhubung dengan jangkauan konsumen yang lebih luas Penerapan <i>digital marketing</i> yang dilaksanakan Kampoeng batik tulis jetis Sidoarjo dapat meningkatkan penjualan. Ini terjadi karena konsumen lebih luas, lebih dekat, dapat memeriksa kualitas dan reputasi produk, dan dapat melakukan transaksi secara <i>online</i>. Kampoeng batik tulis jetis Sidoarjo perlu terus melakukan inovasi dalam pengembangan aplikasi-aplikasi pemasaran digital sehingga bisa mudah diakses. Juga meningkatkan	batik.
--	--	--	--	--	--------

				kerjasama- kerjasama dengan berbagai <i>market place</i> lain yang tersedia.	
7.	Hanindyal aila Pienrasmi, Dora Rinova (2019)	Perubahan Landscape Komunikasi Pemasaran Di Era Digital Pada Kelompok Pengrajin Batik Tulis Lampung	Metode kualitatif dan disajikan secara deskriptif kualitatif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran pada pengrajin batik tulis di Kecamatan Kemiling secara perlahan sudah mulai dilakukan secara digital memanfaatkan perkembangan teknologi. strategi komunikasi pemasaran dilakukan secara konvensional melalui komunikasi	Persamaan penelitian ini yaitu terletak pada variabel penelitian yang di gunakan, sedangkan perbedaan penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian

				dari mulut ke mulut dan melakukan kegiatan pameran. Hal ini dapat dikaji dari temuan yang menggambarkan bahwa kelompok para pengrajin sudah memiliki akun media sosial untuk menunjang kegiatan promosi penjualannya.	
8.	Aan J, et al (2017)	Persaingan Usaha Di Industri Kerajinan Batik Trusmi Di Kabupaten Cirebon (Aplikasi Porter's Five Force Model)	Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan studi deskriptif	Hasil penelitian ini yaitu struktur pasar pada industri kerajinan batik di Kabupaten Cirebon adalah persaingan monopolistik, sehingga persaingan diantara para pelaku usaha tidak terlalu ketat, karena perilakunya nyaris homogen, strategi diferensiasi produk lebih mendominasi perilaku usaha. Sedangkan produk	Persamaan penelitian ini yakni objek penelitian dan permasalahan penelitian yang diangkat, sedangkan perbedaannya terletak pada variabel penelitiann

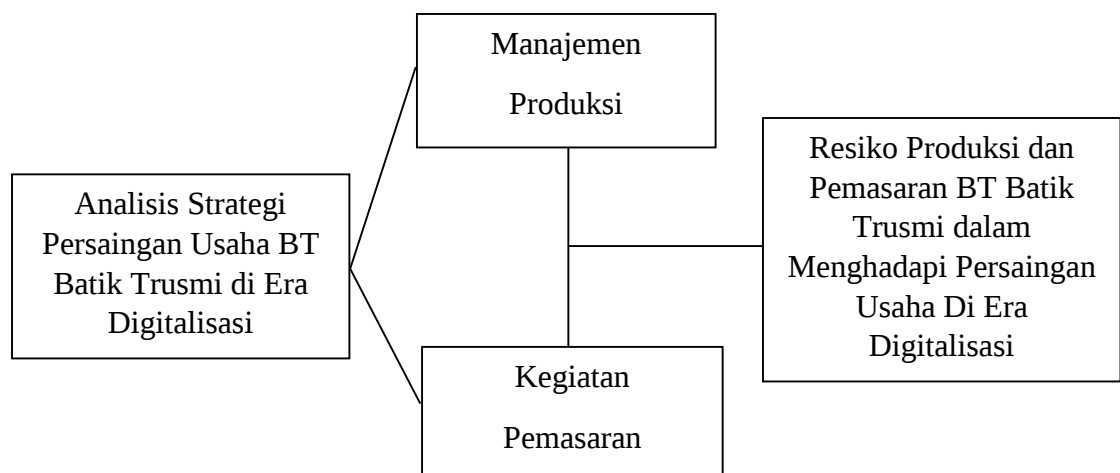
				pengganti dan keberadaan pesaing cukup mengancam, serta daya tawar pelaku usaha terhadap pemasok bahan baku dan menghadapi pembeli relatif rendah. Untuk itu selain terus meningkatkan daya saing produk, melalui diversifikasi, diferensiasi produk, seperti peningkatan kualitas, inovasi dan disain produk sehingga mampu bersaing dengan pesaing dan barang substitusinya, juga mampu meningkatkan daya tawar kepada pembeli dan pemasok bahan baku.	ya.
9.	Taufiq Hidayat	Formulasi Strategi	Pendekatan deskriptif	Hasil penelitian ini menunjukkan	Persamaan penelitian

	(2016)	Bisnis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Industri Batik “Mliwis Putih” Di Desa Sobontoro, Balen, Bojonegoro	kualitatif	bahwa (1) kondisi internal dan eksternal Industri Batik "Mliwis Putih" menunjukkan kinerja yang cukup baik. (2) strategi penetrasi pasar adalah strategi alternatif yang terbaik untuk dilaksanakan oleh Industri Batik "Mliwis Putih" untuk mencapai daya saing, karena memiliki nilai tertinggi 5,59 di STAS di QSP Matrix.	ini terletak pada beberapa variabel penelitiannya. Sedangkan perbedaanya yaitu objek penelitian.
10.	Basworo Diby, Sujadi (2018)	Peran Brand “Kampoeng Batik Laweyan” Dalam Meningkatkan Batik Laweyan Untuk Meningkatkan	Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam menetapkan kebijakan tentang pengembangan “Kampung Batik Laweyan”, sangat perlu dilakukan penelitian untuk	Persamaan penelitian ini yakni terletak pada tujuan penelitiannya, sedangkan perbedaan penelitian

		an Daya Saing Industri Batik “Kampoeng Batik Laweyan” Solo		mempertajam peran brand (cluster branding) terhadap daya saing industri batik baik nasional maupun global pasar.	ini yaitu penggunaa n metode penelitian.
--	--	--	--	--	--

G. Kerangka Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis realisasi mengenai strategi persaingan yang dimiliki oleh BT Batik Trusmi dalam menghadapi persaingan usaha di era digitalisasi. Dalam hal ini peneliti akan fokus menganalisis pada manajemen produksi dan kegiatan pemasaran yang dimiliki oleh BT Batik Trusmi. Dalam penelitian ini peneliti memilih menggunakan teori analisis SWOT. Peneliti memilih untuk menggunakan teori ini disebabkan peneliti menganggap teori ini relevan, dapat melihat dan menjelaskan pelaksanaan dan realisasi tentang persaingan usaha batik di era digital terutama di BT Batik Trusmi, desa Trusmi, Kecamatan Plered, Kabupaten Cirebon.



Gambar 1.5 Kerangka Pemikiran

H. Metode Penelitian

Metodelogi penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data dan informasi mengenai berbagai dengan masalah yang diteliti. Metodelogi penelitian ini meliputi:

1. Rencana Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kabupaten Cirebon. Adapun lokasi penelitian adalah tempat peneliti untuk mencari informasi terkait sesuatu yang diteliti. Lokasi yang dipilih peneliti adalah Batik Trusmi kecamatan Plered kabupaten Cirebon.

b. Waktu penelitian

Penelitian ini akan berlangsung selama kurang lebih 6 bulan, mulai dari bulan Desember 2021 sampai dengan bulan Mei 2022.

2. Metode dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu penelitian dengan data yang diperoleh dari penelitian langsung pada kegiatan di lapangan kerja penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian non doctrinal, yaitu menggunakan teori yang sudah ada kemudian dikembangkan lebih lanjut sesuai dengan kondisi di lapangan (Supriyadi, 2005).

Metode penelitian kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan, yaitu lebih bisa dan mudah menyelesaikan apabila berhadapan dengan kenyataan ganda, metode ini menyajikan hakikat hubungan antara peneliti dan responden secara langsung dan metode ini lebih peka sehingga dapat menyesuaikan diri dan penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi peneliti. Dalam penelitian

kualitatif, peneliti menjadi instrument utama dalam menyimpulkan data yang dapat berhubungan langsung dengan instrumen atau objek penelitian.

3. Sumber data

Pada tahap ini peneliti berusaha mencari dan mengumpulkan berbagai sumber data yang ada hubungannya dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini terdapat data utama (primer) dan data pendukung (sekunder).

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono, 2009).

Adapun informan dalam penelitian ini berasal dari pihak produksi untuk mengetahui proses produksi dan bahan baku yang digunakan dalam pembuatan batik, kepada manajer pemasaran BT Batik Trusmi untuk mengetahui manajemen pemasaran yang dimiliki untuk menghadapi persaingan usaha batik terutama di era digitalisasi, dan jika di perlukan wisatawan/masyarakat sebagai pengguna batik juga penting dalam mengetahui perbedaan produk-produk BT dengan produk dari toko usaha lainnya.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literature, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2009).

Data sekunder yang digunakan sebagai data pelengkap pada penelitian ini adalah data kepustakaan dan sumber informasi lain yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu analisis persaingan usaha batik trusmi Cirebon di era digitalisasi.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian selalu terjadi proses pengumpulan data, dalam proses pengumpulan data tersebut akan menggunakan satu atau beberapa teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini ada beberapa teknik, cara, atau metode yang dilakukan oleh penulis untuk memperoleh data yang dibutuhkan dan sesuai dengan jenis penelitian kualitatif, yaitu :

a. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan dalam penelitian ini yaitu dengan cara membaca, mengutip bahan-bahan dari buku-buku serta sumber lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menggali data dari sumber yang berupa tempat, aktivitas, benda atau rekaman gambar. Observasi terhadap berlangsungnya proses pembelajaran sastra di sekolah dilakukan dengan teknik berperan pasif dengan cara formal maupun nonformal. Demi menjaga reliabilitas penelitian, observasi sebaiknya dilakukan berulang-ulang, baik secara formal maupun informal (Nugrahani, 2014).

Dalam observasi, peneliti mendatangi lokasi penelitian, namun sama sekali tidak berperan sebagai apapun selain sebagai pengamat pasif, meskipun peneliti hadir dalam konteksnya. Observasi yang akan dilakukan peneliti yaitu melihat dan mengamati bagaimana jalannya manajemen produksi dan manajemen pemasaran yang dimiliki oleh BT batik trusmi.

c. Wawancara

Wawancara adalah proses komunikasi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan. Pada hakikatnya, wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, proses pembuktian terhadap informasi

atau keterangan yang diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya (Rahardjo, 2011).

Wawancara dalam penelitian ini ialah langsung dengan pihak yang bersangkutan dengan batik trusmi desa trusmi kecamatan plered kabupaten Cirebon, yaitu antara lain manajer dan pegawai bagian produksi dan manajer dan pegawai bagian pemasaran toko usaha BT Batik Trusmi untuk mengetahui bagaimana kegiatan produksi dan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BT Batik Trusmi guna menghadapi persaingan usaha terutama di era digitalisasi seperti saat ini, pengrajin batik di BT guna mengetahui bagaimana proses produksi batik, dan yang terakhir kepada masyarakat atau konsumen toko usaha BT Batik Trusmi Cirebon.

d. Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data dengan cara dokumentasi, yaitu mempelajari dokumen yang berkaitan dengan seluruh data yang diperlukan dalam penelitian. Dokumentasi dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian ini menyelidiki benda-benda tertulis seperti catatan pekerjaan, dan sebagainya.

Dokumentasi yang diambil untuk kegunaan pada penelitian ini yaitu dokumentasi *showroom* BT Batik Trusmi yang dijadikan tempat pemasaran produk-produknya, gudang produksi yang dimiliki BT Batik Trusmi, dan dokumentasi peneliti sebagai bukti telah melakukan penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam. Analisis data kualitatif adalah

upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilih dan memilah agar menjadi satuan yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan yang dapat dipelajari dan yang perlu diceritakan kepada orang lain (Sugiyono, 2019). Berikut komponen-komponen yang diperlukan dalam analisis data :

- a. Analisis semua data yang tersedia dari berbagai sumber, baik wawancara, pengamatan, observasi dan lain-lain yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, dan foto.
- b. Mengadakan reduksi data yaitu dengan melakukan abstraksi. Dimana abstraksi merupakan usaha membuat rangkuman yang inti, proses, dan pertanyaan-pertanyaannya yang perlu dijaga sehingga tetap di dalamnya.
- c. Menyusun data dalam satuan-satuan, kemudian satuan-satuan tersebut dikategorisasikan pada langkah selanjutnya.
- d. Tahap akhir dari analisis data ini adalah membandingkan data yang satu dengan data yang lain, untuk mencari keakuratan data, mengadakan pemeriksaan keabsahan data (triangulasi).

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dijabarkan ke dalam beberapa bab yang tertuang di dalamnya beberapa sub-bab dengan memiliki tajuk masing-masing. Sistematika tersebut sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN, berisikan informasi yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, literatur review/penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, metodologi penelitian, sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, membahas tinjauan umum tentang analisis persaingan usaha batik trusmi Cirebon di era digitalisasi.

BAB III OBJEK PENELITIAN, dalam bab ini berisikan tentang kondisi objektif manajemen produksi, manajemen pemasaran, manajemen

