



**IMPLEMENTASI STRATEGI PRODUKSI PADA
PERUSAHAAN BATIK “SAYU WIWIT”
DI BANYUWANGI**

SKRIPSI

Oleh

**Vivin Triyani
NIM 130910202011**

Dosen Pembimbing I : Dr. Djoko Poernomo, M.Si.

Dosen Pembimbing II : Drs. Suhartono, M.P.

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2017**



**IMPLEMENTASI STRATEGI PRODUKSI PADA
PERUSAHAAN BATIK “SAYU WIWIT”
DI BANYUWANGI**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

**Vivin Triyani
NIM 130910202011**

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2017**

PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah sampai proses penulisan skripsi ini selesai. Puji syukur pula pada kekasih Allah, yaitu Muhammad SAW yang telah bersedia membimbing umat yang meski belum pernah ditemuinya. Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang tercinta yang selalu menyertai dengan doa, motivasi, cinta, dan kasih sayang.

1. Kedua orang tua saya tercinta, ayahanda Sukriyadi yang dengan sabar membimbing penulis dengan nasehat bijaknya dan ibunda Sukarni yang senantiasa melantunkan doa disetiap sujud sepertiga malamnya untuk kesuksesan penulis, dan selalu mencurahkan kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang tak terhitung demi penulis. Sehingga membuat penulis menjadi pribadi yang kuat, disiplin, dan siap mengabdikan untuk kepentingan masyarakat secara umum.
2. Kakak yang sekaligus menjadi sahabat, penyemangat, dan kasih sayang yang tak terhingga kepada penulis selama kurang lebih 22 tahun umur penulis saat ini, Meylega Fitri Ayuni yang selalu menghibur kepada penulis.

MOTTO

Efisiensi perusahaan dicapai dengan biaya perusahaan yang lebih rendah dan jumlah produksi yang lebih besar¹



¹Assauri. 1998. "Manajemen Produksi dan Operasi". Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

nama : Vivin Triyani

NIM : 130910202011

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul Implementasi Strategi Produksi pada Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 November 2017

Yang menyatakan

Vivin Triyani

NIM 130910202011

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI STRATEGI PRODUKSI PADA
PERUSAHAAN BATIK “SAYU WIWIT”
DI BANYUWANGI**

Oleh

Vivin Triyani
NIM 130910202011

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Djoko Poernomo, M.Si.
NIP. 196002191987021001

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Suhartono, M.P.
NIP. 196002141988031002

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Implementasi Strategi Produksi Pada Perusahaan Batik Sayu Wiwit Di Banyuwangi” telah diuji dan disahkan pada :

hari, tanggal : Rabu, 22 November 2017
tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
jam : 11.00 WIB

Tim Penguji:
Ketua,

Drs. Didik Eko Julianto, M.AB.
NIP. 196107221989021001

Pembimbing Utama,

Pembimbing Anggota,

Dr. Djoko Poernomo, M.Si.
NIP. 196002191987021001

Drs. Suhartono, M.P.
NIP. 196002141988031002

Penguji I,

Penguji II,

Dr. Akhmad Toha, M.Si.
NIP. 195712271987021002

Drs. Sutrisno, M.Si.
NIP. 195807051985031002

Mengesahkan
Dekan,

Dr. Ardiyanto, M.Si.
NIP. 195808101987021002

RINGKASAN

Implementasi Strategi Produksi Pada Perusahaan Batik Sayu Wiwit Di Banyuwangi; Vivin Triyani, 130910202011; 2017; 123 halaman; Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis; Jurusan Ilmu Administrasi; Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Batik sebagai warisan budaya Indonesia, saat ini kurang mendapat perhatian dari masyarakat Indonesia itu sendiri. Batik umumnya dinilai sebagai busana formal yang bersifat kuno, kaku, dan kurang menarik untuk dikenali. Oleh karena itu, maka perusahaan batik yang ada di Banyuwangi perlu meningkatkan implementasi strategi produksi agar batik khas Banyuwangi mampu bersaing dan unggul dalam persaingan perusahaan batik dalam negeri hingga keluar negeri. Strategi produksi yang dikembangkan oleh produsen batik memegang peranan penting dalam meningkatkan eksistensi usahanya untuk terus dapat bertahan pada persaingan yang semakin ketat. Implementasi strategi produksi perusahaan batik Sayu Wiwit lebih berfokus pada strategi *differentiation* yang menekankan pada penciptaan produk baru sebagai pembeda dari produk batik perusahaan pesaing lainnya. Perusahaan batik Sayu Wiwit menghasilkan tiga jenis produk batik, yaitu Batik Tulis, Batik Cap, dan Batik Kombinasi. Perusahaan batik Sayu Wiwit merupakan salah satu perusahaan batik tertua yang ada di Banyuwangi dan masih mempertahankan eksistensinya hingga saat ini.

Jenis penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif paradigma kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan Implementasi Strategi Produksi Pada Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi. Penentuan *key informan* dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive*. Proses pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada obyek penelitian. Tahap pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, teknik, dan waktu agar data yang diperoleh valid. Tahap analisis data menggunakan analisis domain dan taksonomi yang berguna untuk menganalisis data agar lebih fokus pada penelitian yang akan diteliti.

Hasil penelitian dalam Implementasi Strategi Produksi Perusahaan Batik Sayu Wiwit Di Banyuwangi sukses dalam meningkatkan target produksi dengan strategi produk menggunakan strategi *differentiation* yaitu penciptaan atau pengembangan produk baru. Ide pengembangan motif dilakukan pemilik dengan cara mengkombinasikan motif lama khas Banyuwangi dengan motif modern dan warna yang selalu berubah untuk sekali produksi agar konsumen tidak merasa bosan dengan batik yang terkenal kuno. Hasil lain yaitu, pemimpin perusahaan dalam mengatur tenaga kerjanya masih kurang tegas dalam memberikan aturan sehingga para pekerjapun bekerja seadanya, selain itu dalam pembuatan ide motif hanya dari satu orang yaitu pemilik perusahaan sehingga dalam pengembangan produk masih terbatas.

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat serta hidayahnya terutama kesehatan berupa jasmani dan rohani sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini. Dalam skripsi ini penulis membahas mengenai **“Implementasi Strategi Produksi Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi”**

Penyusunan laporan ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat pendidikan. Penulis menyadari skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak baik moral maupun materiil dalam menghadapi tantangan dan hambatan selama proses penyusunan. Oleh karena itu, penulis berkesempatan untuk mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Dr. Ardiyanto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Edy Wahyudi, MM., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Drs. Didik Eko Julianto, M.AB., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Dr. Djoko Poernomo, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama yang senantiasa memberikan bimbingan, nasehat, dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Suhartono, M.P., selaku Dosen Pembimbing Anggota yang senantiasa memberikan bimbingan, nasehat, dan pengarahan serta motivasi untuk penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Fonny Meilyasari, selaku pemilik perusahaan batik Sayu Wiwit di Banyuwangi yang telah memberikan izin melaksanakan penelitian awal.
7. Seluruh staf dan karyawan perusahaan batik Sayu Wiwit yang telah banyak memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.
8. semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan skripsi ini, namun kesempurnaan hakiki hanya milik Allah SWT. Penulis mengharapkan segala

bentuk saran dan kritik konstruktif dari pembaca yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua.

Jember, 22 November 2017

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERSEMBAHAN	iii
MOTTO	iv
PERNYATAAN	v
PEMBIMBINGAN	vi
PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Produksi	14
2.1.1 Sistem Produksi	15
2.2 Strategi	19
2.2.1 Manfaat dan Tujuan Strategi	20
2.2.2 Keterbatasan Strategi	22
2.2.3 Strategi Perusahaan	23
2.3 Strategi Produksi	24
2.4 Implementasi Strategi Produksi	24
2.5 Batik	26

2.5.1 Bahan Baku	27
2.5.2 Bahan Pembantu	27
2.5.3 Peralatan	29
2.6 Peneliti Terdahulu	30
2.7 Kerangka Konsep	31
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Metode Penelitian	33
3.2 Tipe Penelitian	33
3.3 Tahap Penelitian	35
3.4 Tahap Pengumpulan Data	37
3.5 Tahap Pemeriksaan Keabsaan Data.....	39
3.6 Tahap Analisis Data	39
3.7 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	42
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	43
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	44
4.1.3 Struktur Organisasi.....	45
4.1.4 Ketenagakerjaan	47
4.1.5 Strategi Produk	50
4.2 Strategi Produksi Batik	51
4.2.1 <i>Input</i> (masukan).....	51
4.2.2 Implementasi Proses Produksi.....	57
4.2.3 <i>Output</i> (keluaran).....	60
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
4.3.1 Analisis Dalam Memformulasikan Strategi Produksi Perusahaan	62
4.3.2 Implementasi Strategi Produksi.....	65
BAB 5. PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	72

DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77

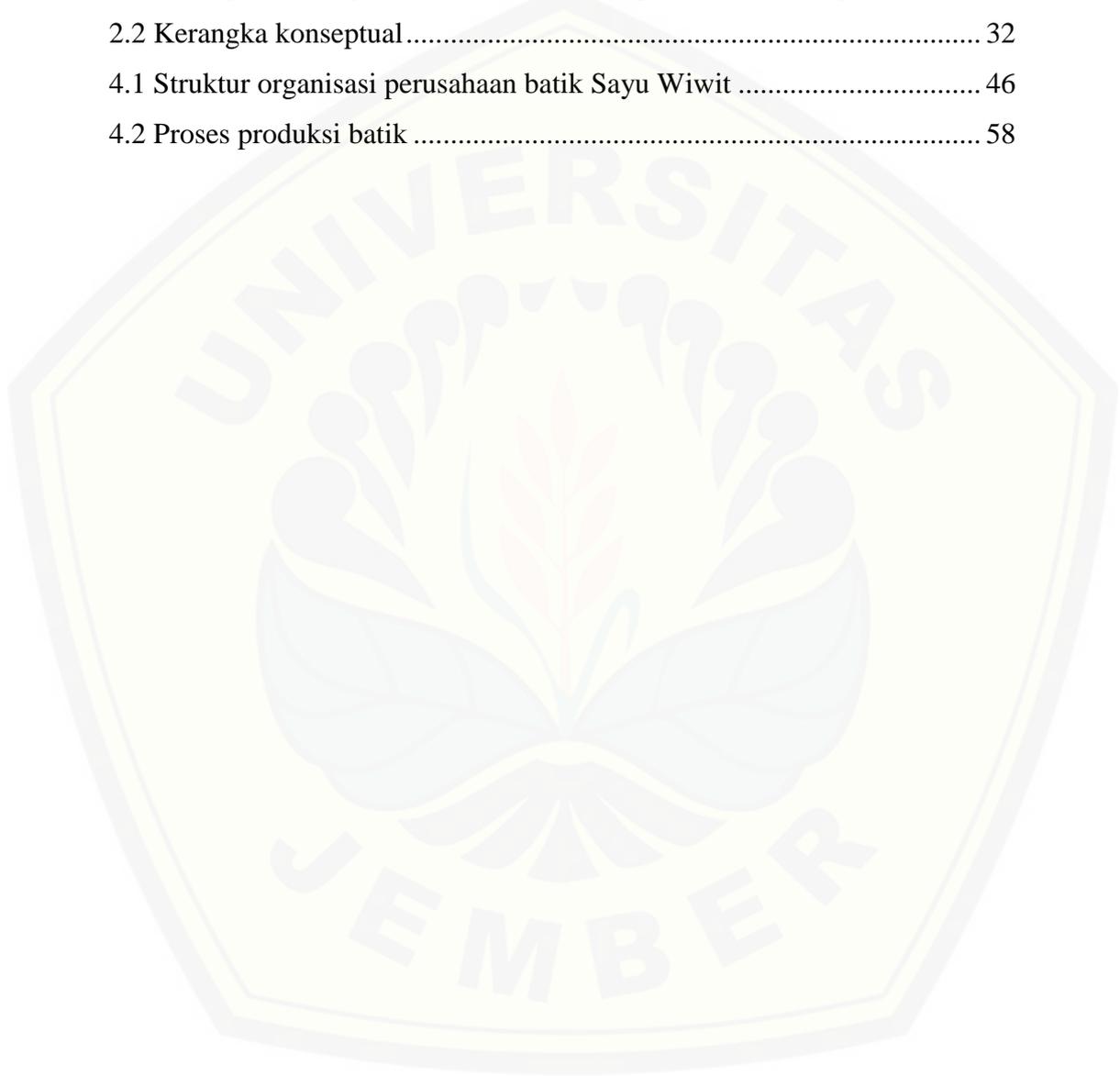


DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Perusahaan batik yang ada di Banyuwangi	5
1.2 Penghargaan desain BBF perusahaan batik yang ada di Banyuwangi.....	7
1.3 Data produksi perusahaan batik Sayu Wiwit	8
2.1 Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang	28
3.1 Data sumber informan.....	37
3.2 Model analisis domain	40
3.3 Model analisis taksonomi.....	41
4.1 Jumlah tenaga kerja langsung	48
4.2 Jumlah tenaga kerja tidak langsung	49
4.3 Motif batik perusahaan Sayu Wiwit.....	50
4.4 Tingkat Persentase Keseluruhan Produksi Sayu Wiwit.....	70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Data produk rusak perusahaan batik Sayu Wiwit	9
2.1 Berbagai kemungkinan formulasi dan implementasi strategi	25
2.2 Kerangka konseptual.....	32
4.1 Struktur organisasi perusahaan batik Sayu Wiwit	46
4.2 Proses produksi batik	58



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A. Hasil Wawancara.....	77
B. Data Hasil Produksi.....	88
C. Data Produk Rusak	92
D. Data Target Produksi	93
E. Dokumentasi <i>Input</i>	94
F. Dokumentasi Proses Produksi.....	96
G. Dokumentasi <i>Output</i>	99
H. Dokumentasi Gagal Produk	100
I. Dokumentasi Penghargaan	101
J. Surat Keterangan Ijin Penelitian	103
K. Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	104
L. Surat Pengantar Lembaga Penelitian.....	105
M. Surat Pengantar Disperindag.....	106

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perusahaan bisnis di Indonesia saat ini sangat pesat seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Proses industrialisasi masyarakat Indonesia makin cepat dengan berdirinya perusahaan dan tempat kerja yang beraneka ragam. Salah satu perusahaan yang perkembangannya pesat di Indonesia adalah perusahaan batik. Batik merupakan salah satu karya seni paling terkemuka di Indonesia sekaligus kerajinan tangan tradisional yang bernilai tinggi. Tidak ada negara lain yang mengembangkan batik sebagai ekspresi seni yang paling tinggi seperti yang ditemukan pada batik di Indonesia.

Batik Indonesia juga merupakan produk unggul dalam negeri yang telah mengantarkan Indonesia ke kancah Internasional. Hal ini dapat dilihat dari penetapan UNESCO bahwa Batik Indonesia secara keseluruhan dari segi teknik, teknologi, serta pengembangan motif dan budaya yang terkait telah ditetapkan sebagai warisan kebudayaan lisan dan tak berwujud (*Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity*) sejak 2 Oktober 2009. Penetapan UNESCO tersebut pastinya sangat mendukung terhadap perkembangan perusahaan batik di Indonesia, baik dalam negeri maupun ke luar negeri. Faktor lain yang menjadikan perusahaan batik Indonesia terus berkembang, yaitu khas motif yang dimiliki batik dan karena batik termasuk kebutuhan primer manusia (bahan pakaian).

Kekhasan batik terletak pada penggunaan motif-motifnya. Penggunaan motif ini menunjukkan asal batik yang diproduksi dan sekaligus mencerminkan kebudayaan daerah tersebut. Jenis dan corak batik tradisional tergolong amat banyak, namun corak dan variasinya sesuai dengan filosofi dan budaya masing-masing daerah yang amat beragam. Khasanah budaya Bangsa Indonesia yang demikian kaya telah mendorong lahirnya berbagai corak dan jenis batik tradisional dengan ciri khususnya sendiri. Batik sebagai bahan pakaian merupakan kebutuhan dasar manusia di seluruh dunia. Ditambah lagi dengan kecenderungan manusia untuk selalu tampil indah maka merupakan suatu kewajiban jika saat ini

batik merupakan ikon khas Indonesia yang mampu bersaing di pasar dunia dalam hal *mode* dan *fashion*.

Perusahaan batik di Indonesia tersebar keseluruh pulau nusantara terutama di pulau Jawa. Salah satunya adalah kerajinan batik di Jawa Timur yang menyebar di seluruh kabupaten kota. Batik memiliki ciri khas masing-masing yang secara kasat mata bisa dibedakan. Umumnya masing-masing pengrajin menampilkan motif alam sekitarnya. Setiap daerah di Indonesia memiliki batik dengan corak dan motifnya sendiri. Setiap daerah penghasil batik di Indonesia khususnya pulau Jawa berlomba-lomba dalam mengembangkan perusahaan batiknya. Cakupan perusahaan batik pun semakin meluas, seiring dengan inovasi dan ide kreatif para pengrajin di daerah masing-masing yang selalu menginginkan hasil terbaik dari produksi batiknya. Warna batik yang awalnya hanya terdiri satu warna, kini sudah bisa kita dapati batik dengan berbagai paduan warna yang menarik. Jika awalnya batik hanya berfungsi sebagai bahan pakaian saja, namun saat ini batik juga dijadikan sebagai bahan tas, penghias sepatu, dan berbagai macam aksesoris lainnya.

Saat ini, para pelaku usaha batik dituntut untuk terus mengembangkan produk barang yang dijual untuk mengikuti keinginan pasar konsumen. Perkembangan ini menuntut para pengrajin untuk terus meningkatkan dan memperbaiki kinerjanya agar dapat terus bertahan, dan bahkan dapat memenangkan persaingan dengan berbagai perusahaan lainnya. Pengembangan produksi dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produksi dalam proses input hingga output dalam sistem produksi. Peningkatan proses produksi dilakukan dengan serangkaian unit ataupun elemen-elemen yang terpadu dan saling menunjang untuk pelaksanaan proses produksi yang disebut dengan sistem produksi. Elemen sistem produksi terdiri dari bahan baku, bahan pembantu, tenaga kerja, peralatan, dan biaya. Jika elemen sistem produksi dapat di implementasikan secara baik pada suatu aktivitas produksi maka dapat dipastikan usaha bisnis tersebut mendapat respon yang tinggi dari konsumen dan tentunya mempengaruhi laba pendapatan perusahaan yang semakin menguntungkan.

Perencanaan produksi lebih banyak membicarakan tentang jumlah dan jenis produk yang akan diproduksi pada suatu periode yang akan datang. Perencanaan produksi lebih kepada perencanaan bahan baku, tenaga kerja, komponen yang digunakan dan biaya yang dibutuhkan saat proses produksi berlangsung. Perencanaan tersebut tidak akan lebih unggul dari perencanaan perusahaan pesaing tanpa adanya strategi produksi dalam perusahaan. Strategi merupakan rencana yang disatukan dengan menyeluruh, terstruktur dan terpadu sesuai dengan misi perusahaan melihat tantangan lingkungan dalam mencapai tujuan atau sasaran yang di inginkan. Strategi diibaratkan sebagai suatu jembatan yang dibangun untuk jalannya proses produksi yang lebih efektif dan efisien untuk lebih cepat mencapai sasaran keberhasilan usaha yang di inginkan.

Perkembangan strategi produksi sangat dipengaruhi oleh tuntutan pasar maupun pelanggan terhadap produk. Pada awal era 50-an, tuntutan pasar dan keunggulan dari produk adalah ketersediaan. Pada saat itu produk masih langka, sehingga perusahaan yang mempunyai tingkat ketersediaan yang besar dalam arti produk tersedia di pasar setiap saat, akan menang dalam persaingan. Setelah itu maka faktor harga menjadi penentu. Produk tersedia dengan harga yang kompetitif merupakan produk yang bisa menang di pasar. Era 70-an produk tidak hanya tersedia dan murah tetapi juga harus berkualitas. Tuntutan di tahun 80-an sudah meningkat kearah waktu penyerahan. Produk diserahkan ke pelanggan pada waktu yang cepat dan tepat. Permintaan dan tuntutan meningkat di tahun 90-an dimana pelanggan menuntut pelayanan terhadap produk. Layanan prima menjadi kunci sukses produk di pasar. Di era 2000-an keunikan produk menjadi salah satu faktor penentu keunggulan perusahaan dalam persaingan modern (Hutabarat dan Huseini, 2006:246).

Keunikan produk dihasilkan dari bagaimana suatu strategi produksi dapat di implementasikan secara efektif dalam perusahaan. Banyak perusahaan yang menghamburkan sumberdayanya untuk mengembangkan rencana strategik yang ampuh. Namun, kita harus ingat bahwa perubahan hanya akan terjadi melalui suatu *action* atau implementasi, bukan sekadar perencanaan. Rumusan strategi

yang secara teknis harus di implementasikan dengan baik sesuai kebijakan dari *Top Management* usaha bisnis (Certo dan Paul, 1990).

Implementasi strategi produksi merupakan penugasan pada para pemimpin baik pada tingkat corporate maupun tingkat unit bisnis untuk mengkomunikasikan dan mengimplementasikan strategi produksi bersama-sama karyawan. Implementasi tersebut mencakup keseluruhan aktivitas pilihan yang dibutuhkan untuk dapat menjalankan perencanaan strategis dalam proses produksi (Wheelen *et al.*, 2000:142). Walaupun implementasi biasanya baru dipertimbangkan setelah strategi dirumuskan, akan tetapi implementasi merupakan kunci suksesnya dari manajemen strategi produksi. Manajemen strategis merupakan sejumlah keputusan dan tindakan yang mengarah pada penyusunan rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh disertai penetapan pelaksanaan yang dibuat oleh pimpinan dan di implementasikan oleh seluruh jajaran di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan.

Batik sebagai warisan budaya Indonesia, saat ini kurang mendapat perhatian dari masyarakat Indonesia itu sendiri. Batik umumnya dinilai sebagai busana formal yang bersifat kuno, kaku, dan kurang menarik untuk dikenali. Masyarakat yang sekedar mengenal batik umumnya lebih familiar dengan batik yang berasal dari Jawa Tengah seperti hasil produksi batik Solo dan Yogyakarta. Hasil produksi batik di Jawa Timur khususnya Banyuwangi masih sangat minim untuk dikenali masyarakat. Oleh karena itu, maka perusahaan batik yang ada di Banyuwangi perlu meningkatkan implementasi strategi produksi agar batik khas Banyuwangi mampu bersaing dan unggul dalam persaingan perusahaan batik dalam negeri hingga keluar negeri.

Persaingan dalam perusahaan batik di Banyuwangi semakin ketat seiring dengan terus berkembangnya perusahaan batik di Indonesia. Persaingan yang semakin ketat ini memicu produsen-produsen batik untuk melakukan terobosan-terobosan atau strategi produksi dengan tujuan meningkatkan kinerja produksi batik yang di hasilkannya. Strategi produksi yang dikembangkan oleh produsen batik memegang peranan penting dalam meningkatkan eksistensi usahanya untuk terus dapat bertahan pada persaingan yang semakin ketat. Strategi produksi dalam

bahan baku, bahan pembantu, tenaga kerja, peralatan dan biaya merupakan salah satu strategi yang paling penting diterapkan dalam perusahaan batik yang tergolong produk seni dan mengandung unsur budaya lokal. Strategi produksi dalam ragam motif, corak, serta warna menjadi hasil akhir dari produksi untuk meningkatkan daya saing batik dalam perdagangan karena yang pertama kali diperhatikan dalam memikat konsumen adalah ragam motif, corak, serta warna yang dimiliki oleh sehelai kain batik yang memancarkan keindahan seninya. Persaingan hasil produksi perusahaan batik di Banyuwangi terlihat pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Perusahaan batik yang ada di Banyuwangi

Nama usaha	Pemilik	Lokasi	Hasil Produksi
Virde batik collections	Suyadi	Cluring	24.400 m/tahun
Sayu wiwit	Fonny m	Temenggungan	24.382 m/tahun
Sritanjung	Musfandi	Tarakan	20.000 m/tahun
Karya nyata	Amanto	Rogojampi	19.572 m/tahun
Pring gading	Waras	Rogojampi	18.250 m/tahun
Widya karya	Widodo	Rogojampi	18.250 m/tahun
Batik srikandi	Ibu buhani	Kabat	15.500 m/tahun
Batik pringgokusumo	Ibu desy	Kabat	23.500 m/tahun

Sumber : *Disperindag Banyuwangi 2016*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas terlihat bahwa angka hasil produksi antar perusahaan di Banyuwangi berbeda tipis, oleh karena itu strategi produksi yang efektif sangatlah dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Tabel di atas menunjukkan Virde Batik Collections memiliki hasil produksi pertahun yang paling tinggi dibanding perusahaan pesaing lainnya, namun dari perusahaan-perusahaan di atas peneliti lebih tertarik memilih perusahaan batik Sayu Wiwit sebagai objek penelitian. Ketertarikan ini berawal dari prestasi yang diraih perusahaan Sayu Wiwit dalam mengalahkan perusahaan pesaing saat mengikuti ajang Banyuwangi Batik Festival (BBF). Bu Fonny selaku pemilik perusahaan Sayu Wiwit menyatakan implementasi strategi produksi

perusahaan batik Sayu Wiwit lebih berfokus pada strategi *differentiation* yang menekankan pada penciptaan dan pengembangan produk sebagai pembeda dari produk batik perusahaan pesaing lainnya.

Perusahaan batik Sayu Wiwit dalam menghasilkan suatu produk menggunakan strategi *differentiation* yaitu dengan memproduksi tiga jenis batik diantaranya batik tulis, batik cap, dan batik kombinasi. Hasil produksipun merata antara batik tulis, cap, dan batik kombinasi. Setiap jenis produk batik untuk setiap kali produksi diperbarui dari warna hingga motif agar pembeli tidak merasa bosan. Kombinasi motif antara batik asli Banyuwangi dengan batik modern terus dikembangkan dan diimplementasikan pada sehelai kain batik. Keunikan produk yang ditampilkan pada sehelai kain batik perusahaan Sayu Wiwit dibandingkan pesaingnya yaitu dengan mengkombinasikan perpaduan warna–warna cerah dengan warna–warna tua dan perpaduan motif batik khas Banyuwangi dengan motif modern untuk sekali produksi.

Jauh berbeda dengan perusahaan pesaingnya yaitu Virdes Batik Collections dan Batik Sritanjung. Virdes Batik Collections hanya memproduksi batik tulis, batik cap dan batik printing. Selain itu, produk yang paling banyak dihasilkan oleh perusahaan adalah batik cap. Kombinasi motif asli Banyuwangi dengan motif modern tidak dikombinasi pada sehelai kain, namun disendirikan antara batik modern dan batik asli Banyuwangi. Hasil produksi batik Sritanjung hampir seluruhnya sekitar 90% hanya memproduksi batik tulis dan 10% nya batik cap. Perpaduan motif dan warna disesuaikan dengan permintaan pembeli dan masih menggunakan warna–warna tua dengan motif–motif lama sebagai motif dominan dan masih kurangnya perusahaan dalam mengkombinasikan perpaduan warna dan motif. Hasil produksi perusahaan Virdes Batik Collections dan Batik Sritanjung masih lebih unggul perusahaan batik Sayu Wiwit. Keunggulan produk juga dibuktikan dengan penghargaan yang diperoleh perusahaan Sayu Wiwit dibanding perusahaan pesaingnya.

Setiap tahun Banyuwangi mengadakan ajang festival bergengsi batik untuk seluruh perusahaan batik yang ada di Banyuwangi. Perusahaan Sayu Wiwit selalu ikut serta dan setiap tahunnya mendapatkan penghargaan dalam acara

Banyuwangi Batik Festival (BBF) yang diadakan di Banyuwangi dengan memamerkan batik unggulan perusahaan. Penghargaan perusahaan batik Sayu Wiwit lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan lainnya yang ada di Banyuwangi. Hal ini didukung dengan data perusahaan tiga besar penghasil produksi batik tertinggi yang ada di Banyuwangi sebagai berikut :

Tabel 1.2 Penghargaan Desain BBF Perusahaan Batik di Banyuwangi

Nama Usaha	Jumlah Penghargaan
Sayu Wiwit	4
Virde batik collections	2
Sritanjung	1

Sumber : Wawancara Pemilik Perusahaan 2017

Data tabel 1.2 tersebut merupakan penghargaan dalam kategori Desain Terbaik Busana Batik yang ditampilkan pada ajang Banyuwangi Batik Festival yang diadakan di Banyuwangi sejak tahun 2013 hingga saat ini. Hal ini membuktikan perusahaan Sayu Wiwit memiliki potensi dalam menciptakan suatu produk batik yang lebih unggul dibanding dengan produk batik perusahaan pesaing yang ada di Banyuwangi. Pada Tahun 2017 perusahaan Sayu Wiwit mengeluarkan produk batiknya dengan motif “Kopi Pecah” dengan arti penderitaan atau kesedihan. Setiap motif asli Banyuwangi pada sehelai kain batik yang ditampilkan di ajang BBF memiliki makna tersendiri.

Strategi produksi perusahaan yang menekankan pada strategi produk *differentiation* tentunya tidak terlepas dari formulasi strategi. Formulasi strategi merupakan penilaian perencanaan jangka panjang yang ditetapkan perusahaan untuk mengukur sejauh mana kesuksesan perusahaan dalam mengimplementasikan strategi produksinya bersama para tenaga kerja. Formulasi strategi produksi perusahaan dibentuk dengan menganalisis kondisi eksternal dan kondisi internal perusahaan. Kondisi eksternal perusahaan berfokus pada target permintaan kebutuhan konsumen agar produk yang diproduksi dapat bertahan dalam jangka panjang. Kondisi internal perusahaan berfokus pada biaya, bahan baku, maupun bahan pembantu, peralatan, dan sumber daya manusia.

Proses produksi perusahaan batik Sayu Wiwit tidak jauh berbeda dengan proses produksi batik di tempat lain. Proses pembuatan batik tidak mengalami perubahan dari awal didirikan hingga sekarang ini. Proses pembuatan batik terdiri atas beberapa tahap yaitu membatik, mewarna, menghilangkan malam, dan mencuci kain batik. Semua proses produksi batik masih bersifat tradisional karena semua masih dikerjakan dengan menggunakan tangan. Kreatifitas tangan-tangan SDM yang ada pada perusahaan menjadi kunci sukses perusahaan Sayu Wiwit dalam strategi *differentiation*. Data produksi batik Sayu Wiwit dalam tiga tahun terakhir dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Tabel 1.3 Data Produksi Perusahaan Batik Sayu Wiwit

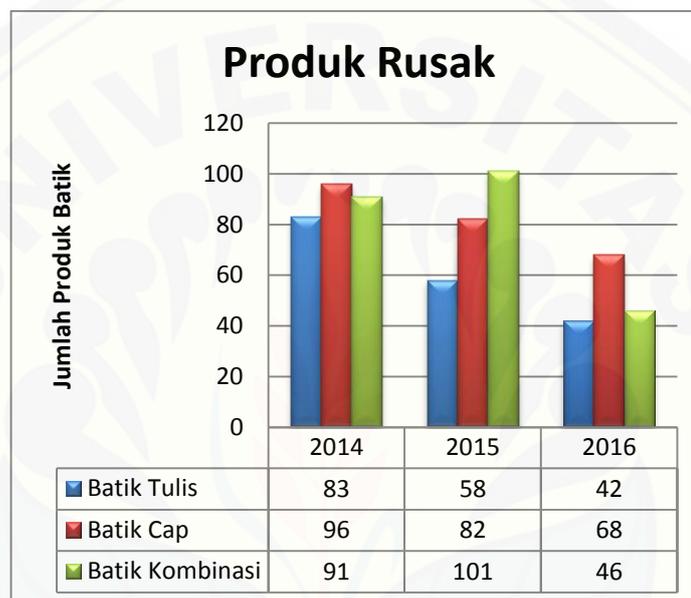
Tahun	Jenis Produk	Target Produksi	Hasil Produksi
2014	Batik Tulis	8000 meter	6788 meter
	Batik Cap	8800 meter	7718 meter
	Batik Kombinasi	7800 meter	7135 meter
Jumlah		24.600 meter	21.641 meter
2015	Batik Tulis	8300 meter	7291 meter
	Batik Cap	9000 meter	8202 meter
	Batik Kombinasi	8400 meter	7808 meter
Jumlah		25.700 meter	23.301 meter
2016	Batik Tulis	8400 meter	7730 meter
	Batik Cap	9100 meter	8537 meter
	Batik Kombinasi	8700 meter	8115 meter
Jumlah		26.200 meter	24.382 meter

Sumber : Perusahaan Batik Sayu Wiwit 2017

Perusahaan Sayu Wiwit dalam menghasilkan produk untuk setiap potongnya yaitu $2 m^2$. Berdasarkan tabel diatas jumlah target produksi ditahun 2014 yaitu 24.600 meter sama dengan 12.300 potong, ditahun 2015 yaitu 25.700 meter sama dengan 12.850 potong, dan ditahun 2016 yaitu 26.200 meter sama dengan 13.100 potong. Jumlah hasil produksi ditahun 2014 yaitu 21.641 meter sama dengan 10.850 potong, ditahun 2015 yaitu 23.301 meter sama dengan 11.650 potong, dan ditahun 2016 yaitu 24.382 sama dengan 12.191 potong. Data produksi perusahaan batik Sayu Wiwit dalam proses menghasilkan suatu produk

mengalami kesenjangan antara target produksi dengan hasil produksinya. Target produksi dengan hasil produksinya memiliki kesenjangan angka sekitar 2.000 meteran sama dengan 1.000 potong untuk setiap hasil produknya dari batik tulis, batik cap, dan batik kombinasi.

Berdasarkan gambar 1.1 diatas, juga masih terdapat banyaknya produk rusak dari perusahaan batik Sayu Wiwit. Hal ini didukung dengan data produk rusak perusahaan batik Sayu Wiwit dalam tiga tahun terakhir dibawah ini :



Sumber : Perusahaan Batik Sayu Wiwit 2017

Gambar 1.1 Data Produk Rusak Perusahaan Batik Sayu Wiwit

Berdasarkan gambar 1.1 data produk rusak perusahaan batik Sayu Wiwit untuk setiap produknya cukup tinggi sekitar 50 meter hingga 100 meter. Jumlah produk rusak untuk setiap tahunnya dari batik tulis, batik cap, hingga batik kombinasi akan mempengaruhi ketidakstabilan hasil produksi perusahaan. Tingginya produk rusak dan terjadinya kesenjangan angka yang cukup besar antara target produksi dengan hasil produksinya disebabkan oleh ketidakstabilan *input* perusahaan dari biaya, bahan baku, bahan pembantu, peralatan, dan tenaga kerja.

Permasalahan yang dihadapi perusahaan yaitu perekapan biaya masih manual menggunakan buku akuntansi sehingga tidak maksimal untuk perhitungan

biaya produk yang cukup besar. Ketepatan pemesanan bahan baku, bahan pembantu maupun peralatan yang dipesan diluar kota yaitu Solo, Malang, dan Bali adalah proses pengiriman bahan yang cenderung lama sehingga akan mempengaruhi target persediaan *input* produksi yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Permasalahan selanjutnya yang dihadapi perusahaan adalah minimnya jumlah SDM pembatik yang ada di Banyuwangi. Pengrajin batik Sayu Wiwit dalam mengembangkan strategi produksi mengalami pasang surut akibat adanya arus modernisasi karena intensitas persaingan yang semakin ketat. Perusahaan batik di Banyuwangi saling berlomba-lomba mencari pembatik yang kompeten dan memiliki kreatifitas tinggi. Saat ini pembatik dari kalangan muda dan memiliki kreatifitas tinggi masih sangat minim untuk tertarik dan menekuni pembuatan batik. Pengrajin batik perusahaan Sayu Wiwit seluruhnya dari kalangan ibu rumah tangga yang hanya bisa bekerja paruh waktu sehingga kurang konsisten dalam bekerja.

Kunci sukses pengusaha batik dalam mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan hidup produk batik dengan mengimplementasikan strategi produksi sesuai dengan selera motif batik konsumen yang berubah-ubah. Pengembangan ide kreatif motif batik murni dilakukan oleh satu orang yaitu pemilik perusahaan Sayu Wiwit untuk menghasilkan motif yang berbeda dengan perusahaan pesaing. Hal tersebut juga menjadi hambatan bagi perusahaan Sayu Wiwit yang menekankan pada strategi *differentiation* karena dengan minimnya ide maka perusahaan dalam mencapai target sedikit terhambat.

Permasalahan *input* produksi tersebut tentunya akan mempengaruhi efisiensi proses produksi hingga *output* produksi perusahaan. Keduanya saling berkaitan sehingga membutuhkan strategi yang efektif untuk kesuksesan perusahaan dalam jangka panjang. Permasalahan produksi tersebut dapat dihadapi oleh perusahaan dengan mengimplementasikan strategi produksi yang efektif dalam mengelola, mengatur, dan merencanakan segala proses pengadaan *input*, proses produksi, hingga *output* dalam menghasilkan barang jadi batik yang berkualitas. Permasalahan tersebut dapat diminimalisir risikonya dengan

implementasi strategi produksi yang baik dari perusahaan agar target perusahaan dapat terpenuhi dan tidak terjadi kesenjangan yang cukup besar antara target produksi dengan hasil produksinya.

Permasalahan produksi yang dihadapi perusahaan dengan kesenjangan yang cukup besar antara target produksi dengan hasil produksinya dan masih tingginya produk rusak dalam tiga tahun terakhir dalam mengimplementasikan strategi produksi perusahaan tersebut membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam lagi Implementasi Strategi Poduksi Perusahaan Batik “Sayu Wiwit” di Banyuwangi. Implementasi strategi produksi yang efektif dari biaya, bahan baku, bahan pembantu, peralatan, dan tenaga kerja harus berjalan seimbang sesuai dengan target perusahaan yang ingin dicapai dan diharapkan agar perusahaan dapat meningkatkan dan mempertahankan eksistensi Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi sebagai maskot produksi batik khas Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian dilakukan atas dasar adanya suatu masalah dalam perusahaan, akan tetapi bila masalah tidak segera diatasi maka usaha yang dijalankan untuk mencapai tujuan akan terhambat. Definisi masalah menurut Supriyono (1990:52) “Masalah adalah setiap kesulitan yang menggerakkan manusia, untuk mencegahnya masalah harus dirasakan sebagai suatu tantangan yang mesti dilalui (dengan jalan mengatasinya). Apabila kita berjalan terus, masalah akan menampakkan dirinya sebagai suatu tantangan dan rintangan”.

Strategi produksi perusahaan yang menekankan pada penciptaan dan pengembangan produk yaitu stategi *differentiation* tentunya tidak terlepas dari formulasi strategi. Formulasi strategi merupakan penilaian perencanaan jangka panjang yang ditetapkan perusahaan untuk mengukur sejauh mana kesuksesan perusahaan dalam mengimplementasikan strategi produksinya bersama para tenaga kerja. Formulasi strategi produksi perusahaan dibentuk dengan menganalisis kondisi eksternal dan kondisi internal perusahaan. Kondisi eksternal perusahaan berfokus pada target permintaan kebutuhan konsumen sedangkan

kondisi internal perusahaan berfokus pada biaya, bahan baku maupun bahan pembantu, peralatan, dan sumber daya manusia.

Perusahaan batik Sayu Wiwit dalam memformulasikan strategi lingkungan eksternal perusahaan yaitu dengan menetapkan strategi *differentiation* produk, namun perusahaan mengalami sedikit kendala dalam mengimplementasikan strategi tersebut pada lingkungan internal perusahaan terutama pada *input* produksi. Bagian *input* produksi perusahaan yaitu biaya, bahan baku, bahan pembantu, peralatan, hingga tenaga kerja. Jika bagian *input* produksi perusahaan mengalami kendala maka hal tersebut tentunya akan mempengaruhi ketepatan proses produksi hingga *output* produksi perusahaan karena ketiganya saling berkaitan.

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana Implementasi Strategi Produksi Pada Perusahaan Batik “Sayu Wiwit” di Banyuwangi?

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan penelitian tentunya mempunyai tujuan yang akan dicapai. Perumusan tujuan menjadi sangat penting agar arah penelitian yang sedang dilaksanakan tidak menyimpang dari tujuan semula. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sesuatu yang pada tingkat tertentu dipercaya sebagai sesuatu yang benar. Ia bertitik tolak dari pertanyaan yang disusun dalam bentuk masalah penelitian. Untuk pertanyaan itu disusun suatu jawaban sementara yang kemudian dibuktikan melalui penelitian empiris (Gulo, 2010:56).

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui Implementasi Strategi Produksi Pada Perusahaan Batik “Sayu Wiwit” di Banyuwangi.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan pengetahuan, pengalaman, dan wawasan tentang pengembangan produksi khususnya *Implementasi Strategi Produksi Pada Perusahaan Batik*.

2. Bagi Akademis

Sebagai referensi bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan topik sejenis sekaligus sebagai tambahan materi yang ada dikampus mengenai *Implementasi Strategi Produksi*.

3. Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan informasi sekaligus bahan pertimbangan dalam menetapkan *Implementasi Strategi Produksi*.



BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Produksi

Produksi didalam suatu perusahaan merupakan dapurnya perusahaan. Apabila kegiatan produksi dalam suatu perusahaan terhenti maka kegiatan dalam perusahaan akan ikut terhenti. Demikian pula jika terdapat berbagai macam hambatan yang mengakibatkan tersendatnya kegiatan produksi dalam suatu perusahaan tersebut, maka kegiatan didalam perusahaan tersebut akan terganggu pula.

Menurut Subagyo (2000:1) “Produksi adalah kegiatan untuk merubah masukan (yang berupa faktor-faktor produksi atau operasi) yang menjadi keluaran sehingga lebih bermanfaat daripada bentuk aslinya”. Menurut Fuad *et al.*, (2000:142) “Produksi diartikan sebagai suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*) yang menghasilkan barang, baik barang jadi atau setengah jadi, barang industri, suku cadang, maupun komponen-komponen penunjang. Produksi adalah kegiatan mentranspormasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), tercakup semua aktifitas atau kegiatan menghasilkan barang dan jasa, serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau usaha untuk menghasilkan produksi tersebut (Assauri, 2001:11). Menurut Render dan Holzer (2001:2) “Produksi adalah penciptaan barang dan jasa”. Menurut Ahyari (2002:6) “Produksi diartikan sebagai kegiatan yang dapat menimbulkan tambahan manfaat atau penciptaan manfaat baru, misalnya manfaat bentuk, waktu, tempat, serta kombinasi dari manfaat-manfaat tersebut”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa produksi adalah kegiatan yang mentransformasikan masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*), tercakup semua kegiatan yang menghasilkan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa serta kegiatan-kegiatan lain yang mendukung atau menunjang usaha untuk menghasilkan produk. Produksi dimaksudkan sebagai kegiatan pengolahan dalam pabrik untuk menghasilkan barang produksi yang berupa barang konsumsi maupun barang industri. Faktor-faktor yang menyangkut tentang

produksi dalam suatu perusahaan berhubungan dengan sistem produksi yang mentransformasikan masukan (*input*) hingga keluaran (*output*).

Pada saat melakukan kegiatan produksinya, perusahaan membutuhkan usaha atau cara untuk merencanakan, mengatur dan mengelola faktor-faktor produksi yaitu meliputi 6M (*man, machine, money, materials, methods, market*) dengan keahlian manajerialnya sehingga dapat menghasilkan barang dan jasa untuk mencapai tujuan perusahaan, kegiatan perencanaan, pengaturan dan pengelolaannya. Menurut Wiludjeng (2007:1) pengertian 6M adalah sebagai berikut:

- a. *Man* yaitu tenaga kerja manusia, baik tenaga kerja pimpinan maupun tenaga kerja operasional/pelaksana.
- b. *Money* yaitu uang yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
- c. *Methods* yaitu cara-cara yang dipergunakan dalam usaha mencapai tujuan.
- d. *Materials* yaitu bahan-bahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
- e. *Machines* yaitu mesin-mesin / alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mencapai tujuan.
- f. *Market* yaitu pasar untuk menjual barang dan jasa yang dihasilkan.

2.1.1 Sistem Produksi

Sistem produksi merupakan gabungan dari beberapa unit atau elemen yang saling berhubungan dan saling menunjang untuk melaksanakan proses produksi dalam suatu perusahaan tertentu (Ahyari, 2002:96). Suatu sistem produksi tidak akan dapat dipisahkan dengan masukan (*input*) sistem produksi serta keluaran (*output*) sistem produksi dalam perusahaan.

a. Masukan Sistem Produksi

1) Bahan Baku

Menurut Prawirosentono (2001:61) “Bahan Baku adalah bahan utama dari suatu produk atau barang”. Bahan baku merupakan bahan yang paling utama didalam melakukan proses produksi sampai menjadi barang jadi. Bahan baku yang dapat dipergunakan akan menjadi input dari sistem

produksi dalam suatu perusahaan. Jumlah dan jenis dari bahan baku ini tentunya akan terkait dengan sistem produksi perusahaan, yaitu kepada produk dan peralatan yang dipergunakan. Dengan demikian, bahan baku ini akan mempunyai ketergantungan pula terhadap sistem produksi yang dipergunakan oleh perusahaan yang bersangkutan.

2) Bahan Pembantu

Menurut Slamet (2007:66) “Bahan Pembantu adalah bahan pelengkap yang melekat pada suatu produk”. Bahan pembantu tergolong dalam *supplies* pabrik yaitu bahan-bahan yang diperlukan dalam membuat suatu produk, tetapi bahan tersebut tidak melekat pada produk yang bersangkutan. Bahan pembantu atau bahan penolong merupakan bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi yang dikenakan langsung terhadap bahan baku yang sifatnya hanya membantu atau mendukung kelancaran proses produksi dan bahan ini bukan bagian dari produk akhir.

3) Tenaga Kerja

Menurut Ahyari (2002:97) “Tenaga kerja merupakan input dari sistem produksi yang harus memiliki keterampilan khusus sehingga dapat membuah hasil yang memadai”. Tanpa adanya keterampilan khusus yang dimiliki oleh para tenaga kerja langsung dalam perusahaan maka pelaksanaan produksi dalam perusahaan tersebut akan mempunyai hasil yang kurang maksimal bagi perusahaan.

4) Mesin/Peralatan

Peralatan merupakan input yang digunakan sebagai alat untuk melakukan kegiatan produksi agar lebih mudah dan cepat dalam proses produksi pada perusahaan. Peralatan tersebut harus senantiasa terpelihara dengan baik agar tetap bisa digunakan dalam jangka panjang untuk proses produksi.

5) Biaya

Biaya produksi yang dikeluarkan dalam perusahaan yang melaksanakan proses produksi dalam perusahaan perlu untuk direncanakan dan dikendalikan sebaik-baiknya. Biaya produksi merupakan

variabel dalam perusahaan yang dapat memungkinkan harga lebih rendah namun tetap menguntungkan (Buffa dan Sarin, 1996:13). Menurut Mulyadi (2000:14) “Biaya Produksi adalah biaya-biaya yang terjadi untuk mengolah bahan baku menjadi produk jadi yang siap dijual”. Sedangkan menurut Soemarso (2004:271) “Biaya produksi adalah biaya yang dibebankan dalam proses produksi selama satu periode”.

Agar dapat bersaing atas dasar harga dituntut kemampuan fungsi operasi untuk berproduksi dengan biaya rendah. Karenanya efek lokasi, desain produk, penggunaan dan penggantian peralatan, produktivitas tenaga kerja, manajemen sediaan yang baik, pemanfaatan teknologi proses, dan sebagainya memberi kontribusi pada biaya yang dihasilkan. Biaya yang tersedia untuk pembiayaan modal kerja dalam perusahaan juga merupakan input yang diperlukan oleh sistem produksi dalam perusahaan. Kekurangan dana untuk pembiayaan tenaga kerja, bahan baku, serta biaya peralatan lainnya yang diperlukan mengakibatkan terganggunya pelaksanaan produksi dalam perusahaan tersebut.

b. Keluaran Sistem Produksi

Menurut Ahyari (2002:98) “Keluaran dalam sistem produksi merupakan hasil produk dari kegiatan produksi dalam perusahaan”. Menurut Tarmudji (1991:36) hasil produksi dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu:

1) Barang Konsumsi

Barang Konsumsi adalah barang-barang yang dibeli untuk dikonsumsi. Pembelinya di dasarkan atas kebiasaan membeli dari konsumen. Jadi pembeli barang konsumsi ini adalah pembeli atau konsumen akhir. Karena barang-barang tersebut banyak dipakai sendiri (termasuk diberikan orang lain). Barang konsumsi dibedakan menjadi tiga yaitu:

a) Barang konsumen, yaitu barang yang mudah dipakai, dapat dibeli disembarang tempat dan waktu.

- b) Barang *shopping*, yaitu barang yang membelinya dengan mencari dulu dan harus dipertimbangkan dengan matang.
- c) Barang spesial, yaitu barang yang mempunyai ciri khas dapat dibeli ditempat tertentu saja dan membelinya harus memerlukan pengorbanan.

2) Barang Industri

Barang industri adalah barang-barang yang dibeli untuk diproses lagi untuk kepentingan industri. Barang industri dibedakan menjadi lima golongan yaitu:

- a) Bahan baku
- b) Komponen dan barang setengah jadi, yang diperlukan untuk melengkapi produk akhir.
- c) Perlengkapan operasi adalah barang yang dapat digunakan untuk membantu lancarnya proses produksi maupun kegiatan-kegiatan lain.
- d) Instalasi adalah produk utama dalam perusahaan yang dapat dipakai untuk jangka waktu lama.
- e) Peralatan ekstra adalah alat yang siap dipakai untuk membantu instalasi.

Berdasarkan uraian di atas maka hasil produksi pada perusahaan batik Sayu Wiwit termasuk dalam kategori barang industri karena produk dari bahan baku kain yang akan dibeli dan diproses kembali menjadi batik untuk kepentingan dalam proses produksi. Produk yang dihasilkan dalam perusahaan tidak akan menyimpang dari produk yang telah direncanakan dalam sistem produksi, sehingga pelaksanaan kegiatan produksi dalam perusahaan lebih terarah dan memperoleh hasil yang maksimal. Hasil produksi perusahaan yang paling diutamakan sebagai berikut:

(1) Jumlah produk yang dapat diproduksi

Suatu perusahaan yang didirikan tentunya harus mempunyai rencana tentang produk apa yang akan diproduksi oleh perusahaan tersebut. Dengan diketahuinya produk yang (direncanakan) dapat diproduksi oleh perusahaan, maka manajemen perusahaan akan

dapat menentukan sub-sistem produksi yang lain. Adapun produk apa yang akan diproduksi pada suatu periode tertentu akan tergantung kepada perencanaan produksi yang akan disusun untuk setiap periode.

(2) Kualitas produksi yang berlaku dalam perusahaan

Penggunaan standar produksi yang jelas akan lebih mempermudah para karyawan untuk melaksanakan operasi perusahaan. Produk perusahaan yang tidak mempunyai standar yang baik akan menimbulkan berbagai macam kesulitan apabila diperlukan penggantian dari suku cadang dalam perusahaan tersebut.

2.2 Strategi

Definisi strategi menurut Christensen (dalam Supriyono, 1998:7) “Strategi adalah pola-pola berbagai tujuan serta kebijaksanaan dasar dan rencana-rencana untuk pencapaian tujuan tersebut, dirumuskan sedemikian rupa sehingga jelas usaha apa yang sedang akan dilaksanakan oleh perusahaan, demikian juga sifat perusahaan baik sekarang maupun di masa yang akan datang”.

Menurut Glueck (dalam Supriyono, 1998:7) “Strategi adalah suatu kesatuan rencana yang komprehensif dan terpadu yang menghubungkan kekuatan strategi perusahaan dengan lingkungan yang dihadapinya, kesemuanya menjamin agar tujuan perusahaan tercapai”.

Definisi strategi menurut Assauri (2007:168) adalah sebagai berikut:

Strategi adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi perusahaan merupakan salah satu kesatuan rencana perusahaan yang komprehensif dan terpadu yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Penyusunan strategi perlu dihubungkan dengan lingkungan perusahaan saat ini maupun masa depan karena lingkungan menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan sehingga dapat disusun kekuatan strategi perusahaan. Proses

pencapaian tujuan perusahaan terdapat berbagai macam cara atau alternatif strategi yang perlu dipertimbangkan dan harus dipilih. Strategi yang dipilih akan di implementasikan dan di kendalikan oleh perusahaan dan akhirnya memerlukan evaluasi terhadap strategi tersebut. Strategi disusun karena perusahaan ingin lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya, di dalamnya berupa perencanaan yang menyeluruh kompleks menyangkut masalah sumber daya perusahaan dengan memperhatikan lingkungan internal dan eksternal. Strategi digunakan untuk rencana jangka panjang maupun jangka pendek dengan di ikuti tindakan-tindakan mengembangkan alternatif yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan tertentu yang umumnya “kemenangan”.

2.2.1 Manfaat dan Tujuan Strategi

Strategi bermanfaat untuk mengantisipasi tantangan dan kesempatan di masa depan, dapat memberikan arah dan tujuan perusahaan di masa depan yang jelas pada semua karyawan, membuat tugas eksekutif puncak menjadi lebih mudah dan kurang berisiko, dapat memonitor kejadian di dalam perusahaan, memberikan informasi pada manajemen puncak merumuskan tujuan akhir, membantu pembuatan keputusan proaktif atau reaktif-progresif, membantu praktik para manajer, dan mengarahkan pada efektivitas perusahaan (Supriyono, 1998:13).

Setiap strategi pasti dibuat guna mencapai suatu tujuan. Tujuan dapat digolongkan dalam dua tipe yaitu: tujuan jangka panjang dan tujuan jangka pendek dengan menggunakan ukuran tahun sebagai dasar untuk mengetahui tingkat keberhasilan perusahaan dalam menetapkan sebuah strategi. Tujuan jangka pendek biasanya hanya mempunyai jangka waktu satu tahun atau kurang dari itu, sedangkan jangka panjang harus lebih dari satu tahun. Menurut Supriyono (1998:47) terdapat beberapa kriteria dari tujuan yang baik, yaitu:

a. Jelas dan Spesifik

Suatu tujuan harus jelas dan spesifik berhubungan dengan hasil-hasil yang diinginkan. Dan diharapkan tujuan tersebut dapat dimengerti oleh semua bagian perusahaan.

b. Berjangka waktu

Diharapkan dari tujuan yang telah dirumuskan agar mempunyai jangka waktu yang telah ditetapkan.

c. Konsistensi

Konsistensi disini dimaksudkan agar tujuan yang telah dibuat sesuai dengan sumber daya yang dimiliki.

d. Fleksibel

Diharapkan agar tujuan dari perusahaan dibuat untuk sefleksibel mungkin agar mudah untuk dimodifikasi agar lebih sesuai dengan kemungkinan dari lingkungan yang mungkin berubah.

e. Dapat diukur

Tujuan strategi harus diberi batasan-batasan yang jelas agar mudah dalam pengevaluasian pada waktu yang akan datang.

f. Kesulitan dan ketercapaian

Kesulitan dalam tujuan maksudnya adalah bahwa tujuan yang telah diterapkan harus dibuat untuk lebih menantang bagi pelaksana untuk mencapainya.

g. Keselarasan

Tujuan tertentu harus selaras dengan tujuan yang lain agar tidak terjadi tujuan yang ganda dan dapat menimbulkan konflik antar departemen.

h. Keterimaan

Tujuan yang dibuat harus dapat diterima oleh seluruh manajemen, karyawan maupun pemegang saham.

Manfaat dari penetapan tujuan adalah menetapkan organisasi sesuai dengan lingkungannya, dengan tujuan bisa membantu untuk dapat mengkoordinasikan keputusan-keputusan dari para pembuat keputusan, bisa membuat standar dari keberhasilan organisasi dan juga memudahkan proses perumusan dan pengimplementasian strategi perusahaan.

2.2.2 Keterbatasan Strategi

Meskipun banyak arti penting dan manfaat strategi, strategi juga mempunyai keterbatasan-keterbatasan. Menurut Supriyono (1998:9) keterbatasan strategi adalah sebagai berikut:

- a. Strategi didasarkan atas prediksi, tetapi perusahaan sulit menyusun prediksi keadaan masa depan secara terperinci karena masa depan sangat kompleks dan berubah-ubah. Untuk menghadapi masalah ini diperlukan teknik probabilitas yang lebih akurat didalam memprediksi apa yang akan terjadi di masa depan.
- b. Dedikasi yang berlebihan terhadap strategi yang sudah diterapkan dapat mengakibatkan hilangnya kesempatan yang ada. Perlu disadari bahwa strategi harus bersifat fleksibel di dalam menghadapi lingkungan yang kompleks serta berubah secara dinamis, strategi yang semula ditentukan mungkin tidak cocok dengan perubahan kesempatan dan hambatan yang ada.
- c. Strategi disusun harus merupakan satu kesatuan, komprehensif, dan terpadu. Tetapi syarat ini seringkali sulit dipenuhi karena adanya konflik antara tujuan *corporate* dengan tujuan divisi atau departemen-departemen di dalam organisasi, juga dapat timbul konflik antara tujuan divisi yang satu dengan divisi lainnya. Dalam hal ini perlu konsep keseimbangan alokasi sumber daya perusahaan dan eliminasi konflik antar divisi organisasi.
- d. Kesulitan menyusun pola-pola tujuan, kebijakan, dan implementasinya secara bijaksana. Dalam hal ini diperlukan pertimbangan-pertimbangan (*judgments*) dalam menentukan strategi.
- e. Proses menentukan strategi memerlukan waktu, usaha, dan biaya namun tidak ada jaminan manfaatnya lebih besar.

Dari keterbatasan-keterbatasan strategi diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa keterbatasan strategi meliputi kesulitan memprediksi masa depan, dedikasi yang berlebihan dapat menghilangkan kesempatan yang ada,

dapat timbul konflik antara tujuan corporate dengan tujuan divisi atau departemen, kesulitan untuk menyusun pola tujuan, kebijakan, dan implementasinya serta memerlukan waktu, usaha, dan biaya yang belum tentu manfaatnya lebih besar. Apapun keterbatasan dan kekurangan dari strategi, jika suatu perusahaan mampu mengimplementasikannya secara tepat dan efektif maka setiap strategi yang digunakan akan mampu menjawab setiap tujuan yang akan dicapai oleh perusahaan.

2.2.3 Strategi Perusahaan

Menurut Porter 1996 (dalam Supriyono, 1998:8) ada 3 strategi generik yang dapat digunakan oleh perusahaan, antara lain:

- a. *Cost Leadership* (keunggulan biaya terendah), yaitu strategi memenangkan persaingan pasar yang dilakukan dengan menekan biaya produksi serendah-rendahnya sehingga perusahaan mempunyai *competitive advantage* pada harga yang murah.
- b. *Differentiation* (Diferensiasi), yaitu menciptakan sesuatu yang baru yang dirasakan oleh seluruh industri sebagai hal yang unik.
- c. Fokus, yaitu memusatkan pada kelompok pembeli, segmen produk atau pasar geografis tertentu. Jika strategi biaya rendah dan diferensiasi ditujukan untuk mencapai sasaran mereka di keseluruhan industri maka strategi fokus dibangun untuk melayani target tertentu secara baik, dan semua kebijakan fungsional dikembangkan atas dasar pemikiran ini. Dengan demikian, perusahaan akan mampu melayani target strategisnya yang sempit secara lebih efektif dan efisien.

Dari ketiga strategi diatas, perusahaan batik Sayu Wiwit lebih berfokus pada strategi *differentiation* yang menekankan pada penciptaan produk baru sebagai pembeda dari produk batik perusahaan pesaing lainnya. Adanya penciptaan produk baru, maka perusahaan Sayu Wiwit memiliki implementasi strategi produksi yang efektif untuk mengatur segala kegiatan proses produksi bisnis dalam mempermudah pencapaian tujuan perusahaan.

2.3 Strategi Produksi

Menurut Gaither (dalam Supriyono, 1998:9), “Pembentukan strategi produksi pada perusahaan pada dasarnya ditujukan agar perusahaan mempunyai keunggulan relatif pada bidang produksi dibanding pesaingnya yang masih sejalan dengan strategi perusahaan secara umum”. Menurut Hutabarat dan Huseini (2006:246) “Strategi produksi menyangkut segala sesuatu yang berhubungan dengan proses pembuatan produk, termasuk proses pengadaan bahan baku atau material untuk produk”.

Strategi produksi harus dapat mendukung strategi perusahaan di dalam menetapkan proposisi pelanggan dan strategi bisnis. Parameter utama dalam produk adalah biaya, mutu, dan waktu, dan pada perluasan produk perusahaan dilengkapi dengan jasa, dan moril atau semangat juang para tenaga kerja perusahaan (Hutabarat dan Huseini, 2006:248).

Dari pendapat diatas maka dapat disimpulkan oleh peneliti bahwa strategi produksi dari proses pengadaan bahan baku input hingga proses keluaran produk output di implementasikan secara khusus oleh perusahaan untuk mendapatkan keunggulan relatif perusahaan dibandingkan dengan perusahaan pesaing yang masih sejalan dengan strategi perusahaan secara umum.

2.4 Implementasi Strategi Produksi

Setelah manajemen puncak memilih dan menetapkan strategi produksi maka pemimpin unit bisnis dan pemimpin kunci mengetahui bagaimana jalan untuk mencapai tujuan-tujuan dalam perusahaan. Agar strategi produksi yang tepat tersebut dapat diimplementasikan secara efektif dalam perusahaan maka sumber-sumber produksi dari bahan baku, bahan pembantu, peralatan, tenaga kerja, dan biaya harus mencerminkan strategi yang telah ditetapkan sesuai tujuan-tujuan bisnis perusahaan.

Menurut Supriyono (1998:258), Implementasi Strategi adalah penugasan atau penugasan kembali kepada para pemimpin perusahaan, baik pada tingkat corporate maupun tingkat unit bisnis untuk mengkomunikasikan dan mengimplementasikan strategi bersama-sama para karyawan. Implementasi strategi juga melibatkan pengembangan kebijaksanaan fungsional, struktur

organisasi, iklim yang mendukung, strategi membantu tercapainya tujuan-tujuan organisasi.

Sebuah perusahaan agar dapat mencapai arah yang di inginkan secara optimal harus mampu memformulasi dan mengimplementasikan strateginya secara efektif. Menurut Wheelen and Hunger (2012:65) “Formulasi strategi adalah pengembangan perencanaan jangka panjang untuk manajemen yang efektif melalui analisis lingkungan”. Termasuk juga didalamnya terdapat visi, misi, dan tujuan dari perusahaan, mengembangkan strategi, dan pengarahan kebijakan. Apabila salah satu tugas tersebut tidak dilaksanakan dengan baik, maka bukan mustahil hasilnya dapat berupa kegagalan bagi strategi perusahaan secara keseluruhan. Pentingnya kedua tugas ini dapat dijabarkan dalam bentuk matrik sebagaimana tertera dalam gambar dibawah ini yang memberikan gambaran mengenai berbagai kemungkinan yang mungkin dialami oleh perusahaan.

		Formulasi Strategi	
		Baik	Buruk
Implementasi Strategi	Baik	<i>Success</i>	<i>Roulette</i>
	Buruk	<i>Trouble</i>	<i>Failure</i>

Gambar 2.1 Berbagai kemungkinan formulasi dan implementasi strategi (Sumber: Thomas V. Bonoma, (dalam Purnomo, 1999:102)

Agar lebih jelas mengenai berbagai kemungkinan yang terjadi diantara formulasi dengan mengimplementasi strategi diatas, berikut ini penjelasannya :

- Success*: hasil yang paling di inginkan oleh perusahaan. Ini terjadi pada saat perusahaan mampu melakukan formulasi strategi dan sekaligus mampu mengimplementasikannya secara baik pula.
- Roulette*: situasi dimana strategi yang diformulasikan oleh perusahaan sesungguhnya kurang baik, akan tetapi hasil yang di dapat tidaklah terlalu mengecewakan karena pihak manajemen perusahaan ternyata mampu

mengimplementasikan strategi tersebut dengan baik yang disertai dengan berbagai penyesuaian.

- c. *Trouble*: situasi dimana strategi perusahaan sebenarnya diformulasikan dengan baik namun strategi tersebut kacau dan tidak optimal karena manajemen perusahaan tersebut tidak mengimplementasikannya dengan baik.
- d. *Failure*: hasil yang terburuk dan paling tidak di inginkan oleh manajemen perusahaan. Hal ini terjadi karena strategi perusahaan memang diformulasikan dengan tidak baik memuaskan serta yang lebih buruk lagi, implementasinya pun ternyata dilakukan secara kurang baik pula.

Berdasarkan hal di atas, maka dapat disimpulkan bahwa implementasi strategi sama pentingnya dengan formulasi strategi. Kualitas formulasi strategi sesungguhnya sulit sekali untuk ditentukan dan dinilai jika tidak di implementasikan secara efektif. Dari implementasi strategi tersebut maka untuk melakukan implementasi secara efektif dalam kegiatan produksi diperlukan formulasi strategi dari bahan baku, bahan pembantu, peralatan, tenaga kerja, hingga biaya agar perusahaan lebih mudah dalam mencapai tujuannya. Formulasi strategi lebih diutamakan untuk membuat suatu implementasi strategi dalam perusahaan. Formulasi tersebut bertujuan untuk menyusun dan mengatur implementasi strategi produksi perusahaan agar lebih efektif untuk melaksanakan implementasi strategi produksi perusahaan dalam mencapai kesuksesan untuk menghasilkan barang sesuai target yang di inginkan perusahaan maupun permintaan konsumen, mempertahankan keberlangsungan bisnis perusahaan, dan hasil produksi dapat lebih unggul dari perusahaan pesaing.

2.5 Batik

Menurut Tirta (dalam Poerwanto, 2010:65) mengemukakan bahwa “Batik adalah sebuah teknik menghias permukaan tekstil dengan cara menahan pewarna”. Kamus Besar Bahasa Indonesia (dalam Margono, et.al, 2007:16) “Batik adalah corak atau gambar pada kain yang cara pembuatannya secara khusus dengan menerakan malam panas, kemudian pengolahannya diproses

dengan cara tertentu.” Jenis batik yang terdapat di pasar ada bermacam-macam, antara lain : batik tulis, cap, modern, dan batik printing. Batik tulis adalah batik yang dibuat dengan cara menerakan malam diatas kain dengan canting. Batik cap yaitu batik yang dibuat dengan menggunakan cap atau stempel dari tembaga untuk membuat motif. Batik lukis yaitu batik yang dibuat dengan cara melukis. Batik printing adalah kain yang bermotif batik, sedangkan batik kombinasi yaitu hasil kombinasi dari batik tulis dan batik cap.

Di Jawa membutuhkan cairan lilin panas dilakukannya dengan cara menitikkannya dari sebuah alat. Dari titik dapat ditarik menjadi garis, untuk membentuk gambar-gambar dua dimensi. Menurut Margono (2007:17) Bahan baku, bahan pembantu dan peralatan yang dibutuhkan dalam proses produksi batik yaitu:

2.5.1 Bahan Baku

Bahan baku meliputi semua barang dan bahan yang dimiliki perusahaan dan digunakan untuk proses produksi (Wibowo, 2007:24). Bahan baku merupakan bahan pokok yang harus dimiliki perusahaan sebagai dasar pembuatan produk. Bahan baku dari perusahaan batik Sayu Wiwit meliputi:

a. Kain putih

Ada berbagai jenis kain putih (mori), seperti jenis primissima, prima, blacu, dan berkolin. Pemilihan bahan disesuaikan dengan kebutuhan karena pada dasarnya pemakaian kain dalam teknik batik tidak terbatas dan yang utama bahan tersebut dapat ditempleli lilin atau malam sebagai bahan perintang. Selain itu, dipilih bahan kain yang dapat meresap warna.

b. Malam atau lilin sebagai bahan perintang berfungsi untuk penutup bagian kain yang tidak berwarna.

2.5.2 Bahan Pembantu

Menurut Baroto (2002:54) “Bahan Pembantu atau bahan penolong (*supplies*) adalah barang-barang yang diperlukan dalam proses pembuatan atau

perakitan barang, namun bukan merupakan komponen barang jadi”. Bahan pembantu perusahaan Sayu Wiwit dalam proses produksi meliputi:

a. Bahan pewarna (*Naphtol*)

Bahan pewarna yaitu cat yang dipakai untuk memberi warna pada kain. Cat *naphtol* diproduksi oleh berbagai negara dan masing-masing perusahaan memberi merk yang berbeda-beda. Cat *naphtol* diberi nama dengan kode tertentu yang merupakan nama warna tertentu.

b. Bahan pembangkit warna (*Garam Diazo*)

Garam *diazo* merupakan bahan yang digunakan untuk membangkitkan warna. Pada waktu kain dicelupkan dalam larutan *Naphtol*, yang keluar adalah warna kekuning-kuningan dan belum warna yang dikehendaki. Proses mendapatkan hasil warna yang dikehendaki yaitu dengan cara mencelupkan kain kedalam larutan *naphtol* kemudian kain diangin-anginkan lalu dimasukkan kedalam larutan garam, barulah warna akan muncul sesuai dengan yang direncanakan. Oleh karena itu, garam *dizo* berfungsi sebagai pembangkit warna sehingga keberadaan garam *diazo* tidak dapat dipisahkan dengan *naphtol*. Garam ini berbentuk bubuk berwarna, tetapi warna garam tidak selalu sama dengan warna yang dihasilkan setelah dicelupkan.

c. Bahan pelarut *naphtol*

Agar bisa dipergunakan untuk memberi warna pada kain, *naphtol* perlu dilarutkan. Ada beberapa bahan yang dapat digunakan untuk melarutkan *naphtol* diantaranya:

- Kostik Soda, merupakan bahan kimia dengan rumus NaOH (natrium-hidroksida). Bahan ini ada yang padat dan cair. Kostik soda atau soda api termasuk bahan yang berbahaya, jika terkena langsung pada kulit atau mata akan terasa panas.
- TRO (*Turkis Red Oil*), merupakan bahan yang terbuat dari minyak jarak yang berbentuk cairan berwarna coklat kemerahan.
- Air Panas.

d. Bahan pelarut garam

Bahan pelarut garam adalah air dingin biasa. Garam berupa tepung dan jika dilarutkan kedalam air akan berubah menjadi cairan berwarna.

2.5.3 Peralatan

Menurut Assauri (2004:78) “Mesin adalah suatu peralatan yang digerakkan oleh suatu kekuatan atau tenaga yang dipergunakan untuk membantu manusia dalam mengerjakan produk atau bagian-bagian produk tertentu”. Peralatan yang digunakan perusahaan Sayu Wiwit dalam pembuatan batik meliputi:

- a. Wajan untuk wadah malam saat dipanaskan.
- b. Canting dengan berbagai jenis untuk melukiskan motif pada kain
- c. Kompor untuk memanaskan malam agar cepat cair
- d. Bejana untuk menjerang pewarna
- e. Bak untuk mencuci kain
- f. Kuas
- g. Alat pengaduk
- h. Sarung tangan plastik untuk melindungi tangan dari bahan obat batik
- i. Baskom plastik

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dilakukan dengan pedoman penelitian terdahulu yang di dalamnya terdapat perbandingan:

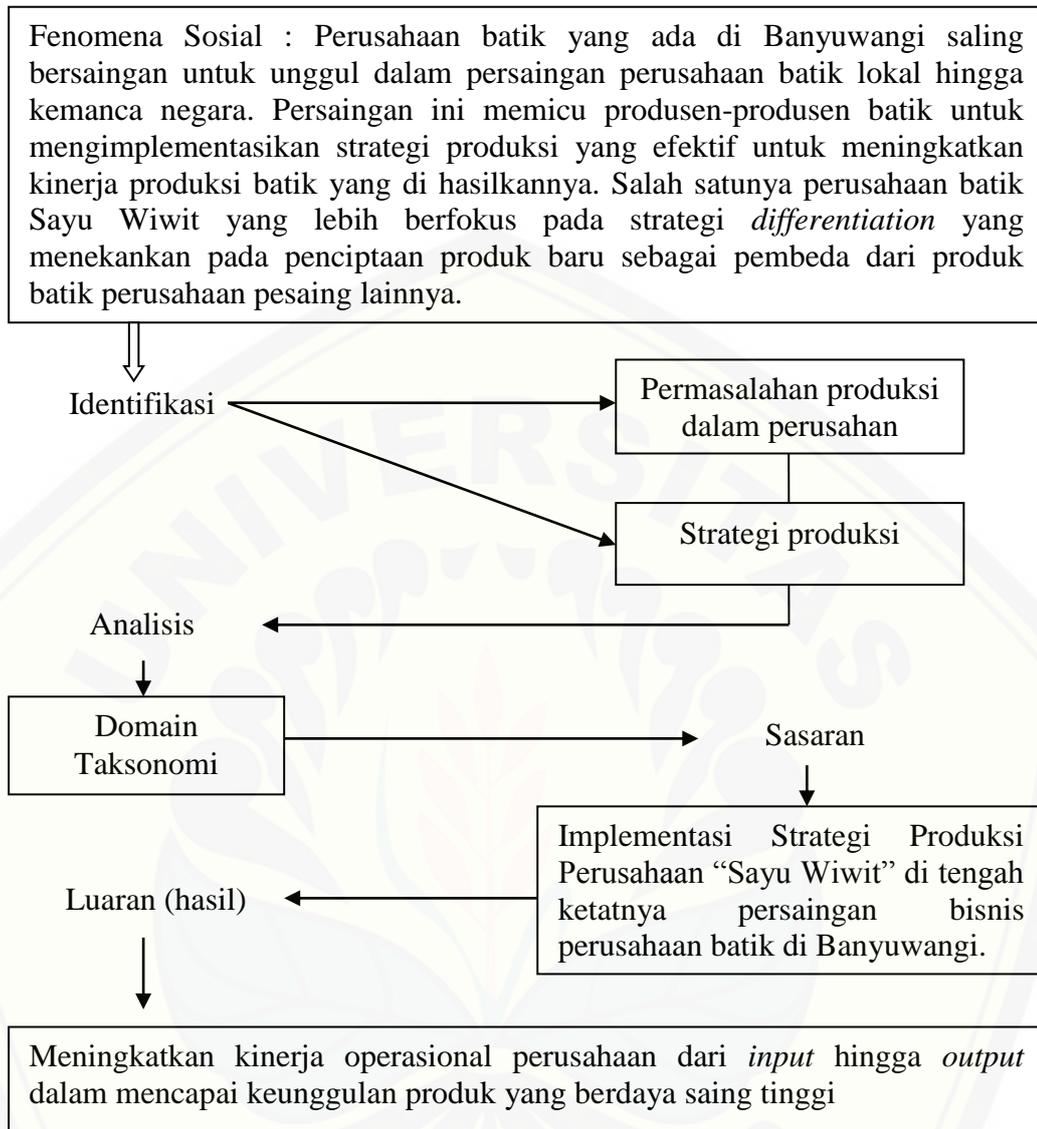
Tabel 2.1 Perbedaan penelitian terdahulu dan sekarang

Nama	Judul Penelitian	Objek penelitian	Analisis yang digunakan	Hasil Penelitian
(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
Suryo kuncoro (2015)	Analisis strategi pengembangan – ngan produk	Perusahaan batik sembung di lendah kulon progo	Deskriptif kualitatif	Strategi pengembangan produk yang dilakukan adalah dengan cara pemunculan ide yang bersumber dari konsumen, penyaringan ide yaitu menggunakan motif tumbuhan, hewan dan logo club sepak bola serta teknik printing dalam produksi.
Sulastrini rindrayani (2016)	Strategi produk dalam menghadapi pesaing	Perusahaan batik “merak manis” laweyan - surakarta	Deskriptif kualitatif	Perusahaan batik merak manis menerapkan strategi produk dalam menghadapi pesainnya. Hal ini disebabkan produk batik lebih menekan pada hasil batikannya yang berupa kualitas batik yang terlihat dari kain mori dan lukisan batik dan corak warna yang digemari konsumen sehingga ke khasan batik merak manis mampu mengalahkan pesaing.

(a)	(b)	(c)	(d)	(e)
Vivin triyani (2017)	Implementasi strategi produksi	Perusahaan batik “sayu wiwit” di banyuwangi	Domain taksonomi	Perusahaan batik Sayu Wiwit dalam mengimplementasikan strategi produksinya dengan strategi <i>differentiation</i> dilakukan dalam sekali produksi agar perusahaan terus memperbarui produknya sebagai pembeda dari perusahaan pesaing.

2.7 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan kerangka berfikir peneliti dalam penelitian. Kerangka berfikir tersebut digunakan peneliti sebagai dasar dalam mencari pemecahan masalah penelitian. Hal-hal yang terdapat didalam kerangka konsep penelitian yaitu identifikasi, analisis, sasaran, dan luaran (hasil). Identifikasi dalam hal ini merupakan poin-poin permasalahan apa yang akan diteliti dan kemudian dianalisis dengan metode tertentu dalam penelitian untuk menemukan hasil dari sasaran pembahasan yang telah ditentukan oleh peneliti. Hasil penelitian tersebut diharapkan dapat menemukan jawaban-jawaban peneliti dalam mencari informasi mengenai pembahasan yang akan disajikan. Kerangka konsep penelitian dalam kerangka berfikir peneliti dapat dijelaskan dengan gambar sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian Implementasi Strategi Produksi Perusahaan Batik "Sayu Wiwit" di Banyuwangi

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ilmiah sebagai proses bertanya – menjawab memperhatikan peristiwa-peristiwa empiris dalam kerangka berfikir teoritis tertentu. Peristiwa-peristiwa empiris sebagai pusat perhatian dapat dibedakan atas gejala-gejala alam dan gejala-gejala sosial. Peneliti menggunakan gejala-gejala sosial atau fenomena sosial dalam melakukan penelitian. Fenomena sosial merupakan peristiwa-peristiwa yang terjadi diantara dan oleh manusia baik secara individu maupun secara kelompok. Menurut Nan Lin (dalam Gulo, 2010:17) Ada 4 kriteria yang perlu dipenuhi dalam suatu penelitian ilmiah yaitu:

1. Penelitian dilakukan secara sistematis. Prosesnya dilakukan dari satu tahap ke tahap berikutnya. Setiap tahap harus dilakukan secara berturut, tidak boleh melangkahi tahap sebelumnya untuk langsung pada tahap terakhir atau tahap yang jauh di atasnya.
2. Penelitian dilakukan secara terkendali. Perumusan konsep dan hipotesis secara operasional merupakan kendali dalam mengarahkan seluruh kegiatan penelitian.
3. Penelitian dilakukan secara empiris. Masalah-masalah yang akan diteliti adalah masalah yang bersifat empiris. Semua konsep yang tercakup dalam penelitian harus terhubung secara operasional dalam dunia nyata.
4. Penelitian bersifat kritis. Kritis disini berarti ada tolak ukur (kriteria) yang dipakai untuk menentukan sesuatu yang dapat diterima, baik secara eksplisit maupun implisit. Tolak ukur dalam menentukan hipotesis, tolak ukur dalam menetapkan besarnya sampel penelitian, tolak ukur dalam memilih metode pengumpulan data, tolak ukur dalam memilih alat analisis, dsb.

3.2 Tipe Penelitian

Berdasarkan kajian permasalahan yang telah dikemukakan serta tujuan yang telah ditetapkan maka penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif

dengan paradigma kualitatif. Menurut Kirk dan Miller (dalam Moleong (2002:3) penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2005:4) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Menurut Moleong (2009:6) Penelitian kualitatif adalah:

Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Penulis menggunakan penelitian kualitatif karena mempunyai tiga alasan yaitu: pertama, lebih mudah mengadakan penyesuaian dengan kenyataan yang berdimensi ganda. Kedua, lebih mudah menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan subjek penelitian. Ketiga, memiliki kepekaan dan daya penyesuaian diri dengan banyak pengaruh yang timbul dari pola-pola nilai yang dihadapi (Margono, 2006:41). Sedangkan menggunakan pendekatan deskriptif karena tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, tetapi hanya menggambarkan suatu gejala atau keadaan yang diteliti secara apa adanya serta diarahkan untuk memaparkan fakta-fakta, kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat (Arikunto Suharsimi, 2002:309).

Strategi penelitian kualitatif deskriptif dalam penelitian ini menggunakan strategi penelitian Studi Kasus. Menurut Berg (dalam Yusuf, 2014 : 339) “*case studies may focus on individual, a group, or an entire community and may utilize a number of data technologies such as life histories, documents, oral histories, in depth interviews, and participant observation*”. Studi kasus dapat berfokus pada individu, kelompok, atau seluruh masyarakat dan dapat menggunakan sejumlah teknologi data seperti sejarah kehidupan, dokumen, sejarah lisan, wawancara mendalam, dan observasi partisipan. Sehubungan dengan itu, menurut Stake

(dalam Yusuf, 2014 : 339) mengemukakan ada tiga tipe penelitian kasus, yaitu studi kasus intrinsik, studi kasus instrumental, dan studi kasus kolektif. Peneliti menggunakan tipe penelitian studi kasus instrumental karena tipe ini digunakan untuk memahami pada pemahaman tentang suatu isu atau merumuskan kembali suatu penjelasan secara teoritis. Studi kasus tipe ini menggunakan instrumen sebagai penolong untuk menjelaskan kembali suatu konsep, kejadian, atau peristiwa secara teoretis. Jadi, melalui penelitian deskriptif studi kasus instrumen ini peneliti mampu mendiskripsikan implementasi strategi produksi perusahaan “Sayu Wiwit” di Banyuwangi.

3.3 Tahap Penelitian

Tahap penelitian ini terdiri dari beberapa tahap dan tujuan agar peneliti dapat terarah dengan baik dan data yang diperoleh dapat lebih jelas. Adapun tahap-tahap penelitian ini adalah:

1. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan kegiatan untuk menambah dan memperluas pengetahuan peneliti dalam mencari informasi berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan dengan mencari referensi melalui buku-buku, majalah, artikel, serta penelitian-penelitian terdahulu. Studi kepustakaan merupakan sarana memperkaya teori-teori yang selanjutnya menjadi dasar penyusunan konsepsi dasar.

2. Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana seorang peneliti dapat melakukan penelitian yang bertujuan untuk memperoleh data-data yang diperlukan oleh peneliti. Penelitian ini dilakukan di Banyuwangi tepatnya pada Perusahaan Batik Sayu Wiwit yang beralamat di Jl. Sido Pekso Lingkungan Temenggungan. Lokasi penelitian ditetapkan oleh peneliti dengan pertimbangan perusahaan yang bersangkutan merupakan salah satu perusahaan batik tertua yang ada di Banyuwangi.

3. Sumber Data

Data merupakan hal yang esensi untuk menguatkan suatu permasalahan dan juga diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Peneliti memperoleh data yang ada kaitannya dengan implementasi strategi produksi perusahaan “Sayu Wiwit” dengan cara memperoleh data yang obyektif sesuai dengan sasaran yang menjadi obyek penelitian, dan sumber data tersebut diperoleh dari:

- a. Data sekunder yaitu berupa data yang diperoleh selama melaksanakan studi kepustakaan, berupa literatur maupun data tertulis yang berkenaan dengan penelitian di perusahaan. Data ini berupa jurnal, penelitian terdahulu, referensi buku, dan literatur lainnya.
- b. Data primer yaitu data yang bersumber dari informan yang mengetahui secara jelas dan rinci mengenai masalah yang sedang diteliti. Informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi dalam penelitian.

4. Observasi Pendahuluan

Observasi awal dilakukan dengan mengadakan konsultasi untuk mendapatkan izin penelitian sekaligus untuk memperoleh informasi yang terkait dan dibutuhkan dalam penelitian untuk mengetahui tentang Implementasi Strategi Produksi Perusahaan “Sayu Wiwit” Banyuwangi.

5. Penentuan Informan

Penelitian dalam metode kualitatif diberi kebebasan dalam menentukan informan yang akan digunakan guna memperoleh data yang selengkap-lengkapannya dan sesuai dengan topik penelitian. Menurut Moleong (2009:90), “Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian”. Informan sangat diperlukan bagi peneliti guna menggali dan memberikan informasi tentang aspek, peristiwa, dan fenomena apa saja yang terjadi dalam perusahaan. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan metode *snowball*. Menurut Sugiyono (2008:300) *Purposive* adalah penentuan informan yang

ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu. Jadi, penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung. Caranya yaitu peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan dan dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap. Adapun yang menjadi *key informan* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Data sumber informan

Nama	Fonny Meilyasari
Jabatan	Pimpinan Perusahaan “Sayu Wiwit”
Topik Wawancara	<ul style="list-style-type: none"> - Gambaran umum perusahaan - Penetapan strategi dibuat serta masalah yang dihadapi dalam proses produksi - Implementasi strategi produksi pada perusahaan

3.4 Tahap Pengumpulan Data

Pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data yang akurat guna mendukung keberhasilan penelitian ini. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui teknik sebagai berikut ini :

1. Observasi

Observasi menurut Kusuma (1987:25) adalah pengamatan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis terhadap aktivitas individu atau obyek lain yang diselidiki. Adapun jenis-jenis observasi tersebut diantaranya yaitu observasi terstruktur, observasi tak terstruktur, observasi partisipan, dan observasi nonpartisipan. Penelitian ini menggunakan observasi partisipan sesuai dengan objek penelitian. Observasi partisipan yaitu suatu teknik pengamatan dimana peneliti ikut ambil bagian dalam kegiatan yang dilakukan oleh objek yang diselidiki. Observasi ini dilakukan dengan mengamati dan mencatat langsung terhadap objek penelitian, yaitu dengan mengamati kegiatan-

kegiatan implementasi strategi produksi yang ada di perusahaan batik “Sayu Wiwit” di Banyuwangi. Observasi dilakukan untuk memperoleh berbagai data konkret secara langsung dilapangan pada obyek penelitian. Peneliti mengadakan pengamatan dilapangan guna memperoleh informasi-informasi penting yang berkaitan dengan masalah implementasi strategi produksi dalam perusahaan.

2. Wawancara

Menurut Moleong (2009:186), “Wawancara merupakan percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak atau lebih, yaitu pewawancara (*inerviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberi jawaban itu”. Menurut Sulistyono dan Basuki (2006:173) “Wawancara itu sendiri dibagi menjadi 3 kelompok yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara mendalam (*in-depth interview*)”. Peneliti memilih melakukan wawancara mendalam untuk mengumpulkan informasi yang kompleks dengan cara melakukan tanya jawab langsung dengan informan. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi yang mendalam dari informan yang berhubungan dengan permasalahan yang akan dibahas. Sebelum melakukan wawancara, peneliti harus menyusun terlebih dahulu daftar pertanyaan sebagai pedoman untuk melakukan wawancara dilapangan.

3. Dokumentasi

Menurut Burhan (2001:133) “Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menelusuri data historis”. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang dapat diperoleh melalui dokumen-dokumen perusahaan dalam menyelidiki bagan, struktur organisasi, grafik, arsip-arsip, foto dan lain-lain yang berkaitan dengan implementasi strategi produksi perusahaan.

3.5 Tahap Pemeriksaan Keabsaan Data

Pemeriksaan keabsaan data bertujuan agar data yang diperoleh valid, yaitu data yang diperoleh peneliti sesuai atau sama dengan data yang sesungguhnya ada pada lapangan. Peneliti menggunakan triangulasi dalam menguji keabsaan data. Menurut Wiersma (dalam buku Sugiono, 2010:464), “triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. “Sugiono (2010:464) membagi triangulasi menjadi tiga jenis yaitu :

1. Triangulasi sumber

Triangulasi sumber dilakukan dengan cara melakukan observasi dan wawancara tidak hanya dari satu sumber tetapi dengan sumber yang lain untuk menguji kredibilitas data dengan mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.

2. Triangulasi teknik

Triangulasi teknik dilakukan peneliti yang awalnya melakukan teknik wawancara pada objek yang telah diobservasi, pada tahap triangulasi akan melakukan pengamatan dengan panca indra sendiri untuk membuktikan hasil wawancara dengan narasumber terkait.

3. Triangulasi waktu

Triangulasi waktu dilakukan dengan mendapatkan data melalui teknik wawancara yang dilakukan di pagi hari pada saat narasumber masih segar dan akan memberikan data yang lebih valid sehingga lebih kredibel. Pengujian kredibilitas data dilakukan dengan cara pengecekan wawancara, observasi, dan teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda.

3.6 Tahap Analisis Data

Analisis data merupakan proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam penelitian kualitatif ini menggunakan analisa logika komparatif abstraktif yaitu suatu logika yang menggunakan cara perbandingan. konseptualisasi, kategorisasi dan deskripsi dikembangkan atas dasar kejadian (*incidence*) yang diperoleh ketika kegiatan

lapangan berlangsung (Burhan, 2001:71). Analisis penelitian ini dilakukan secara terus menerus sejak awal penelitian dan selanjutnya di sepanjang melakukan penelitian. Jadi semenjak memperoleh data dari lapangan baik dari hasil observasi, wawancara atau dokumentasi langsung dipelajari dan dirangkum, ditelaah dan dianalisis sampai akhir penelitian.

Dengan demikian pekerjaan mengumpulkan data bagi penelitian kualitatif harus langsung diikuti dengan pekerjaan menulis, mengedit, mengklasifikasi, mereduksi, dan menyajikan data, serta menarik kesimpulan dengan cara membandingkan sebagai analisis data kualitatif (Noeng, 1996:30). Penelitian kualitatif umumnya lebih melihat proses daripada produk dari obyek penelitiannya. Selain itu nantinya kesimpulan dari data kualitatif tidak berupa angka-angka tetapi disajikan dalam bentuk kata verbal yang pengolahannya mulai dari mengedit sampai menyajikan dalam keadaan ringkas dikerjakan di lapangan.

Pada penelitian ini data yang dikumpulkan berupa bentuk verbal pendekatan deskriptif akan dianalisis kembali secara mendalam dengan menggunakan analisis domain dan taksonomi. Analisis domain menurut Moleong (2009:305) adalah analisis domain dilakukan terhadap data yang diperoleh dari pengamatan berperan serta atau wawancara serta pengamatan deskriptif yang terdapat dalam catatan lapangan yang dapat dilihat dibuku lampiran.

Tabel 3.2 Model analisis domain

Domain (a)	Hubungan semantis (b)	Pertanyaan struktural (c)
Pembahasan tentang gambaran umum perusahaan	Gambaran umum perusahaan meliputi sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, sumber daya yang dimiliki perusahaan, dll.	Bagaimana keadaan umum Perusahaan Batik “Sayu Wiwit” di Banyuwangi?

(a)	(b)	(c)
Pembahasan secara umum tentang Implementasi Strategi Produksi Perusahaan Batik “Sayu Wiwit” di Banyuwangi	Implementasi Strategi Produksi merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas demi kepuasan konsumen dan perusahaan dapat lebih unggul dari pesaing	Bagaimana Implementasi Strategi Produksi Perusahaan Batik “Sayu Wiwit” di Banyuwangi?

Setelah peneliti selesai menganalisis domain, maka selanjutnya diperlukan analisis taksonomi.

Definisi analisis taksonomi menurut Moleong (2009:305) adalah sebagai berikut:

Analisis Taksonomi adalah setelah selesai analisis domain, dilakukan pengamatan dan wawancara terfokus berdasarkan fokus yang sebelumnya telah dipilih oleh peneliti. Hasil terpilih untuk memperdalam data yang telah ditemukan melalui pengajuan sejumlah pertanyaan kontras. Data hasil wawancara terpilih dimuat dalam catatan lapangan yang terdapat dalam buku lampiran.

Tabel 3.3 Model analisis taksonomi

Macam	Kegiatan	Deskripsi
(a)	(b)	(c)
Strategi Produk	Produk baru	Produk yang benar-benar baru atau merupakan modifikasi pengembangan dari produk yang ada
Strategi Produksi	<i>Input</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Biaya – Bahan Baku – Bahan Pembantu – Peralatan – Tenaga Kerja

(a)	(b)	(c)
	Proses Produksi <i>Output</i>	Implementasi proses produksi – Merek – Kemasan – Jaminan
Implementasi Strategi Produksi	Analisis dalam memformulasikan strategi produksi perusahaan Implementasi strategi produksi	– Kondisi Eksternal – Kondisi Internal – Ketepatan Biaya – Ketepatan Persediaan – Ketepatan SDM – Ketepatan Target Produksi

3.7 Tahap Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan langkah penting dalam mengetahui hasil analisis penelitian yang lebih ringkas. Proses penarikan kesimpulan dicari arti bagian-bagian yang penting juga dilakukan peninjauan ulang terhadap catatan lapangan dan tukar pikiran dengan orang-orang yang relibat dalam penelitian untuk menempatkan temuan-temuan yang dihasilkan dilapangan. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir yang dilakukan atas dasar data yang dianalisis.

Metode yang digunakan dalam penarikan kesimpulan ini adalah metode deduktif. Metode deduktif menurut Jacobs (1982:32) menyatakan: “*Deductive reasoning is a method of drawing conclusions from facts that we accept as true by using logic*”. Artinya, penalaran deduktif adalah suatu cara penarikan kesimpulan dari pernyataan atau fakta-fakta yang dianggap benar dengan menggunakan logika. Metode deduktif menarik kesimpulan yang berangkat dari hal-hal yang bersifat umum kedalam hal-hal yang bersifat khusus, hal ini berarti kesimpulan dalam penelitian didasarkan pada suatu hal yang menjelaskan permasalahan penelitian secara umum sehingga kemudian dapat dipahami secara khusus.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Strategi produksi perusahaan batik Sayu Wiwit dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu *input* (masukan), proses produksi, dan *output* (keluaran). Perusahaan batik Sayu Wiwit dalam pengembangan perencanaan jangka panjang untuk memformulasikan strategi produksi yaitu dengan menganalisis lingkungan eksternal maupun lingkungan internal perusahaan. Formulasi strategi produksi perusahaan dalam menganalisis kondisi eksternal maupun kondisi internal perusahaan sukses dalam mencapai target sesuai dengan keinginan perusahaan. Target perusahaan tidak akan tercapai tanpa adanya implementasi strategi produksi yang baik dalam perusahaan. Implementasi strategi produksi perusahaan meliputi ketepatan biaya, ketepatan persediaan, ketepatan sumber daya manusia, dan ketepatan target produksi. Ketepatan implementasi strategi tersebut hingga saat ini berjalan baik meskipun ada sedikit kendala namun tetap bisa diatasi oleh perusahaan.

Implementasi strategi produksi perusahaan sukses meningkatkan hasil produksi dalam meminimalisir adanya kegagalan produk dengan strategi produk menggunakan strategi *differentiation* yaitu penciptaan atau pengembangan produk baru. Pengembangan produk batik pada perusahaan Sayu Wiwit menekankan pada pengembangan kombinasi motif dan warna yang selalu berubah untuk sekali produksi agar konsumen tidak merasa bosan dengan batik yang terkenal kuno. Ide pengembangan motif dilakukan pemilik dengan cara mengkombinasikan motif lama khas Banyuwangi dengan motif modern hingga menghasilkan motif khas Sayu Wiwit sebagai pembeda dari hasil produksi perusahaan pembatik lainnya.

5.2 Saran

Perusahaan batik Sayu Wiwit dalam mengimplementasikan strategi produksinya sudah cukup baik bahkan sukses dalam mempertahankan eksistensi perusahaan dan target tetap meningkat setiap tahunnya. Setiap perusahaan pasti memiliki kelemahan dibalik kesuksesan yang dicapai, begitupun dengan

perusahaan batik Sayu Wiwit yang ada di Banyuwangi. Peneliti memberikan masukan, yaitu :

- a. Perekapan biaya perusahaan sebaiknya direkap menggunakan komputer untuk memperkecil resiko salah perhitungan produk maupun biaya.
- b. Sumber Daya Manusia baik tenaga kerja langsung maupun tidak langsung sebaiknya diberikan aturan yang tegas agar komitmen dalam bekerja mampu dikerjakan dengan sebaik mungkin.
- c. Implementasi strategi produksi perusahaan yang menekankan pada penciptaan produk baru tentunya membutuhkan ide-ide kreatif yang lebih banyak lagi dan tidak dari satu ide pemilik saja sehingga motif bisa lebih banyak tingkat pengembangannya. Hal ini dapat dilakukan dengan memilih beberapa pekerja terpercaya untuk dilatih *konowledge managementnya* dalam pengembangan motif. Terpercaya agar tidak terjadi *hangout* pada perusahaan dan dapat meningkatkan eksistensi perusahaan batik Sayu Wiwit dalam jangka panjang.
- d. Perusahaan seharusnya memperluas tempat produksi agar perekrutan lebih banyak pekerja tetap dapat terpenuhi sehingga targetpun bisa ditingkatkan semaksimal mungkin. Perekrutan untuk pekerja sebaiknya dari kalangan anak muda yang putus sekolah untuk dilakukan pelatihan pembatikan karena batik merupakan produk seni yang siapa saja bisa membatik asalkan mau belajar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Assauri, S. 2001. *Manajemen Operasi dan Produksi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: FEUI.
- Assauri, S. 2007. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: FEUI.
- Ahyari, A. 2002. *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta: BPFE.
- Ariskunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Buffa, E.S. dan Rakesh, K.S. 1996. *Manajemen Operasi dan Produksi Modern*. Edisi 8. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Boengin, B. 2001. *Metodelogi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga.
- Baroto, T. 2002. *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Certo, S. dan Paul, P. 1990. *Strategic Management*. New York : Mc.Graw Hill.
- Fuad M, dkk. 2000. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Gulo W. 2010. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hutabarat, J. dan Huseini, M. 2006. *Proses, Formasi & Implementasi Manajemen Strategik Kontemporer Operasionalisasi Strategi*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Hunger, J.D. dan Wheelen, T.L. (2012). *Strategic Management and Bussiness Policy: Toward Global Sustainability (13th Edition)*. New York: Pearson.
- Jacobs, H. R. 1982. *Mathematics a Human Endeavor 2nd*. San Fransisco: W.H. Freeman and Company.
- Jauch, L.R. dan Glueck, W.F. 1998. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Kusuma, A.S. 1987. *Konservasi Sumberdaya Tanah dan Air*. Jakarta: Kalam Mulia.

- Koontz, H. O'Donnell, C. dan Wehrich, H. 1996. *Manajemen*. Edisi Delapan. Jakarta: Erlangga.
- Muhadjir, N.H. 1996. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasia.
- Mulyadi. 2000. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: Aditya Media.
- Moleong, L.J. 2002. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.J. 2005. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Margono. 2006. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Margono, dkk. 2007. *Seni Rupa dan Seni Teater 2*. Jakarta: Ghalia Indonesia Printing.
- Moleong, L.J. 2009. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Purnomo dan Zulkieflimansyah. 1999. *Manajemen Strategi Sebuah Konsep dan Pengantar*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Prawirosentono, S. 2001. *Manajemen Operasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Render, B. dan Holzer, J. 2001. *Prinsip-Prinsip Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat
- Supriyono. 1998. *Manajemen Strategi Kebijakan Bisnis*. Edisi Dua. Yogyakarta: BPFE.
- Slamet, A. 2007. *Penganggaran Perencanaan dan Pengendalian Usaha*. Semarang: UPT UNNES.
- Soemarso S.R. 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sri, W.S.P. 2006. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Fakultas Bisnis Dan Manajemen Universitas Widyatama.
- Subagyo, P. 2000. *Manajemen Operasional*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Sulistyo dan Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.

Tarmudji, T. 1991. *Manajemen Bisnis*. Yogyakarta : Liberty.

Yusuf, M.A. 2014. *Metode Penelitian : Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.

Wheelen T.L, dkk. 1998. *Strategic Manageent and Business Policy : Entering 21 Century Global Society*. New York : Mc.Graw Hill.

Wibowo, S. 2007. *Manajemen Produksi*. Yogyakarta: BPFE.

Jurnal

Rindrayani, S. R. 2016. Strategi Produk Dalam Menghadapi Pesaing Pada Perusahaan Batik “Merak Manis” Laweyan–Surakarta. *Jurnal Peko*. 246–264

Skripsi

Kuncoro, S. 2015. Analisis Strategi Pengembangan Produk Pada Batik Sembung Di Lendah Kulon Progo. *Skripsi*. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta.

LAMPIRAN

A. Hasil Wawancara



Tahap 1 : Gambaran Umum Perusahaan

1. Wawancara dengan Bu Fonny Meilyasari selaku pimpinan sekaligus pemilik perusahaan batik Sayu Wiwit. Wawancara ini dilakukan di Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi pada tanggal 7 Agustus 2017 pada pukul 10.00 WIB.

Peneliti	Bagaimana Sejarah berdirinya perusahaan batik Sayu Wiwit ?
Informan	Perusahaan batik Sayu Wiwit didirikan pada awal tahun 1995 oleh Bapak Sudjojo Dulhadji. Awalnya Sudjojo Dulhadji mencoba mengumpulkan para pengrajin batik dalam satu wadah dengan nama “Kelompok kerja Pembatik”, hal ini dilakukan sematamata untuk mempertahankan potensi yang ada baik dari segi pelestarian serta pengembangan Batik Gajah Oling itu sendiri.
Peneliti	Apa saja jenis produk yang dihasilkan sejak awal didirikannya perusahaan batik Sayu Wiwit ?
Informan	Sejak awal didirikan perusahaan ini hanya memproduksi batik tulis. Namun, sejak tahun 2000 perusahaan ini melakukan strategi produksi dengan memproduksi batik printing dan batik cap agar hasil produksi batik dapat bertambah dalam waktu yang relatif

lebih singkat dibandingkan batik tulis. Selain itu, tujuannya agar batik dapat dinikmati oleh seluruh kalangan masyarakat baik tingkat menengah kebawah hingga keatas karena batik tulis merupakan batik yang paling mahal diantara jenis batik lainnya.

Peneliti Apa saja jenis produk yang dihasilkan perusahaan batik Sayu Wiwit saat ini ?

Informan Saat ini perusahaan memproduksi batik tulis, cap, dan kombinasi. Pada tahun 2009 perusahaan Sayu Wiwit berhenti memproduksi batik printing dan digantikan dengan batik kombinasi dikarenakan produk batik printing mengalami penurunan permintaan dari tahun ketahun sehingga perusahaan membuat strategi produksi dengan menciptakan produk batik kombinasi yaitu percampuran motif batik tulis dengan motif batik cap.

Peneliti Bagaimana visi dan misi perusahaan ?

Informan Visi perusahaan adalah menjadi produsen batik yang berkualitas dan menjadi perusahaan yang senantiasa mampu bersaing dalam skala nasional dan regional. Misi perusahaan adalah menyediakan barang yang berkualitas dan memberikan kepuasan bagi konsumen, memberikan kesejahteraan dan menjaga loyalitas karyawan, melestarikan motif batik Gajah Oling yang merupakan ciri khas dari Kabupaten Banyuwangi.

Peneliti Bagaimana struktur organisasi perusahaan batik Sayu Wiwit ?

Informan Struktur organisasinya terdiri dari pimpinan lalu koordinator bagian pemasaran, produksi, dan keuangan. Pada koordinator produksi ada tingkat bawahannya yaitu pengrajin dan tenaga bagian batik tulis, cap, dan kombinasi.

Tahap 2 : Strategi Produksi

Input (masukan)

1. Wawancara dengan Bu Indah selaku pimpinan Koordinator bagian produksi perusahaan batik Sayu Wiwit. Wawancara ini dilakukan di tempat produksi

Batik Sayu Wiwit Banyuwangi pada tanggal 9 Agustus 2017 pada pukul 09.00 WIB.

Peneliti Berapa banyak biaya yang dibutuhkan untuk modal awal perusahaan ?

Informan Modal awal perusahaan tergantung dari laba bersih perusahaan. Awal berdirinya perusahaan untuk modal awal perusahaan batik Sayu Wiwit pertama kali meminjam uang dari Bank Eksim sebesar Rp.50.000.000,- . Minimnya modal pada saat itu mampu menghasilkan laba bersih yang cukup tinggi sehingga perusahaan mampu membayar hutang dan menjalankan kembali bisnis dengan laba bersih yang tersisa. Hingga saat ini omset perusahaan bahkan mencapai milyaran untuk setiap tahunnya.

Peneliti Bagaimana alokasi modal kerja perusahaan batik Sayu Wiwit ?

Informan Alokasi dana tentunya untuk kebutuhan operasional seperti bahan baku, bahan pembantu, peralatan, biaya pemasaran, biaya antar pesanan keluar kota, dan juga gaji karyawan

2. Wawancara dengan Bu Endang selaku pimpinan Koordinator bagian produksi perusahaan batik Sayu Wiwit. Wawancara ini dilakukan di tempat produksi Batik Sayu Wiwit Banyuwangi pada tanggal 8 Agustus 2017 pada pukul 09.00 WIB.

Peneliti Apa saja bahan baku, bahan pembantu, dan peralatan yang digunakan dalam proses produksi perusahaan batik Sayu Wiwit ?

Informan Bahan bakunya terdiri dari kain sutera, kain mori primisima dan kain mori C97. Bahan pembantunya terdiri dari zat pewarna *indigasol* dan *naphthol*; malam carik, malam tawon lanceng, malam tembokan; *waterglass* untuk penguncian kain agar tidak luntur; dan untuk pemutihan kain *hidrosogen*. Peralatannya terdiri dari canting, blok cap, meja gambar, pensil, kompor, wajan, gawangan, kuas, bak pencelupan, dan bak lorod.

Peneliti Bagaimana pembelian bahan baku, bahan pembantu, dan peralatannya bu ?

Informan Pembelian bahan–bahan dipesan dari Solo, Bali, dan Malang sedangkan untuk peralatan dibeli dari Solo dan Banyuwangi. Pemesanan dilakukan *online* dari pengiriman foto.

Peneliti Apakah pernah terjadi ketidaksesuaian bahan ataupun peralatan yang dipesan diluar kota ?

Informan Tidak pernah sama sekali, karena sudah langganan lama. Dulu saya yang kesana untuk membeli, namun sejak tahun 2004 perusahaan membeli secara *online*. Sampai saat ini belum pernah ada ketidakcocokan bahan atau alat yang dikirim.

3. Wawancara dengan Bu Fonny Meilyasari selaku pimpinan sekaligus pemilik perusahaan batik Sayu Wiwit. Wawancara ini dilakukan di Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi pada tanggal 7 Agustus 2017 pada pukul 10.00 WIB.

Peneliti Berapa banyak tenaga kerja yang ada pada perusahaan ?

Informan Tenaga kerja perusahaan Sayu Wiwit dibagi menjadi 2 yaitu tenaga kerja langsung maupun tenaga kerja tidak langsung. Tenaga kerja langsung merupakan pekerja tetap sedangkan tenaga kerja tidak langsung merupakan pekerja borongan. Tenaga kerja langsung seluruhnya berjumlah 40 orang sedangkan tenaga kerja tidak langsung kurang lebih ada 20 orang. Pekerja tetap maupun borongan digaji perminggu disesuaikan dengan pekerjaan pada masing–masing bagian.

Proses Produksi

1. Wawancara dengan Bu Endang selaku pimpinan Koordinator bagian produksi perusahaan batik Sayu Wiwit. Wawancara ini dilakukan di tempat

produksi Batik Sayu Wiwit Banyuwangi pada tanggal 8 Agustus 2017 pada pukul 09.00 WIB.

- Peneliti Bagaimana untuk proses produksinya dan adakah strategi khusus ?
- Informan Tidak ada strategi khusus dalam proses produksi perusahaan batik Sayu Wiwit karena proses produksi batik sama dengan proses produksi pembatik pada umumnya yaitu masih menggunakan cara tradisional.
- Peneliti Bagaimana jika ada pesanan produk diluar jenis batik dan menggunakan pewarna alami ?
- Informan Perusahaan pasti menyanggupinya, namun untuk batik yang menggunakan zat pewarna alami biasanya membutuhkan waktu yang cukup lama hingga 20 harian dan tempat produksi untuk zat pewarna alami akan dibedakan dengan proses produksi batik lainnya. Harganyapun pastinya cukup mahal.

Output (Keluaran)

1. Wawancara dengan Bu Endang selaku pimpinan Koordinator bagian produksi perusahaan batik Sayu Wiwit. Wawancara ini dilakukan di tempat produksi Batik Sayu Wiwit Banyuwangi pada tanggal 8 Agustus 2017 pada pukul 09.00 WIB.

- Peneliti Bagaimana jika terjadi gagal produk ?
- Informan Strategi yang dilakukan perusahaan jika terjadi gagal produk agar tetap memiliki nilai jual adalah dengan memproses ulang produk yang cacatnya banyak dengan memutihkan kembali kain yang sudah diwarnai dengan menggunakan zat *hidrosogen* lalu diproses ulang dan dibatik kembali. Jika cacat produk sedikit misal hanya ketetes warna yang tidak diinginkan maka produk kain batik tersebut akan dijahit dan dibuang untuk cacat produknya dan bajunya dijual di sanggar batik Sayu Wiwit.

Peneliti Apakah untuk pengembangan motif batik Sayu Wiwit ada hasil produksi yang tidak ada motif khas batik Banyuwanginya ?

Informan Tentu saja tidak ada, pengembangan motif dilakukan atas dasar motif lama khas Banyuwangi yang dimiliki perusahaan yang jumlahnya ada 30 motif pokok seperti Gajah Oling, Sekar Jagad, Kopi Pecah, Kangkung Setingkes, dan sebagainya. Pengembangan motif dilakukan atas dasar motif pokok kemudian barulah dipadukan dengan motif modern dalam sehelai kain batik dan itu merupakan batik khas Sayu Wiwit yang membedakan dari hasil produksi perusahaan para pembatik lainnya yang ada di Banyuwangi.

2. Wawancara dengan Bu Fonny Meilyasari selaku pimpinan sekaligus pemilik perusahaan batik Sayu Wiwit. Wawancara ini dilakukan di Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi pada tanggal 7 Agustus 2017 pada pukul 10.00 WIB.

Peneiti Bagaimana dengan keluaran produk barang jadi perusahaan batik Sayu Wiwit ?

Informan Produk dari perusahaan Sayu Wiwit memiliki brand tersendiri yaitu motif Banyuwangi yang dikombinasi dengan khas motif batik merek Sayu Wiwit yang lebih menekankan pada motif gajah oling. Selain itu, pengemasanpun dilakukan sebaik mungkin dengan jaminan produk berkualitas dan memiliki harga jual yang lebih terjangkau dibanding dengan hasil produk perusahaan pesaing.

Tahap 3 : Implementasi Strategi Produksi

3. Wawancara dengan Bu Fonny Meilyasari selaku pimpinan sekaligus pemilik perusahaan batik Sayu Wiwit. Wawancara ini dilakukan di Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi pada tanggal 10 Agustus 2017 pada pukul 10.00 WIB.

- Peneliti Strategi apa yang dilakukan perusahaan dalam proses produksi ?
- Informan Strategi produksi perusahaan adalah strategi *differentiation* yaitu menekankan pada penciptaan produk baru. Penciptaan produk ini dilakukan dengan cara menciptakan kombinasi motif dan warna baru untuk sekali produksi sehingga konsumen senantiasa tertarik membeli produk dari Sayu Wiwit dan tidak merasa bosan.
- Peneliti Bagaimana cara perusahaan dalam menentukan strategi produksi ?
- Informan Strategi produksi perusahaan dibentuk dengan menganalisis kondisi eksternal maupun kondisi internal perusahaan dalam memformulasikan suatu strategi produksi. Formulasi strategi dalam menganalisis kondisi eksternal perusahaan adalah mengevaluasi fenomena sosial sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dimasa kini maupun dimasa depan agar formulasi strategi sukses bertahan dalam jangka panjang. Formulasi strategi dalam menganalisis kondisi internal berkaitan dengan biaya, bahan baku maupun bahan pembantu, peralatan, dan tenaga kerja.
- Peneliti Mengapa tenaga pekerjanya sangat minim sedangkan strategi perusahaan berkaitan dengan penciptaan produk ?
- Informan Penciptaan produk merupakan strategi produksi perusahaan dalam memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen, kendala perusahaan memang terjadi pada sumber daya manusianya. Pekerja di perusahaan Sayu Wiwit masih kurang konsisten dan berkomitmen dalam bekerja sehingga untuk sumber daya manusianya masih dipikirkan untuk perekrutan baru dikarenakan tempat produksinyapun untuk perusahaan Sayu Wiwit masih kurang memadai.
- Peneliti Bagaimana implementasi strategi produksi pada perusahaan Sayu Wiwit ?
- Informan Implementasi produksi perusahaan Sayu Wiwit yang paling dominan berpengaruh adalah ketepatan biaya, ketepatan

persediaan, ketepatan sumber daya manusia, dan ketepatan target produksi. Keempat ketepatan tersebut masing-masing memiliki kelemahan, namun perusahaan untuk saat ini masih mampu mengatasinya dengan strategi produksi untuk keempat point penting tersebut.

Penelitian Bagaimana cara perusahaan mengatasi kelemahan dalam implementasi strategi produksi tersebut ?

Informan Kendala ketepatan bahan baku dan bahan pembantu yaitu saat pemesanan *online* dari luar kota khususnya Solo, Malang, dan Bali. Peralatan dan bahan pembantu dipesan dari Solo, sedangkan bahan baku dipesan dari Malang dan Bali terkadang juga pesan dari Solo jika stok Malang dan Bali tidak ada. Kendalanya saat pengiriman bahan biasanya lama dan itu sangat mempengaruhi target produksi perusahaan untuk setiap harinya. Strategi yang dilakukan perusahaan mengatasi hal tersebut dengan memesan bahan setiap bulan untuk stok dalam jumlah yang lumayan banyak sehingga jika tiba-tiba terjadi peningkatan permintaan produk maka target tetap bisa terpenuhi. Permasalahan ketepatan sumber daya manusia terjadi pada para tenaga kerja yang kebanyakan dari kalangan ibu rumah tangga dan tidak konsisten dalam bekerja. Strategi hanya jika salah satu atau beberapa tenaga kerja yang ijin tidak masuk maka akan digantikan sementara oleh tenaga kerja borongan yang digaji harian, oleh karena itu untuk tenaga kerja tetap dibayar mingguan sesuai dengan kinerja kerjanya. Terakhir permasalahan pada ketepatan produksi yaitu ide dalam pengembangan motif satu-satunya dari saya sendiri sebagai pimpinan sekaligus pemilik dan itu sangat minim dilakukan mengingat strategi produksi yang diterapkan perusahaan adalah strategi *differentiation*. Strategi perusahaan dalam hal ini masih dalam tahap rencana yaitu untuk kedepannya mungkin pemimpin akan merekrut tenaga kerja

terpercaya untuk dilatih dalam mengembangkan ide-ide pengembangan motif khas Banyuwangi.

Peneliti Bagaimana strategi produksi perusahaan yang paling dominan sebagai pembeda dari produksi perusahaan pembatik lainnya ?

Informan Strategi produksi perusahaan yang paling dominan adalah dengan menciptakan produk baru dalam mengkombinasikan motif dan warna khas Banyuwangi dengan batik modern untuk dijadikan satu dalam sehelai kain dan hasilnya adalah produk khas Sayu Wiwit. Motif yang paling menonjol dan berbeda dari pesaing adalah kreasi mahkota motif Gajah Oling. Strategi kedua yaitu perusahaan selalu mengubah kombinasi motif dan warna untuk sekali produksi sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan motif yang itu itu saja. Selain itu, setiap tahun pembatik biasanya marak menciptakan produk yang sama sesuai dengan tema BBF misalnya tahun 2017 ini kopi pecah maka pembatik marak memproduksi batik kopi pecah, namun perusahaan Sayu Wiwit justru memproduksi batik lainnya untuk menarik minat konsumen agar batik yang diproduksi tetap terlihat berbeda dari produk para pesaing batik lainnya.

2. Wawancara dengan 2 Konsumen perusahaan batik Sayu Wiwit. Wawancara ini dilakukan di sekitar Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi pada tanggal 11 Agustus 2017 pada saat konsumen baru keluar dari sanggar dan kebetulan pelanggan batik dari perusahaan sekitar pukul 11.00 WIB.

Peneliti Apa motif yang biasa anda pesan ?

Informan 1 Motif biasanya saya pasrahkan semuanya pada ide pemilik perusahaan karena hasilnya selalu memuaskan. Jika saya belum bosan dengan motif yang lama maka saya bisa memesan kembali. Biasanya saya memesan ketiga jenis batik yang diproduksi perusahaan yaitu batik tulis, cap, dan kombinasi. Ketiganya saya pilih karena saya suka dengan kainnya yang halus, motifnya yang indah, dan warnanya yang terlihat elegan. Harganya pun tidak

terlalu mahal meskipun saya memesan ketiga jenis produk batik tersebut.

Informan 2 Motif yang biasa saya pesan tentunya motif gajah oling. Kebetulan saya asli orang bali jadi saya sangat suka dengan motif has Banyuwangi Gajah Oling. Pada perusahaan batik Sayu Wiwit ini motif mahkota Gajah Olingnya sangat khas dan berbeda dengan perusahaan pembatik lainnya. Selain itu, kombinasi motifnyapun berubah–ubah dan terlihat indah dan menarik minat saya untuk selalu membeli produk dari perusahaan batik Sayu Wiwit. Kadang saya juga memesan banyak produk Gajah Oling khas Sayu Wiwit untuk dikirimkan pada keluarga saya yang ada di Bali.

Peneliti Mengapa anda lebih memilih membeli produk dari perusahaan batik Sayu Wiwit ?

Informan 1 Saya lebih memilih membeli produk perusahaan batik Sayu Wiwit karena perusahaan ini untuk harga dan kualitas produk sangatlah sesuai dibandingkan hasil produksi batik lainnya. Selain itu, motifnya juga sering berubah–ubah untuk khas motif asli Banyuwanginya sehingga indah dilyat tidak membosankan.

Informan 2 Harga tidak jadi masalah asal kualitas dan keindahan nilai seni batik yang ada pada batik dapat saya nikmati keindahannya. Hal inilah yang menjadi dasar saya membeli produk pada perusahaan batik Sayu Wiwit yang memiliki nilai seni dengan kreatifitas batik yang memuaskan.

Peneliti Apakah anda membeli produk Sayu Wiwit baru pertama kali ini ?

Informan 1 Tidak, saya berlangganan batik pada perusahaan Sayu Wiwit sejak tahun 2014 Awalnya saya membeli pada saat festival art week yang dilaksanakan di alun–alun Blambangan, disana ada stand Sayu Wiwit yang pada saat itu semua stand menjual produk bertema Kangkung Setingkes. Semua stand menjual produk

kangkung setingkis sedangkan stand untuk produk perusahaan Sayu Wiwit hanya sedikit memamerkannya dan kebanyakan motif kangkungnyapun dikombinasi dengan motif–motif modern yang terlihat menawan. Hal tersebut yang membuat saya tertarik untuk membeli batik pada perusahaan Sayu Wiwit hingga saat ini.

Informan 2 Tentu saja tidak, saya sudah berlangganan sejak tahun 2013 lalu. Awalnya saya membeli pada saat Banyuwangi Batik Festival yang dilaksanakan di Gesibu Blambangan. Saat itu perusahaan batik Sayu Wiwit meraih juara 1 untuk kategori The Best Fashion motif Gajah Oling, kebetulan saya wisatawan pada saat itu dan batik yang dikenakan modelnya pun terlihat menarik untuk seni motifnya. Sejak saat itu saya tertarik membeli produk motif Gajah Oling pada perusahaan batik Sayu Wiwit hingga saat ini. Ditambah lagi hampir kenyakan hasil produksi perusahaan batik Sayu Wiwit ada motif Gajah Oingnya, sehingga banyak pilihan bagi saya untuk membeli motif pada perusahaan ini.

B. Data Hasil Produksi

Tabel Data Hasil Produksi Tahun 2014

Bulan	Hasil Produksi Tahun 2014			Jumlah Produksi
	Batik Tulis	Batik Cap	Batik Kombinasi	
Januari	586	770	684	2040
Februari	650	654	645	1949
Maret	648	728	700	2076
April	456	510	502	1468
Mei	570	680	598	1848
Juni	584	648	594	1826
Juli	480	560	520	1560
Agustus	758	850	760	2368
September	384	486	398	1268
Oktober	682	754	708	2144
November	740	768	746	2254
Desember	250	310	280	840
Total	6788	7718	7135	21.641 meter

Sumber : Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi 2017

Tabel Data Hasil Produksi Tahun 2015

Bulan	Hasil Produksi Tahun 2015			Jumlah Produksi
	Batik Tulis	Batik Cap	Batik Kombinasi	
Januari	590	786	698	2074
Februari	660	678	674	2012
Maret	675	746	728	2149
April	486	580	518	1584
Mei	600	708	682	1990
Juni	596	686	648	1930
Juli	520	610	584	1714
Agustus	850	878	848	2576
September	440	502	480	1422
Oktober	710	798	746	2254
November	784	810	796	2390
Desember	380	420	406	1206
Total	7291	8202	7808	23.301 meter

Sumber : Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi 2017

Tabel Data Hasil Produksi Tahun 2016

Bulan	Hasil Produksi Tahun 2016			Jumlah Produksi
	Batik Tulis	Batik Cap	Batik Kombinasi	
Januari	600	798	703	2101
Februari	684	708	697	2089
Maret	698	746	735	2179
April	500	597	535	1632
Mei	680	753	695	2128
Juni	610	709	657	1976
Juli	584	650	610	1844
Agustus	880	898	893	2671
September	510	570	550	1630
Oktober	786	803	797	2386
November	790	835	807	2432
Desember	408	470	436	1314
Total	7730	8537	8115	24.382 meter

Sumber : Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi 2017

Tabel Data Hasil Produksi Tahun 2017

Bulan	Hasil Produksi Tahun 2017			Jumlah Produksi
	Batik Tulis	Batik Cap	Batik Kombinasi	
Januari	603	798	735	2136
Februari	680	708	697	2085
Maret	685	779	738	2202
April	497	603	535	1635
Mei	635	745	692	2072
Juni	620	697	656	1973
Juli	535	650	601	1786
Agustus	–	–	–	–
September	–	–	–	–
Oktober	–	–	–	–
November	–	–	–	–
Desember	–	–	–	–
Total	4255	4980	4654	13.889 meter

Sumber : Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi 2017

C. Data Produk Rusak

Tabel Data Produk Rusak Tahun 2014, 2015, 2016, 2017

Bulan	Tahun				Jumlah produk
	2014	2015	2016	2017	
Januari	40	20	6	10	76
Februari	19	30	12	7	68
Maret	20	26	10	15	71
April	14	17	12	21	64
Mei	48	27	8	11	94
Juni	26	9	11	23	69
Juli	10	13	22	9	54
Agustus	28	11	7	–	46
September	12	16	21	–	49
Oktober	21	34	14	–	69
November	24	28	12	–	64
Desember	8	12	21	–	41
Total	270	243	156	96	765 meter

Sumber : Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi 2017

D. Data Target Produksi

Data Target Produksi Tahun 2014, 2015, 2016, 2017

Bulan	Tahun				Jumlah produk
	2014	2015	2016	2017	
Januari	2300	2100	2300	2300	9000
Februari	2200	2200	2200	2200	8800
Maret	2400	2300	2400	2400	9500
April	1800	1700	1800	1900	7200
Mei	2100	2200	2200	2200	8700
Juni	2100	2100	2200	2100	8500
Juli	1900	1900	2000	2000	7800
Agustus	2500	2700	2700	–	7900
September	1600	1600	1800	–	5000
Oktober	2300	2400	2500	–	7200
November	2400	2500	2600	–	7500
Desember	1000	2000	1500	–	4500
Total	24600	25700	26200	15100	91.600 meter

Sumber : Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi 2017

E. Dokumentasi *Input*

Dokumentasi : Bahan Baku, Bahan Pembantu, dan Peralatan Perusahaan Batik Sayu Wiwit di Banyuwangi.

Lokasi : Tempat Produksi Batik

Hari & Tanggal : Sabtu, Tanggal 12 Agustus 2017

Pukul : 09.00 WIB



Bahan Baku Kain Mori Primisima, Kain Mori C97, dan Sutra



Penjemuran Bahan Baku Kain Mori dan Kain Sutra



Malam yang dipanaskan menggunakan wajan dan kompor



Zat Pewarna dan Obat-Obat yang digunakan dalam proses pembatik



Alat Cap untuk membatik

F. Dokumentasi Proses Produksi

Dokumentasi : Proses Produksi Batik

Lokasi : Tempat Produksi Batik

Hari & Tanggal : Sabtu, Tanggal 12 Agustus 2017

Pukul : 09.25 WIB



Proses desain motif Batik Tulis menggunakan pensil



Proses pencantingan menggunakan malam



Proses pengecapan batik menggunakan malam dan alat cap



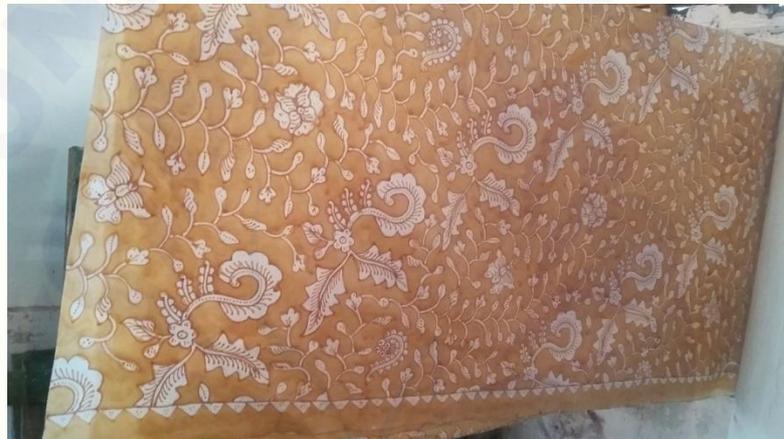
Proses pencolekan warna



Proses pengeblokan malam



Pengeringan malam



Pengeringan malam blok



Pengeringan produk yang telah selesai diwarnai

G. Dokumentasi *Output*

Dokumentasi : Hasil Produksi Batik

Lokasi : Tempat Produksi Batik dan Sanggar Batik Sayu Wiwit

Hari & Tanggal : Sabtu, Tanggal 12 Agustus 2017

Pukul : 10.15 WIB



H. Dokumentasi Gagal Produk

Dokumentasi : Hasil pengolahan gagal produk

Lokasi : Tempat Produksi Batik dan Sanggar Batik Sayu Wiwit

Hari & Tanggal : Sabtu, Tanggal 12 Agustus 2017

Pukul : 10.15 WIB



I. Dokumentasi Penghargaan

Dokumentasi : Penghargaan perusahaan batik Sayu Wiwit

Lokasi : Sanggar Batik Sayu Wiwit

Hari & Tanggal : Sabtu, Tanggal 12 Agustus 2017

Pukul : 10.15 WIB



Juara 1 The Best Fashion (BBF) Tahun 2013



Juara 1 Desain Busana Batik (BBF) Tahun 2014



Juara 1 Desain Kategori Icon IKM (BBF) Tahun 2015



Juara 2 Desain Kategori Pesta (BBF) Tahun 2015

J. Surat Keterangan Ijin Penelitian

Sanggar Batik Sayu Wiwit

Jl. Sayuwit, Temenggungan, Kota Banyuwangi, East Java – Indonesia
Telp.085859362244, 081216763224

SURAT KETERANGAN IJIN PENELITIAN

Nomer : -
Perihal : Pemberian Ijin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth,
Kementrian Riset, Teknologi, dan Penelitian Tinggi
Universitas Jember

Dengan Hormat,

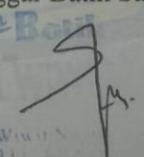
Sehubungan dengan surat No. 2906/UN25.1.2/LT/2017 tanggal 24 Juni 2017 dengan ini kami memberikan ijin kepada saudara :

Nama : **Vivin Triyani**
NIM : 130910202011

Untuk melakukan penelitian pada perusahaan kami di Sanggar Sayu Wiwit Banyuwangi dengan judul penelitian“IMPLEMENTASI STRATEGI PRODUKSI PADA PERUSAHAAN BATIK SAYU WIWIT DI BANYUWANGI”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk di pergunakan sebagaimana mestinya.

Banyuwangi, 24 Juni 2017
Sanggar Batik Sayu Wiwit


Jl. Sayu Wiwit
Telp. 085859362244
Temenggungan **Fonny Meilysari**

K. Surat Keterangan Selesai Penelitian

Sanggar Batik Sayu Wiwit

Jl. Sayuwit, Temenggungan, Kota Banyuwangi, East Java – Indonesia
Telp.085859362244, 081216763224

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

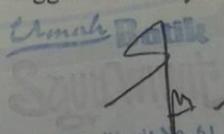
Yang bertanda tangan dibawah ini Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi menerangkan bahwa:

Nama : **Vivin Triyani**
NIM : 130910202011
Jurusan : Administrasi Bisnis
Universitas : Universitas Negeri Jember

Telah melakukan penelitian di Sanggar Sayu Wiwit Banyuwangi selama sebulan, terhitung mulai tanggal **15 Agustus sampai dengan 15 September 2017** untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “IMPLEMENTASI STRATEGI PRODUKSI PADA PERUSAHAAN BATIK SAYU WIWIT DI BANYUWANGI”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk di gunakan sebagaimana mestinya.

Banyuwangi, 15 September 2017
Sanggar Batik Sayu Wiwit


Jl. Sayu Wiwit No 61
Teme
Fanny Meilysari

L. Surat Pengantar Lembaga Penelitian

	KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS JEMBER LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Alamat : Jl. Kalimantan No. 37 Jember Telp. 0331-337818, 339385 Fax. 0331-337818 e-Mail : penelitian.lemlit@unej.ac.id	
Nomor	: 1443/UN25.3.1/LT/2017	03 Agustus 2017
Perihal	: Permohonan Ijin Melaksanakan Penelitian	
Yth. Kepala Badan Kesatuan Bangsa, dan Politik Kabupaten Banyuwangi di - <u>BANYUWANGI</u>		
Memperhatikan surat Pengantar dari Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember Nomor : 2906/UN25.1.2/LT/2017 tanggal 28 Juli 2017, perihal ijin penelitian mahasiswa :		
Nama / NIM	: Vivin Triyani / 130910202011	
Fakultas / Jurusan	: FISIP / Administrasi Bisnis	
Alamat	: Jl. Jawa 2G No. 22 Jember / No. Hp. 082139417260	
Judul Penelitian	: Implementasi Strategi Produksi pada Perusahaan Batik "Sayu Wiwit" di Banyuwangi	
Lokasi Penelitian	: Perusahaan Batik "Sayu Wiwit" Kabupaten Banyuwangi	
Lama Penelitian	: Dua Bulan (03 Agustus – 03 Oktober 2017)	
maka kami mohon dengan hormat bantuan Saudara untuk memberikan ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan penelitian sesuai dengan judul di atas.		
Demikian atas kerjasama dan bantuan Saudara disampaikan terima kasih.		
	 a.n. Ketua Sekretaris II,  Dr. Susanto, M.Pd NIP 196306161988021001	
<u>Tembusan Kepada Yth. :</u> 1. Dekan Fak.ISIP Universitas Jember 2. Mahasiswa ybs 3. Arsip		
 mutu certification international ISO 9001 : 2008	 KAN Kantor Akreditasi Nasional Lembaga Penyelenggaraan Studi dan Pengajaran 15104-0100-1000	CERTIFICATE NO : QMS/173

M. Surat Pengantar Dinas Perindustrian dan Perdagangan

**PEMERINTAH KABUPATEN BANYUWANGI**
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
Jalan KH.Agus Salim No 109 Telp.0333 – 425119
BANYUWANGI 68425

Banyuwangi, 10 Agustus 2017

Nomor : 072/892/REKOM/429.206/2017
Lampiran : -
Sifat : Biasa
Perihal : **Rekomendasi Penelitian**

Kepada
Yth. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan
Kabupaten Banyuwangi

di
BANYUWANGI

Menunjuk Surat : Sekretaris LPPM Universitas Jember
Tanggal : 3 Agustus 2017
Nomor : 1443/UN25.3.1/LT/2017
Bersama ini diberitahukan
N a m a : Vivin Triyani
NIM : 130910202011
Bermaksud melaksanakan Penelitian
Judul : Implementasi Strategi Produksi pada Perusahaan Batik “Sayu
Wiwit’ di Banyuwangi
Tempat : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi,
Perusahaan Batik “Sayu Wiwit” Kabupaten Banyuwangi
Waktu : 10 Agustus s.d 10 Oktober 2017

Sehubungan dengan hal tersebut apabila tidak mengganggu kewenangan dan ketentuan yang berlaku di Instansi Saudara, dimohon saudara untuk memberikan bantuan berupa tempat, data/keterangan yang diperlukan dengan ketentuan kepada peserta:

1. Wajib mentaati peraturan dan tata tertib yang berlaku di Instansi setempat.
2. Wajib menjaga situasi dan kondisi selalu kondusif.
3. Melaporkan hasil Penelitian dan sejenisnya kepada Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Banyuwangi.

Demikian untuk menjadi maklum.

An. **Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik
Kabupaten Banyuwangi
Sekretaris**


Ir. Sugiyo Dermawan, S.AP, M.Si
Pembina Tk I
NIP 196709091997031004

Tembusan :
Sdr. Sekretaris LPPM Universitas Jember