

**ANALISIS RASIONALITAS EKONOMI PADA PELAKU USAHA BATIK
ISTIQOMAH DI KELURAHAN OLAK KEMANG KECAMATAN
DANAU TELUK JAMBI KOTA SEBERANG**

SKRIPSI



**OLEH
DELLA HARYANTI
NIM A1A120026**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JAMBI
MEI 2024**

**ANALISIS RASIONALITAS EKONOMI PADA PELAKU USAHA BATIK
ISTIQOMAH DI KELURAHAN OLAK KEMANG KECAMATAN
DANAU TELUK JAMBI KOTA SEBERANG**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas Jambi
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan Ekonomi**



oleh

**Della Haryanti
NIM A1A120026**

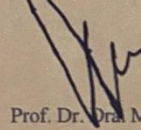
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JAMBI
MEI 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul *Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi Seberang*. Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang disusun oleh Della Haryanti, Nomor Induk Mahasiswa A1A120026 telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Jambi, 26 April 2024

Pembimbing I

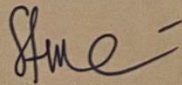


Prof. Dr. Dra. Muazza, M.Si.

NIP.196711081995112001

Jambi, 26 April 2024

Pembimbing II



Dr. Mayasari, M.Pd.

NIP.198609212022032005

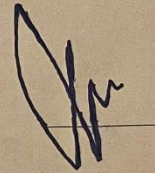
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi Seberang*: Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang disusun oleh Della Haryanti, Nomor Induk Mahasiswa A1A120026 telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada 15 Mei 2024.

Tim Penguji

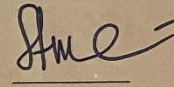
1. Prof. Dr. Dra. Muazza, M.Si.
NIP. 196711081995112001

Ketua



2. Dr. Mayasari, M.Pd.
NIP. 198609212022032005

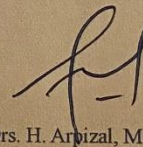
Sekretaris



Jambi, 21 Mei 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan



Drs. H. Arpizal, M.Pd.

NIP. 195912251989021002

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Apabila kamu telah selesai (mengerjakan suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah, hendaknya kamu berharap.

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

(QS. Al-Baqarah: 286)

Takdir yang dituliskan Tuhan merupakan hal terbaik dalam hidup kita, walaupun yang terbaik itu tidak selalu indah.

(Anonim)

Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti sayang dan cinta yang tiada terhingga kepada Ayah Alm. Muhammad Fajri dan Ibu Suhadah tercinta. Saya berterima kasih setinggi-tingginya kepada ayah dan ibu atas doa, dukungan, dan cinta kasih yang selalu diberikan. Terima kasih atas pengorbanan, kerja keras, dan waktu yang telah diberikan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan memudahkan jalan menuju kebahagiaan dunia dan akhirat. Tak lupa juga dipersembahkan kepada diri sendiri, terima kasih telah bertahan sejauh ini, dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Della Haryanti

NIM : A1A120026

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil penelitian pihak lain. Apabila kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan jiplakan atau plagiat, saya bersedia menerima sanksi dicabut gelar dan ditarik ijazah.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Jambi, 20 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



Della Haryanti

A1A120026

ABSTRAK

Haryanti, Della. 2024. *Analisis Rasionalitas Ekonomi Pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah Di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang*. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Jambi, Pembimbing: (I) Prof. Dr. Dra Muazza, M.Si., (II) Dr. Mayasari, M.Pd.

Kata kunci: Rasionalitas Ekonomi, Pelaku Usaha, Batik Istiqomah

Rasionalitas ekonomi yang terjadi di lingkungan usaha mulai memudar seiring berjalannya waktu serta banyaknya pilihan-pilihan yang diberikan. Hal ini menyebabkan kurang maksimalnya rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha dimana masih kurangnya kemampuan berfikir secara rasional dalam pengambilan keputusan dan belum mampu memanfaatkan peluang yang ada sebagai pelaku ekonomi. Oleh karena itu, peneliti ingin mencari tahu tentang hal tersebut di pelaku usaha Batik Istiqomah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah Jambi Kota Seberang. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah 2 orang pemilik usaha Batik Istiqomah dan 1 orang ketua RT setempat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan mengumpulkan data-data. Setelah melakukan penelitian peneliti mengolah hasil wawancara menggunakan aplikasi Nvivo untuk mengelompokkan data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis SWOT.

Hasil dari penelitian ini peneliti mengelompokkan data menggunakan pengkodean Nvivo dan melakukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional. Kekuatan dalam menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional yaitu menggunakan bahan yang berkualitas, menggunakan warna alami dan tidak mudah luntur. Kelemahan dalam menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional yaitu modal yang terbatas, tidak mengikuti bazaar UMKM, belum adanya ekspor, dan tidak bermitra lagi dengan toko batik yang ada di pusat kota. Peluang dalam menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional yaitu pemasara melalui *e-commerce* dan menggunakan jasa endorse agar lebih banyak orang yang mengenal produk Batik Istiqomah dan tertarik untuk membelinya. Ancaman dalam menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional yaitu banyaknya kompetitor yang menjual batik dengan harga yang lebih murah dari harga pasaran, munculnya pengrajin batik baru dengan modal yang lebih besar, dan sulitnya menemukan ide baru.

KATA PENGANTAR

Puji syukur yang tak terhingga penulis panjatkan Kehadirat Allah SWT. Atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul **“Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi Seberang”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi Strata 1 (S1) dapat terselesaikan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Jambi Bapak Prof. Dr. Helmi, S.H., M.H. yang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu di Universitas Jambi. Terima kasih kepada Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi Bapak Pof. Dr. M. Rusdi, S.Pd., M.Sc. yang telah memberikan izin dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih kepada Ibu Dr. Rosmiati, S.Pd., M.Pd. Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS) yang telah membantu dalam perkuliahan hingga sampai pada mata kuliah skripsi ini.

Terima kasih kepada Bapak Drs. H. Arpizal, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah membantu dalam perkuliahan hingga sampai pada mata kuliah skripsi ini.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Prof. Dr. Drs. Suratno, M.Pd. sebagai dosen pembimbing akademik yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis baik perkuliahan akademik maupun non akademik. Serta seluruh dosen program studi pendidikan ekonomi yang telah memberikan ilmu dan perannya mengantar penulis untuk menyelesaikan pendidikan.

Terima kasih kepada Ibu Prof. Dr. Dra. Muazza, M.Si. dan Ibu Dr. Mayasari, M.Pd. selaku dosen pembimbing I dan II yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, dan keikhlasannya dalam membimbing penulis secara teliti sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Semua itu akan penulis kenang sebagai bekal di masa mendatang.

Secara khusus kepada kedua orang tua tercinta Bapak Alm. Muhammad Fajri dan Ibu Suhadah. Sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepada penulis serta atas cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus ikhlas membesarkan, merawat dan memberikan

dukungan moral dan material serta selalu mendoakan selama menempuh pendidikan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan S1. Kebahagiaan dan rasa bangga kalian menjadi tujuan hidup penulis. Semoga Allah senantiasa memuliakan kalian baik didunia maupun diakhirat. Aamiin.

Terima kasih kepada sahabat seperjuangan penulis “KKN-T” Elvida, Sara, Bayu dan Pambudi yang selalu memberikan semangat, dukungan dan bantuan dalam segala hal selama proses menyelesaikan skripsi ini. Dan terima kasih kepada kakak sepupu penulis Rania Putri yang telah banyak membantu penulis dalam berfikir selama penyusunan skripsi ini, penulis sampaikan terima kasih yang mendalam.

Terima kasih kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Nur Hidayat yang selalu mendengarkan keluh kesah, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran materi maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi saya, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga penyusunan skripsi ini. Tak lupa pula penulis berterima kasih kepada orang-orang tercinta dan rekan-rekan seperjuangan dalam menuntut ilmu pada prodi Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 dan semua pihak yang telah membantu penulis.

Terakhir untuk Della Haryanti, ya! Diri saya sendiri. Apresiasi yang sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih sudah bertahan.

Jambi, 20 Mei 2024

Della Haryanti

DAFTAR ISI

Halaman

| | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| MOTTO | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| ABSTRAK | Error! Bookmark not defined. |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Batasan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.5.1 Manfaat Teoritis | 7 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis | 7 |
| 1.6 Definisi Operasional..... | 7 |
| BAB II | 9 |
| KAJIAN TEORETIK | 9 |

| | | |
|-----------------------------------|--|------------|
| 2.1 | Rasionalitas Ekonomi..... | 9 |
| 2.1.1 | Pengertian Rasionalitas Ekonomi | 9 |
| 2.1.2 | Prinsip-Prinsip Rasionalitas Ekonomi | 16 |
| 2.1.3 | Tipe Rasionalitas Ekonomi | 19 |
| 2.1.4 | Motif Rasional..... | 20 |
| 2.1.5 | Faktor-Faktor Motif Rasional | 21 |
| 2.1.6 | Indikator Rasionalitas Ekonomi..... | 23 |
| 2.2 | Pelaku Usaha | 24 |
| 2.2.1. | Pengertian Pelaku Usaha/Produsen..... | 24 |
| 2.2.2. | Bentuk atau Wujud Pelaku Usaha | 24 |
| 2.2.3. | Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha | 25 |
| 2.2.4. | Perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha | 27 |
| 2.2.5. | Tanggung Jawab Pelaku Usaha..... | 28 |
| 2.3 | Penelitian yang Relevan | 30 |
| 2.4 | Kerangka Berfikir..... | 34 |
| BAB III..... | | 37 |
| METODE PENELITIAN | | 37 |
| 3.1 | Tempat dan Waktu Penelitian | 37 |
| 3.2 | Pendekatan dan Jenis Penelitian..... | 37 |
| 3.3 | Data dan Sumber Data..... | 38 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data | 40 |
| 3.5 | Pengecekan Keabsahan Temuan (<i>Trustworthiness</i>) | 42 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data..... | 44 |
| 3.7 | Prosedur Penelitian..... | 49 |
| BAB IV | | 51 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | | 51 |
| 4.1 | Deskripsi Lokasi/Objek Penelitian..... | 51 |
| 4.1.1 | Deskripsi Lokasi Penelitian..... | 51 |
| 4.1.2 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 51 |
| 4.2 | Hasil Temuan Penelitian..... | 59 |
| BAB V..... | | 109 |

| | |
|----------------------------|------------|
| PENUTUP..... | 109 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 109 |
| 5.2 Saran..... | 111 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 113 |
| LAMPIRAN..... | 116 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | Halaman |
|---|---------|
| 2.3 Penelitian Yang Relevan..... | 31 |
| 3.6 Matriks SWOT | 47 |
| 4.1.2 Objek Penelitian | 52 |
| 4.2.1 Latar Belakang Pendidikan Pelaku Usaha Batik Istiqomah..... | 54 |
| 4.3 Kegiatan Studi Lapangan 1 | 58 |
| 4.2.2.4 Pembobotan IFE (Faktor Internal) | 90 |
| 4.2.2.4 Pembobotan EFE (Faktor Eksternal) | 90 |
| 4.2.2.4 Matriks SWOT | 92 |

DAFTAR BAGAN

| Bagan | Halaman |
|---|---------|
| Bagan 2.4 Kerangka Berfikir | 35 |
| Bagan 3.7 Prosedur Penelitian | 49 |
| Bagan 4.2.1 Langkah-langkah Pra Studi Lapangan | 53 |
| Bagan 4.3 Contoh Situasi WSWOT Terhadap N | 59 |
| Bagan 4.2.1.1 Coding Materealistis Pelaku Usaha Batik Istiqomah | 60 |
| Bagan 4.2.1.2 Coding Memiliki Nilai Ekonomis..... | 68 |
| Bagan 4.2.1.3 Coding Memaksimalkan Keuntungan..... | 72 |
| Bagan 4.2.2.1 Coding Kekuatan Menjalankan Usaha Batik Istiqomah..... | 76 |
| Bagan 4.2.2.2 Coding Kelemahan Menjalankan Usaha Batik Iatiqomah..... | 79 |
| Bagan 4.2.2.3 Coding Peluang Menjalankan Usaha Batik Istiqomah | 83 |
| Bagan 4.2.24 Coding Ancaman Menjalankan Usaha Batik Istiqomah | 86 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Halaman |
|--------------------------------|---------|
| 1. Surat Izin Observasi | 117 |
| 2. Surat Izin Penelitian | 118 |
| 3. Pedoman Wawancara | 119 |
| 4. Formulir Wawancara | 120 |
| 5. Daftar Nama Informan | 124 |
| 6. Hasil Wawancara | 125 |
| 7. Foto Wawancara | 130 |
| 8. Foto Kegiatan KKN-T | 133 |
| 9. Daftar Riwayat Hidup | 134 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan sebuah gambar yang dibuat secara tradisional dengan menggambar pola-pola tertentu diatas kain dengan menggunakan malam (lilin). Secara etimologi, kata batik berasal dari bahasa Jawa “*ambhatik*”. Amba artinya lebar, luas, kain dan titik. Sedangkan kata titik atau matik dalam bahasa Jawa merupakan kata kerja yang berarti membuat titik. Kata tersebutlah lalu berkembang menjadi istilah batik, yang artinya menghubungkan titik-titik menjadi gambar tertentu pada kain yang luas atau lebar.. Batik juga memiliki pengertian sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan membuat titik-titik tertentu pada kain mori. Mengacu pada huruf Jawa “*tha*”, penulisannya dalam bahasa Jawa adalah bathik yaitu suatu gambaran yang dibentuk menjadi titik – titik tertentu (Mawardi, 2021).

Tepat di 2 Oktober 2009 UNESCO menetapkan batik Indonesia sebagai budaya tak benda warisan manusia (*Representatif List of Intangible Cultural Heritage of Humanity*). Di Indonesia di peringati hari batik nasional selaras dengan ditetapkan batik sebagai warisan budaya tak benda yaitu tanggal 2 Oktober. Batik adalah suatu kebudayaan yang dikenal di seluruh Nusantara. Ragam dan jenis batik pun bermacam-macam. Akan tetapi, batik banyak dikenal dari pulau Jawa, padahal ada banyak sekali yang memproduksi batik diluar pulau Jawa, salah satunya adalah Provinsi Jambi yang dikenal dengan Batik Jambi yang juga tidak kalah menarik dengan batik Pulau Jawa.

Ada banyak motif batik Jambi yang cukup menarik dan dikenal diluar yaitu motif kapal sanggat, angso duo, durian pecah, bungo melati, dan motif batang hari. Selain motif yang beragam, para pengrajin batik senantiasa mengembangkan usahanya sesuai dengan perkembangan zaman dan permintaan konsumen. Pengrajin batik di Jambi pada umumnya berlokasi di Jambi Kota Seberang yang terdiri dari dua kecamatan yakni Kecamatan Danau Teluk dan Kecamatan Pelayangan.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Jambi mengadakan kegiatan Diklat Pembekalan Peserta KKN MBKM (KKN-T) Tahun 2023. Dengan tema “Perkuat Desa, Perkuat Bangsa” melalui Program Desa Laboratorium Terpadu (DLT) dan Pusat Unggulan Iptek (PUI) dalam kerangka KKN MBKM (KKN-T)”. Kegiatan ini berlangsung di Golden Harvest Hotel Jambi pada Sabtu, 19 Agustus 2023. Ketua LPPM Universitas Jambi Dr. Ade Octavia S.E., M.M., meresmikan Program KKN Tematik tersebut sebagai upaya meningkatkan pendidikan dan kontribusi mahasiswa terhadap pembangunan di wilayah pedesaan. Maksud dari diadakannya program tersebut yaitu menciptakan konsep desa terpadu, dimana konsep dari desa terpadu adalah menjadikan suatu desa menjadi laboratorium terpadu dari segala bidang ilmu yang ada di Universitas Jambi. Terpadu yang dimaksudkan adalah dengan menjadikan desa tersebut menjadi laboratorium beberapa disiplin ilmu, bisa dari beberapa prodi, beberapa bidang, melaksanakan penelitian terpadu seperti pengabdian, MBKM, magang dan lain sebagainya.

Desa yang dijadikan laboratorium dapat menjadi tempat berekspresi baik bagi dosen maupun mahasiswa dalam melakukan penelitian. Program DLT ini

disesuaikan dengan potensi desanya, salah satunya Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi Seberang yang didominasi oleh pengrajin batik. Universitas Jambi mengirimkan beberapa kelompok mahasiswa dalam menjalankan tugas untuk meneliti apa saja permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin batik di Kota Jambi Seberang. Dari beberapa kelompok yang sudah terbentuk, peneliti bersama 4 rekan lainnya ditugaskan meneliti pengrajin batik di Kecamatan Danau Teluk. Dan Batik Istiqomah terpilih menjadi laboratorium bagi peneliti.

Batik Istiqomah adalah bisnis yang dirintis oleh Pak Ngadiman pada tahun 1991. Pak Ngadiman ini adalah seorang perantau dari Pulau Jawa dan sekarang menetap di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang. Sejak remaja Pak Ngadiman sudah mulai berkecimpung dalam dunia perbatikan dengan menjadi karyawan di usaha rumah produksi Batik Nusa Indah. Dengan bermodalkan pengetahuan dan pengalaman, pada akhirnya Pak Ngadiman memutuskan untuk membuka usaha batik sendiri dengan nama usahanya Batik Ngadiman. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2005 usaha Batik Ngadiman berganti nama menjadi Batik Istiqomah. Nama Batik Istiqomah ini diambil dari nama anak pertamanya.

Dari penuturan pada saat wawancara pertama pada tanggal 20 Agustus 2023, Pak Ngadiman menuturkan bahwasanya usaha Batik Istiqomah ini sangat sukses sebelumnya, puncak kesuksesan pada usaha Batik Istiqomah ini terjadi pada masa pemerintahan Pak Drs. H. Zulkifli Nurdin, M.B.A. sebagai Gubernur Provinsi Jambi yaitu pada tahun 1999-2010 dikarenakan adanya kebijakan wajib berpakaian batik Jambi pada setiap instansi baik pemerintah, swasta bahkan lingkungan persekolahan. Kemudian dari penuturan narasumber berakhirnya masa

pemerintahan Pak Drs. H. Zulkifli Nurdin, M.B.A. terjadi pergantian kebijakan yang membuat usaha Batik Istiqomah ini kehilangan kestabilan dalam produksinya.

Perilaku ekonomi ialah salah satu cara bagaimana mengambil keputusan dalam menilai, mendapatkan menggunakan, maupun tidak membutuhkan barang atau jasa yang dibutuhkan. Perilaku ekonomi pada setiap harinya yang dilakukan oleh manusia sebagai bentuk dari Tindakan ekonomi selalu di hadirkan dengan berbagai pilihan maupun pertimbangan. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa Tindakan ekonomi adalah suatu kegiatan manusia yang mana didalamnya terdapat mempertimbangan apa yang sudah dilakukan (pengorbanan) dari apa yang sudah di peroleh. Pertimbangan yang dilakukan tersebut, ternyata mempengaruhi manusia untuk mengambil keputusan dengan akal sehat. Maka indakan ekonomi harus dilaksanakan dengan akal sehat mauapaun rasional.

Tindakan ekonomi rasional adalah suatu tindakan yang dimana manusia dapat memilih sesuatu yang menurut dia menguntungkan bagi dirinya sendiri dan menganggap hal tersebut paling baik. Rasional dapat di artikan sebagai suatu hal yang berasal dari kemauan serta kemampuan manusia yang secara sadar melakukan sesuatu berdasarkan akal sehat dalam memutuskan pilihannya. Rasionalitas ekonomi ialah prinsip – prinsip ekonomi yang mana seseorang berfikir rasionalitas apakah sesuatu yang dikerjakan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi.

Manusia selalu memikirkan keuntungan untuk dirinya sendiri. Tidak ada orang yang mengharapkan kerugian, kemalangan, atau keburukan. Dalam dunia ekonomi, manusia rasional adalah manusia yang selalu berpikir tentang cara ia memperoleh keuntungan yang seoptimal mungkin atas tindakan ekonomi yang dia lakukan. Tindakan ekonomi terkadang bertolak belakang dengan prinsip yang mana

kebanyakan orang melaksanakan pekerjaan serta dalam hal mencari penghasilan. Rasionalitas ekonomi ternyata sangat berpotensi dalam hal produksi dan pemasarannya.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, pelaku usaha Batik Istiqomah dalam memenuhi kebutuhan untuk kegiatan produksinya seperti alat dan bahan baku membeli dari Pulau Jawa. Hal ini dikarenakan harga alat dan bahan baku seperti cap atau stempel motif batik, kain mori, lilin, dan zat pewarna sintesis yang relatif murah jika dibandingkan dengan membeli di Kota Jambi atau bahkan membuatnya sendiri. Tindakan yang dilakukan oleh pelaku usaha Batik Istiqomah ini adalah tindakan yang rasional. Pelaku usaha ingin memperoleh keuntungan dan tidak ingin mengalami kerugian atas tindakan yang dilakukannya. Hal ini juga sejalan dengan prinsip ekonomi dimana pelaku usaha menggunakan alat dan bahan baku dengan kualitas yang terbaik namun dengan harga yang masih terjangkau atau murah.

Pelaku usaha Batik Istiqomah dalam memasarkan produk batiknya pun masih tergolong secara manual yaitu disampaikan dari mulut ke mulut dan hanya pelanggan lama yang sudah kenal. Produk Batik Istiqomah ini belum pernah dipasarkan melalui media sosial ataupun *e-commerce* (situs belanja *online*). Dalam hal ini, pelaku usaha Batik Istiqomah kurang rasional karena hanya memasarkan produk batiknya dari mulut ke mulut saja. Seharusnya di zaman sekarang dalam pemasaran batik bisa menggunakan berbagai media seperti di media sosial, *e-commerce*, brosur, cetak kartu nama dan mengikuti bazar UMKM yang diselenggarakan di setiap pameran. Sehingga persaingan pasar batik tidak lagi menjadi salah satu faktor kendala dalam pemasaran produk Batik Istiqomah dan pelaku usaha akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar apabila terjadinya

peningkatann pendapatan jika pemasaran produk tidak hanya dilakukan dari mulut ke mulut tetapi juga memasarkan di media sosial ataupun *e-commerce*.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana rasionalitas ekonomi dari seorang pelaku usaha Batik Istiqomah di Kota Jambi Seberang dalam menjalankan bisnisnya. Menyambung akan hal tersebut peneliti ingin mengangkat judul **“Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi Seberang”**.

1.2 Batasan Masalah

Dalam membatasi ruang lingkup penelitian agar tidak terlalu luas sehingga penelitian dapat terarah dengan baik sesuai tujuan penelitian serta dengan adanya keterbatasan waktu pengerjaan maka membuat batasan masalah sebagai berikut:

- 1) Penelitian ini berfokus pada rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan bisnisnya
- 2) Penelitian ini dilakukan di Batik Istiqomah Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan bisnisnya?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan bisnisnya.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.5.1 Manfaat Teoritis

- 1) Diharapkan Penelitian yang dilaksanakan ini dapat memberikan tambahan informasi dan bahan kajian tentang rasionalitas ekonomi.
- 2) Sebagai sumber referensi bagi penulis lain-nya yang berminat meneliti permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.

1.5.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi Prodi Pendidikan Ekonomi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan bahan pustaka untuk mengetahui rasionalitas ekonomi.

- 2) Bagi Pengusaha

Melalui penelitian, diharapkan bagi pelaku usaha Batik Istiqomah hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai tindakan-tindakan ekonomi yang rasional dalam menjalankan usaha.

- 3) Bagi Konsumen

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan bagi konsumen Batik Istiqomah hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan terhadap tindakan-tindakan ekonomi yang rasional dalam membeli suatu barang atau jasa.

1.6 Definisi Operasional

Definisi konsep ialah penjelasan atas konsep atau variabel penelitian atau yang ada dalam judul penelitian. Untuk menghindari kekeliruan dan

kesalahfahaman terhadap istilah-istilah dalam judul skripsi, maka peneliti akan menjelaskan istilah berikut:

1) Rasionalitas Ekonomi

Rasionalitas ekonomi adalah tata cara manusia berperilaku yang masuk akal berdasarkan nalar ataupun logika untuk mendapatkan suatu kepuasan yang bersifat material dan ada kekhawatiran terkait ketidakpuasan yang disebabkan oleh alat atau sumber pemuas yang terbatas.

2) Pelaku Usaha

Pelaku usaha ialah setiap orang maupun badan usaha, yang berbentuk badan hukum atau non badan hukum yang didirikan serta mempunyai kedudukan maupun melaksanakan suatu kegiatan dalam wilayah hukum negara indonesia, hal tersebut bisa dilakukan secara bersamaan melalui sebuah perjanjian, menyelenggarakan macam-macam usaha dalam bidang ekonomi.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

2.1 Rasionalitas Ekonomi

2.1.1 Pengertian Rasionalitas Ekonomi

“Rasionalitas” mempunyai akar dan bentukan kata yang boleh jadi secara kebahasaan menunjukkan makna dan konotasi yang berbeda-beda, seperti ratio (latin)/ rasion (*ration*), rasional (*rational*), rasionalitas (*rationality*), dan rasionalisme (*rationalism*). Ratio (latin) berarti akal budi atau pikiran sehat. Rasion (*ration*) mengandung makna di antaranya *to supply with the rations* (menawarkan dengan ketentuan), *to limit or to restrict the use of* (membatasi penggunaan barang tertentu). Ratio dalam bidang ekonomi mengerucut pada makna adanya batasan yang ditentukan oleh sebuah ketentuan.

Rasional (*rational*) adalah lawan dari *irrational*, secara bahasa diartikan seperti ungkapan *rational human beings* (manusia yang dapat berpikir), *rational behaviour* (perilaku yang masuk akal). Ia juga yang mengandung makna *measureble in matrical units* (dapat diukur dengan satuan angka), *agreeable to reason* (dapat disetujui dengan pertimbangan akal budi/alasan), *pertaining to or acting in conformity to reason* (bersinggungan atau bertindak sesuai dengan akal budi). Makna tersebut dapat diambil intinya bahwa rasional mengandung pengertian tentang keputusan dan tindakan yang didasari atas pertimbangan akal budi (Isfandiar, 2015).

Rasionalitas (*rationality*) ialah istilah yang berkaitan dengan gagasan akal yang berkonotasi pada proses berpikir dalam memberikan laporan atau keterangan. Ia menyangkut dua aspek, yaitu:

- 1) Aspek yang berkaitan dengan pemahaman, kecerdasan dan pengambilan keputusan
- 2) Kemasukakalan dari penjelasan, pemahaman atau pembenaran. Ia juga mengandung makna *quality of being rational* (kualitas menjadi rasional), *possession of reason* (mengandung alasan), *reasonableness* (layak), *rational act or belief* (tindakan atau keyakinan yang rasional). Makna terakhir menunjukkan bahwa rasionalitas mengarah pada dua dimensi, yaitu keyakinan dan tindakan yang menurut pelakunya sebagai rasional (dan rasional sendiri digerakkan oleh akal budi). Proses rasionalitas disebut dengan *rationalization* (rasionalisasi) yang mengandung makna *to find motives for conduct which are plausible* (pencarian motif tindakan yang masuk akal).

Rasionalisme berseberangan dengan empirisme (*sensasionalisme*). Rasionalisme lebih ke arah kebenaran yang di raih dengan cara berpikir serta mengambil kesimpulan berdasarkan akal serta dari hal yang terlebih dahulu di ajukan. Sedangkan Empirisme menyatakan satu-satunya percobaan pengetahuan ialah pengalaman dan satu-satunya sumber pengetahuan ialah kesadaran atas panca indera. John Lock menjelaskan sikap empirisme, Leibniz menguraikan sikap *rasionalisme*, sementara sebagai penengah muncul Immanuel Kant. Kant berusaha menyesuaikan sikap itu dengan memisahkan lapangan yang dapat dibicarakan dengan akal dan pengalaman dari lapangan yang masuk lingkungan kepercayaan. Hasilnya adalah *Agnosticisme*, suatu hasil yang juga terdapat pada aliran rasionalistik kuno, *Stoicisme*. Sikap pragmatis atau instrumentalis, yang menghindarkan soal itu dengan memberikan pembatasan baru tentang kebenaran.

Rasionalitas dan akal budi (pemikiran) ialah dasar yang sering digunakan dalam menganalisis data saat observasi yang sistematis. Dalam ilmu ekonomi, sosiologi dan ilmu politik, suatu keadaan ataupun keputusan disebut juga dengan rasional, hal tersebut dengan tujuan untuk mengejar tujuan yang optimal. Konsep dari suatu rasionalitas itu ialah tidak memperdulikan etika maupun kritik, tujuan serta motif yang tidak lagi sungkak dilakukan oleh seseorang. Dengan bahasa lainnya konsep rasionalitas dapat dilihat dalam mencapai kesuksesan itu dengan berbagai tujuan apapun. Rasionalitas sangat berpegang erat dengan tingkah laku yang di gerakan oleh *self-interest* yang mengarah pada perilaku mementingkan diri sendiri.

Rasionalitas juga dapat dikatakan bahwa informasi yang lengkap serta detail berdasarkan situasi tertentu, hal tersebut dikarenakan tujuannya tidak terlalu penting keterkaitannya dengan definisi rasional yang cuman menuntut konsistensi logis dalam sebuah pilihan. Oleh karena itu, rasionalitas ialah prinsip sentral dalam *artificial intelligence*, di mana agen rasional secara khusus didefinisikan sebagai agen yang selalu memilih perilaku yang memaksimisasi apa yang diharapkan dan memaksimisasi informasi yang dimiliki.

Mengenai kualitas rasionalitas, diakui para ahli ilmu sosial bahwa rasionalitas yang baik ialah hal yang terbebas atas perasaan pribadi (naluri), maupun emosi. Agen dikatakan irasional apabila sesuatu itu sangat dipengaruhi oleh perasaan, emosi pribadi, insting maupun budaya tertentu, termasuk norma dan moral. Akan tetapi hal tersebut sepertinya sangat berat dilakukan oleh sebagian besar manusia saat mencari sebuah kepuasan. Bahkan kebanyakan persoalan dianalisis dengan pemahaman yang berbasis budaya dan etika.

Tujuan utama yang dimiliki oleh seseorang merupakan parameter utama dari suatu rasionalitas. Keberadaan tujuan ini sendiri bersifat sebagai sebuah keniscayaan. Bagi setiap individu, bahkan setiap organisme hidup, pada setiap momen keberadaannya niscaya setidaknya memiliki sebuah tujuan. Tujuan dasar setiap organisme ialah bagaimana ia dapat mempertahankan hidup. Kemudian setiap organisme juga memiliki berbagai macam tujuan hidup. Semakin tinggi tingkat kompleksitas biologis sebuah organisme maka semakin bervariasi tujuan-tujuan yang dimilikinya. Kemudian hal yang relevan untuk mengukur rasionalitas dari sebuah tujuan bukanlah tentang isi tujuan itu, jenis maupun bentuknya, tetapi bagaimana tingkatan pencapaian serta pemenuhan dari suatu tujuan tersebut, terkait apapun itu bentuk, jenis maupun isi dari tujuannya. Secara normatif, pencapaian atau pemenuhan tujuan yang lebih tinggi akan dipandang sebagai lebih dihargai, atau lebih desirable, dibandingkan dengan pencapaian atau pemenuhan tujuan yang lebih rendah jumlah atau tingkatannya. Dengan kata lain, pencapaian tujuan dalam tataran yang lebih tinggi dipandang lebih rasional dibandingkan dengan pencapaian tujuan yang lebih rendah (Hidayat, 2016).

Sebuah tujuan dapat diraih melalui cara. Suatu cara mungkin memberikan hasil yang sama dengan cara yang lain. Namun, cara juga bisa memberikan suatu hasil yang lebih tinggi bahkan lebih sedikit. Terkadang sering kali keliru dalam memilih cara seseorang dalam meraih suatu tujuan sehingga hasilnya tidak maksimal jika dibandingkan ada cara lain atau alternatif yang justru dapat memberikan hasil yang lebih baik. Dengan kata lain, pemilihan sebuah cara untuk mencapai tujuan bisa dinilai lebih rasional, kurang rasional, atau sama saja tingkatannya dibandingkan dengan cara yang lain.

Pengambilan keputusan ialah perilaku seseorang yang mana ia telah memilih salah satu cara alternatif yang diinginkan. Sebagaimana hasil keputusan dapat dinilai sebagai memenuhi atau tidak memenuhi tujuan yang ingin dicapai, proses pengambilan keputusan dapat dinilai sebagai lebih rasional atau kurang rasional. Secara umum dapat dikatakan bahwa rasionalitas dalam pengambilan keputusan ialah suatu pemilihan yang alternatif tindakan untuk meraih tujuan melalui cara yang terbaik. Literatur di bidang pengambilan keputusan memiliki ukuran-ukuran yang dapat dipergunakan untuk mengevaluasi unsur-unsur dalam sebuah pengambilan keputusan yang dapat dinilai sebagai rasional atau kurang rasional.

Setiap manusia ekonomi didasarkan oleh rasional dalam setiap perilakunya, meskipun pada kenyataannya tidak selalu rasional. Rasionalitas ekonomi ialah perilaku manusia yang didasari dengan pilihan yang paling menguntungkan dan paling baik menurut akalunya. Dengan demikian manusia dapat meningkatkan kehidupan ekonominya. Kata rasional mempunyai arti pikiran maupun pertimbangan yang masuk akal maupun logis. Tindakan ekonomi rasional ialah suatu perilaku manusia yang hasil akhir dari pilihannya merupakan yang paling baik serta dapat menguntungkan. Tindakan yang rasional dibutuhkan oleh manusia baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam melakukan usaha (Mutiar et al., 2018).

Rasionalitas ekonomi merupakan prinsip-prinsip ekonomi dimana seseorang akan berfikir secara rasional apakah hal yang ia lakukan tidak bertentangan dengan prinsip ekonomi yang sebenarnya. Rasionalitas ekonomi menekankan pengambilan keputusan harus berdasarkan akal sehat dan menguntungkan bagi orang tersebut (Pricila et al., 2013).

Sementara itu, rasionalitas ekonomi dapat dipahami sebagai tindakan yang dilakukan oleh manusia atas dasar kepentingan pribadi (*self-interest*) dalam mencapai keinginan yang bersifat material lantaran khawatir tidak mendapatkan ksesuatu sesuai yang di inginkan itu karena terbatasnya alat atau sumber pemuas (Mayasari, 2021). Rasionalitas ekonomi juga berarti bahwa manusia berperilaku secara rasional (masuk akal), dan tidak akan secara sengaja membuat keputusan yang menjadikan mereka menjadi lebih buruk (Ngasifudin, 2018).

Rasionalitas ekonomi adalah prinsip ekonomi di mana keputusan-keputusan dibuat dengan mempertimbangkan tujuan-tujuan tertentu yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Seorang individu yang bersikap rasional dalam konteks ekonomi menggunakan nalar dan pengetahuannya untuk memilih cara terbaik dalam mencapai tujuan-tujuan ekonominya. (Syah & Mboka, 2020).

Tindakan rasional atau rasionalitas ialah setiap perilaku manusia yang di dasari oleh pilihan yang paling baik serta menguntungkan. Rasional juga memiliki berarti menentukan sebuah pilihan berdasarkan yang paling baik dan menggunakan akal sehat sebagai tindakan dari setiap manusia yang dilakukan secara sadar atas kemauannya sendiri. Menurut Max Weber dalam (Afandi et al., 2020) tindakan sosial diklasifikasikan menjadi 4 tipe, diantaranya sebagai berikut:

1) Tindakan Rasional Instrumental (*Zwerk Rational*)

Tindakan tersebut adalah bagian dari aktivitas sosial yang dilakukan oleh individu berdasarkan pertimbangan dan kesadaran pribadi terkait dengan tujuan dari tindakan tersebut dan ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk mencapainya.. Contohnya : Seorang mahasiswa yang lalai dalam mengerjakan tugas makalah dikarenakan tidak ada laptop, akhirnya ia laptop

agar bisa mengerjakan tugas secara mandiri. Tindakan ini telah direncanakan secara cermat agar dapat mencapai tujuan yang spesifik. Dengan kata lain, mengevaluasi dan menetapkan tujuan tersebut dapat mengarah pada penggunaan tindakan tersebut sebagai sarana untuk mencapai tujuan lain.

2) Tindakan Rasional yang Berorientasi Nilai (*Werk Rational*)

Tindakan rasional yang mengarah pada nilai memiliki sifat bahwa alat-alat yang ada hanya merupakan suatu pertimbangan serta perhitungan yang disadari, sementara tujuan-tujuannya sudah terdapat di hubungannya bersama nilai-nilai individu yang bersifat absolut. Contoh: ketika dalam bus atau kereta ada ibu-ibu atau wanita lanjut usia yang berdiri, maka kita mendahulukan orang yang lebih tua atau membutuhkan untuk duduk terlebih dahulu. Artinya, tindakan sosial ini telah dipertimbangkan terlebih dahulu karena mendahulukan nilai-nilai sosial maupun nilai agama yang ia miliki.

3) Tindakan Tradisional (*Traditional Action*)

Pada tindakan jenis ini, seseorang memperlihatkan perilaku tertentu karena kebiasaan yang diperoleh dari nenek moyang yang berlaku dalam masyarakat tanpa menyadari alasannya atau membuat perencanaan terlebih dahulu mengenai tujuan yang akan dilakukan.

4) Tindakan Afektif (*Affectual Action*)

Tipe tindakan sosial ini lebih cenderung dipengaruhi oleh perasaan atau emosi tanpa adanya pemikiran atau perencanaan sadar. Tindakan afektif bersifat spontan, tidak rasional, dan merupakan ungkapan emosional dari individu. Sebagai contoh, hubungan romantis antara dua remaja yang sedang jatuh cinta atau tengah mengalami asmara. Tindakan ini umumnya dipicu oleh

stimulus luar yang bersifat otomatis, sehingga dapat diartikan bahwa tindakan tersebut dilakukan tanpa disadari.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa rasionalitas ekonomi adalah sikap atau perilaku seseorang yang masuk akal sesuai dengan logika maupun nalar manusia.

2.1.2 Prinsip-Prinsip Rasionalitas Ekonomi

Untuk menghadapi sesuatu yang tanpa batas, hal tersebut tentunya akan dihadapkan dengan sumber yang terbatas. Untuk itu seseorang bisa menerapkan prinsip rasionalitas untuk menuju capaian yang paling tinggi. Rasionalitas ialah pengembangan dari asumsi bahwa manusia adalah homo economicus. Artinya setiap manusia bisa mengetahui cara bagaimana ia dapat meraih suatu kepuasan yang tinggi bagi dirinya sendiri. Menurut Rianto dan Amalia dalam (Ngasifudin, 2018) terdapat tiga prinsip dasar yang biasa digunakan dalam rasionalitas ekonomi yaitu:

1) Kelengkapan (*Completeness*)

Berdasarkan prinsip ini, setiap orang berhak untuk menetapkan bagaimana keadaan yang lebih ia sukai saat berada pada dua keadaan. Preferensi dikatakan lengkap dengan kata lain konsumen dapat membandingkan dan menilai semua keranjang pasar. Bila A dan B merupakan dua keadaan yang berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu diantara kemungkinan berikut:

- A lebih disukai dari pada B
- B lebih disukai dari pada A
- A dan B sama-sama disukai
- A dan B sama-sama tidak disukai.

Sebagai contoh, seorang individu hendak membeli laptop merek Acer dan Lenovo, maka pilihan yang mungkin dilakukan yaitu:

- Laptop merek Acer lebih disukai daripada Lenovo
- Laptop merek Lenovo lebih disukai daripada Acer
- Laptop merek Acer dan Lenovo sama-sama disukai
- Laptop merek Acer dan Lenovo sama-sama tidak disukai.

Prinsip ini menyiratkan konsistensi dalam pengambilan keputusan serta pemahaman terhadap konsekuensi dari keputusan tersebut. Asumsi ini juga mengindikasikan kemungkinan bahwa individu memiliki preferensi yang jelas antara opsi A dan B. Berdasarkan prinsip ini, setiap individu diasumsikan tidak mengalami kebingungan dalam memilih. Mereka mengetahui mana yang dianggap baik dan mana yang dianggap buruk. Dengan demikian, setiap orang selalu mampu memilih antara dua alternatif yang ada.

2) Transitivitas (*Transitivity*)

Prinsip ini menyatakan bahwa konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika seseorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B” dan “produk B lebih disukai daripada produk C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk C”. Jika konsistensi tidak mensyaratkan transitivitas, maka sesungguhnya ia tidak mensyaratkan apapun. sebenarnya tidak semua aksioma teori keputusan rasional merupakan syarat konsistensi. Contohnya, salah satu prinsip adalah kelengkapan; terhadap pasangan alternatif apa pun dari A dan B, kita dapat memilih A daripada B, B daripada A, atau sama saja antara A dan B. Hal ini

tidak dipersyaratkan oleh konsistensi. Namun dalam prinsip transivitas ini jika seorang individu mengatakan bahwa: produk A lebih disukai daripada produk B”, dan “produk B lebih disukai daripada produk C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk C”. Prinsip ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal didalam diri individu dalam hal pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa pada setiap alternatif pilihan seorang individu akan selalu konsisten dalam memutuskan preferensi atas suatu produk dibandingkan dengan produk lain. Dengan demikian, seseorang tidak bisa mengartikulasikan preferensi yang saling bertentangan. Secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

- Bakso lebih disukai daripada Mie Ayam
- Mie Ayam lebih disukai daripada Seblak
- Bakso akan lebih disukai dari pada Seblak

3) Kesenambungan (*Continuity*)

Prinsip ini mengemukakan bahwa jika seseorang mengungkapkan preferensi terhadap "produk A daripada produk B," maka segala situasi yang menyerupai produk A akan lebih disukai daripada produk B. Sebagai ilustrasi, jika seseorang lebih memilih headphone merek Oppo daripada merek Vivo, maka setiap model headphone dari merek Oppo akan lebih disukai daripada model apapun dari merek headphone Vivo.

Diasumsikan bahwa preferensi setiap individu akan mengikuti prinsip tersebut. Oleh karena itu, setiap orang akan mampu membuat urutan atau peringkat untuk semua situasi atau kondisi, mulai dari yang paling disukai

hingga yang paling tidak disukai, dari berbagai macam barang dan jasa yang ada.

2.1.3 Tipe Rasionalitas Ekonomi

Menurut (Karim, 2015) ada dua tipe rasionalitas baik individu maupun kolektif yaitu sebagai berikut:

1) Tipe Rasionalitas yang Didasarkan Atas Kepentingan Pribadi (*Self – Interest Rationality*)

Menurut Edgeworth, prinsip pertama dalam ilmu ekonomi ialah setiap pelaku ekonomi hanya digerakkan oleh kepentingan pribadi seorang individu. Namun salah satu hal yang ingin dicapai oleh teori kepuasan modern saat ini ialah upaya pembebasan ilmu ekonomi dari prinsip pertama yang sangat meragukan dan tidak jelas ini. Pengertian kepentingan pribadi disini tidak harus selalu diartikan dengan penumpukan kekayaan dan harta oleh seseorang. Dimana kepentingan pribadi yang dinyatakan disini ialah setiap individu akan selalu berupaya mengejar berbagai tujuan hidup dan tidak hanya memperbanyak kekayaan secara moneter. Kepentingan tersebut bisa berbentuk prestise, cinta, aktualisasi diri dan lain-lain. Serta dapat pula berupa sebuah pencapaian individu menjadi lebih baik dan membuat lingkungan sekelilingnya menjadi lebih baik juga pada saat yang bersamaan.

2) Rasionalitas Berdasarkan Tujuan yang Ingin Dicapai (*Present Aim Rationality*)

Teori kepuasan modern yang aksiomatis tidak berasumsi bahwa manusia selalu bersikap mementingkan dirinya sendiri. Teori ini beranggapan bahwa manusia selalu menyesuaikan preferensinya sepanjang waktu dengan sejumlah prinsip. Secara jelasnya dikatakan bahwa preferensi yang diambil

haruslah konsisten. Penyesuaian terhadap prinsip ini tanpa harus menjadi hanya mementingkan diri sendiri. Sehingga setiap waktu mungkin preferensi individu tersebut dapat berubah sesuai dengan kebutuhan yang ingin dicapainya. Artinya asumsi dari teori ekonomi ini bahwa manusia tidak selalu bersikap mementingkan dirinya sendiri. Teori ini beranggapan bahwa manusia menyesuaikan preferensinya dengan sejumlah aksioma.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa tipe-tipe rasionalitas berdasarkan oleh kepentingan dari individu itu sendiri dengan jenis rasionalitas yaitu rasionalitas kepentingan pribadi dan rasionalitas kepentingan kolektif.

2.1.4 Motif Rasional

Rasional berarti sesuai dengan pemikiran yang logis dan pertimbangan yang masuk akal, sesuai dengan nalar yang sehat dan sesuai dengan pikiran yang tepat. Sedangkan irasional, Kebalikan dari rasional. Irasional ialah pertimbangan yang didasarkan oleh emosional (perasaan) serta tidak lagi memperhitungkan logika berfikir. Jadi dapat di artikan juga bahwa rasional ialah seseorang dapat berpikir dengan caranya sendiri untuk menetapkan hal dengan berbagai pertimbangan yang masuk akal. Seseorang yang bertindak secara rasional ketika mereka mempertimbangkan berbagai alternatif dan memilih yang paling bermanfaat. Di sisi lain, individu yang bertindak secara irasional seringkali tidak mengutamakan pertimbangan ekonomis, efisiensi, efektivitas, dan tidak memberikan manfaat yang langsung memenuhi kebutuhan dasar.

Motif rasional ialah kemauan dalam diri seseorang dalam membuat suatu keputusan dimana melakukan pilihan atas dasar pertimbangan – pertimbangan yang

matang, efektif, efisien dan obyektif. Namun kebanyakan orang dalam menentukan suatu produk pilihannya dengan melihat seberapa besarnya manfaat bagi dirinya. Beberapa motif rasional yaitu fungsi, kebutuhan, kualitas pelayanan, garansi, tersedianya bahan teknis, pengiriman yang tepat waktu, keuntungan finansial, dan tahan lama (Rai et al., 2017).

2.1.5 Faktor-Faktor Motif Rasional

Menurut (Sofjan Assauri 2017), faktor-faktor dari motif pembelian rasional terdiri dari:

1) Kemudahan dan Efisiensi dalam Penggunaan (*Handiness and Efficiency Inoperation Use*)

Kemampuan dalam memberikan suatu pelayanan yang baik tanpa menggunakan tenaga serta pikiran ketika menggunakannya sesuai dengan apa yang sudah di janjikan, yaitu secara cepat, memuaskan, akurat maupun sesuai dengan keinginan atau kebutuhan pelanggan/konsumen. Seseorang berusaha selalu dalam memproleh keuntungan yang setinggi – tingginya dengan jumlah modal yang ia miliki. Hal tersebut dilakukan agar ketika ia memutuskan untuk membeli suatu produk dengan harga (Widokarti, Joko Rizkie. Priansa, 2019).

2) Tahan Lama (*Durability*)

Barang tahan lama ialah barang yang apa bila digunakan dalam jangka waktu yang panjang dan memiliki nilai ekonomis yang bisa digunakan satu tahun lebih. (Tjiptono, 2017).

3) Dapat Membantu Bertambahnya Pendapatan (*Enhancement of Earnings*)

Manusia akan berusaha memperoleh laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya dengan jumlah modal (uang) yang ia miliki. Hal tersebut dilakukan

agar ketika ia memutuskan untuk membeli suatu produk dengan harga terjangkau namun dengan kualitas yang bagus agar dapat meminimalkan pengeluaran. Penetapan harga sangatlah penting dalam aspek penjualan, karena keputusannya dapat mempengaruhi perkembangan suatu usaha. Dalam penentuan harga, produsen memperhatikan pada tingkat berapa seorang produsen harus membentuk harga agar dapat diterima secara wajar oleh konsumen dari semua lapisan, terutama menengah kebawah (Rahman, 2016).

4) Hemat dalam Pemakaian (*Economy in Use*)

Secara bawaan, manusia akan terus berupaya meningkatkan atau memperluas kebutuhan hidup mereka. Setiap orang akan terus mengembangkan dan memperluas kebutuhan hidup mereka, terutama kebutuhan yang mendasar. Dalam konteks ini, secara logis manusia akan sangat berhati-hati dalam mengelola pengeluarannya saat membeli atau menghabiskan uang, termasuk ketika memutuskan untuk membeli sebuah ponsel pintar. (Rahman, 2016).

5) Murah Harga Pembeliannya (*Economy in Purchase*)

Penetapan harga suatu harga dalam penjualan sangatlah penting, hal ini dikarenakan keputusannya yang mempengaruhi perkembangan dari usaha tersebut. Begitupun untuk menentukan harga, produsen benar – benar memperhatikan untuk tingkatan berapa seseorang produsen perlu membentuk harga yang tepat agar bisa diterima oleh konsumen dari semua kalangan, apalagi kalangan menengah kebawah. (Widokarti, Joko Rizkie. Priansa, 2019).

2.1.6 Indikator Rasionalitas Ekonomi

Menurut Mayasari (2021) akibat dari tindakan rasionalitas ini membentuk seseorang menjadi materialis, memiliki nilai ekonomis, dan memaksimalkan keuntungan dari berfikir rasional.

1) Materialistis

Materialistis atau materialisme adalah sikap yang menekankan pentingnya kepemilikan barang sebagai simbol status dan sumber kebahagiaan bagi individu (Schiffman dan Kanuk). Dalam sistem kapitalis, semua kegiatan ekonomi ditujukan untuk mengoptimalkan produksi guna mencapai output dan keuntungan yang diinginkan. Hal ini mengakibatkan fokus masyarakat hanya pada aspek produksi, memunculkan kecenderungan untuk selalu menghitung. Kondisi ini mempengaruhi perilaku transaksional dalam kehidupan masyarakat. (Mayasari, 2021).

2) Memiliki Nilai Ekonomis

Secara umum, nilai ekonomis mengacu pada sejauh mana individu bersedia mengorbankan barang dan jasa tertentu untuk memperoleh barang dan jasa lainnya. Secara formal, hal ini dikenal sebagai keinginan membayar seseorang terhadap barang dan jasa yang dihasilkan oleh sumber daya alam dan lingkungan. Penerapan pendekatan pengukuran ini memfasilitasi transformasi nilai ekologis dari ekosistem ke dalam kerangka ekonomi, dengan menghitung nilai moneter dari barang dan jasa tersebut. (Fauzi dalam Khoirudin 2018).

3) Memaksimalkan Keuntungan

Peningkatan efisiensi usaha sering dijadikan justifikasi untuk meningkatkan volume produksi dan mengurangi biaya, dengan tujuan mencapai keuntungan optimal. Ini sering kali digunakan oleh pengusaha sebagai alasan untuk menjaga tingkat produksi mereka dan memenangkan persaingan dengan pesaing lainnya. (Mayasari, 2021).

2.2 Pelaku Usaha

2.2.1. Pengertian Pelaku Usaha/Produsen

Berdasarkan Pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diartikan sebagai individu atau entitas bisnis, termasuk yang berbentuk badan hukum atau tidak, yang beroperasi atau melakukan kegiatan di wilayah hukum Republik Indonesia, baik secara individu maupun dalam kemitraan, untuk menjalankan usaha di berbagai sektor ekonomi. Penjelasan dalam Pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah Nomor 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa pelaku usaha mencakup perusahaan, korporasi, koperasi, BUMN, importir, pedagang, distributor, dan lain-lain.

2.2.2. Bentuk atau Wujud Pelaku Usaha

Bentuk Pelaku Usaha menurut Pasal 1 butir 3 PP No.58 Tahun 2001:

- 1) Orang perorangan, yaitu orang yang melakukan kegiatan usaha secara mandiri (sendirian)

2) Badan usaha, yaitu kumpulan individu yang secara bersama-sama melakukan kegiatan usaha. Badan usaha dapat dikelompokkan ke dalam dua kategori, antara lain:

- Badan hukum, adalah badan usaha yang sudah mendaftarkan dirinya di notaris untuk mendapatkan akta pendirian yang sudah disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM seperti Perseroan Terbatas (PT).
- Bukan badan hukum, adalah badan usaha yang mendaftarkan dirinya di notaris yang hanya memiliki akta otentik dan tidak memiliki akta pendirian yang disahkan oleh Menteri Hukum dan HAM, seperti Firma.

2.2.3. Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha

Adanya hak dan tanggung jawab bagi pelaku usaha bertujuan untuk memastikan terjalinnya hubungan perdagangan yang positif antara pelaku usaha dan konsumen. Hak-hak dan tanggung jawab pelaku usaha diatur dalam Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, dan memiliki cakupan yang luas dalam penerapannya. Hak dan kewajiban para pelaku usaha tersebut adalah sebagai berikut:

1) Hak Pelaku Usaha

- Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan berdasarkan kondisi dan nilai tukar barang atau jasa yang diperdagangkan;
- Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;

- Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang atau jasa yang diperdagangkan;
- Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

2) Kewajiban Pelaku Usaha

- Beritikad baik dalam melakukan usahanya;
- Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- Memperlakukan maupun melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak semena-mena;
- Menjamin mutu barang atau jasa yang diproduksi atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang atau jasa yang berlaku;
- Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, mencoba barang atau jasa tertentu serta memberi jaminan atau garansi atas barang yang dibuat atau yang diperdagangkan;
- Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang atau jasa yang diperdagangkan;
- Memberi kompensasi, ganti rugi atau penggantian apabila barang dan atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

2.2.4. Perbuatan yang dilarang bagi Pelaku Usaha

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 8 UUPK adalah larangan bagi pelaku usaha dalam kegiatan produksi, antara lain:

- 1) Tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dalam ketentuan peraturan perundangundangan.
- 2) Tidak sesuai dengan berat isi bersih atau neto.
- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya.
- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan sebagaimana dinyatakan dalam label, etika, atau keterangan barang atau jasa tersebut.
- 5) Tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label.
- 6) Tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal.
- 7) Tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat barang, ukuran, berat isi atau neto.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 9 UUPK adalah larangan dalam menawarkan, mempromosikan suatu barang dan/atau jasa secara tidak benar atau seolah-olah:

- 1) Barang tersebut telah memenuhi atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu.
- 2) Barang tersebut dalam keadaan baik atau baru.
- 3) Barang atau jasa tersebut telah mendapat atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu.
- 4) Dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor atau persetujuan.
- 5) Barang atau jasa tersebut tersedia.

- 6) Tidak mengandung cacat tersembunyi.
- 7) Kelengkapan dari barang tertentu.
- 8) Berasal dari daerah tertentu.
- 9) Secara langsung atau tidak merendahkan barang atau jasa lain.
- 10) Menggunakan kata-kata yang berlebihan seperti aman, tidak berbahaya, atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap.
- 11) Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha berdasarkan Pasal 10 UUPK adalah larangan untuk menawarkan, mempromosikan, mengiklankan atau membuat pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan mengenai :

- 1) Harga suatu barang atau jasa.
- 2) Kegunaan suatu barang atau jasa.
- 3) Kondisi, tanggungan, jaminan, hak atau ganti rugi atas suatu barang atau jasa.
- 4) Tawaran potongan harga atau hadiah.
- 5) Bahaya penggunaan barang atau jasa.

2.2.5. Tanggung Jawab Pelaku Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tanggung jawab adalah keadaan di mana seseorang wajib menanggung akibat dari perbuatannya. Sugeng Istanto mendefinisikan pertanggungjawaban sebagai kesadaran bahwa setiap individu yang bertindak telah mempertimbangkan konsekuensinya dan menyadari kewajibannya untuk mengatasi kerugian yang mungkin timbul di masa mendatang..

Kesimpulannya, tanggung jawab pelaku usaha ialah bentuk tanggungjawab antara pelaku usah dengan konsumen apabila merasa dirugikan dari barang atau jasa yang telah di perjual belikan. Hal tersebut termasuk sangat penting

diperhatikan untuk konsumen karena keamanan barang yang dibeli oleh para konsumen sangatlah berpengaruh pada rasa percaya konsumen terhadap produsen atau penjualnya. Oleh karena itu, Konsumen memberikan kepercayaan yang tinggi terhadap para pelaku usaha terkait keahliannya tentang menganal baik buruknya suatu produk dagangannya

Pada kasus-kasus tertentu, pelanggaran bisa dilakukan oleh pihak mana saja, oleh sebab itu untuk mengetahui sejauh mana tanggung jawab pelaku usaha, maka pada Pasal 19 UUPK pun diatur mengenai apa-apa saja yang menjadi tanggung jawab pelaku usaha:

- 1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.
- 2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa pengembalian uang atau penggantian barang atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, atau perawatan kesehatan dan pemberian santunan yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- 3) Pemberian ganti rugi dilaksanakan dalam tenggang waktu 7 (tujuh) hari setelah tanggal transaksi.
- 4) Pemberian ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak menghapuskan kemungkinan adanya tuntutan pidana berdasarkan pembuktian lebih lanjut mengenai adanya unsur kesalahan.
- 5) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) tidak berlaku apabila pelaku usaha dapat membuktikan bahwa kesalahan tersebut merupakan kesalahan konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat diketahui suatu kecacatan bukanlah satu-satunya hal yang dapat dimintai pertanggung jawaban kepada pelaku usaha, banyaknya kerugian-kerugian lain yang dialami oleh konsumen merupakan tanggung jawab pelaku usaha.

Meskipun demikian, substansi ketentuan Pasal 19 tersebut dianggap belum sepenuhnya sempurna, pasal tersebut masih memiliki beberapa substansi yang dianggap merugikan konsumen, terutama dalam hal konsumen menderita suatu penyakit, dan adanya ketentuan yang menentukan bahwa pemberian ganti rugi berlaku 7 (tujuh) hari sejak dilakukannya transaksi. Nyatanya, tidak semua konsumen mengonsumsi barang yang mereka beli segera setelah melakukan transaksi, terkadang mereka mulai mengonsumsi barang yang mereka beli setelah lebih dari 7 (tujuh) hari transaksi, karena ketentuan tersebut maka konsumen kehilangan haknya untuk meminta pertanggung jawaban meskipun kerugian yang timbul disebabkan oleh produk yang dibeli tersebut.

2.3 Penelitian yang Relevan

Di sini, penelitian relevan disajikan untuk mencegah duplikasi dalam desain dan hasil penelitian, serta untuk menegaskan keunikan topik penelitian yang belum pernah dijelajahi oleh peneliti lain dalam konteks yang sama. Selain itu, pemahaman terhadap penelitian sebelumnya dapat membantu peneliti dalam memilih dan menetapkan desain yang sesuai, karena mereka memperoleh wawasan dan perbandingan dengan desain-desain yang telah dilakukan sebelumnya. Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian penulis adalah :

Tabel 2.3 Penelitian Yang Relevan

| No | Nama (Tahun) | Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|----------------------|--|---|--|--|
| 1 | Robiq (2021) | “Analisis Rasionalitas Dalam Mengambil Keputusan Berwirausaha Oleh Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember” | Diperoleh hasil bahwa alumni yang memiliki rasionalitas dalam berwirausaha diantaranya pemikiran sejalan dengan rumusan logis dan matematis. Mengenali sifat dasar dan konteks kesempatan berwirausaha memanfaatkan kesempatan dalam berwirausaha berdampak pada kemampuan menangkap peluang. | Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang rasionalitas ekonomi dan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. | Perbedaannya terletak pada objek, lokasi dan teknik analisis yang digunakan. |
| 2 | Nova Suprapti (2019) | "Analisis Rasionalitas Ekonomi Siswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Lubuk Dalam Kabupaten Siak” | Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasionalitas ekonomi siswa pada aspek kelengkapan memiliki skor 83,21% yang termasuk pada kategori Sangat Tinggi. Rasionalitas ekonomi | Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang rasionalitas ekonomi dan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. | Perbedaannya terletak pada objek, lokasi dan teknik analisis yang digunakan. |

| No | Nama (Tahun) | Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|---------------------|--|--|--|---|
| | | | siswa pada aspek transktivitas memiliki skor 83,47% yang masuk pada kategori Sangat Tinggi, sementara rasionalitas ekonomi siswa pada aspek kesinambungan memiliki skor 84,05% yang masuk pada kategori Sangat Tinggi. | | |
| 3 | Kenda Afrika (2019) | “Rasionalitas Mahasiswa Dalam Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa FISIP UNSRI Yang Mempunyai Usaha Di Indralaya)” | Diperoleh hasil bahwa rasionalitas Mahasiswa dalam berwirausaha yaitu mahasiswa yang mempunyai pola pikir menjalankan wirausaha merupakan strategi untuk meningkatkan ekonomi diri, sekaligus membuka lapangan kerja bagi orang lain dan menghasilkan nilai keberanian dan | Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang rasionalitas ekonomi dan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. | Perbedaanya terletak pada objek, lokasi dan teknik analisis yang digunakan. |

| No | Nama (Tahun) | Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|------------------------------------|--|--|--|--|
| | | | kemandirian siswa tersebut. | | |
| 4 | Harris Kurniawan (2019) | “Analisis Rasionalitas Ekonomi Pada Pola Produksi Penari Tradisional (Studi Kasus: Penari Tradisional Di Kota Surakarta)” | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rasionalitas ekonomi dalam pengambilan keputusan proses produksi seorang penari tradisional secara keseluruhan jika dilihat dari empat aspek yaitu instrumental, tradisional, nilai, dan afektif menunjukkan hasil analisis yaitu rasional. | Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang rasionalitas ekonomi dan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. | Perbedaannya terletak pada objek, lokasi dan teknik analisis yang digunakan. |
| 5 | Septini Diandini Pandjaitan (2016) | “Rasionalitas Generasi Muda Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unila Yang Pernah Mengambil Mata Kuliah Kewirausahaan)” | Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka diperoleh hasil bahwa mahasiswa yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan memperkaya ilmu dalam membuat keputusan berwirausaha. Peran dosen cukup besar | Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang rasionalitas ekonomi dan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. | Perbedaannya terletak pada objek, lokasi dan teknik analisis yang digunakan. |

| No | Nama (Tahun) | Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|--------------|------------------|---|-----------|-----------|
| | | | dalam memotivasi mahasiswa untuk menangkap peluang dan pengelolaan keuangan secara terencana. | | |

Berdasarkan beberapa penelitian diatas, terdapat kesamaan dengan yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai rasionalitas ekonomi yang. Subjek yang diteliti sama-sama berupa individual. Namun perbedaannya terletak pada pemilihan subjek yang akan diteliti secara spesifik dan teknik analisis datanya.

2.4 Kerangka Berfikir

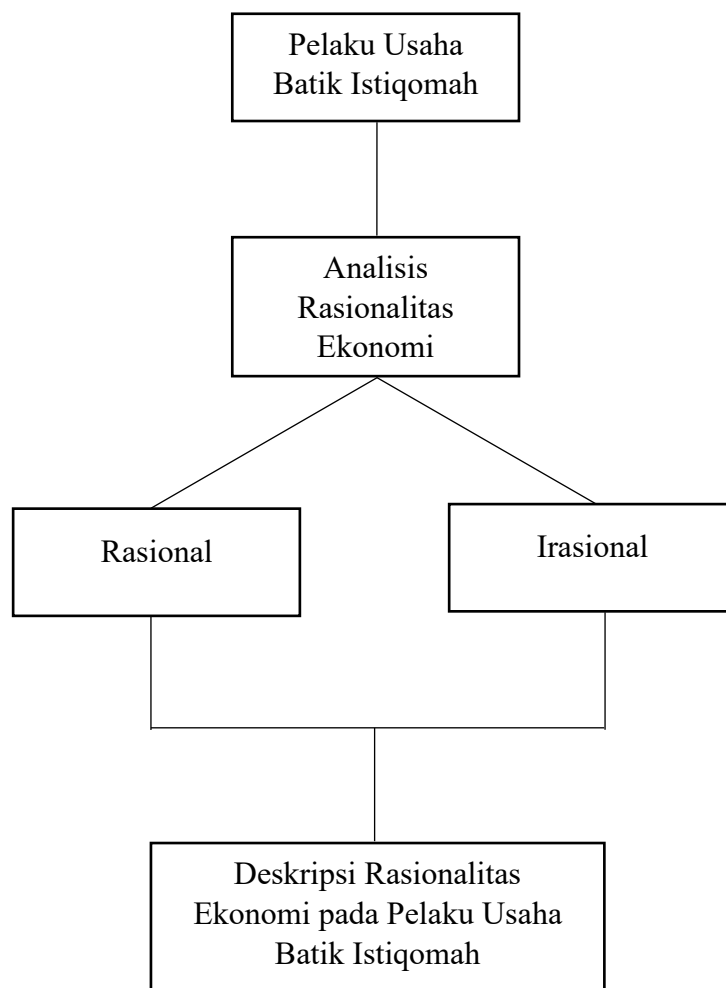
Menurut (Sugiyono, 2016) kerangka berpikir adalah alur berpikir atau alur penelitian yang dijadikan pola atau landasan berpikir peneliti dalam mengadakan penelitian terhadap subjek penelitian. Kerangka berfikir yang baik yaitu menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel yang akan diteliti.

Rasionalitas ekonomi adalah konsep ekonomi di mana seseorang akan secara kritis mempertimbangkan apakah tindakan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi yang ada. Rasionalitas ekonomi menekankan bahwa pengambilan keputusan haruslah didasarkan pada logika dan memberikan manfaat bagi individu tersebut. (Pricila et al., 2013).

Tindakan rasional atau rasionalitas ialah setiap perilaku manusia yang di dasari oleh pilihan yang paling baik serta menguntungkan. Rasional juga berarti menentukan sebuah pilihan berdasarkan yang paling baik dan menggunakan akal

sehat sebagai tindakan dari setiap manusia yang dilakukan secara sadar atas kemauannya sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, maka gambaran kerangka berpikir dalam penelitian “Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi Seberang” digambarkan sebagai berikut:



Bagan 2. 4 Kerangka Berfikir

Berdasarkan kerangka berfikir diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tindakan-tindakan ekonomi yang rasional maupun irasional pada pelaku Usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya dari proses produksi hingga pemasaran.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2023 di Batik Istiqomah yang terletak di Jl. KH. Hasan Anang, Kelurahan Olak Kemang, Kecamatan Danau Teluk, Jambi Kota Seberang. Subjek penelitian ini adalah pemilik usaha Batik Istiqomah yaitu Pak Ngadiman. Waktu yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 3 bulan lebih terhitung mulai dari tanggal 22 Agustus – November 2023.

3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif ialah jenis penelitian yang dimana akan memahami fenomena terkait apa yang terjadi pada subjek penelitiannya, seperti perilaku, tindakan, persepsi, motivasi dan sebagainya secara holistik, serta melalui dekripsi dalam bentuk kata – kata maupun bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2014).

Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dengan menekankan aspek yang bersifat deskriptif daripada kuantitatif, sehingga fenomena yang diamati tidak dapat diukur secara numerik. Penelitian kualitatif menggunakan berbagai strategi untuk mengeksplorasi perspektif partisipan, seperti observasi langsung, partisipasi dalam kegiatan, wawancara mendalam, analisis dokumen, serta menggunakan teknik tambahan seperti fotografi, perekaman, dan sebagainya. (Sukmadinata, 2013).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, sebuah pendekatan penelitian yang mendasarkan diri pada filsafat postpositivisme. Metode ini

digunakan untuk menyelidiki kondisi objek yang alamiah, berbeda dengan eksperimen, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi, di mana analisis data bersifat induktif dan kualitatif, serta penekanan pada makna dalam hasil penelitian daripada generalisasi. Tujuan dari penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan, menjelaskan, dan memberikan pemahaman yang lebih rinci terhadap permasalahan yang diteliti dengan mempelajari individu, kelompok, atau kejadian secara menyeluruh. (Sugiyono, 2016).

Jenis penelitian ini adalah penelitian desain fenomenologis. Menurut Dedi Mulyana dalam (Agatha, Ellen Mahendra. Claretta, 2023) penelitian desain fenomenologis adalah jenis penelitian yang mempelajari fenomena dalam lingkungannya secara alamiah. Sebab itu, data primernya merupakan data yang berasal dari lapangan sehingga data yang didapatkan sesuai dengan kenyataannya.

Penelitian desain fenomenologis juga dapat diartikan pendekatan luas untuk sebuah penelitian kualitatif atau metode yang digunakan dalam mengumpulkan data kualitatif. Ideanya pokoknya adalah melakukan penelitian langsung di lapangan untuk mengamati suatu fenomena dalam konteks alami. Dalam hal ini, pendekatan tersebut terkait erat dengan pengamatan partisipatif. Peneliti lapangan biasanya membuat catatan lapangan yang detail dan luas, yang kemudian dikodekan dan dianalisis dengan berbagai metode. (Moleong, 2014).

3.3 Data dan Sumber Data

Data penelitian ialah segala bentuk keterangan yang didapatkan setelah melakukan proses observasi baik itu gambar maupun dokumen – dokumen sebagai responden dari hasil penelitian, baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk

lainnya guna keperluan penelitian. Sumber data ialah hal yang menjadi subyek dari mana data di dapatakan. Sumber data sangat digunakan demi menambah terlaksanakannya penelitian serta sekaligus untuk menambah nilai keberhasilan dari sebuah penelitian yang telah dilaksanakan (Dewi, 2018). Dalam penelitian ini, data yang dibutuhkan diperoleh dari dua sumber, yaitu:

1) Data Primer

Data primer ialah berupa sumber data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti tanpa perantara. Artinya sumber data penelitian didapatkan langsung dari sumber aslinya baik itu seperti, wawancara, pandangan pendapat anatar suatu kelompok maupun individu atau juga hasil dari observasi yang dilakukan dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian benda (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari penelitian secara langsung di lapangan dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari informan/narasumber untuk mengetahui tindakan-tindakan yang rasional yang dilakukan oleh pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya.

2) Data Sekunder

Data sekunder ialah sumber data yang di dapatkan bukan dari sumber aslinya atau secara tidak langsung. Maksudnya ialah data yang didapatkan oleh peneliti itu berasal dari perantara seperti dokumen – dokumen, buku, jurnal, atau arsip baik yang sudah dipublikasikan maupu tidak secara umum (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi yang dapat berupa catatan, notulen rapat tim, agenda, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ialah langkah yang strategis dalam penelitian, dimana tujuannya adalah mendapatkan data. Jika tidak mengetahui bagaimana teknik dalam mengumpulkan data penelitian, maka peneliti akan kesulitan dalam mendapatkan data yang baik sesuai standar yang sudah ditetapkan. (Sugiyono, 2016).

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa teknik pengumpulan data sangat dipengaruhi oleh tujuan penelitian yang ingin dicapai. Tujuan penelitian memberikan arahan dan mempengaruhi pilihan teknik pengumpulan data yang digunakan. Berikut adalah teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Observasi

Observasi memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari teknik lainnya. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung di lapangan, memungkinkan peneliti untuk memahami perilaku dan makna di baliknya. Ini adalah teknik yang berguna untuk mengumpulkan data primer dengan mengamati objek penelitian secara langsung. (Sugiyono, 2016).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi atau pengamatan langsung terhadap pelaku usaha Batik Istiqomah untuk memperoleh data-data tentang tindakan-tindakan yang rasional dalam menjalankan usahanya.

2) Wawancara

Wawancara ialah interaksi antara dua orang atau lebih dengan maksud saling berbagi informasi atau sharing dengan cara tanya jawab, sehingga dapat menarik kesimpulan dari suatu topik yang telah diperbincangkan.. Wawancara

digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin memperoleh data atau informasi sebanyak mungkin kepada subjek penelitian secara mendalam (Sugiyono, 2016).

Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Agar hasil wawancara dapat terekam dengan baik dan peneliti memiliki bukti telah melakukan wawancara kepada informan atau sumber data, maka peneliti menggunakan alat-alat seperti buku catatan dan voice recorder. Teknik wawancara disini dilakukan dengan tanya jawab kepada pemilik usaha Batik Istiqomah yaitu Pak Ngadiman di Kota Jambi Seberang. Ibu Fitri selaku istri dari pemilik Batik Istiqomah, Pak Syakir selaku Pak Rt. 07 Kelurahan Olak Kemag.

3) Dokumentasi

Dokumen merupakan rekaman peristiwa masa lalu dan dapat berupa tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang. Contoh dokumen berbentuk tulisan meliputi catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, dan kebijakan. Sementara dokumen dalam bentuk gambar termasuk foto, gambar hidup, sketsa, dan sejenisnya. Dokumen dalam bentuk karya seni mencakup gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen digunakan sebagai pendukung bagi metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. (Sugiyono, 2016).

Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan pengambilan gambar berupa foto dan merekam hasil wawancara

dengan informan terkait dengan video dan audio. Kamera berguna sebagai alat bantu untuk mendokumentasikan pada saat wawancara, agar penelitian yang dilakukan benar dengan apa adanya. Dalam pengumpulan data menggunakan kamera dapat digunakan jika sudah mendapatkan izin oleh subyek untuk menggunakan alat tersebut saat wawancara berlangsung.

3.5 Pengecekan Keabsahan Temuan (*Trustworthiness*)

Dalam melakukan penelitian, setiap temuan yang di dapat peneliti harus di uji validitas datanya agar hasil penelitian yang didapat bisa di pertanggung jawabkan kedepannya. Menurut (Gunawan 2013) secara umum data harus memenuhi syarat kesahihan (validitas) dan keajegan (reliabilitas). Validitas merupakan tingkat keandalan dan keaslian alat ukur yang digunakan untuk mengukur sesuatu. Instrumen yang valid merupakan instrument yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang hendak diukur (Gumanti, 2016).

Untuk mengecek keaslian temuan ini, (Rijali, 2018) menyebutkan bahwa dalam penelitian diperlukan suatu teknik pemeriksaan keaslian data. Sedangkan untuk memperoleh keaslian temuan peneliti menggunakan mode kredibilitasnya dengan menggunakan teknik sebagai berikut:

- 1) *Persistent observation* (ketekunan pengamatan), ialah melaukan observasi secara terus – menerus kepada objek dari penelitian tersebut agar bisa mengetahui gejala lebih mendalam terkait aktifitas yang sedang terjadi di lokasi penelitian.
- 2) Triangulasi, ialah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dari luar data untuk keperluan pengecekan atau pembanding terhadap data. Menurut (Khairinal, 2018) triangulasi merujuk pada pengujian

kebenaran datan mendalam kalaboratif sampai titik jenuh data. Adapun triangulasi terbagi menjadi:

- Triangulasi Sumber Data

Mendapatkan kebenaran informasi khusus dengan menggunakan berbagai metode dan sumber data. Misalnya, selain memanfaatkan beberapa sumber, data yang telah terkumpul dianalisis oleh peneliti untuk mencapai suatu kesimpulan. Kemudian, kesimpulan ini diperiksa oleh beberapa sumber data untuk memastikan keakuratannya (member check).

- Wawancara dan Observasi

Dalam proses ini, peneliti dapat menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto.

- Triangulasi Metode

Dilaksanakan dengan membandingkan data maupun informasi yang ada dengan bermacam-macam cara. Di dalam penelitian kualitatif peneliti ini menggunakan metode wawancara, dan observasi. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai informasi tertentu.

- Triangulasi Peneliti

Triangulasi ini di lakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data.

- Triangulasi Teori

Triangulasi teori ini berupa sebuah rumusan informasi. Informasi tersebut selanjutnya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan

untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan

Adapun triangulasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data dengan cara data yang sudah diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga kesimpulan. Selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan beberapa sumber data tersebut.dalam metode kualitatif.

- *Peerderieting* (pemeriksaan sejawat melalui diskusi) adalah teknik yang melibatkan diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat untuk mengekspos hasil sementara atau akhir dari sebuah penelitian..
- Kecukupan Referensi yaitu kecukupan referensi berupa foto, rekaman suara dan video yang peneliti dapat dilapangan.

Data penelitian perlu berada pada tingkat kebenaran serta kepercayaan yang tinggi. Di bagian penelitian ini harus menguraikan tentang bagaimana usaha yang akan ditempuh untuk mendapatkan data yang kredibel. Sebelum informasi yang dikumpulkan dapat digunakan sebagai data penelitian, perlu diperiksa terlebih dahulu kredibilitasnya, agar dapat dipertanggungjawabkan dan digunakan sebagai titik tolak dalam penarikan simpulan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses di mana seorang peneliti mengorganisasikan data yang diperoleh dari wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan secara struktural. Ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori, pembagian menjadi unit-unit, sintesis, pengembangan pola, penekanan pada aspek yang relevan, serta pembuatan kesimpulan agar mudah dipahami oleh peneliti dan orang lain. (Sugiyono, 2016). Sedangkan menurut (Moleong, 2014) analisis data

melibatkan pengaturan dan pengelompokan data ke dalam pola, kategori, dan unit-unit dasar sehingga tema dapat diidentifikasi dan hipotesis kerja dapat dirumuskan sesuai dengan indikasi yang diberikan oleh data.

Setelah melakukan wawancara dan mendapatkan informasi dan data dari partisipan peneliti melakukan pengelompokan dan melakukan pengcodingan untuk memudahkan peneliti didalam menganalisis data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan aplikasi NVivo untuk melakukan pengcodingan hasil wawancara. NVivo adalah perangkat lunak (*software*) yang dapat digunakan untuk melakukan mengolah serta menganalisis data kualitatif (Tuti, 2020).

Aplikasi NVivo membantu peneliti dalam menyusun dan mengelola data dengan lebih cepat dan efisien, memungkinkan klasifikasi yang teratur. NVivo menyediakan alat untuk memproses data dari berbagai sumber, seperti wawancara, kuesioner, kelompok fokus, dan observasi lapangan, serta materi penelitian yang dipublikasikan, gambar, diagram, audio, video, halaman web, sumber dokumen, catatan awal, dan memo, serta informasi tentang sumber data dan pemetaan konseptual dari konten data. (Priyatni, 2020). Setelah melakukan pengelompokan data hasil wawancara dengan pengcodingan menggunakan aplikasi NVivo, peneliti melakukan analisis data menggunakan analisis SWOT.

Analisis data yang peneliti gunakan adalah analisis SWOT, yaitu membandingkan antara faktor internal yang mencakup kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), dengan faktor eksternal yang mencakup peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*). Menurut (Fahmi, 2013) untuk melakukan analisis lebih dalam menggunakan SWOT, maka perlu dilihat faktor Internal dan eksternal sebagai bagian penting didalam analisis SWOT, yaitu:

1) Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor yang mempengaruhi terbentuknya kekuatan dan kelemahan. Dimana, faktor internal mencakup dengan bagaimana rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal ialah faktor yang menciptakan terjadinya suatu peluang dan ancaman. Dimana faktor ini berkaitan dengan kondisi yang terjadi di luar yang mempengaruhi berjalannya usaha Batik Istiqomah. Faktor ini terdiri dari lingkungan industry, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat kumpul data yaitu pedoman observasi, wawancara serta dokumentasi. Dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Mengelompokkan data yang telah didapat untuk diproses.
- 2) Melakukan analisis SWOT.
- 3) Memasukkan ke dalam matriks SWOT.
- 4) Menganalisis strategi-strategi dari matriks SWOT.
- 5) Merekomendasikan strategi yang telah dibuat kepada pengusaha.

Analisis SWOT menggunakan matriks internal factor evaluation (IFE) dan matriks eksternal factor evaluation (EFE), dimana IFE yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan tantangan. Matriks SWOT menampilkan delapan kotak, yaitu dua kotak sebelah kiri menampilkan faktor eksternal (peluang dan ancaman), dua kotak paling atas menampilkan faktor internal (kekuatan dan

kelemahan) dan empat kotak lainnya merupakan isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil pertemuan antara faktor eksternal dan internal. Menurut (Rangkuti, 2014), berdasarkan hasil analisis SWOT, terdapat empat alternatif strategi yang tersedia yaitu strategi SO, WO, ST dan WT. Matriks SWOT digambarkan sebagai berikut:

Tabel 3.6 Matriks SWOT

| IFE EFE | Kekuatan (S) | Kelemahan (W) |
|-------------|---|--|
| Peluang (O) | Strategi SO (Strategi yang memanfaatkan kekuatan dan memanfaatkan peluang) | Strategi WO (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang) |
| Ancaman (T) | Strategi ST (Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman) | Strategi WT (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman) |

Alternatif strategi adalah hasil dari matrik analisis SWOT yang menghasilkan berupa Strategi SO, WO, ST dan WT. Alternatif strategi yang dihasilkan minimal 4 buah strategi sebagai hasil dari analisis matrik SWOT. Menurut (Rangkuti, 2014) strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

1) Strategi SO

Strategi ini di laksanakan berdasarkan jalan pikiran memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2) Strategi ST

Strategi ini adalah strategi dalam mengurangi ancaman dengan menggunakan kekuatan yang ada.

3) Strategi WO

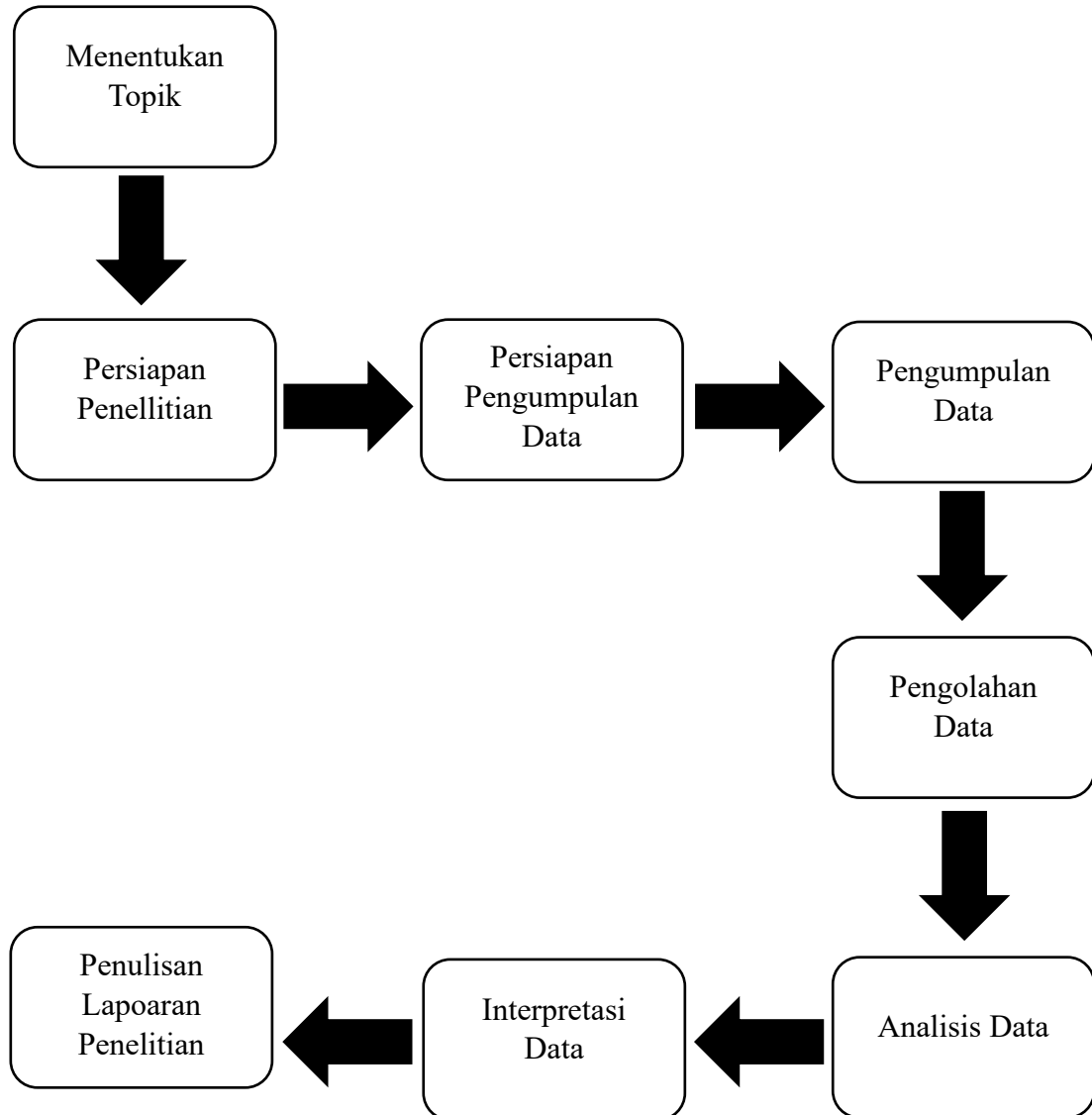
Strategi ini dilaksanakan untuk pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang ada.

4) Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan usaha mengurangi kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.7 Prosedur Penelitian

Berikut prosedur yang dilakukan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini:



Bagan 3.7 Prosedur Penelitian

1) Tahap Persiapan

- Menyusun Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, langkah awal dalam menyusun instrument yaitu dibuat berdasarkan tujuan penelitian serta jenis data yang akan menjadi sumber penelitian, instrument yang digunakan dalam mengumpulkan data adalah observasi, wawancara dan dokumentasi

- Mendatangi Narasumber

Sebelum melakukan penelitian, sebaiknya peneliti mendatangi narasumber terlebih dahulu untuk memberi informasi seperlunya agar dalam pelaksanaan penelitian nantinya tidak terjadi kesalahpahaman.

2) Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, peneliti terlebih dahulu dapat mengumpulkan data beserta instrumen-instrumen yang telah di siapkan, kemudian mengelola data yang ada atau data yang telah didapatkan, dilanjutkan dengan menganalisis data, kemudian diakhiri dengan menyimpulkan data. Dalam kegiatan ini peneliti membawa surat izin dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi untuk mengambil dan mengumpulkan data di lapangan. Didalam pengumpulan data peneliti melakukan pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

3) Tahap Penyelesaian

Tahapan penyelesaian dalam penelitian ini ialah menyusun secara sistematis data – data yang sudah di dapatkan dengan menganalisis data kemudian disusun dalam bentuk laporan hasil penelitian yang di tuliskan di BAB IV dan BAB V.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi/Objek Penelitian

4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di salah satu usaha batik yang berada di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang yaitu Batik Istiqomah. Batik Istiqomah ini beralamat di Jl. KH Hasan Anang, Kelurahan Olak Kemang, Kecamatan Danau Teluk, Jambi Kota Seberang, Provinsi Jambi. Peneliti melaksanakan penelitian di mulai tanggal 30 November s/d 10 Desember 2023. Alasan peneliti memilih Batik Istiqomah sebagai tempat penelitian adalah dikarenakan peneliti tergabung dalam sebuah tim kegiatan MBKM pada program Kuliah Kerja Nyata Tematik Desa Laboratorium Terpadu (KKN-T DLT). Program ini merupakan program yang diluncurkan LPPM Universitas Jambi dengan tujuan upaya dan dukungan terhadap masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dalam meningkatkan mutu pendidikan dan upaya partisipasi mahasiswa mengabdikan pada masyarakat dalam membantu pembangunan wilayah pedesaan.

Didalam kegiatan penelitian ini pertama peneliti melaksanakan kegiatan observasi, yang kedua wawancara mengenai bagaimana rasionalitas ekonomi pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya dan yang ketiga peneliti mengutip data dan dokumentasi terkait penelitian.

4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran penelitian yang berupa orang organisasi, barang maupun pokok persoalan yang akan diteliti untuk mendapatkan hasil yang lebih pasti dan teratur.

Berdasarkan hasil pengolahan penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan aplikasi NVivo. Adapun objek penelitian ini meliputi 2 orang pemilik usaha Batik Istiqomah, 1 orang ketua RT 08.

Tabel 4.1.2 Objek Penelitian

| NAMA | JABATAN | TEMPAT |
|---------------------|-------------------------|-------------|
| Informan 1_Ngadiman | Pemilik Batik Istiqomah | Olak Kemang |
| Informan 2_Fitri | Pemilik Batik Istiqomah | Olak Kemang |
| Informan 3_Sakir | Ketua Rt 08 | Olak Kemang |

Dari data di atas dapat dilihat bahwa peneliti melakukan penelitian di 2 tempat yaitu, Batik Istiqomah yang ada di Olak Kemang Jambi Kota Seberang dan ketua RT 08 yang ada di Olak Kemang Jambi Kota Sebrang. Peneliti melakukan penelitian dengan 3 orang informan, 2 informan merupakan pemilik usaha Batik Istiqomah dan 1 informan ketua RT 08.

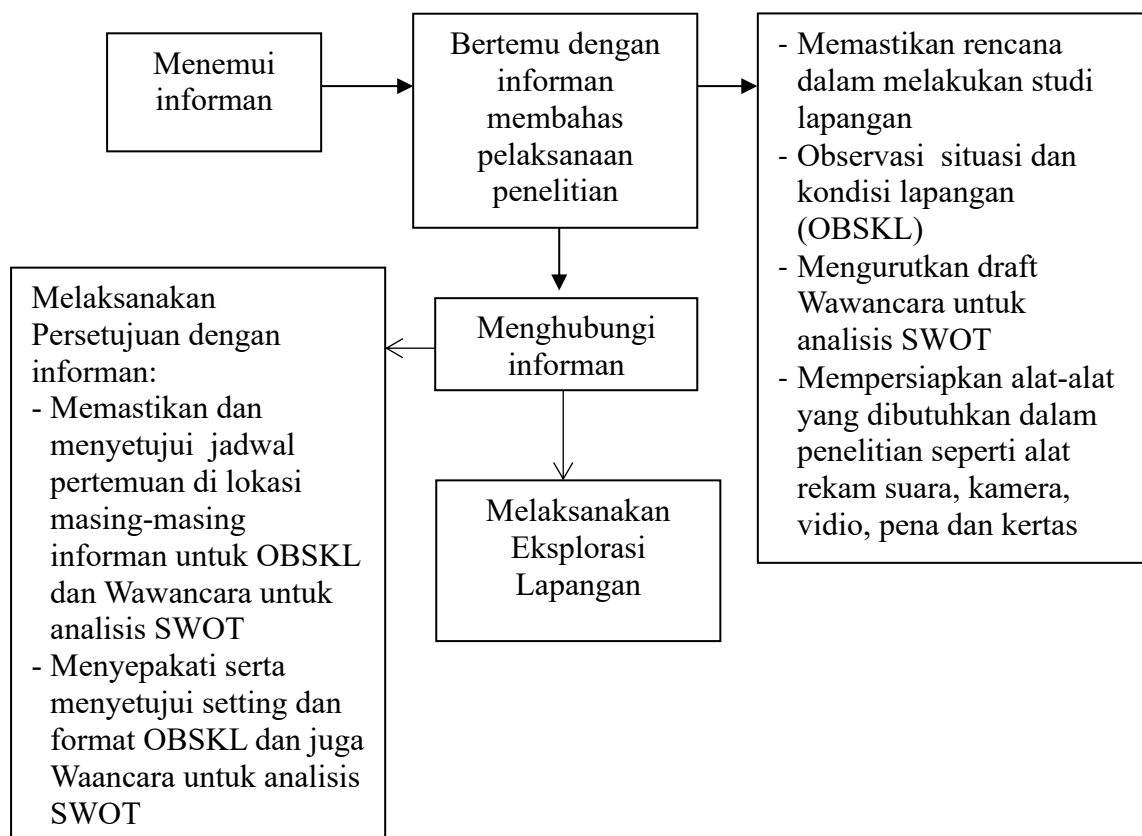
4.2 Studi Lapangan

Pada penelitian kualitatif tentang studi kasus mengenai rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah, terlebih dahulu peneliti melakukan aktivitas studi lapangan. Dimana, studi lapangan tersebut dilakukan untuk membantu dalam mendapatkan informasi awal dari suatu pengamatan akan situasi dan kondisi lapangan yang disebut sebagai pra studi lapangan. Untuk mendapatkan informasi lengkap tentang fokus permasalahan penelitian pada penelitian ini dengan menggali informasi dari informan berdasarkan informasi atas pertimbangan informan pemandu yang disebut sebagai studi lapangan I.

Selanjutnya untuk memperoleh informasi yang lengkap tentang rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah sebagai proses triangulasi dari studi lapangan. Berikut ini paparan dari tahapan eksplorasi lapangan:

4.2. 1. Pra Studi Lapangan

Pra studi lapangan merupakan bagian dari tahapan untuk studi lapangan yang dilakukan dalam mempersiapkan penelitian ini. Pada tahap ini peneliti menemui informan pada saat penulisan penyusunan proposal penelitian ini. Tujuannya tidak lain adalah untuk mengetahui gambaran umum tentang rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah di dalam tempat penelitian, serta merencanakan penjadwalan demi keberlangsungan proses pengamatan dan penggalian wawancara yang mendalam secara langsung terhadap informan. Adapun langkah-langkah dapat digambarkan pada tabel berikut ini:



Bagan 4.2.1 Langkah-langkah Pra Studi Lapangan

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Pra studi lapangan ini ditemukan kasus mengenai gambaran umum tentang rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah, dimana tepatnya terletak

di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk. Kasus mengenai gambaran umum tentang rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah tersebut meliputi beberapa bagian antara lain: 1) latar belakang pendidikan pelaku usaha Batik Istiqomah, 2) latar belakang sosial budaya masyarakat Jambi, dan 3) latar belakang pelaku usaha Batik Istiqomah melakukan bisnis Batik Jambi.

1) Latar Belakang Pendidikan Pelaku Usaha Batik Istiqomah

Pada dasarnya latar belakang pendidikan seseorang perlu diperhatikan dalam memulai suatu bisnis atau usaha selain skill alamiah berwirausaha. Untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia pada masyarakat Jambi, maka pemerintah menyediakan sarana pendidikan baik dari segi keagamaan dan ilmu pengetahuan yang berjalan secara kesinambungan dibawah naungan pemerintahan Kota Jambi. Berdasarkan pra studi lapangan di Kelurahan Olak Kemang pendidikan yang ditempuh oleh pelaku usaha Batik Istiqomah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2.1 Latar Belakang Pendidikan Pelaku Usaha Batik Istiqomah

| No | Informan | Kode | Usia | Latar Belakang Pendidikan |
|----|----------|------|------|---------------------------|
| 1 | Ngadiman | N | 44 | SD |
| 2 | Fitri | F | 34 | SD |

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Berdasarkan data yang tertera pada tabel tersebut diketahui bahwa latar belakang pendidikan dari pelaku usaha Batik Istiqomah ini hanya menempuh pendidikan formal tingkat Sekolah Dasar (SD). Meskipun keterbatasan pendidikan, tidak membuat pelaku usaha Batik Istiqomah sulit dalam menjalankan usahanya. Sebelum membuka usaha ini, Pelaku Usaha Batik Istiqomah sudah pernah bekerja

dengan pengrajin batik lainnya sehingga memiliki pengalaman tentang proses pembuatan batik.

2) Latar Belakang Sosial Budaya Masyarakat Jambi

Masyarakat Jambi memiliki latar belakang kehidupan sosial budaya yang berasal dari percampuran kebudayaan dari para pendatang, namun tidak menghilangkan kebudayaan warisan dari suku aslinya yakni suku melayu Jambi. Dalam menjalankan kehidupan social budayanya, masyarakat Jambi sudah berurat berakar bernuansakan Islam. Kehidupan sosial budaya tersebut masih berdiri kokoh bersandar pada adat istiadat dengan sentuhan Islam, karena mayoritas penduduk dari suku melayu Jambi adalah beragama Islam. Melayu Jambi dikenal dengan tradisi yang bernuansakan Islam, dengan semboyan adat bersendi syarak, syarak bersendi Kitabullah, yang memiliki arti nilai-nilai filosofis yang sangat kuat menyangkut tentang teori kebenaran yang diakui oleh masyarakat Melayu Jambi dari dulu semenjak islam ada di melayu Jambi sampai sekarang.

Budaya Melayu Jambi disebut sebagai suatu objek kajian yang bertransformasi, terdapat pergeseran budaya dari tradisional menuju modern, dan atau ke urban. Hal ini dikarenakan adanya pendatang dari berbagai daerah ke wilayah Jambi. Adanya pendatang tersebut memunculkan setumpuk keunikan tersendiri. Setumpuk keunikan dari kehidupan sosial budaya melayu Jambi dewasa ini masih belum banyak dikenali orang, seolah-olah keunikan tersebut tersimpan rapi, tersembunyi, dan tertimbun dengan aman walaupun mungkin sudah ada yang mencoba untuk menjamahnya. Namun, keunikan tersebut sampai kini masih terjaga dengan keasliannya. Pada umumnya, kehidupan sosial budaya melayu jambi hampir sama dengan kebudayaan melayu lain yang ada di pulau sumatera ini seperti melayu

riau, melayu Palembang, melayu Deli, bahkan dari suku Minangkabau di Sumatera Barat.

Adapun unsur-unsur kebudayaan Melayu Jambi salah satunya bisa dilihat dari Batik Jambi. Batik Jambi memiliki keunikannya tersendiri yaitu terletak pada penggunaan motif hewan, tumbuhan, dan kaligrafi yang telah distilir. Motif batik Jambi juga sangat sederhana, tidak berangkai, dan kecil-kecil. Jika dilihat secara umum, ragam hias batik Jambi adalah suatu kesenian dari elemen-elemen yang terdiri dari titik, warna, dan tekstur. Kombinasi elemen tersebut kemudian mewujudkan keindahan melalui pengulangan, pusat perhatian, keseimbangan, dan kontras yang mempunyai bobot kultur setempat, opini, dan nilai-nilai filosofis. Beberapa motif batik Jambi yang terkenal yaitu motif angso duo, motif batanghari, motif bungo kaco piring, motif tampuk manggis, motif bungo melati, motif bungo tanjung, motif durian pecah, motif numgo teratai, motif daun keladi, motif kapal sanggat, motif kapak lepas, motif kuau berhias, motif merak ngeram, motif relung kangkung, motif riang-riang, dan masih banyak lagi yang lainnya.

3) Latar Belakang Pelaku Usaha Melakukan Bisnis Batik Jambi

Ada banyak alasan yang melatarbelakangi seseorang ingin menjadi pengrajin batik Jambi. Dari wawancara pra studi lapangan diketahui bahwa pelaku usaha Batik Istiqomah memilih menjadi pengrajin batik dikarenakan ingin melestarikan tradisi dan seni batik khas Jambi yang merupakan warisan dari leluhur, hal ini juga dilakukan agar budaya Jambi dapat dikenal oleh generasi penerus dan masyarakat luas, serta pelaku usaha Batik Istiqomah ini juga sudah berpengalaman dalam pembuatan batik karena cukup lama bekerja dengan pengrajin batik lain. Hal ini tentu membuat pengrajin Batik Istiqomah mantap menggeluti dunia perbatikan.

Pelaku usaha Batik Istiqomah juga menyampaikan bahwa usahanya mengalami penurunan disaat berakhirnya masa pemerintahan Bapak Drs. H. Zulkifli Nurdin, M.BA. karena terjadinya pergantian kebijakan, dimana kebijakan wajib menggunakan batik pada seluruh instansi tidak lagi diindahkan dan setegas sebelumnya. Hal ini membuat pelaku usaha Batik Istiqomah kehilangan pelanggan secara perlahan.

4.3 Studi Lapangan I

Studi lapangan 1 dilaksanakan secara efektif dan efisien yang dapat menjangkau tiga informan kunci yang menjadi target observasi situasi dan kondisi lapangan (OBSKL). Dalam melakukan wawancara untuk analisis SWOT yang terlibat dalam penelitian ini adalah peneliti (PL), informan kunci (IK), dan satu orang informan pemandu (E). Selama dilakukannya wawancara peranan dari E sebagian besar hanya membantu dalam proses perekaman dan pengambilan data pada saat OBSKL. Berikut ringkasan dari aktivitas studi lapangan 1:

Tabel 4.3 Kegiatan Studi Lapangan 1

| No | Hari/tgl | Lokasi | Kegiatan | | Waktu | Partisipan | | |
|----|---------------------------|--|-----------|-------|------------------|------------|----|---|
| | | | WS WOT | OBSKL | | PL | IK | P |
| 1 | Jum'at 15-Des- 2023 | Batik Istiqomah di Kel. Olak Kemang | √ | √ | 14.00 - 15.45 | √ | N | √ |
| 2 | Jum'at 15-Des- 2023 | Batik Istiqomah di Kel. Olak Kemang | √ | √ | 14.00 - 15.45 | √ | F | √ |
| 3 | Jum'at 15-Des- 2023 | RT.07 Kel. Olak Kemang | √ | √ | 16.00- 17.25 | √ | S | √ |

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Ket: WSWOT : Wawancara untuk analisis SWOT
OBSKL: Observasi Situasi Kondisi Lapangan
PL : Peneliti
IK : Informan Kunci
P: Informan Pemandu

Tabel di atas menjelaskan tentang kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan studi lapangan I dengan melakukan tindakan WSWOT dan OBSKL. Setiap penuturan saat dilakukan WSWOT direkam dengan menggunakan alat bantu berupa digital elektronik seperti digital MP4, MPC-HC dan tape recorder. Sedangkan bagian kegiatan OBSKL direkam dengan menggunakan kamera digital. Kedua kegiatan tersebut dilakukan atas persetujuan dan sepengetahuan informan kunci dengan bantuan informan pemandu.

Setelah melakukan WSWOT rekaman secepatnya ditranskripsikan dan ditabulasikan kedalam bentuk teks. Penulisan ke dalam bentuk teks terlebih dahulu dilakukan pemeriksaan akan kelengkapan, kecocokan, dan kejelasan suara dari informan kunci yang tertulis sehingga terdapat kesesuaian antara suara yang diucapkan informan kunci secara lisan dan tulisan. Sebagai gambaran yang mewakili situasi akan WSWOT terhadap informan kunci yang dilaksanakan di lapangan dan telah dilakukan rekaman yang ditranskripsikan ke dalam bentuk teks sesuai dengan rekaman suara dari informan kunci disajikan dalam gambar berikut:

| | |
|------------------|---|
| Peneliti | : Della Haryanti (DH) |
| Informan Kunci | : Ngadiman (N)/43 tahun (IK) |
| Informan Pemandu | : Elvida Aprilia (E) |
| Lokasi | : Jl. KH Hasan Anang, Kelurahan Olak Kemang, Kecamatan Danau Teluk, Jambi Kota Seberang |
| Tanggal/Waktu | : 15 Desember 2023/14.00 – 15.45 WIB |
| Situasi | : Jadwal pertemuan sudah dilakukan perjanjian untuk bertemu antara (DH) dan IK1 (N) yang disambut hangat dan terbuka oleh N di kediamannya mempersilahkan PL dan E masuk dan duduk sambil memperkenalkan diri. Setelah berbincang-bincang sejenak N menyuguhkan kami makanan dan minuman. Pembicaraan diawali oleh DH dan menyampaikan maksud dan kedatangan kami berdua (PL dan E). Selanjutnya PL menyampaikn apa saja yang ingin diketahui. Berikut kutipan percakapan yang sudah mulai memasuki proses WSWOT.... |
| DH | : Bapak memproduksi Batik dengan bahan yang berkualitas? |
| N | : Dalam usaha batik saya ini, saya memaksimalkan untuk memberikan kualitas yang terbaik dari produksi usaha batik ini. karena produk batik yang berkuliatas akan mampu bersaing dengan produk batik yang lain. Untuk itu dalam menunjang proses prosuksi batik yang berkualitas juga di pengaruhi oleh ketersediaan bahan baku pun selalu cukup, keterlibatan tenaga kerja yang terampil. |
| DH | : Apakah produk Batik Istiqomah ini memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan produk batik lainnya? |
| N | : Yang membedakannya Batik Istiqomah dengan batik yang lainnya ialah terdapat pada unsur warna dan motif. Warna di Batik Istiqomah ini menggunakan warna natural yang terbuat dari bahan alami, sehingga menimbulkan keindahan tersendiri pada warnanya. |

Bagan 4.3 Contoh Situasi WSWOT Terhadap N

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

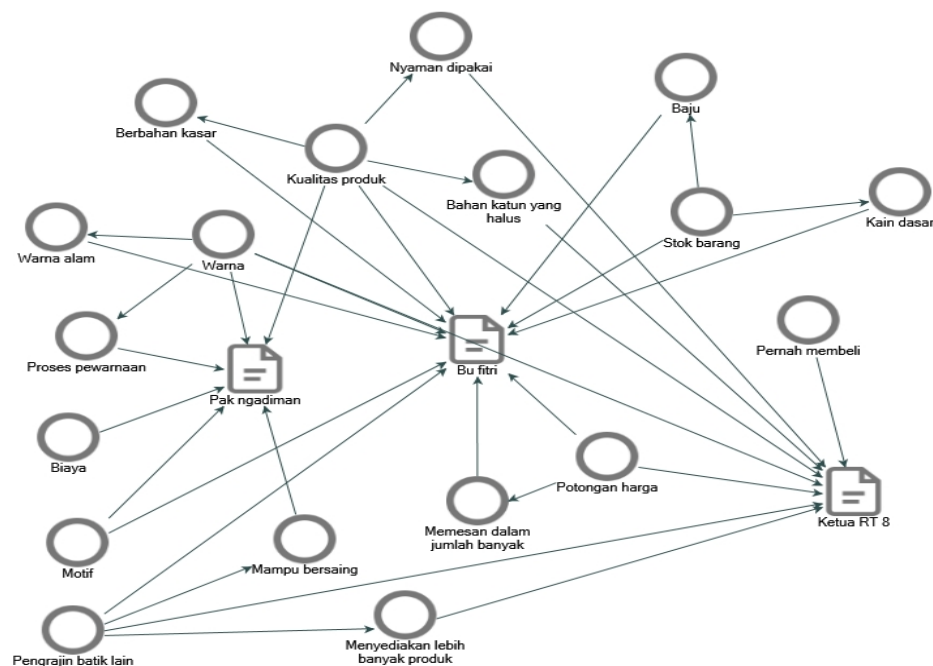
4.2 Hasil Temuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di 3 tempat yang di jambi Kota Seberang, yaitu di Batik Istiqomah dan rumah RT 08 Olak Kemang. Subjek penelitian merupakan 2 pemilik usaha Batik Istiqomah dan 1 ketua RT. Focus penelittian ini adalah rasionalitas ekonomi pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya. Hasil penelitian ini kemudia akan dianalisis dan dikelola oleh peneliti menggunakan aplikasi NVivo. Peneliti menggunakan aplikasi NVivo 14 untuk

mengelompokkan hasil wawancara. Pengumpulan data diambil melalui kegiatan observasi yang dilaksanakan saat melakukan pra penelitian pada bulan 05 Oktober s/d 14 oktober 2023 dan melakukan penelitian pada bulan 30 November s/d 10 Desember 2023. Selain melakukan observasi penelitian melakukan penelitian wawancara terhadap 2 orang pemilik usaha Batik Istiqomah dan 1 ketua RT 08. Dan juga data peneliti didukung dengan foto, dan rekaman dan data data yang mendukung. Berikut ini hasil hasil temuan yang diperoleh peneliti dari informan selama proses penelitian.

4.2. 1. Eksplorasi Lapangan Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah

4.2. 1. 1. Eksplorasi Lapangan Rasionalitas Ekonomi terhadap Materealistis Pelaku Usaha Batik Istiqomah



Bagan 4.1.1.1 Coding Materealistis Pelaku Usaha Batik Istiqomah

Sumber: Data diolah oleh peneliti 2023

Dari coding diatas dapat disimpulkan bahwa rasionalitas ekonomi dalam indikator materialistis dari ketiga informan itu sebagian besar adalah kualitas dan

pengrajin batik lainnya. Untuk mendukung penjabaran coding Nvivo diatas peneliti melampirkan pernyataan informan yang memberikan jawaban yang berbeda-beda mengenai rasionalitas ekonomi berdasarkan materealistis.

Di tengah gemerlapnya pasar industri batik yang terus berkembang, terdapat sebuah realita menarik yang memperlihatkan perpaduan antara rasionalitas ekonomi yang cermat dan materealisme yang terukur dalam praktik bisnis. Batik Istiqomah, sebuah nama yang tidak hanya melambangkan keberlanjutan usaha, tetapi juga menggambarkan esensi dari kebijaksanaan dalam mengelola aspek ekonomi dan materialistik dalam bisnis batik.

Melalui eksplorasi lapangan yang mendalam, kita akan menjelajahi dinamika yang melandasi kesuksesan Batik Istiqomah. Dari sudut pandang rasionalitas ekonomi, kita akan menyelami strategi bisnis yang disusun dengan teliti, menggali bagaimana pemahaman mendalam akan pasar dan kebutuhan konsumen menjadi landasan utama dalam setiap keputusan bisnis yang diambil.

Dengan menggabungkan rasionalitas ekonomi yang berwawasan dan materealisme yang terukur, kita akan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang dinamika bisnis Batik Istiqomah. Untuk itu kita bisa melihat bagaimana produksi batik dengan bahan berkualitas seperti hasil wawancara bersama yang berinisial N berikut ini:

“dalam usaha batik saya ini, saya memaksimalkan untuk memberikan kualitas yang terbaik dari produksi usaha batik ini. karena produk batik yang berkuliatas akan mampu bersaing dengan produk batik yang lain. Untuk itu dalam menunjang proses prosuksi batik yang berkualitas juga di pengaruhi oleh ketersediaan bahan baku pun selalu cukup, keterlibatan tenaga kerja yang

terampil". (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00 WIB)

Berdasarkan hasil pernyataan saudara N yang menyampaikan bahwasanya menyimpulkan bahwa fokus pada kualitas dalam produksi batik adalah langkah yang tepat untuk memenangkan persaingan pasar. Ketersediaan bahan baku yang cukup, keterlibatan tenaga kerja yang terampil, dan perhatian terhadap detail dalam setiap langkah produksi merupakan kunci keberhasilan dalam menciptakan batik yang berkualitas tinggi. Dengan memahami dan mengimplementasikan faktor-faktor ini, pelaku usaha batik dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan memenangkan hati konsumen yang semakin sadar akan kualitas.

Di Batik Istiqomah kualitas adalah kunci dari segalanya. Kami berkomitmen untuk terus meningkatkan standar kualitas kami dan memastikan bahwa setiap produk yang kami hasilkan memenuhi harapan konsumen. Dengan fokus yang kuat pada kualitas, kami yakin bahwa kami dapat terus bersaing dalam industri batik yang dinamis ini dan mempertahankan posisi kami sebagai pemimpin dalam pasar. Dalam membuat baik yang berkualitas tentunya berpengaruh terhadap penyediaan stok batik yang ada pada usaha Batik Istiqomah. Seperti yang di sampaikan oleh saudari F sebagai berikut:

“untuk penyediaan stok batik di usaha kami biasanya selalu menyediakan stok batik yang banyak agar konsumen yang datang dan ingin batik yang sudah jadi tanpa menunggu waktu yang lama dan mempunyai beragam pilihan”(Wawancara saat studi lapangan bersama F Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.45 WIB)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwasanya usaha tersebut menempatkan kebutuhan konsumen sebagai prioritas utama dengan menyediakan stok batik yang cukup dan beragam. Dalam industri

yang kompetitif, memiliki stok batik yang banyak dan beragam juga dapat membantu usaha tersebut mempertahankan daya saingnya. Konsumen cenderung memilih tempat yang menyediakan berbagai pilihan dan dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan cepat.

Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa konsumen dapat memperoleh produk batik yang diinginkan tanpa harus menunggu waktu yang lama. Dengan menyediakan stok batik yang banyak dan beragam, usaha tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen memiliki banyak pilihan sehingga dapat menemukan batik yang sesuai dengan preferensi mereka tanpa harus mencari di tempat lain. Dengan memiliki stok batik yang banyak, usaha tersebut dapat mengurangi waktu tunggu konsumen. Hal ini akan meningkatkan efisiensi dan mempercepat proses transaksi, sehingga konsumen merasa lebih dihargai dan puas dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini seperti yang di sampaikan oleh saudara S berikut ini:

“saya pernah membeli produk Batik Istiqomah, karena waktu itu saya ada keperluan seragam keluarga kebetulan saya ingat sama Batik Istiqomah yang kualitasnya bagus dengan harga yang sesuai dan banyak pilihan motif batiknya” (Wawancara saat studi lapangan bersama S Jumat, 15 Desember 2023 puku 16.00 WIB)

Dari pernyataan tersebut menyatakan bahwa saudara S pernah membeli Batik Istiqomah untuk keperluan seragam keluarganya. Dimana pada saat ia memberi Batik Istiqomah menyediakan batik dengan harga yang merakyat beserta banyak pilihan motif batik sehingga konsumen lebih memudahkan proses pemilihan seragam yang dibutuhkan

Dalam perjalanan kami di industri batik, Batik Istiqomah telah berusaha keras untuk menjaga standar kualitas dan keunggulan dalam setiap langkah

produksinya. Namun, seperti halnya dalam setiap usaha, kami juga menghadapi sejumlah kendala yang perlu diatasi demi menjaga kelancaran dan konsistensi produksi kami. Dalam pemaparan ini, kami akan membahas beberapa kendala utama yang kami hadapi dalam proses produksi Batik Istiqomah, serta upaya-upaya yang kami lakukan untuk mengatasinya. Seperti yang di tuturkan oleh saudara N sebagai berikut:

“biaya menjadi hal utama dalam permasalahan produksi batik dan proses pewarnaan yang tergantung dengan cuaca yang terkadang panas atau hujan. Kalo hari hujan, pewarnaannya tidak kering dan bisa menyebabkan warnanya tidak timbul dan rusak” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 puku 14.00 WIB)

Dari pernyataan di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam industri batik, dihadapkan pada sejumlah tantangan yang memengaruhi kelancaran produksi, di antaranya adalah aspek biaya dan ketidakpastian cuaca. Sebagai pemilik usaha batik, kami telah menemukan bahwa kedua faktor ini memiliki dampak signifikan pada proses produksi kami. Biaya merupakan aspek utama yang harus kami pertimbangkan dalam setiap tahap produksi batik. Mulai dari biaya bahan baku hingga biaya tenaga kerja dan pengeluaran operasional lainnya, kami harus memastikan agar produksi tetap efisien tanpa mengorbankan kualitas produk.

Terkadang, biaya produksi yang tinggi dapat menjadi hambatan bagi kami untuk mempertahankan harga jual yang kompetitif di pasar. Selain biaya, kami juga menghadapi tantangan dari ketidakpastian cuaca. Proses pewarnaan batik sangat tergantung pada kondisi cuaca yang bisa berubah-ubah, terutama di musim hujan. Saat hujan, proses pengeringan pewarnaan menjadi terhambat, yang dapat menyebabkan warna batik tidak timbul dengan baik atau bahkan rusak akibat kelembaban yang tinggi.

Di tengah dinamika pasar yang selalu berubah, penting bagi pelaku bisnis untuk memahami tren dan preferensi konsumen secara mendalam. Salah satu pertanyaan yang sering muncul adalah produk seperti apa yang kurang diminati oleh konsumen. Hal ini selaras dengan yang di sampaikan oleh saudari F:

“untuk produk batik yang kurang diminati oleh para konsumen itu biasanya Produk yang berkualitas kurang bagus seperti produk yang berbahan kasar dan dalam proses pewarnaan pun untuk penyerapan warnanya kurang bagus, karena biasanya konsumen sangat detail dalam memilih kualitas batik jadi dalam pembuatan batik benar – benar diperhatikan mulai dari bahan dasar, kemudian perpaduan warna serta kualitas kontras pada warna batik”
(Wawancara saat studi lapangan bersama F Jumat, 15 desember 2023 pukul 14.45 WIB)

Dalam industri batik Pada umumnya, produk batik yang kurang diminati oleh para konsumen adalah yang memiliki kualitas kurang memuaskan, seperti yang diungkapkan, produk yang berbahan kasar dan memiliki masalah dalam penyerapan warna pada proses pewarnaan. Konsumen batik umumnya sangat memperhatikan kualitas produk yang mereka beli. Mereka menginginkan batik yang tidak hanya indah secara visual, tetapi juga nyaman dipakai dan tahan lama. Oleh karena itu, dalam proses pembuatan batik, setiap aspek harus diperhatikan dengan seksama, mulai dari pemilihan bahan dasar hingga proses pewarnaan. Kualitas kontras pada warna batik juga menjadi faktor penting yang diperhatikan oleh konsumen. Kontras yang baik antara warna-warna yang digunakan akan meningkatkan keindahan dan daya tarik visual dari batik tersebut.

Dalam menghadapi tantangan ini, para produsen batik perlu memastikan bahwa proses produksi mereka memperhatikan setiap detail dengan cermat. Pemilihan bahan baku yang berkualitas, teknik pewarnaan yang tepat, dan perhatian terhadap detail-detail kecil seperti kontras warna adalah beberapa hal yang harus diperhatikan untuk menghasilkan batik berkualitas tinggi yang dapat memenuhi

ekspektasi konsumen. Kemudian dalam setiap usaha batik juga memiliki ciri khas tersendiri seperti yang disampaikan oleh saudara N:

“yang membedakannya Batik Istiqomah dengan batik yang lainnya ialah terdapat pada unsur warna dan motif. Warna di Batik Istiqomah ini menggunakan warna natural yang terbuat dari bahan alami, sehingga menimbulkan keindahan tersendiri pada warnanya” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 puku 14.00 WIB)

Selaras dengan yang di sampaikan oleh saudara N, hal yang sama juga di sampaikan oleh saudara F sebagai berikut:

“di Batik Istiqomah ini kami menggunakan bahan yang berkualitas dan warna di Batik Istiqomah ini menggunakan warna natural yang terbuat dari bahan alami dan warnanya tidak mudah luntur. Dari zaman dahulu hingga sekarang kami tetap mempertahankan kualitas batik agar tidak melunturkan ciri khas dari batik iqtiqomah itu sendiri” (Wawancara saat studi lapangan bersama F Jumat, 15 Desember 2023 puku 15.45 WIB)

Berdasarkan hasil informat dari saudara N dan saudara F, penulis dapat menyimpulkan paparan tersebut bahwasanya Batik Istiqomah memiliki keunikan yang membedakannya dari batik lainnya, terutama dalam hal unsur warna dan motif. Keistimewaan Batik Istiqomah terletak pada penggunaan warna natural yang terbuat dari bahan alami, yang memberikan keindahan tersendiri pada warna batik tersebut. Penggunaan bahan berkualitas dan warna natural yang tidak mudah luntur menjadi ciri khas yang melekat pada Batik Istiqomah. Konsistensi dalam menjaga kualitas batik dari zaman dahulu hingga sekarang merupakan komitmen yang kuat dari Batik Istiqomah untuk mempertahankan identitas dan ciri khasnya di pasar.

Meningkatnya jumlah pengrajin batik baru pada saat ini memunculkan tantangan dan peluang bagi para pelaku industri batik yang telah mapan. Dalam menghadapi situasi ini, penting untuk mengambil sikap yang bijaksana dan strategis untuk menjaga posisi dan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin ramai ini. Hal tersebut juga disampaikan oleh saudara N berikut ini:

“dengan mempertahankan mutu dan kualitas produk agar dapat bersaing dengan pengrajin yang lain dan konsumen tidak berpaling dari produk Batik Istiqomah ini” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 puku 14.00 WIB)

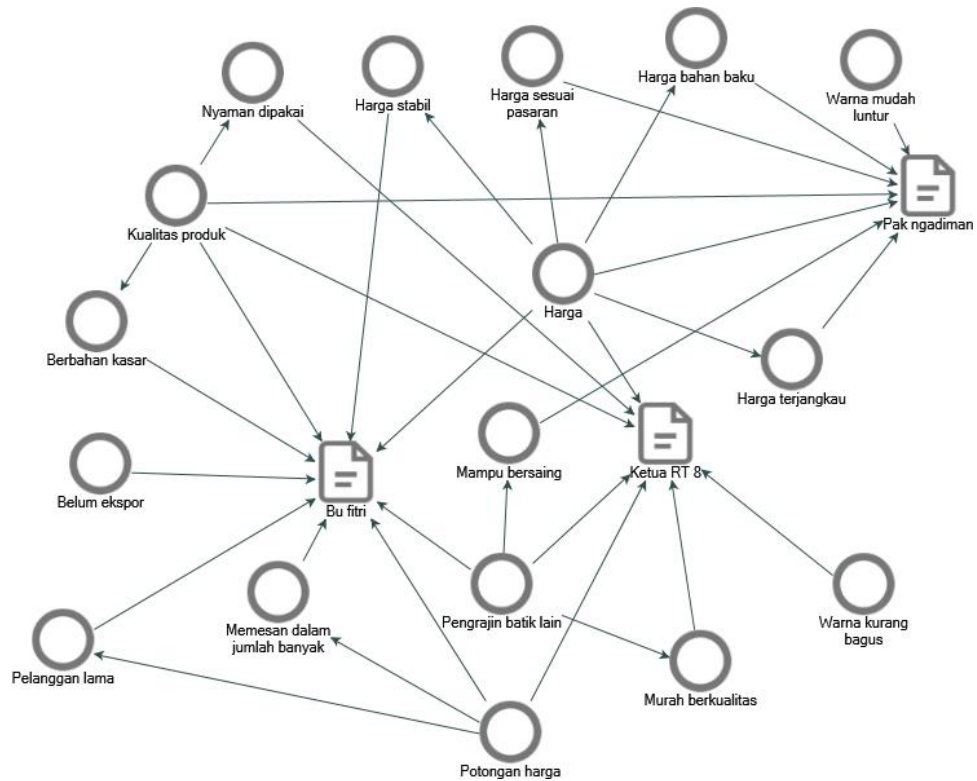
Sama hal yang dikatakan saudar N terkait adanya pengrajin batik yang baru, Saudari F juga menyapaikan bahwasanya:

“dengan tetap memproduksi batik yang berkualitas dan mempertahankan ciri khas dari Batik Istiqomah itu sendiri, kemudia menjalin hubungan baik dengan konsumen terdahulu yang pernah memberik dibatik kami. Hal ini dilakukan agar tetap dicari oleh masyarakat” (Wawancara saat studi lapangan bersama F Jumat, 15 Desember 2023 puku 14.45 WIB)

Dalam menghadapi persaingan dari pengrajin batik lainnya, Batik Istiqomah memilih untuk tetap fokus pada mempertahankan mutu dan kualitas produknya. Dengan mengutamakan kualitas yang terjaga dan karakteristik unik dari batik Istiqomah, perusahaan ini berupaya untuk membedakan dirinya dari pesaing. Selain itu, mereka juga menjalin hubungan baik dengan konsumen terdahulu yang telah memberikan kepercayaan kepada produk mereka. Langkah ini tidak hanya membantu mempertahankan pangsa pasar yang sudah ada, tetapi juga memastikan bahwa Batik Istiqomah tetap dicari dan diinginkan oleh masyarakat.

Melalui strategi mempertahankan mutu dan kualitas produk serta menjaga hubungan baik dengan konsumen terdahulu, Batik Istiqomah menunjukkan komitmen mereka untuk tetap menjadi pilihan utama di pasar batik. Dengan pendekatan ini, mereka tidak hanya mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya, tetapi juga dapat mempertahankan loyalitas konsumen. Ini menegaskan bahwa fokus pada kualitas dan hubungan baik dengan konsumen merupakan kunci untuk memenangkan persaingan dan mempertahankan posisi di pasar yang kompetitif.

4.2.1.2. Eksplorasi Lapangan Rasionalitas Ekonomi terhadap Memiliki Nilai Ekonomis Pelaku Usaha Batik Istiqomah



Bagan 4.2.1.2 Coding Memiliki Nilai Ekonomis

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Dari coding diatas dapat disimpulkan bahwa rasionalitas ekonomi dalam indikator memiliki nilai ekonomis dari ketiga informan itu sebagian besar adalah harga. Untuk mendukung penjabaran coding Nvivo diatas peneliti melampirkan pernyataan informan yang memberikan jawaban yang berbeda-beda mengenai rasionalitas ekonomi berdasarkan memiliki nilai ekonomis.

Dalam memahami dinamika industri batik, salah satu aspek yang menonjol adalah Analisis Rasionalitas Ekonomi terhadap Memiliki Nilai Ekonomis Pelaku Usaha Batik Istiqomah. Melalui penelusuran yang mendalam terhadap keputusan ekonomi yang diambil oleh Batik Istiqomah, kita dapat mengungkap strategi-strategi yang menghasilkan nilai ekonomis yang berkelanjutan dalam industri yang

terus berkembang ini. Untuk harga jual Batik Istiqomah juga mempengaruhi nilai ekonomis untuk usaha batik seperti yang di sampaikan oleh saudara N sebagai berikut:

“harga Batik Istiqomah ini sesuai dengan harga pasaran batik pada umumnya dan harga yang ditawarkan pun terjangkau, sehingga para konsumen juga bisa melihat harga sesuai dengan kualitas batik” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 puku 14.00 WIB)

Sama hal yang di samaikan suudara F terkait harga jual yang di tawarkan Batik Istiqomah di pasaran:

“harga batik yang ditawarkan oleh pelaku Batik Istiqomah sesuai dengan kualitasnya, Biarpun mahal tapi berkualitas, karena ada harga ada kualitas, karena untu para konsumen yang sudah mengerti kualitas batik yang bagus dan nyaman di pakai tidak terk endala harga” (Wawancara saat studi lapangan bersama F Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.45 WIB)

Selain itu sauudara S juga menyampaik hal yang sama sebagai berikut:

“saya tetap membeli kalau harganya sesuai dengan kualitas. Namun jika ada pengrajin yang menjual dengan harga yang lebih murah dan berkualitas, saya akan membeli pada pengrajin tersebut” (Wawancara saat studi lapangan bersama S Jumat, 15 Desember 2023 pukul 16.00 WIB)

Berdasarkan hasil infoman dari saudara N, saudari F, dan sauudara S di atas penulis dapat menyimpulkan bahwasanya Harga Batik Istiqomah disesuaikan dengan standar harga pasar batik secara umum, dan ditawarkan dengan kisaran harga yang terjangkau. Dengan demikian, para konsumen dapat melihat bahwa harga yang diminta sebanding dengan kualitas batik yang mereka dapatkan, menjadikan produk ini pilihan yang menarik dan ekonomis bagi mereka.

Pemasaran Batik Istiqomah merupakan kombinasi yang harmonis antara keindahan tradisi dan inovasi modern. Dengan fokus pada kualitas tinggi, keaslian motif, dan ketersediaan dalam beragam pilihan, Batik Istiqomah berhasil menarik perhatian konsumen yang menghargai keindahan dan nilai budaya. Pendekatan

yang terintegrasi antara pemasaran offline, serta upaya menjaga hubungan yang erat dengan pelanggan, menjadikan Batik Istiqomah sebagai pilihan yang menonjol di pasar batik yang kompetitif. Dalam proses pemasaran Batik Istiqomah belum pernah di ekspor seperti yang disampaikan oleh saudari F sebagai berikut:

“batik Istiqomah ini belum pernah melakukan kegiatan ekspor karena kurangnya strategi pemasaran seperti tidak berkecimpung di media sosial dan saat ini pun hanya melakukan pemasaran di dalam rumah”
(Wawancara saat studi lapangan bersama F Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.45 WIB)

Berdasarkan hasil informan diatas dapat disimpulkan bahwa hingga saat ini, Batik Istiqomah belum pernah terlibat dalam kegiatan ekspor produknya, dan hal ini sebagian besar disebabkan oleh kurangnya strategi pemasaran yang terintegrasi. Salah satu faktor utama adalah minimnya eksposur perusahaan di media sosial, yang merupakan salah satu *platform* yang efektif untuk mencapai pasar global. Selain itu, pemasaran yang saat ini hanya terbatas pada lingkup lokal, dengan fokus pada penjualan di dalam rumah, juga menjadi kendala dalam mengembangkan jangkauan pasar secara internasional.

Oleh karena itu, langkah-langkah strategis perlu dipertimbangkan untuk memperluas cakupan pemasaran dan membangun kehadiran yang lebih kuat di pasar global, sehingga Batik Istiqomah dapat memanfaatkan peluang ekspor yang tersedia dan meraih kesuksesan yang lebih besar di arena internasional.

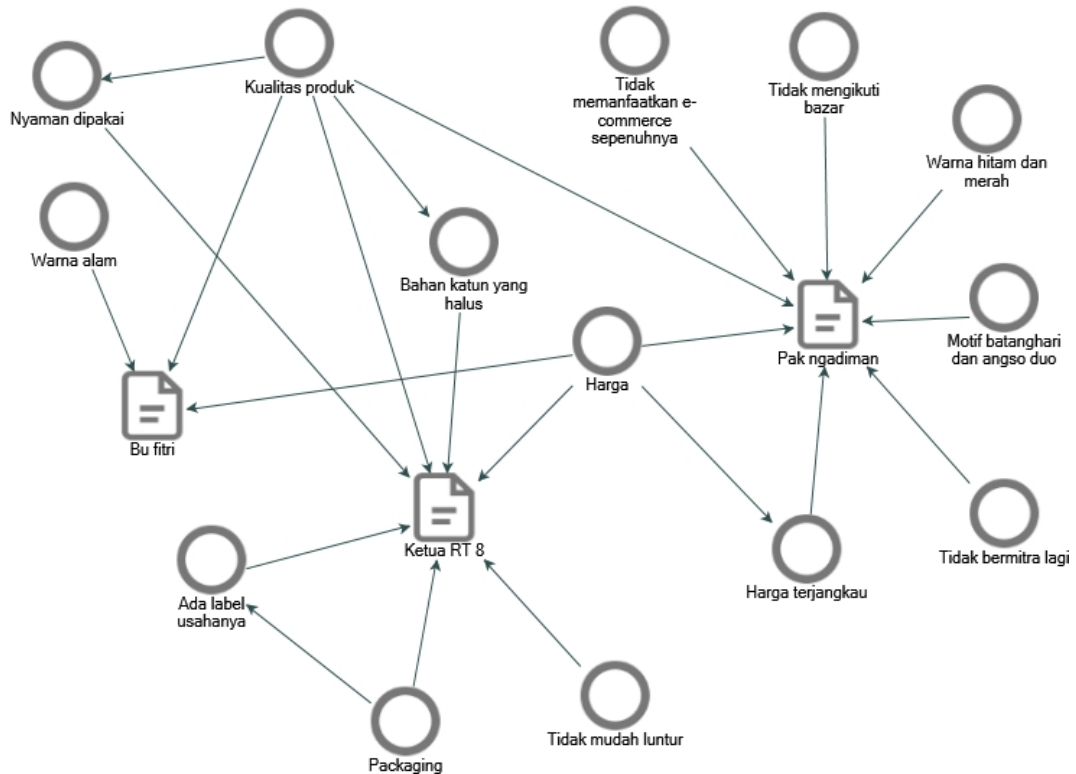
Dalam menghadapi meningkatnya persaingan di pasar batik, salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kehadiran kompetitor yang menawarkan produk batik dengan harga yang lebih murah. Bagaimana cara menyikapi fenomena ini menjadi pertanyaan yang penting bagi para pelaku industri batik untuk

mempertahankan daya saing dan keberlangsungan usaha mereka. Hal ini seperti yang di sampaikan oleh saudara N sebagai berikut:

“untuk menyikapi banyaknya kompetitor yang menjual produk batik dengan harga yang lebih murah dengan mempertahankan kualitas bahan dan warna. Walaupun ada yang menjual dengan harga yang murah pasti ada kendala seperti bahan yang kasar dan warna yang mudah luntur. Biarpun harga batik istiqomah mahal karena ada harga, ada kualitas dan juga tetap menjaga kepercayaan pelanggan yang sering membeli batik di kami”
(Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00 WIB)

Dapat disimpulkan dalam menghadapi persaingan dari kompetitor yang menawarkan produk batik dengan harga lebih murah, Batik Istiqomah menegaskan komitmennya untuk mempertahankan kualitas bahan dan warna yang tinggi. Meskipun ada penawaran harga yang lebih rendah di pasar, Batik Istiqomah yakin bahwa produk mereka tetap menjadi pilihan yang unggul karena fokus pada kualitas yang tidak dikompromikan. Pengalaman pelanggan yang telah membeli batik di Batik Istiqomah menjadi bukti kepercayaan yang telah terjalin, yang merupakan aset berharga yang tidak bisa diukur dengan harga semata. Dengan mengutamakan kualitas dan mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan, Batik Istiqomah yakin dapat terus berkembang dan bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat di pasar batik.

4.2.1.3. Eksplorasi Lapangan Rasionalitas Ekonomi terhadap Memaksimalkan Keuntungan Pelaku Usaha Batik Istiqomah



Bagan 4.2.1.3 Coding Memaksimalkan Keuntungan

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Dari coding diatas dapat disimpulkan bahwa rasionalitas ekonomi dalam indikator memaksimalkan keuntungan dari ketiga informan itu sebagian besar itu adalah kualitas produk. Untuk mendukung penjabaran coding NVivo diatas peneliti melampirkan pernyataan informan yang memberikan jawaban mengenai rasionalitas ekonomi berdasarkan memaksimalkan keuntungan.

Dalam analisis Rasionalitas Ekonomi terhadap Memaksimalkan Keuntungan Pelaku Usaha Batik Istiqomah, kita memperhatikan langkah-langkah strategis yang diambil oleh perusahaan dalam upaya mencapai hasil keuangan yang optimal. Batik Istiqomah memanfaatkan pendekatan ekonomi yang rasional dalam

pengelolaan bisnisnya, dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti biaya produksi, harga jual, dan permintaan pasar.

Dengan menggabungkan analisis rasionalitas ekonomi dengan strategi yang tepat dalam pengelolaan biaya, penetapan harga yang cerdas, dan upaya pemasaran yang efektif, Batik Istiqomah berhasil mencapai tujuan memaksimalkan keuntungan mereka dalam industri batik yang kompetitif. Hal ini menegaskan bahwa pendekatan ekonomi yang bijaksana adalah kunci untuk kesuksesan finansial dalam bisnis Batik Istiqomah. Dalam memproduksi batik, pelaku usaha Batik Istiqomah juga memproduksi berbagai macam jenis batik seperti yang disampaikan oleh saudara N sebagai berikut:

“produksi batik kami termasuk produksi batik yang banyak di cari oleh konsumen seperti dengan memproduksi batik dengan warna hitam dan merah dengan motif batanghari dan angso duo” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00 WIB)

Hal yang sama juga di sampaikan oleh saudari F yaitu sebagai berikut:

“untuk memenuhi target pasar tentunya kami slalu memproduksi batik sesuai tren atau sesuai model terkini. Hal tersebut dilakukan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan produk tersebut akan berpotensi terjual lebih banyak” (Wawancara saat studi lapangan bersama F Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.45 WIB)

Dari pernyataan saudar N dan saudari F dapat disimpulkan bahwasanya Produksi batik kami, yang mencakup batik dengan warna hitam dan merah serta motif batanghari dan angso duo, telah menjadi favorit di mata konsumen. Namun, kami menghadapi kendala dalam proses pemasaran yang masih terbilang manual. Meskipun demikian, kami terus berupaya untuk memenuhi kebutuhan pasar dengan memproduksi batik sesuai dengan tren atau model terkini. Langkah ini kami lakukan untuk memastikan bahwa produk kami tetap relevan dan berpotensi terjual lebih banyak, serta dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen dengan lebih

baik. Dengan demikian, kami berkomitmen untuk terus mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan visibilitas dan penjualan produk kami di pasar.

Dalam rangka meningkatkan pendapatan, pernahkah Anda mempertimbangkan untuk bermitra dengan toko-toko batik Jambi yang terletak di pusat kota. Langkah ini bisa menjadi strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk. Hal ini juga di sampaikan oleh saudara N sebagai berikut:

“dulu pernah bermitra dengan toko batik Jambi yang ada di pusat kota, tetapi sekarang tidak lagi, karena usaha yang bermitra dengan batik istiqomah dulu sudah pindah tangan pelaku usaha sehingga untuk saat ini tidak lagi bermitra” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00 WIB)

Dari informat yang di sampaikan oleh saudara N dapat disimpulkan bahwa pada masa lalu, Batik Istiqomh pernah menjalin kemitraan dengan beberapa toko batik Jambi yang berlokasi di pusat kota. Namun, saat ini kami tidak lagi menjalin kerjasama tersebut. Penyebabnya adalah karena usaha yang sebelumnya menjadi mitra Batik Istiqomah telah berpindah tangan ke pelaku usaha yang baru. Akibatnya, kemitraan yang telah terbina sebelumnya tidak dapat dipertahankan dalam konteks yang sama. Meskipun demikian, kami terus mencari peluang baru dan strategi lain untuk menjalin kemitraan yang lebih produktif guna meningkatkan pendapatan kami di masa mendatang.

Untuk meningkatkan penjualan, penting untuk mempertimbangkan pemasaran produk Batik Istiqomah melalui *platform e-commerce* seperti Shopee, Instagram, dan *platform* lainnya. Dalam era digital saat ini, konsumen cenderung mencari dan membeli produk secara *online*, sehingga kehadiran Batik Istiqomah di

platform-platform tersebut dapat memperluas jangkauan pasar dan mencapai lebih banyak konsumen potensial. Melalui promosi yang efektif dan konsisten di *platform e-commerce*, dapat membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan penjualan produk Batik Istiqomah secara signifikan dan bisa mendapat keuntungan yang lebih banyak. Saudara F juga menyampaikan terkait pemasaran menggunakan *e-commerce* sebagai berikut:

“dalam proses pemasaran batik kami untuk saat ini, kami mulai menggunakan e-commerce seperti shopee, instagram dalam proses pemasaran, meskipun belum terlalu maksimal, hal tersebut mengakibatkan belum terdapat peningkatan pendapatan yang signifikan” (Wawancara saat studi lapangan bersama F Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.45 WIB)

Selain itu saudara S juga menuturkan terkait peckaging dalam pemasaran Batik Istiqomah

“untuk packagingnya masih menggunakan kantong plastik biasanya, seharusnya menggunakan kantong plastik yang ada label nama usahanya, hal ini merupakan kendala yang ada dalam proses pemasaran Batik Istiqomah” (Wawancara saat studi lapangan bersama S Jumat, 15 Desember 2023 pukul 16.00 WIB)

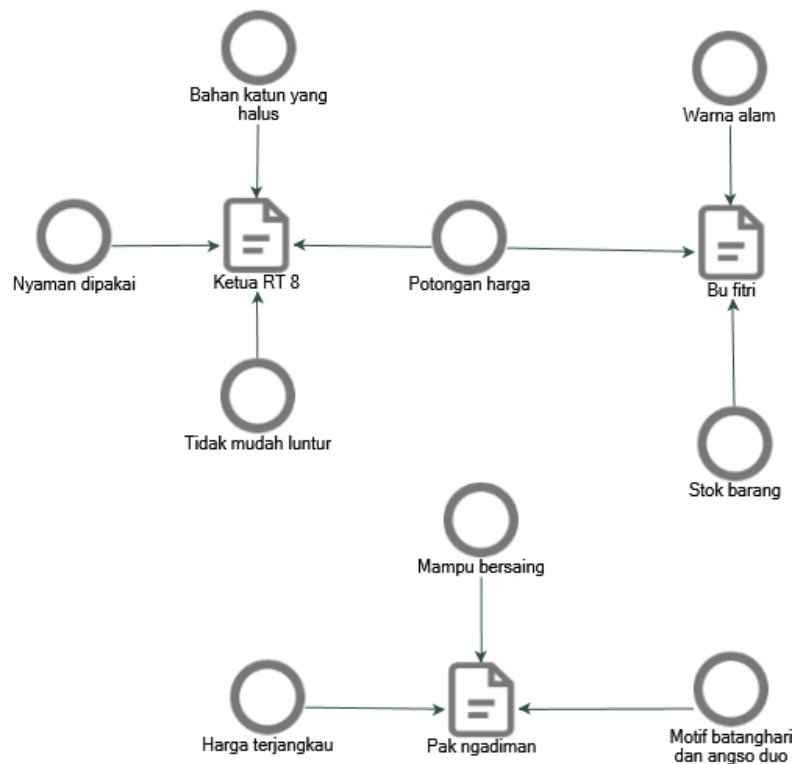
Dapat disimpulkan berdasarkan inforan saudara F dan saudara N dalam proses pemasaran batik kami saat ini, kami telah memulai penggunaan *e-commerce* seperti Shopee dan Instagram sebagai salah satu upaya untuk memperluas jangkauan pasar. Meskipun demikian, kami menyadari bahwa implementasi ini belum mencapai tingkat optimal, yang menyebabkan belum adanya peningkatan pendapatan yang signifikan. Kami terus berupaya untuk memperbaiki strategi pemasaran kami di *platform-platform* tersebut agar dapat memanfaatkan potensi penjualan secara maksimal.

Sementara itu, terkait dengan packaging, kami masih menggunakan kantong plastik biasa tanpa label nama usaha. Kami menyadari bahwa penggunaan kantong

plastik dengan label nama usaha dapat meningkatkan citra merek dan memberikan kesan profesional kepada konsumen. Oleh karena itu, kami menganggap ini sebagai kendala dalam proses pemasaran Batik Istiqomah yang perlu segera diatasi demi meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat identitas merek kami di pasar.

4.2. 2. Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah

4.2. 2. 1. Kekuatan Menjalankan Usaha Batik Istiqomah secara Rasional



Bagan 4.2.2.1 Coding Kekuatan Menjalankan Usaha Batik Istiqomah

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Data dari coding diatas peneliti melihat bahwa informan menjawab banyak kekuatan dalam menjalankan bisnis secara rasional, yaitu:

- 1) Bahan katun yang halus
- 2) Warna tidak mudah luntur
- 3) Potongan harga
- 4) Warna alam

- 5) Harga terjangkau
- 6) Mampu bersaing

Untuk mewakili coding NVivo diatas peneliti melampirkan pernyataan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan jawaban rata rata sama didalam kekuatan dalam menjalankan bisnis secara rasional.

Batik Istiqomah membedakan dirinya dari produk batik lainnya melalui kombinasi unik antara tradisi dan inovasi dalam setiap karyanya. Setiap motif yang dihasilkan bukan hanya sekedar pola, melainkan juga sebuah cerita yang menggambarkan kekayaan budaya dan warisan seni Indonesia. Keistimewaan Batik Istiqomah terletak pada penggunaan bahan berkualitas tinggi dan teknik pembuatan yang teliti, yang memberikan hasil akhir yang memikat dan tahan lama. Selain itu, Batik Istiqomah juga dikenal dengan penggunaan warna alami yang terbuat dari bahan-bahan organik, sehingga menciptakan nuansa yang khas dan ramah lingkungan. Dengan fokus pada kualitas, keaslian, dan inovasi, Batik Istiqomah telah menjelma menjadi pilihan yang istimewa bagi para penggemar batik yang menghargai keindahan dan nilai-nilai budaya yang terkandung dalam setiap karyanya. Hal ini juga disampaikan oleh saudara N dan saudari F:

“yang membedakannya ialah warna dan motif. Warna di Batik Istiqomah ini menggunakan warna natural yang terbuat dari bahan alami dan tidak mudah luntur. Dan menggunakan bahan yang halus” (Wawancara saat studi lapangan bersama N dan F Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00-15.30 WIB)

Berdasarkan hasil informan diatas maka penulis dapat menyimpulkan Yang membedakan Batik Istiqomah adalah kualitas yang terjaga dengan cermat pada setiap aspek, terutama dalam hal warna dan motif. Batik Istiqomah menonjolkan penggunaan warna alami yang terbuat dari bahan-bahan organik, yang tidak hanya

menciptakan palet warna yang kaya dan menawan, tetapi juga memastikan ketahanan warna yang luar biasa. Warna-warna ini tidak mudah luntur, memberikan keindahan yang abadi pada setiap karya. Selain itu, Batik Istiqomah menggunakan bahan yang halus dan berkualitas tinggi, memberikan sentuhan yang lembut dan nyaman saat dikenakan. Dengan kombinasi yang unik antara warna alami yang tahan lama dan bahan berkualitas tinggi, Batik Istiqomah mampu menghadirkan produk batik yang istimewa dan memikat bagi para penggemar seni dan keindahan tradisional.

Kemudian saudara S juga menyampaikan terkait kekuatan dari Batik Istiqomah sebagai berikut:

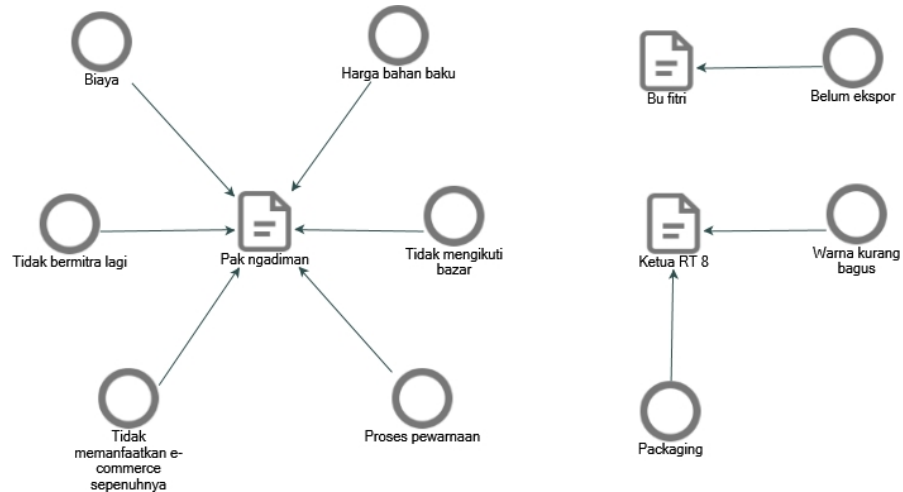
“harga jual Batik Istiqomah sangat terjangkau, kalangan menengah kebawah pun bisa membelinya, saya juga pernah mendapat potongan harga saat membeli Batik Istiqomah dan itu saya sangat merasa senang, produk Batik Istiqomah ini bagus dan nyaman jika dipakai sehingga saya tertarik dan berlangganan” (Wawancara saat studi lapangan bersama S Jumat, 15 Desember 2023 pukul 16.00 WIB)

Berdasarkan hasil dari informan S, Maka di dapat disimpulkan bahwasanya harga jual Batik Istiqomah sangatlah terjangkau, sehingga dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk kalangan menengah ke bawah. Faktanya, beberapa pelanggan bahkan telah mengalami pengalaman mendapatkan potongan harga saat membeli Batik Istiqomah, yang memberikan mereka kegembiraan tersendiri. Keunggulan harga ini tidak mengorbankan kualitas produk, karena Batik Istiqomah tetap dikenal sebagai produk yang bagus dan nyaman saat dipakai.

Dengan kualitas yang terjaga dan harga yang ramah di kantong, tidak heran jika konsumen merasa tertarik dan bahkan menjadi pelanggan setia Batik Istiqomah. Hal ini menunjukkan bahwa Batik Istiqomah tidak hanya mampu

memenuhi kebutuhan fashion, tetapi juga memberikan nilai tambah dalam hal kenyamanan dan kepuasan pelanggan.

4.2.2.2. Kelemahan Menjalankan Usaha Batik Istiqomah secara Rasional



Bagan 4.2.2.2 Coding Kelemahan Menjalankan Usaha Batik Istiqomah

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Dalam menjalankan usaha secara rasional, terdapat beberapa kelemahan yaitu:

- 1) Biaya
- 2) Tidak bermitra lagi
- 3) Tidak memanfaatkan *e-commerce* sepenuhnya
- 4) Tidak mengikuti bazar
- 5) Proses pewarnaan
- 6) Harga bahan baku
- 7) Belum ekspor
- 8) Warna kurang bagus
- 9) Packaging

Untuk mewakili coding NVivo diatas peneliti melampirkan pernyataan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan jawaban yang rata-rata sama didalam kelemahan menjalankan usaha secara rasional di Batik Istiqomah.

Proses produksi batik, meskipun indah dalam hasil akhirnya, sering kali dihadapkan pada berbagai kendala yang memerlukan penanganan dan solusi yang cermat. Dalam konteks ini, penting untuk memahami dan mengidentifikasi berbagai faktor yang dapat menjadi hambatan atau kendala dalam proses produksi batik. Dari masalah teknis seperti ketersediaan bahan baku dan kondisi cuaca hingga tantangan manajerial seperti manajemen biaya dan sumber daya manusia, setiap kendala memiliki dampak yang berpotensi merugikan jika tidak ditangani dengan baik. Oleh karena itu, menjelajahi kendala-kendala ini merupakan langkah penting dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas dalam produksi batik. Terkait kendala dalam produksi batik saudara N menyampaikan bahwa:

“biaya menjadi hal utama dalam permasalahan produksi batik dan proses pewarnaan yang tergantung dengan cuaca yang terkadang panas atau hujan. Kalo hari hujan, pewarnaannya tidak kering dan bisa menyebabkan warnanya tidak timbul dan rusak” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00 WIB)

Berdasarkan hasil informan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam produksi batik, biaya merupakan salah satu perhatian utama yang memengaruhi efisiensi dan keberlanjutan proses. Setiap tahapan produksi, terutama proses pewarnaan, memerlukan pengeluaran yang signifikan untuk bahan-bahan dan tenaga kerja. Namun, tantangan utama yang sering dihadapi adalah ketidakpastian cuaca, terutama saat musim hujan. Pada hari-hari hujan, proses pewarnaan cenderung terganggu karena warna tidak dapat mengering dengan baik. Hal ini dapat

menyebabkan warna batik tidak timbul atau bahkan rusak, mengakibatkan kerugian dalam proses produksi. Oleh karena itu, manajemen biaya dan perencanaan yang cermat diperlukan untuk mengatasi dampak cuaca dan menjaga kualitas produk batik yang dihasilkan.

Kemudian saudara S juga memaparkan kekurangan dari batik istimewa ini yaitu:

“kekurangnya yaitu terkadang ada pewarnaan yang kurang bagus”
(Wawancara saat studi lapangan bersama S Jumat, 15 Desember 2023 pukul 16.00 WIB)

Selaras dengan pendapat saudara S, saudara N dan saudari F juga mengatakan Apa yang menjadi kendala dalam pemasaran produk Batik Istiqomah yaitu:

“belum memanfaatkan e-commerce secara maksimal dalam memasarkan produk batik dan juga tidak mengikuti bazar UMKM sehingga masyarakat tidak tau dengan Batik Istiqomah ini” (Wawancara saat studi lapangan bersama N dan F Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00-15.30 WIB)

Kekurangan dalam proses produksi Batik Istiqomah terkadang terkait dengan kualitas pewarnaan yang kurang memuaskan. Hal ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor seperti perbedaan dalam konsistensi pewarna, kesalahan dalam proses pewarnaan, atau ketidaksempurnaan dalam aplikasi warna pada kain. Kekurangan ini dapat mempengaruhi estetika dan kualitas keseluruhan dari produk Batik Istiqomah, sehingga memerlukan perhatian ekstra dalam proses produksi.

Sementara itu, dalam pemasaran produk Batik Istiqomah, kendala utama adalah belum memanfaatkan *e-commerce* secara maksimal dan ketidakpartisipasian dalam bazar UMKM. Dengan kurangnya kehadiran di *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, atau Instagram, serta ketiadaan dalam kegiatan bazar UMKM

yang sering kali menjadi ajang promosi yang efektif, masyarakat menjadi kurang tertarik atau mungkin bahkan tidak mengetahui tentang keberadaan Batik Istiqomah. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang lebih proaktif dan terintegrasi diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk batik Istiqomah dan memperluas pangsa pasar mereka.

Dalam menentukan harga batik ini, tentunya juga ada kendala hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh saudara N yaitu:

“harga bahan baku yang semakin naik membuat harga jual pun ikut naik dan harus survei harga kompetitor untuk mengetahui rata-rata harga dari pengrajin batik lainnya. Terkadang tinggi rendahnya harga batik dapat mempengaruhi masyarakat untuk membeli atau tidak batik tersebut”
(Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00 WIB)

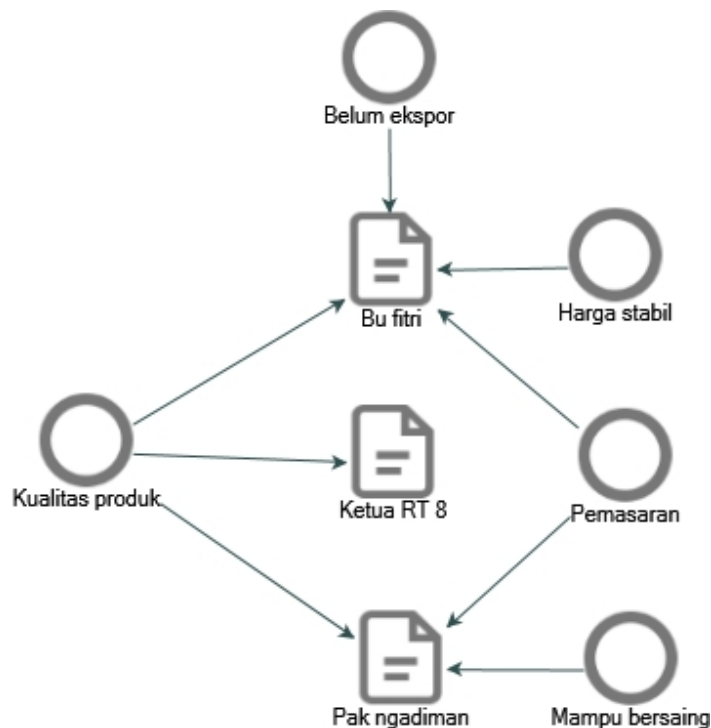
Selanjutnya saudara S juga menyebutkan bahwa:

“untuk packagingnya masih menggunakan kantong plastik biasanya, seharusnya menggunakan kantong plastik yang ada label nama usahanya”
(Wawancara saat studi lapangan bersama S Jumat, 15 Desember 2023 pukul 16.00 WIB)

Berdasarkan informan saudara S dan saudara N dapat disimpulkan bahwa Tantangan utama yang dihadapi dalam produksi batik adalah kenaikan harga bahan baku, yang berdampak pada kenaikan harga jual produk batik. Kenaikan harga bahan baku seperti kain dan pewarna dapat memaksa produsen untuk menaikkan harga jual produk mereka untuk menjaga profitabilitas. Oleh karena itu, produsen Batik Istiqomah harus terus melakukan survei harga kompetitor untuk memastikan bahwa harga jual mereka tetap bersaing di pasaran. Tinggi atau rendahnya harga batik dapat mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat, sehingga penting bagi produsen untuk menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas dan nilai produk.

Selain itu, terkait dengan packaging, masih menggunakan kantung plastik biasa tanpa label nama usaha dapat menjadi kendala dalam branding dan pemasaran. Penggunaan kantung plastik yang memiliki label nama usaha akan membantu meningkatkan kesan profesional dan meningkatkan kesadaran merek di kalangan konsumen. Packaging yang tepat tidak hanya melindungi produk tetapi juga menjadi alat penting dalam membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan daya tarik produk di pasar. Oleh karena itu, penting bagi Batik Istiqomah untuk mempertimbangkan untuk menggunakan kantung plastik dengan label nama usaha guna meningkatkan nilai produk dan meningkatkan daya tarik konsumen.

4.2. 2. 3. Peluang Menjalankan Usaha Batik Istiqomah secara Rasional



Bagan 4.2.2.3 Coding Peluang Menjalankan Usaha Batik

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Peluang dari menjalankan usaha secara rasional tentunya akan berdampak pada usaha Batik Istiqomah. Peluang yang didapat dari menjalankan usaha secara rasional, yaitu:

- 1) Kualitas produk
- 2) Harga stabil
- 3) Pemasaran
- 4) Mampu bersaing
- 5) Belum ekspor

Untuk mewakili coding NVivo diatas peneliti melampirkan pernyataan dari hasil wawancara bersama informan, di mana informan memberikan jawaban yang rata-rata sama didalam peluang menjalankan usaha secara rasional.

Peluang untuk menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional menjadi fokus utama dalam peluang menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional. Dalam konteks ini, perusahaan memiliki kesempatan untuk mengoptimalkan pengelolaan sumber daya dan strategi bisnisnya agar mencapai keuntungan maksimal dengan meminimalkan risiko. Dengan memahami pasar dan kebutuhan konsumen dengan baik, serta melalui pengelolaan biaya yang efisien dan penetapan harga yang tepat, Batik Istiqomah dapat mengambil langkah-langkah yang cerdas dan rasional untuk meningkatkan kinerja bisnisnya dan memperluas pangsa pasar.

Terkait peluang yang ada di Batik Istiqomah yang terletak pada kualitas batiknya saudara N juga menyampaikan bahwa:

“dalam usaha batik saya ini, saya memaksimalkan untuk memberikan kualitas yang terbaik dari produksi usaha batik ini. karena produk batik yang berkualitas akan mampu bersaing dengan produk batik yang lain Untuk itu dalam menunjang proses produksi batik yang berkualitas juga di pengaruhi oleh ketersediaan bahan baku pun selalu cukup, keterlibatan

tenaga kerja yang terampil” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00 WIB)

Dalam usaha batik ini, fokus utama adalah memaksimalkan kualitas produk. Kualitas yang unggul menjadi kunci untuk bersaing di pasar yang kompetitif. Produk batik yang berkualitas tinggi tidak hanya menarik minat konsumen, tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan. Untuk mencapai standar kualitas yang diinginkan, ketersediaan bahan baku yang memadai memainkan peran penting. Ini termasuk pemilihan kain berkualitas tinggi dan pewarna alami yang dapat memberikan hasil yang tahan lama dan menarik. Selain itu, keterlibatan tenaga kerja yang terampil juga merupakan faktor kunci dalam memastikan produksi batik yang berkualitas. Dengan memastikan bahwa proses produksi didukung oleh bahan baku yang memadai dan tenaga kerja terampil, usaha batik ini dapat terus memberikan produk berkualitas tinggi yang dapat memenuhi harapan konsumen dan bersaing di pasar yang semakin ketat.

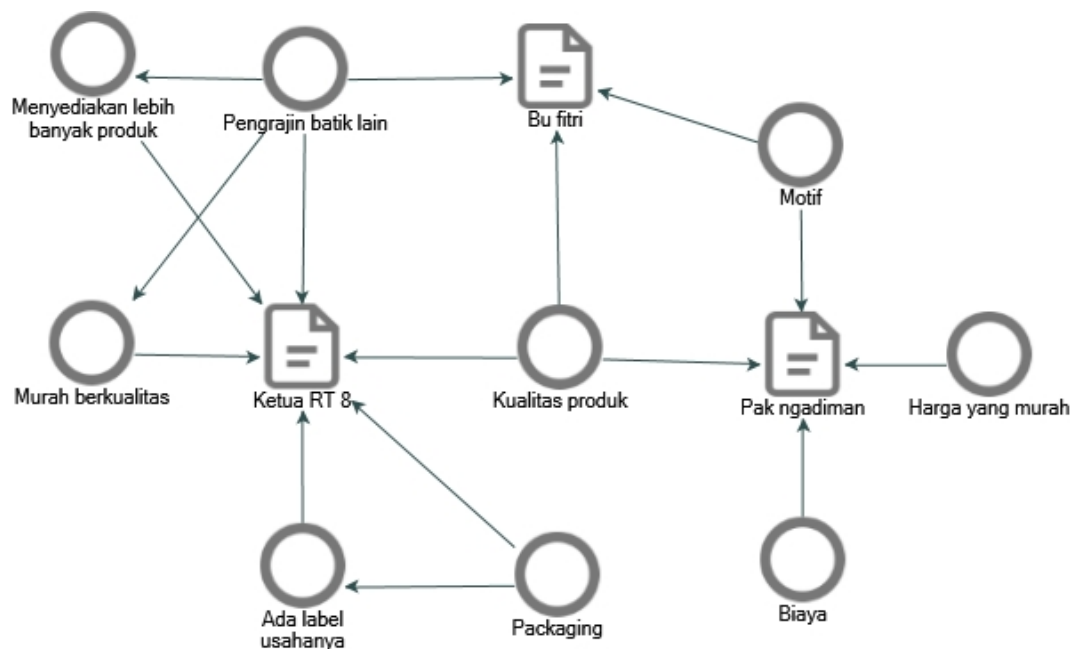
Untuk meningkatkan penjualan, apakah Ibu mempromosikan produk Batik Istiqomah melalui *e-commerce* hal ini juga disampaikan oleh saudari F yaitu:

“belum memanfaatkan e-commerce secara maksimal dalam memasarkan produk batik dan juga tidak mengikuti bazar UMKM sehingga masyarakat tidak tau dengan Batik Istiqomah ini” (Wawancara saat studi lapangan bersama F Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.45 WIB)

Berdasarkan pernyataan informan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pemasaran produk Batik Istiqomah, kendala utama adalah belum *memanfaatkan e-commerce* secara maksimal dan ketidakpartisipasian dalam bazar UMKM. Dengan kurangnya kehadiran di *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, atau Instagram, serta ketiadaan dalam kegiatan bazar UMKM yang sering kali menjadi ajang promosi yang efektif, masyarakat menjadi kurang tertarik atau mungkin

bahkan tidak mengetahui tentang keberadaan Batik Istiqomah. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang lebih proaktif dan terintegrasi diperlukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk Batik Istiqomah dan memperluas pangsa pasar mereka. Perlunya peningkatan Sumber Daya Manusia untuk mengelolah bagian pemasaran Batik Istiqomah karena e-commers sangat berpelung dalam dunia pemasaran.

4.2.2.4. Ancaman Menjalankan Usaha Batik Istiqomah secara Rasional



Bagan 4.2.2.4 Coding Ancaman Menjalankan Usaha Batik Istiqomah

Sumber: Diolah oleh peneliti 2023

Dalam menjalankan usaha secara rasional terdapat beberapa ancaman yang muncul, yaitu:

- 1) Pengrajin batik lain yang menyediakan lebih banyak produk dengan harga yang murah
- 2) Pengrajin baru dengan modal yang lebih besar
- 3) Pengrajin dengan packaging yang lebih menarik

4) Motif terbaru

Untuk mewakili coding NVivo diatas peneliti melampirkan pernyataan dari hasil wawancara bersama informan, di mana informan memberikan jawaban yang rata-rata sama didalam peluang menjalankan usaha secara rasional.

Dalam menjalankan usaha Batik Istiqomah, tentunya ada ancaman yang datang dan penting untuk menghadapi ancaman tersebut secara rasional. Meskipun persaingan pasar mungkin menjadi tantangan, dengan strategi yang tepat, pasti akan dapat menghadapinya dan tetap mempertahankan kualitas serta reputasi usaha Batik Istiqomah. Terkait ancaman yang ada di Batik Istiqomah yang terletak pada banyaknya kompetitor yang menjual produk batik dengan harga yang lebih murah saudara N juga menyampaikan bahwa:

“untuk menyikapi kompetitor yang menjual produk batik dengan harga yang lebih murah dengan mempertahankan kualitas bahan dan warna. Walaupun ada yang menjual dengan harga yang murah pasti ada kendala seperti bahan yang kasar dan warna yang mudah luntur” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00 WIB)

Berdasarkan informan yang disampaikan oleh saudara N dapat disimpulkan bahwa dalam menghadapi persaingan dari kompetitor yang menawarkan produk batik dengan harga lebih murah, Batik Istiqomah menegaskan komitmennya untuk mempertahankan kualitas bahan dan warna yang tinggi. Meskipun ada penawaran harga yang lebih rendah di pasar, Batik Istiqomah yakin bahwa produk mereka tetap menjadi pilihan yang unggul karena fokus pada kualitas yang tidak dikompromikan. Pengalaman pelanggan yang telah membeli batik di Batik Istiqomah menjadi bukti kepercayaan yang telah terjalin, yang merupakan aset berharga yang tidak bisa diukur dengan harga semata. Dengan mengutamakan kualitas dan mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan, Batik

Istiqomah yakin dapat terus berkembang dan bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat di pasar batik.

Menghadapi pertanyaan seputar apakah konsumen akan tetap memilih untuk membeli produk Batik Istiqomah meskipun harganya lebih tinggi dibandingkan dengan produk sejenis menjadi perhatian utama dalam analisis pasar. Hal tersebut juga disampaikan dengan saudara S sebagai berikut:

“saya tetap membeli kalau harganya sesuai dengan kualitas. Namun jika ada pengrajin yang menjual dengan harga yang lebih murah dan berkualitas, saya akan membeli pada pengrajin tersebut” (Wawancara saat studi lapangan bersama S Jumat, 15 Desember 2023 pukul 16.00 WIB)

Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa ketika konsumen dihadapkan pada pilihan antara harga dan kualitas. Meskipun harga sering menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian, banyak konsumen yang lebih cenderung memilih produk yang menawarkan nilai tambah yang lebih tinggi meskipun dengan harga yang lebih mahal. Dalam kasus Batik Istiqomah, keputusan untuk tetap membeli terlepas dari harga lebih tinggi seringkali didasarkan pada reputasi merek yang kuat, kualitas yang terjamin, serta dukungan terhadap industri lokal. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat dan komunikasi nilai tambah produk dapat membantu menegaskan posisi Batik Istiqomah di pasar dan mempertahankan loyalitas konsumen.

Dalam menghadapi meningkatnya jumlah pengrajin batik baru saat ini, diperlukan pendekatan yang bijaksana dan strategis. Pertama-tama, penting untuk memahami bahwa kehadiran pengrajin baru adalah bagian alami dari dinamika pasar dan perubahan industri. Sebagai produsen batik yang sudah mapan seperti Batik Istiqomah, penting untuk tidak merasa terancam oleh kehadiran pesaing baru,

tetapi melihatnya sebagai kesempatan untuk terus meningkatkan dan memperbaiki diri.

Selanjutnya, langkah selanjutnya adalah dengan memperkuat keunggulan kompetitif yang dimiliki, seperti kualitas produk, inovasi desain, atau pelayanan pelanggan yang unggul. Selain itu, menjalin kerja sama atau kemitraan dengan pengrajin baru juga dapat menjadi strategi yang baik untuk memperluas jaringan dan meningkatkan visibilitas merek. Dengan pendekatan yang proaktif dan adaptif, Batik Istiqomah dapat tetap bersaing di pasar batik yang semakin ramai dengan pengrajin baru. Hal tersebut juga disampaikan oleh saudara N sebagai berikut:

“dengan mempertahankan mutu dan kualitas produk agar dapat bersaing dengan pengrajin yang lain dan konsumen tidak berpaling dari produk Batik Istiqomah ini” (Wawancara saat studi lapangan bersama N Jumat, 15 Desember 2023 pukul 14.00 WIB)

Dalam usaha untuk tetap relevan dan berdaya saing di pasar, mempertahankan mutu dan kualitas produk menjadi kunci utama bagi Batik Istiqomah. Dengan menempatkan fokus pada kualitas yang unggul, Batik Istiqomah dapat membedakan dirinya dari pesaing dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Dalam industri batik yang kompetitif, di mana terdapat banyak pengrajin dan produsen yang bersaing, kualitas yang konsisten menjadi faktor yang sangat penting untuk mempertahankan pangsa pasar dan mendapatkan loyalitas konsumen. Dengan terus mengedepankan kualitas yang tinggi dalam setiap produknya, Batik Istiqomah dapat memastikan bahwa konsumen tidak akan berpaling ke produk batik dari produsen lain, dan bahkan mungkin dapat menarik perhatian konsumen baru yang mencari kualitas yang terjamin dan konsisten.

Tabel 4.2.2.4 Pembobotan IFE (Faktor Internal)**FAKTOR INTERNAL (STRENGHT AND WEAKNESS)**

| Faktor Strategis | Tingkat Signifikan | Bobot | Rating | Skor |
|--|--------------------|-------|--------|------|
| Strenght (Kekuatan) | | | | |
| 1. Bahan katun yang halus | 3 | 0,08 | 4,5 | 0,36 |
| 2. Warna tidak luntur | 3 | 0,08 | 4,5 | 0,36 |
| 3 Potongan harga | 2 | 0,05 | 3,5 | 0,19 |
| 4. Warna alam | 2 | 0,05 | 3,5 | 0,19 |
| 5. Harga terjangkau | 3 | 0,08 | 4,5 | 0,36 |
| 6. Mampu bersaing | 2 | 0,05 | 3,5 | 0,19 |
| Weakness (Kelemahan) | | | | |
| 1. Biaya | 3 | 0,08 | 2,5 | 0,20 |
| 2. Tidak bermitra lagi | 3 | 0,08 | 2,5 | 0,20 |
| 3. Tidak memanfaatkan <i>e-commerce</i> sepenuhnya | 3 | 0,08 | 2,5 | 0,20 |
| 4. Tidak mengikuti bazar ukm | 3 | 0,08 | 2,5 | 0,20 |
| 5. Proses pewarnaan | 2 | 0,05 | 2 | 0,11 |
| 6. Harga bahan baku | 2 | 0,05 | 2 | 0,11 |
| 7. Belum ekspor | 2 | 0,05 | 2 | 0,11 |
| 8. Warna kurang bagus | 2 | 0,05 | 2 | 0,11 |
| 9. Packaging | 2 | 0,05 | 2 | 0,11 |
| Total | 37 | 1,00 | | 3,01 |

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2023)

Tabel 4.2.2.4 Pembobotan EFE (Faktor Eksternal)**FAKTOR EKSTERNAL (OPPORTUNITY AND TREATH)**

| Faktor Strategis | Tingkat Signifikan | Bobot | Rating | Skor |
|---|--------------------|-------|--------|------|
| Opportunity (Peluang) | | | | |
| 1. Kualitas produk | 3 | 0,13 | 4 | 0,52 |
| 2. Harga stabil | 3 | 0,13 | 4 | 0,52 |
| 3. Pemasaran | 3 | 0,13 | 4 | 0,52 |
| 4. Mampu bersaing | 2 | 0,09 | 3 | 0,26 |
| 5. Melakukan ekspor | 2 | 0,09 | 3 | 0,26 |
| Threat (Ancaman) | | | | |
| 1. Pengrajin batik lain yang menyediakan lebih banyak produk dengan harga murah | 2 | 0,09 | 2 | 0,17 |
| 2. Pengrajin baru dengan modal lebih besar | 2 | 0,09 | 2 | 0,17 |
| 3. Pengrajin lain dengan packaging yang lebih menarik | 3 | 0,13 | 2,5 | 0,33 |
| 4. Motif terbaru | 3 | 0,13 | 2,5 | 0,33 |
| Total | 23 | 1 | | 3,09 |

Sumber: Hasil Pengolahan Peneliti (2023)

Dari hasil pembobotan IFFE dan EFE pada table diatas di peroleh bahwa total *Strenght*, *Opportunity Weakness*, dan *Threat* adalah sebagai berikut:

$$\text{Strenght} = 1,66$$

$$\text{Opportunity} = 2,09$$

$$\text{Weakness} = 1,35$$

$$\text{Threat} = 1,00$$

$$\text{Strenght} + \text{Opportunity} = 3,75$$

$$\text{Weakness} + \text{Threat} = 2,35$$

$$\text{Strenght} + \text{Opportunity} > \text{Weakness} + \text{Threat}$$

Maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan keluar dari permasalahan yang ada untuk mendapatkan solusi dan rekomendasi yang di harapkan.

Rancangan strategi di dalam melakukan analisis SWOT yaitu menggunakan Matriks. Matriks SWOT merupakan salah satu cara untuk mendapatkan alternative strategi dengan cara menggabungkan masing-masing faktor yakni SO (*Strenght – Opportunity*), Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), Strategi ST (*Strenght-Threat*) dan Strategi WT (*Weakness-Threats*).

Tabel 4.2.2.4 Matriks SWOT

| | | |
|--|---|--|
| <p style="text-align: center;">EFAS IFAS</p> | <p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan katun yang halus, menggunakan bahan yang berkualitas sehingga nyaman saat dipakai oleh konsumen. 2. Warna tidak mudah luntur, menggunakan bahan yang berkualitas sehingga saat dicuci ataupun dijemur dijemur warnanya tidak luntur. 3. Potongan harga, memberikan potongan harga disetiap pembelian dalam jumlah yang banyak dan juga diberikan pada konsumen yang berlangganan sudah lama. 4. Warna alam, dalam proses pewarnaan menggunakan warna alami. 5. Harga terjangkau, harga yang ditawarkan terjangkau sehingga kalangan menengah kebawah pun bisa membelinya. 6. Mampu bersaing, dengan menggunakan bahan yang berkualitas dan memproduksi sesuai trend sehingga Batik Istiqomah mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya. | <p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya, menjadi kendala utama dalam proses produksi. 2. Tidak bermitra lagi, karena relasinya kurang. 3. Tidak memanfaatkan <i>e-commerce</i> sepenuhnya, karena kurang memahami cara menggunakannya 4. Tidak mengikuti bazar umkm, dikarenakan sulitnya pelaku usaha membagi waktu. 5. Proses pewarnaan, tergantung dengan cuaca yang terkadang panas atau hujan. 6. Harga bahan baku, yang semakin naik membuat harga jual pun ikut naik. 7. Belum ekspor, karena kurangnya promosi terhadap produk Batik Istiqomah. 8. Warna kurang bagus, pada saat musim hujan membuat pewarnaannya tidak kering dan bisa menyebabkan warnanya tidak timbul dan rusak. 9. Packaging, masih menggunakan kantung plastik biasa dan tidak ada label usahanya. |
| <p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk, sehingga nyaman saat dipakai. 2. Harga stabil, sesuai dengan harga pasaran. 3. Pemasaran, melakukan promosi melalui media sosial dan endorse. 4. Mampu bersaing, dengan pengrajin lainnya dengan mempertahankan kualitas produk. | <p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas bahan dan warna (S1, S2, S4, S6, O1, O4) 2. Memaksimalkan promosi melalui media sosial dan <i>e-commerce</i> dengan harga yang terjangkau dan memberikan potongan harga (S3, S5, O2, O3, O5) | <p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari investor yang dapat membantu proses pengembangan usaha (W1, W6, W9, O1) 2. Menjalani kerja sama dengan toko batik yang ada di pusat kota dan meningkatkan cara pemasaran (W2, W3, W4, W7, O2, O3, O5) 3. Meningkatkan kualitas bahan dan warna (W5, W8, O4) |

| | | |
|--|---|---|
| <p>Peluang (O)</p> <p>5. Ekspor, jika pemasaran lebih luas dan banyak yang mengenal batik istiqomah maka berpotensi masyarakat luar akan membeli produk Batik Istiqomah.</p> | | |
| <p>EFAS IFAS</p> | <p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan katun yang halus, menggunakan bahan yang berkualitas sehingga nyaman saat dipakai oleh konsumen. 2. Warna tidak mudah luntur, menggunakan bahan yang berkualitas sehingga saat dicuci ataupun dijemur dijemur warnanya tidak luntur. 3. Potongan harga, memberikan potongan harga disetiap pembelian dalam jumlah yang banyak dan juga diberikan pada konsumen yang berlangganan sudah lama. 4. Warna alam, dalam proses pewarnaan menggunakan warna alami. 5. Harga terjangkau, harga yang ditawarkan terjangkau sehingga kalangan menengah kebawah pun bisa membelinya. 6. Mampu bersaing, dengan menggunakan bahan yang berkualitas dan memproduksi sesuai trend sehingga Batik Istiqomah mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya. | <p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya, menjadi kendala utama dalam proses produksi. 2. Tidak bermitra lagi, karena relasinya kurang. 3. Tidak memanfaatkan <i>e-commerce</i> sepenuhnya, karena kurang memahami cara menggunakannya 4. Tidak mengikuti bazar UMKM, dikarenakan sulitnya pelaku usaha membagi waktu. 5. Proses pewarnaan, tergantung dengan cuaca yang terkadang panas atau hujan. 6. Harga bahan baku, yang semakin naik membuat harga jual pun ikut naik. 7. Belum ekspor, karena kurangnya promosi terhadap produk Batik Istiqomah. 8. Warna kurang bagus, pada saat musim hujan membuat pewarnaannya tidak kering dan bisa menyebabkan warnanya tidak timbul dan rusak. <p>Packaging, masih menggunakan kantong plastik biasa dan tidak ada label usahanya.</p> |
| <p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetitor yang menjual dengan harga yang lebih murah. 2. Munculnya pengrajin batik baru dengan | <p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan bahan yang bermualitas dengan harga yang terjangkau dan adanya potongan harga (W1, W2, W3, W5, W6, T1, T2, T3) 2. Memadukan warna yang cocok dengan motif | <p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari relasi toko batik di Kota dan meningkatkan pemasaran (W1, W2, W3, W4, W6, W7, W9, T2, T3) 2. Meningkatkan kualitas produk (W5, W8, T1, T4) |

| | | |
|---|---|--|
| <p>Ancaman (T) modal lebih besar.</p> <p>3. Pengrajin lain dengan packaging yang lebih menarik.</p> <p>4. Sulit menemukan motif baru.</p> | <p>Strategi ST sehingga hasilnya bagus (W4, T5)</p> | |
|---|---|--|

4.3 Pembahasan

4.3.1. Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah

4.3.1.1. Analisis Rasionalitas Ekonomi Terhadap Materealistik Pelaku Usaha Batik Istiqomah

Analisis ini akan membahas bagaimana kebijakan ekonomi yang diterapkan oleh perusahaan ini tercermin dalam praktik bisnisnya, serta bagaimana faktor-faktor materialistik memengaruhi keputusan dan strategi usahanya. Dengan memahami hubungan antara aspek ekonomi dan materealistik dalam konteks industri batik, kita dapat mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang dinamika bisnis Batik Istiqomah dan dampaknya terhadap keseluruhan ekosistem ekonomi.

Dari wawancara yang telah peneliti laksanakan terlihat bahwa Batik Istiqomah dalam memproduksi atau menciptakan produk batik memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan pembatik lainnya yaitu kualitas, warna dan motif. Rata-rata informan menjawab bahwa perbedaan dengan pembatik lainnya yaitu: 1). Ciri khas yang membedakan Batik Istiqomah dengan batik lainnya yaitu terletak pada kualitas, warna dan motif yang digunakan. Batik istiqomah menggunakan bahan yang berkualitas sehingga nyaman dipakai dan tidak kalah saing dengan produk batik yang lain. Motif yang digunakan pun dipadukan dengan warna yang bagus atau sesuai sehingga menghasilkan produk batik yang bagus pula. 2). Batik Istiqomah juga menstok kain dan baju batik agar konsumen yang

datang dan ingin batik yang sudah jadi tanpa menunggu waktu yang lama. 3). Informan juga menyebutkan bahwa harga produk Batik Istiqomah ini sangat terjangkau, kalangan menengah kebawah pun bisa membelinya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti menyimpulkan bahwa analisis rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah terhadap materealistis adalah Batik Istiqomah memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan batik lainnya. Batik Istiqomah memiliki ciri khas yang terletak pada kualitas, warna dan motif. Harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau dan sesuai dengan kualitas produknya.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Kenda Afrika pada tahun 2019 dengan judul penelitiannya "*Rasionalitas Mahasiswa Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa FISIP UNSRI Yang Mempunyai Usaha Di Indralaya)*". Adapun kesamaannya bahwa rasionalitas seseorang dalam berwirausaha dilihat dari pola pikirnya dalam menjalankan usaha seperti mengetahui produk seperti apa yang kurang diminati konsumen dan bagaimana mempertahankan kualitas produk. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan produksi batik yang akan berdampak pada pendapatan yang meningkat.

4.3.1.2. Analisis Rasionalitas Ekonomi Terhadap Nilai Ekonomis Pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah

Dalam menganalisis rasionalitas ekonomi terhadap nilai ekonomis pada pelaku usaha Batik Istiqomah, kita akan memperhatikan bagaimana kebijakan ekonomi yang dijalankan oleh perusahaan ini tercermin dalam praktek bisnisnya serta dampaknya terhadap nilai ekonomis secara keseluruhan.

Dari wawancara yang peneliti lakukan terlihat bahwa produk Batik Istiqomah memiliki nilai ekonomi. Rata-rata menjawab bahwa: 1). Harga batik relatif stabil dan sesuai dengan harga pasaran. 2). Batik memiliki nilai ekonomi yang tinggi sehingga memiliki potensi untuk di ekspor ke luar daerah ataupun ke luar negeri. 3). Saat ini banyak para kompetitor yang menjual produk batik dengan harga yang lebih murah dari harga yang telah ditetapkan dipasaran.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti menyimpulkan bahwa analisis rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah terhadap nilai ekonomis adalah harga Batik yang relatif stabil. Batik saat ini memiliki nilai ekonomi yang tinggi sehingga memiliki potensi untuk di ekspor ke luar daerah ataupun ke luar negeri. Hal ini dapat mengembangkan usaha dan mensejahterakan pengrajin batik.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Robiq pada tahun 2021 dengan judul penelitiannya "*Analisis Rasionalitas Dalam Mengambil Keputusan Berwirausaha Oleh Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*". Adapun kesamaannya bahwa seseorang yang memiliki rasionalitas dalam berwirausaha akan siap menanggung resiko yang ada seperti banyaknya para kompetitor yang menjual produk batik dengan harga yang lebih murah dari harga yang telah ditetapkan dipasaran. Seseorang juga akan memanfaatkan peluang yang ada seperti melakukan ekspor barang atau jasa keluar daerah bahkan keluar negeri karena barang atau jasa tersebut memiliki nilai ekonomis.

4.3.1.3. Analisis Rasionalitas Ekonomi Terhadap Memaksimalkan Keuntungan Pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah

Informan menyampaikan mengenai memaksimalkan keuntungan dalam proses produksi dan konsumsi pada usaha Batik Istiqomah. Rata-rata informan menjawab bahwa: 1). Batik Istiqomah memproduksi sesuai dengan trend pasar sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan produk tersebut akan berpotensi terjual lebih banyak. 2). Mempromosikan produk Batik Istiqomah di *E-commerce*. 3). Kualitas warna yang tidak mudah luntur dan sering mendapatkan potongan harga saat membeli produk Batik Istiqomah.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti menyimpulkan bahwa analisis rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah terhadap memaksimalkan keuntungan adalah memproduksi batik yang banyak dicari oleh konsumen atau sesuai dengan trend pasar sehingga pendapatan dan keuntungan yang diterima meningkat. Untuk memaksimalkan keuntungan, pemasaran produk Batik Istiqomah tidak hanya dilakukan dari mulut ke mulut tetapi dengan mempromosikannya di *e-commerce* agar lebih banyak yang mengenal produk Batik Istiqomah.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Septini Diandini Pandjaitan pada tahun 2016 dengan judul penelitiannya "*Rasionalitas Generasi Muda Dalam Berwirausaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNILA Yang Pernah Mengambil Mata Kuliah Kewirausahaan)*". Adapun kesamaannya bahwa seseorang yang berfikir rasional akan cermat menghitung rugi dan laba dalam perolehan usaha yang dijalankan. Seseorang juga akan mampu menangkap peluang yang ada seperti

dengan memproduksi barang atau jasa yang sesuai dengan trend pasar dan memasarkan produknya secara *online* dengan memanfaatkan *e-commerce* seperti shopee, tokopedia dan lainnya.

4.3. 2. Analisis SWOT Terhadap Rasionalitas Ekonomi Pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah

4.3. 2. 1. Analisis SWOT Terhadap Kekuatan Menjalankan Usaha Batik Istiqomah Secara Rasional

Menurut (Fatimah, 2016), *strengths* merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi atau perusahaan. Faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan yang terdapat dalam tubuh perusahaan itu sendiri. Faktor-faktor kekuatan tersebut merupakan nilai plus atau keunggulan komparatif dari sebuah organisasi. Hal tersebut mudah terlihat apabila sebuah organisasi memiliki hal khusus yang lebih unggul dari pesaing-pesaingnya serta dapat memuaskan *stakeholders* maupun pelanggan.

Bagi sebuah perusahaan, mengenali kekuatan dasar organisasi tersebut merupakan langkah awal atau tonggak menuju organisasi yang memiliki kualitas tinggi. Mengenali kekuatan dapat menjadi langkah besar untuk menuju kemajuan perusahaan. Dengan mengenali aspek-aspek apa saja yang menjadi kekuatan dari organisasi, maka tugas selanjutnya adalah mempertahankan dan memperkuat kelebihan yang menjadi kekuatan organisasi tersebut.

Adapun kekuatan dalam menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional, yaitu: 1). Menggunakan bahan yang berkualitas, kualitas kain yaitu menggunakan bahan katun yang halus sehingga nyaman saat dipakai oleh

konsumen. Hal ini akan menjadi daya tarik konsumen untuk membeli. 2). Warna tidak mudah luntur, karena dalam proses pewarnaan menggunakan bahan yang berkualitas sehingga saat dicuci ataupun dijemur warnanya tidak luntur. Pelaku usaha Batik Istiqomah selalu mempertahankan kualitas warna produk Batik Istiqomah. 3). Potongan harga, memberikan potongan harga kepada konsumen disetiap pembelian batik dalam jumlah yang banyak dan juga diberikan kepada konsumen yang sudah lama berlangganan. Hal ini tentu membuat konsumen senang dan tetap berlangganan membeli produk Batik Istiqomah. 4). Menggunakan warna alami, dengan warna alami tentu warna yang dihasilkan pada batik akan terlihat lebih bagus dan tidak mudah luntur. Selain itu, pewarna alami mudah didapat di lingkungan sekitar. 5). Harga terjangkau, tentunya harga yang ditawarkan Batik Istiqomah ini terjangkau bagi semua kalangan. 6). Mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya, dengan memproduksi batik yang berkualitas dan sesuai dengan trend pasar sehingga Batik Istiqomah tidak kalah saing dengan pengrajin batik lainnya

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasih NVivo, peneliti menyimpulkan bahwa analisis SWOT terhadap kekuatan menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional yaitu menggunakan bahan yang berkualitas sehingga nyaman dipakai, warna tidak mudah luntur saat dicuci ataupun dijemur, memberikan potongan harga saat membeli dalam jumlah banyak, menggunakan warna alami yang menghasilkan warna yang bagus, harga terjangkau bagi semua kalangan, dan mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya dengan menciptakan produk yang berkualitas.

4.3.2.2. Analisis SWOT Terhadap Kelemahan Menjalankan Usaha Batik Istiqomah Secara Rasional

Menurut (Fatimah, 2016), *weaknesses* merupakan kondisi atau segala sesuatu hal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam tubuh perusahaan. Pada dasarnya, sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar ada dalam perusahaan. Namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi membangun sebuah kebijakan sehingga dapat meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada. Bisa juga menjadikan kelemahan menjadi sebuah sisi kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahaan yang lain.

Kelemahan ini dapat berupa kelemahan dalam sarana dan prasarana, kualitas atau kemampuan karyawan yang ada dalam organisasi, lemahnya kepercayaan konsumen, tidak sesuainya antara hasil produk dengan kebutuhan konsumen atau dunia usaha dan industri dan lain-lain. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi.

Dalam analisis swot terhadap kelemahan menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional, yaitu: 1). Biaya, menjadi masalah utama dalam proses produksi. Untuk mengembangkan usaha membutuhkan modal yang lebih besar, karena kekurangan modal proses produksi batik menjadi terbatas. 2). Tidak bermitra lagi dengan toko batik yang ada di pusat kota, hal ini dikarenakan kurangnya relasi. 3). Tidak memanfaatkan *e-commerce* sepenuhnya, hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman tentang mengaplikasikan *e-commerce* seperti shopee, tokopedia dan lainnya. 4). Tidak mengikuti bazaar UMKM yang diselenggarakan oleh pemerintah, karena keterbatasan waktu luang. 5). Proses

pewarnaan, tergantung dengan cuaca yang terkadang panas atau hujan. Kalo hari hujan, pewarnaannya tidak kering dan bisa menyebabkan warnanya tidak timbul dan rusak. 6). Harga bahan baku, yang semakin naik membuat harga jual pun ikut naik. 7). Belum ekspor, karena kurangnya promosi terhadap produk Batik Istiqomah sehingga masyarakat tidak tau dengan Batik Istiqomah. 8). Warna kurang bagus, hal ini disebabkan pada proses penjemuran batik cuaca tidak mendukung atau hujan yang membuat warna pada batik tidak kering dan menyebabkan warnanya tidak timbul dan rusak. 9). Packaging, Batik Istiqomah masih menggunakan kantung plastik biasa yang tidak ada label usahanya.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti menyimpulkan bahwa analisis SWOT terhadap kelemahan menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional adalah modal yang masih sedikit, tidak bermitra dengan toko batik di pusat kota, tidak memanfaatkan *e-commerce* sepenuhnya, tidak mengikuti bazaar UMKM, proses pewarnaan yang membuat warna kurang bagus, harga bahan baku yang semakin naik, dan packaging yang masih menggunakan kantung plastik biasa.

4.3.2.3. Analisis SWOT Terhadap Peluang Menjalankan Usaha Batik Istiqomah Secara Rasional

Menurut (Fatimah, 2016), peluang merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah perusahaan atau organisasi. Anda dapat mengetahui hal-hal eksternal mana yang dapat anda jadikan peluang dengan cara membandingkan analisis internal (*strengths dan weaknesses*) perusahaan atau organisasi anda dengan analisis internal dari kompetitor lain. Beberapa hal yang dapat anda jadikan peluang

perlu diranking berdasarkan *success probability* (kemungkinan berhasil), sehingga tidak semua peluang harus dicapai dalam target.

Adapun peluang kedepan yang dapat dirasakan dari menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional adalah: 1). Kualitas produk Batik Istiqomah yang menggunakan bahan katun halus sehingga nyaman dipakai dan ini membuat Batik Istiqomah banyak dicari oleh masyarakat. 2). Harga batik yang stabil. 3). Pemasaran melalui *e-commerce* dan menggunakan jasa endorse agar lebih banyak orang tau Batik Istiqomah dan tertarik untuk membelinya. 4). Produk batik yang berkualitas membuat Batik Istiqomah mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya. 5). Ekspor, jika pemasaran dilakukan dengan berbagai cara maka akan banyak yang mengenal Batik Istiqomah baik yang di luar daerah ataupun di luar negeri.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti menyimpulkan bahwa analisis SWOT terhadap peluang menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional adalah kualitas produk yang bagus membuat Batik Istiqomah banyak dicari oleh masyarakat, harga batik yang stabil, pemasaran melalui *e-commerce* dan menggunakan jasa endorse, Produk batik yang berkualitas membuat Batik Istiqomah mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya, dan berpotensi mengeksport ke luar daerah ataupun luar negeri.

4.3.2.4. Analisis SWOT Terhadap Ancaman Menjalankan Usaha Batik Istiqomah Secara Rasional

Menurut (Fatimah, 2016), *threats* atau ancaman ini merupakan kebalikan dari peluang atau *opportunities*. Ancaman merupakan kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman dapat meliputi hal-hal dari lingkungan yang tidak menguntungkan bagi sebuah

organisasi. Apabila ancaman tidak segera ditanggulangi maka dapat berakibat dampak berkepanjangan sehingga menjadi sebuah penghalang atau penghambat tercapainya visi dan misi sebuah organisasi atau perusahaan. Ancaman bisa dilihat dari tingkat keparahan pengaruhnya (*seriousness*) dan kemungkinan terjadinya (*probability of occurrence*). Adapun ancaman yang dirasakan dari menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional adalah: 1). Kompetitor yang menjual batik dengan harga yang lebih murah dari pasaran. 2). Munculnya pengrajin batik baru dengan modal yang lebih besar. 3). Pengrajin batik lain dengan packaging yang lebih menarik. 4). Motif terbaru, sulit untuk menemukan ide baru karena dalam memikirkan ide motif ini di Batik Istiqomah hanya bapak Ngadiman saja.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti menyimpulkan bahwa analisis SWOT terhadap ancaman menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional adalah kompetitor yang menjual batik dengan harga yang lebih murah, munculnya pengrajin batik baru dengan modal yang lebih besar, Pengrajin batik lain dengan packaging yang lebih menarik, dan sulit untuk menemukan ide baru tentang motif.

4.3.2.5. Analisis SWOT dengan Strategi SO (*Strenght-Opportunity*)

Terhadap Rasionalitas Ekonomi Pelaku Usaha Batik Istiqomah dalam Menjalankan Usahanya

Strategi SO merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Istiqomah & Andriyanto, 2017). Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki organisasi (Alexandro et al., 2020).

Dalam menganalisis keberlangsungan usaha Batik Istiqomah, penting untuk mempertimbangkan strategi SO (*Strengths-Opportunities*) dalam kerangka analisis SWOT. Strategi ini menyoroti kekuatan internal perusahaan dan peluang eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja ekonomi secara rasional. Dengan memperhatikan keunggulan internal dan peluang di pasar, Batik Istiqomah dapat merumuskan strategi yang efektif untuk menjaga daya saingnya dan mencapai keberhasilan dalam menjalankan usahanya secara berkelanjutan.

Adapun kombinasi *strenghts* dan *opportunities* (SO) terdapat dua alternatif strategi terhadap rasionalitas ekonomi pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya. *Pertama*, meningkatkan kualitas bahan dan warna batik. Strategi ini diperoleh dari kekuatan (*strenghts*) yaitu memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang terbaik dari produksi usaha batik ini. Karena produk batik yang berkuliatas akan mampu bersaing dengan produk batik yang lain yang dikombinasikan dengan peluang (*opportunities*) yaitu peluang mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya dengan memproduksi batik yang berkualitas. *Kedua*, memaksimalkan promosi melalui media sosial dan *e-commerce* dengan harga yang terjangkau dan memberikan potongan harga pada konsumen. Strategi ini diambil dari kekuatan yaitu harga yang ditawarkan terjangkau sehingga kalangan menengah kebawah pun bisa membelinya dan memberikan potongan harga disetiap pembelian batik dalam jumlah yang banyak dengan peluang untuk adanya kegiatan ekspor ke luar daerah atau bahkan ke luar negeri jika pemasaran dilakukan dengan berbagai cara sehingga banyak yang mengenal Batik Istiqomah.

4.3.2.6. Analisis SWOT dengan Strategi WO (*Weakness-Opportunity*) Terhadap Rasionalitas Ekonomi Pelaku Usaha Batik Istiqomah dalam Menjalankan Usahanya

Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada (Istiqomah & Andriyanto, 2017). Strategi ini diterapkan pada saat adanya peluang yang dimiliki perusahaan guna mengatasi ancaman usaha (Alexandro et al., 2020).

Dalam penelitian ini menggunakan Analisis SWOT khususnya dengan fokus pada strategi WO (*Weakness-Opportunity*) dan bagaimana penerapannya terhadap rasionalitas ekonomi Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya. Dengan memahami dengan baik kelemahan internal yang dimiliki perusahaan dan peluang eksternal yang tersedia, Batik Istiqomah dapat mengambil langkah-langkah strategis yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja bisnisnya dan tetap bersaing di pasar yang kompetitif.

Pada kombinasi *Weakness* dan *Opportunity* (WO) terhadap tiga (3) alternative strategi rasionalitas ekonomi pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya. *Pertama*, mencari investor yang dapat membantu proses pengembangan usaha Batik Istiqomah. Alternatif strategi ini muncul dari unsur *Weaknesses* yaitu terbatasnya modal dalam proses produksi seperti dalam hal packaging yang masih menggunakan kantong plastik biasa dan pada saat ini harga bahan baku yang semakin naik. Dengan kombinasi *Opportunities* yakni peluang dalam mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya dengan mempertahankan kualitas produk yang nyaman saat dipakai. *Kedua*, menjalin kerjasama dengan toko batik yang berada di pusat kota dan memperluas jangkauan pemasaran. Alternatif

strategi yang kedua ini muncul dari kombinasi unsur *Weaknesses* yaitu tidak bermitra lagi dengan toko-toko batik yang ada di pusat kota dengan unsur *Opportunities* yaitu jangkauan pemasaran yang lebih luas dan banyak yang mengenal Batik Istiqomah. *Ketiga* yaitu meningkatkan kualitas bahan dan warna batik. Hal ini didapat dari unsur *Weaknesses* yang dimiliki Batik Istiqomah yakni proses pewarnaan tergantung dengan cuaca yang terkadang panas atau hujan. Pada saat musim hujan, pewarnaannya kurang bagus dan bisa menyebabkan warnanya tidak timbul atau rusak.

4.3.2.7. Analisis SWOT dengan Strategi ST (*Strenght-Threath*) Terhadap Rasionalitas Ekonomi Pelaku Usaha Batik Istiqomah dalam Menjalankan Usahanya

Strategi ST adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman (Halim et al., 2018). Dalam pemaparan Analisis SWOT dengan fokus pada strategi ST (*Strength-Threat*) terhadap rasionalitas ekonomi Pelaku Usaha Batik Istiqomah, perlu dipertimbangkan kekuatan internal yang dimiliki perusahaan serta ancaman eksternal yang mungkin memengaruhi kinerja bisnisnya.

Memanfaatkan keunggulan internal seperti kualitas produk dan reputasi merek yang kuat, Batik Istiqomah dapat menanggulangi ancaman seperti persaingan yang ketat di pasar atau perubahan tren konsumen. Melalui strategi ST ini, perusahaan dapat mengoptimalkan peluang dan mengatasi tantangan dalam menjalankan usahanya dengan lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan rasionalitas ekonomi dan keberlangsungan bisnisnya.

Strategi ini diterapkan dimana kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang mungkin dapat dihadapi Batik Istiqomah. Terdapat dua alternatif strategi terhadap rasionalitas ekonomi pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya. *Pertama*, menggunakan bahan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau dan adanya potongan harga. Strategi pertama ini diperoleh dari kombinasi unsur *strenghts* memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas yang terbaik dari produksi usaha batik ini. Karena produk batik yang berkuliatas akan mampu bersaing dengan produk batik yang lain. Selain itu, didapat dari kombinasi unsur *threats* yaitu ancaman adanya kompetitor yang menjual batik dengan harga yang lebih murah. *Kedua*, memadukan garis, bentuk yang unik terkait ciri khas Jambi kemudian dipadukan dengan warna yang cocok sehingga hasilnya bagus. Strategi ini muncul setelah dilakukan matriks SWOT dari masing-masing unsur *strenghts* berupadalam proses pewarnaan menggunakan warna alamdan *threats* berupa sulitnya menumakan motif baru.

4.3. 2. 8. Analisis SWOT dengan Strategi WT (*Weakness-Threath*) Terhadap Rasionalitas Ekonomi Pelaku Usaha Batik Istiqomah dalam Menjalankan Usahanya

Strategi WT adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Halim et al., 2018). Strategi ini diterapkan saat perusahaan harus mampu mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan agar terhindar dari ancaman usaha yang akan dihadapi (Alexandro et al., 2020).

Dalam mempertimbangkan Analisis SWOT dengan fokus pada strategi WT (*Weakness-Threats*) terhadap rasionalitas ekonomi Pelaku Usaha Batik Istiqomah,

perlu diperhatikan kelemahan internal yang dimiliki perusahaan serta ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja bisnisnya. Dengan mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan internal seperti kurangnya akses pasar atau keterbatasan sumber daya, Batik Istiqomah dapat lebih siap menghadapi ancaman seperti persaingan yang ketat atau perubahan regulasi industri. Dengan menerapkan strategi WT ini secara efektif, perusahaan dapat meminimalkan dampak negatif dari ancaman eksternal dan memperkuat rasionalitas ekonomi untuk menjaga kelangsungan bisnisnya.

Pada kombinasi *weaknesses* dan *threats* terdapat dua alternative strategi pada rasionalitas ekonomi pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya. *Pertama*, menjalin kerja sama dengan toko batik yang ada di pusat kota dan meningkatkan cara pemasaran. Alternatif strategi ini muncul dari unsur *weaknesses* yaitu tidak bermitra lagi dengan toko batik A di kota serta kurangnya relasi dengan pemilik toko-toko batik yang ada di pusat kota dan *threats* yaitu munculnya pengrajin batik baru. Kedua, meningkatkan kualitas produk batik. Hal ini muncul dikarenakan kombinasi unsur *weaknesses* yaitu proses pewarnaan tergantung dengan cuaca yang terkadang panas atau hujan. Pada saat musim hujan, pewarnaannya kurang bagus dan bisa menyebabkan warnanya tidak timbul atau rusak dan unsur *threats* yaitu ancaman adanya pengrajin batik baru dengan produk batik yang berkualitas.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilaksanakan di Olak Kemang, Jambi Kota Seberang mengenai rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah terhadap materealistis adalah Batik Istiqomah memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan batik lainnya. Batik Istiqomah memiliki ciri khas yang terletak pada kualitas, warna dan motif. Harga yang ditawarkan juga sangat terjangkau dan sesuai dengan kualitas produknya. Rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah terhadap nilai ekonomis adalah harga batik yang relatif stabil. Saat ini batik memiliki nilai ekonomi yang tinggi sehingga memiliki potensi untuk di ekspor ke luar daerah ataupun ke luar negeri. Hal ini dapat mengembangkan usaha dan mensejahterakan pengrajin batik. Rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik Istiqomah terhadap memaksimalkan keuntungan adalah memproduksi batik yang banyak dicari oleh konsumen atau sesuai dengan trend pasar sehingga pendapatan dan keuntungan yang diterima meningkat. Untuk memaksimalkan keuntungan, pemasaran produk Batik Istiqomah tidak hanya dilakukan dari mulut ke mulut tetapi dengan mempromosikannya di agar lebih banyak yang mengenal produk Batik Istiqomah.
- 2) Hasil analisis SWOT rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha menjalankan usahanya meliputi kekuatan yaitu menggunakan bahan yang berkualitas, warna tidak mudah luntur, memberikan potongan harga kepada konsumen disetiap

pembelian batik dalam jumlah yang banyak, menggunakan warna alami, harga yang terjangkau, dan mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya, dengan memproduksi batik yang berkualitas dan sesuai dengan trend pasar sehingga Batik Istiqomah tidak kalah saing dengan pengrajin batik lainnya. Kelemahan menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional yaitu biaya yang menjadi masalah utama dalam proses produksi, tidak bermitra lagi dengan toko batik yang ada di pusat kota, tidak memanfaatkan *e-commerce* sepenuhnya, tidak mengikuti bazaar UMKM, proses pewarnaan tergantung dengan cuaca, harga bahan baku yang semakin naik, belum adanya ekspor, warna kurang bagus, dan packaging masih menggunakan kantung plastik biasa yang tidak ada label usahanya. Peluang dalam menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional yaitu kualitas produk Batik Istiqomah yang menggunakan bahan katun halus sehingga nyaman dipakai dan ini membuat Batik Istiqomah banyak dicari oleh masyarakat, harga batik yang stabil, pemasaran melalui *e-commerce* dan menggunakan jasa endorse agar lebih banyak orang tau Batik Istiqomah dan tertarik untuk membelinya, produk batik yang berkualitas membuat Batik Istiqomah mampu bersaing dengan pengrajin batik lainnya, dan adanya ekspor, jika pemasaran dilakukan dengan berbagai cara maka akan banyak yang mengenal Batik Istiqomah baik yang di luar daerah ataupun di luar negeri. Ancaman dalam menjalankan usaha Batik Istiqomah secara rasional yaitu kompetitor yang menjual batik dengan harga yang lebih murah dari pasaran, munculnya pengrajin batik baru dengan modal yang lebih besar, pengrajin batik lain dengan packaging yang lebih menarik, dan sulit untuk menemukan ide baru

karena dalam memikirkan ide motif ini di Batik Istiqomah hanya bapak Ngadiman saja.

Strategi yang digunakan dalam rasionalitas ekonomi pelaku usaha Batik Istiqomah dalam menjalankan usahanya yaitu strategi SO yang meliputi meningkatkan kualitas bahan dan warna batik serta memaksimalkan promosi melalui media sosial dan *e-commerce* dengan harga yang terjangkau dan memberikan potongan harga. Strategi WO yaitu meliputi mencari investor yang dapat membantu proses pengembangan usaha Batik Istiqomah, menjalin kerjasama dengan toko batik yang berada di pusat kota dan memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kualitas bahan dan warna batik. Strategi ST yaitu menggunakan bahan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau dan adanya potongan harga dan memadukan warna yang cocok dengan motif sehingga hasilnya bagus. Strategi WT meliputi yaitu bermitra dengan toko batik di kota dan meningkatkan cara pemasaran serta meningkatkan kualitas produk batik.

5.2 Saran

1) Bagi Pengusaha Batik:

- Terus tingkatkan kualitas produk batik Anda dengan memperhatikan detail dan inovasi desain yang menarik untuk menarik minat konsumen.
- Pertimbangkan untuk memperluas jangkauan pasar Anda dengan memanfaatkan *platform e-commerce* dan media sosial untuk memperluas cakupan pemasaran.
- Jalin kerja sama dengan desainer lokal atau komunitas seni untuk menciptakan kolaborasi yang kreatif dan unik dalam desain batik Anda.

2) Bagi Masyarakat

- Dukung pengusaha batik lokal dengan memilih untuk membeli produk batik dari produsen lokal, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan mempertahankan keberlangsungan warisan budaya.
- Kenali nilai dan keindahan batik sebagai bagian dari identitas budaya Indonesia, dan ajak generasi muda untuk menghargai serta mempelajari lebih dalam tentang sejarah dan proses pembuatan batik.

3) Bagi Generasi Muda:

- Pelajari dan apresiasi keunikan dan keindahan batik sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia dengan mengikuti workshop atau kursus pembuatan batik.
- Jadilah pelopor dalam mempopulerkan kembali penggunaan batik dalam gaya berpakaian sehari-hari, dengan menciptakan tren dan gaya yang segar dan modern dengan menggunakan batik.
- Dukung pengusaha batik lokal dengan memilih produk batik dari produsen lokal dan berpartisipasi dalam kegiatan yang mendukung pelestarian dan promosi batik.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. H., Utama, J. Y., & Suprpto. (2020). Analisis Tindakan Sosial Max Weber Dalam Pola Dukungan Politik Kyai Musta'in Romly Terhadap Pengembangan Pesantren. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Majapahit Policy*, 1(1), 1–10.
- Agatha, Ellen Mahendra. Claretta, D. (2023). *Program Pendayagunaan Masyarakat Pada Kegiatan LMI INNOVATION WEEKS 2023*. 3(1), 234–237.
- Alexandro, R., Putri, W. U., & Nurmawati, Y. (2020). *Analisis Swot pada Pemasaran Batik Benang Bintik Lestari Indah Palangka Raya*. 8(1), 71–79.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep & Strategi*. Rajawali Perss.
- Dewi, F. N. S. W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. UB Press.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Gumanti, T. A. Y. & S. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Mitra Wacana Media.
- Gunawan, I. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori & Praktik*. Bumi Aksara
- Halim, M. H. A. (2018). *STRATEGI PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KABUPATEN SELUMA*. 8, 225–236.
- Hidayat, R. (2016). Rasionalitas: Overview terhadap Pemikiran dalam 50 Tahun Terakhir. *Buletin Psikologi*, 24(2), 101–122.
<https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.26772>
- Isfandiar, A. A. (2015). Melacak Teori Rasionalitas Ekonomi berbasis Islamic

- Ethics. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 23.
<https://doi.org/10.18326/muqtasid.v6i2.23-41>
- Istiqomah & Andriyanto, I. (2017). *Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus)*. 5(2), 363–382.
- Karim, A. A. (2015). *Ekonomi Mikro Islam*. Grafindo Persada.
- Khairinal. (2018). *Penelitian Kualitatif*. Salim Media Indonesia.
- Mawardi, D. (2021). *Kebanggaan Indonesia Batik Menjadi Warisan Dunia*. Epigraf Komunikata Prima.
- Mayasari, M. (2021). Rasionalitas dan Moralitas dalam Pembelajaran Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 21(2), 795.
<https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i2.1566>
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mutiari, I. R., Sumarti, T., & Satria, A. (2018). Tindakan Rasional dan Strategi Berjejaring Rumah Tangga Nelayan Kecil. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 6(1), 32–39.
- Ngasifudin, M. (2018). Rasionalitas dalam Ekonomi Islam. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 7(2), 111. [https://doi.org/10.21927/jesi.2017.7\(2\).111-119](https://doi.org/10.21927/jesi.2017.7(2).111-119)
- Pricila, Anggena. Ulfah, Maria. Basri, M. (2013). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya Terhadap Rasionalitas Ekonomi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 2(3), 282.
- Priyatni, E. T. et al. (2020). *Pemanfaatan NVivo dalam Penelitian Kualitatif: NVivo untuk Kajian Pustaka, Analisis Data, dan Triangulasi*. Universitas Negeri

Malang.

Rahman, M. A. (2016). *Teori Segitiga Ekonomi: Teori Fundamental Ekonomi*.

Garudhawaca.

Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia

Pustaka Utama.

Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif Ahmad Rijali UIN Antasari Banjarmasin*.

17(33), 81–95.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. PT Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, F. (2017). *Management Mewujudkan Layanan Prima*. CV. Andi Offset.

WD Tuti, R. (2020). Analisis Implementasi Kebijakan Work From Home Pada

Kesejahteraan Driver Transportasi Online di Indonesia. *Transparansi : Jurnal*

Ilmiah Ilmu Administrasi, 3(1), 73–85.






<https://doi.org/10.31334/transparansi.v3i1.890>

Widokarti, Joko Rizkie. Priansa, D. J. (2019). *Konsumen, Pemasaran, Komunikasi*





Kontemporer. Pustaka Setia.

LAMPIRAN

Lampiran 1 LEMBARAN OBSERVASI PENELITIAN

| | | |
|--|--|-----------------|
|  | <p>KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI UNIVERSITAS JAMBI FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN Kampus Pinang Masak Jalan Raya Jambi – Ma. Bulian, KM. 15, Mendalo Indah, Jambi Kode Pos. 36361, Telp. (0741)583453 Laman. www.fkip.unja.ac.id Email. fkip@unja.ac.id</p> | |
| Nomor | : 4069/UN21.3/DL.16/2023 | 19 Oktober 2023 |
| Hal | : Pemohonan Izin Observasi | |
| <p>Yth. Pengelola Batik Istiqomah Sebrang Kota Jambi di- Tempat</p> | | |
| <p>Dengan hormat, Dengan ini diberitahukan kepada Saudara, bahwa mahasiswa kami atas nama:</p> | | |
| Nama | : Della Haryanti | |
| NIM | : A1A120026 | |
| Program Studi | : Pendidikan Ekonomi | |
| Jurusan | : Ilmu Pendidikan | |
| Dosen Pembimbing Skripsi | : 1. Prof. Dr. Dra. Muazza, M.Si. 2. Dr. Mayasari, S.Pd., M.Pd. | |
| <p>akan melaksanakan observasi guna untuk penyusunan tugas akhir yang berjudul: ”Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang”.</p> | | |
| <p>Untuk itu, kami mohon kepada Saudara untuk dapat mengizinkan mahasiswa tersebut mengadakan observasi ditempat yang Saudara pimpin.</p> | | |
| <p>Observasi akan dilaksanakan pada hari, 22 Oktober s.d 13 November 2023</p> | | |
| <p>Demikian atas bantuan dan kerjasamanya di ucapkan terima kasih</p> | | |
| <p>a.n. Dekan Wakil Dekan BAKSI,</p> | | |
| <p> Della Sartika, S.S., M.I.T.S., Ph.D NIP.198110232005012002</p> | | |
| <p></p> | | |
| <p> </p> | | |

Lampiran 2 LEMBAR PENELITIAN

| | | |
|--|---|------------------|
|  | KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI | |
| | UNIVERSITAS JAMBI | |
| FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN | | |
| Kampus Pinang Masak Jalan Raya Jambi – Ma. Bulian, KM. 15, Mendalo Indah, Jambi Kode Pos. 36361, Telp. (0741)583453 Laman. www.fkip.unja.ac.id Email. fkip@unja.ac.id | | |
| Nomor | : 4782/UN21.3/PT.01.04/2023 | 28 November 2023 |
| Hal | : Permohonan Izin Penelitian | |
| Yth. Pengelola Batik Istiqomah | | |
| Di Tempat | | |
| Dengan hormat, Dengan ini diberitahukan kepada Saudara, bahwa mahasiswa kami atas nama | | |
| Nama | : Della Haryanti | |
| NIM | : A1A120026 | |
| Program Studi | : Pendidikan Ekonomi | |
| Jurusan | : PIPS | |
| Dosen Pembimbing Skripsi | : 1. Prof. Dr. Dra. Muazza, M.Si 2. Dr. Mayasari, M.Pd. | |
| akan melaksanakan penelitian guna penyusunan Skripsi yang berjudul: “Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang” | | |
| Berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diizinkan melakukan penelitian ditempat yang Saudara pimpin dari tanggal 30 November s/d 10 Desember 2023 | | |
| Demikian atas bantuan dan kerjasamanya di ucapkan terima kasih | | |
| Wakil Dekan BAKSI,  Della Sartika, S.S., M.ITS., Ph.D NIP.198110232005012002 | | |
|   | | |

Lampiran 3 PEDOMAN WAWANCARA

PERMOHONAN WAWANCARA PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu

Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka untuk menyelesaikan skripsi pada Program Studi S-1 Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i, agar berkenan untuk membantu saya memberikan jawaban atas pertanyaan wawancara yang telah saya buat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang”.

Setiap jawaban/informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan akan sangat membantu penelitian ini. Bapak/Ibu/Saudara/i berhak untuk memberikan opini secara bebas sesuai dengan apa yang ada pada perusahaan. Informasi yang didapatkan akan digunakan dengan sebaik-baiknya hanya untuk kepentingan penelitian saja.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas kerjasama dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi form wawancara ini, saya ucapkan terima kasih.

Jambi, Desember 2023

Della Haryanti

Lampiran 4 FORMULIR WAWANCARA PENELITIAN

1. Formulir Wawancara Informan Pertama

Nama : Ngadiman

Jabatan : Pemilik Usaha Batik Istiqomah

| Rumusan Masalah | Indikator | Analisis SWOT | Pertanyaan |
|--|--------------------------|---------------|--|
| Bagaimana rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik istiqomah dalam menjalankan usahanya? | Materialistis | S | Apakah Bapak memproduksi Batik dengan bahan yang berkualitas? |
| | | W | Apa saja yang menjadi kendala dalam proses produksi batik? |
| | | O | Apakah produk Batik Istiqomah ini memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan produk batik lainnya? |
| | | T | Bagaimana cara Bapak menyikapi banyaknya pengrajin batik baru pada saat ini? |
| | Memiliki Nilai Ekonomis | S | Apakah harga jual Batik Istiqomah sesuai dengan harga pasaran batik tersebut? |
| | | W | Apa yang menjadi kendala Bapak dalam menentukan harga jual? |
| | | O | Apakah harga Batik Istiqomah terjangkau? |
| | | T | Bagaimana Bapak menyikapi banyaknya kompetitor yang menjual produk batik dengan harga yang lebih murah? |
| | Memaksimalkan Keuntungan | S | Apakah Bapak memproduksi batik yang banyak dicari oleh konsumen? |
| | | W | Apa yang menjadi kendala dalam pemasaran produk Batik Istiqomah? |
| | | O | Untuk meningkatkan pendapatan, apakah Bapak bermitra dengan toko-toko Batik Jambi yang ada di pusat Kota? |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | | T | Apa yang Bapak lakukan saat terjadi perubahan harga bahan baku yang semakin naik? |
|--|--|---|---|

2. Formulir Wawancara Informan Kedua

Nama : Fitri

Jabatan : Pemilik Usaha Batik Istiqomah

| Rumusan Masalah | Indikator | Analisis SWOT | Pertanyaan |
|--|--------------------------|---------------|--|
| Bagaimana rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik istiqomah dalam menjalankan usahanya? | Materialistis | S | Apakah Ibu menyediakan stok Batik dalam jumlah yang banyak? |
| | | W | Produk seperti apa yang kurang diminati konsumen? |
| | | O | Apa yang membedakan produk Batik Istiqomah ini dengan produk batik lainnya? |
| | | T | Bagaimana cara mengatasi banyaknya pengrajin batik baru yang menjual produk batik dengan kualitas yang lebih baik? |
| | Memiliki Nilai Ekonomis | S | Apakah harga jual Batik Istiqomah relatif stabil? |
| | | W | Apakah Ibu pernah memberi diskon kepada konsumen? |
| | | O | Apakah Ibu pernah melakukan ekspor produk Batik Istiqomah? |
| | | T | Bagaimana jika harga yang ditawarkan Batik Istiqomah lebih mahal dibandingkan dengan yang lainnya? |
| | Memaksimalkan Keuntungan | S | Apakah Ibu menjual kain ataupun Baju batik sesuai dengan trend pasar? |
| | | W | Menurut Ibu, dari beberapa pelanggan adakah yang sering menawar harga batik dari harga yang aslinya? Jika ada bagaimana sikap Ibu menghadapi hal tersebut? |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | O | Untuk meningkatkan penjualan, apakah Ibu mempromosikan produk Batik Istiqomah melalui <i>e-commerce</i> seperti shopee, instagram dan lainnya? |
| | | T | Bagaimana cara agar pelanggan tidak berpaling disaat banyaknya pengrajin batik yang menjual produk batik dengan harga yang sama? |

3. Formulir Wawancara Informan Ketiga

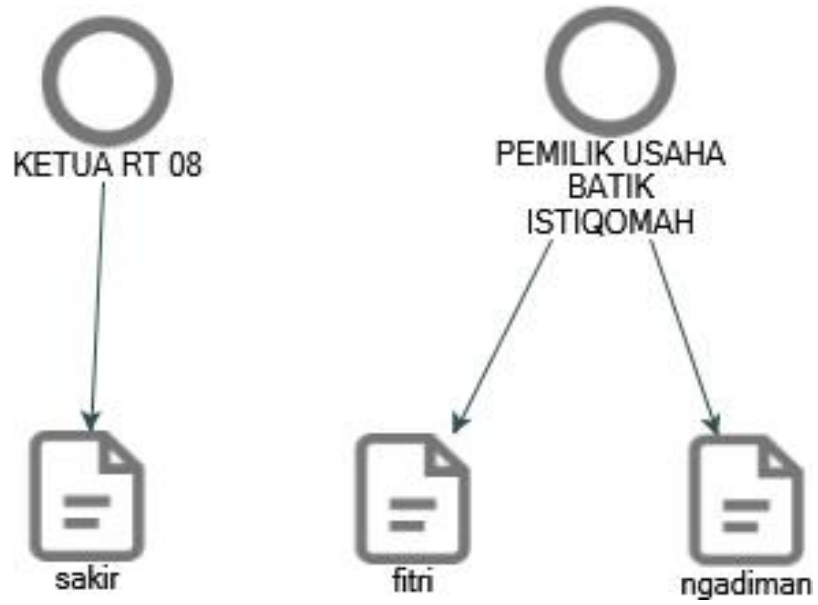
Nama : Sakir

Jabatan : Ketua RT 08

| Rumusan Masalah | Indikator | Analisis SWOT | Pertanyaan |
|--|-------------------------|---------------|--|
| Bagaimana rasionalitas ekonomi pada pelaku usaha Batik istiqomah dalam menjalankan usahanya? | Materialistis | S | Apakah Bapak pernah membeli produk Batik Istiqomah? |
| | | W | Apakah Bapak pernah mendapatkan potongan harga ketika membeli produk Batik Istiqmah? |
| | | O | Menurut Bapak, apakah harga yang ditawarkan oleh pemilik Batik Istiqomah ini terjangkau? |
| | | T | Apakah Bapak akan membeli jaket batik ataupun blezer batik ditempat lain? Jika di Batik Istiqomah tidak tersedia |
| | Memiliki Nilai Ekonomis | S | Menurut Bapak, apa yang menjadi daya tarik untuk membeli produk Batik Istiqomah? |
| | | W | Apakah Bapak, apa kekurangan dari produk Batik Istiqomah? |
| | | O | Apakah kualitas produk Batik Istiqomah ini sesuai dengan harga yang ditawarkan? |
| | | T | Apakah Bapak tetap membeli produk Batik Istiqomah jika harganya lebih mahal dibandingkan dengan yang lain? |

| | | | |
|--|--------------------------|---|---|
| | Memaksimalkan Keuntungan | S | Apakah Bapak membeli produk Batik Istiqomah karena harganya terjangkau? |
| | | W | Apakah kekurangan dalam packaging produk Batik Istiqomah ini? |
| | | O | Menurut Bapak, apakah produk Batik Istiqomah tidak mudah luntur? |
| | | T | Apa saran agar kualitas produk Batik Istiqomah tetap terjaga dan lebih baik lagi? |

Lampiran 5 DAFTAR NAMA INFORMAN



Lampiran 6 HASIL WAWANCARA

1. Identitas Informan Pertama

Nama : Ngadiman

Inisial : N

Jabatan : Pemilik Usaha Batik Istiqomah

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|---|
| Apakah Bapak memproduksi Batik dengan bahan yang berkualitas? | Dalam usaha batik saya ini, saya memaksimalkan untuk memberikan kualitas yang terbaik dari produksi usaha batik ini. karena produk batik yang berkualitas akan mampu bersaing dengan produk batik yang lain. Untuk itu dalam menunjang proses produksi batik yang berkualitas juga di pengaruhi oleh ketersediaan bahan baku pun selalu cukup, keterlibatan tenaga kerja yang terampil. |
| Apa saja yang menjadi kendala dalam proses produksi batik? | Biaya menjadi hal utama dalam permasalahan produksi batik dan proses pewarnaan yang tergantung dengan cuaca yang terkadang panas atau hujan. Kalo hari hujan, pewarnaannya tidak kering dan bisa menyebabkan warnanya tidak timbul dan rusak |
| Apakah produk Batik Istiqomah ini memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan dengan produk batik lainnya? | Yang membedakannya Batik Istiqomah dengan batik yang lainnya ialah terdapat pada unsur warna dan motif. Warna di Batik Istiqomah ini menggunakan warna natural yang terbuat dari bahan alami, sehingga menimbulkan keindahan tersendiri pada warnanya. |
| Bagaimana cara Bapak menyikapi banyaknya pengrajin batik baru pada saat ini? | Dengan mempertahankan mutu dan kualitas produk agar dapat bersaing dengan pengrajin yang lain dan konsumen tidak berpaling dari produk Batik Istiqomah ini. |
| Apakah harga jual Batik Istiqomah sesuai dengan harga pasaran batik tersebut? | Harga Batik Istiqomah ini sesuai dengan harga pasaran batik pada umumnya dan harga yang ditawarkan pun terjangkau, sehingga para konsumen juga bisa melihat harga sesuai dengan kualitas batik. |
| Apa yang menjadi kendala Bapak dalam menentukan harga jual? | Harga bahan baku yang semakin naik membuat harga jual pun ikut naik dan harus survei harga kompetitor untuk mengetahui rata-rata harga dari pengrajin batik lainnya. Terkadang tinggi rendahnya harga batik dapat |

| | |
|---|---|
| | mempengaruhi masyarakat untuk membeli atau tidak batik tersebut. |
| Apakah harga Batik Istiqomah terjangkau? | Harganya terjangkau bagi semua kalangan |
| Bagaimana Bapak menyikapi banyaknya kompetitor yang menjual produk batik dengan harga yang lebih murah? | Untuk menyikapi banyaknya kompetitor yang menjual produk batik dengan harga yang lebih murah dengan mempertahankan kualitas bahan dan warna. Walaupun ada yang menjual dengan harga yang murah pasti ada kendala seperti bahan yang kasar dan warna yang mudah luntur. Walaupun harga batik istiqomah mahal karena ada harga, ada kualitas dan juga tetap menjaga kepercayaan pelanggan yang sering membeli batik di kami |
| Apakah Bapak memproduksi batik yang banyak dicari oleh konsumen? | Produksi batik kami termasuk produksi batik yang banyak di cari oleh konsumen seperti dengan memproduksi batik dengan warna hitam dan merah dengan motif batanghari dan angso duo. |
| Apa yang menjadi kendala dalam pemasaran produk Batik Istiqomah? | Orang yang beli tidak ada dikarenakan belum memanfaatkan <i>e-commerce</i> dalam memasarkan produk batik dan juga tidak mengikuti bazar UMKM sehingga masyarakat tidak tau dengan Batik Istiqomah ini. |
| Untuk meningkatkan pendapatan, apakah Bapak bermitra dengan toko-toko Batik Jambi yang ada di pusat Kota? | Dulu pernah bermitra dengan toko batik Jambi yang ada di pusat kota, tetapi sekarang tidak lagi, karena usaha yang bermitra dengan batik iistiqomah dulu sudah pindah tangan pelaku usaha sehingga untuk saat ini tidak lagi bermitra |
| Apa yang Bapak lakukan saat terjadi perubahan harga bahan baku yang semakin naik? | Saat bahan baku batik ini naik kami tentunya akan mengikuti harga bahan dasarnya karena membuat batik ini bukan hanya dilihat dari motif saja tetapi bahan bakunya juga mempengaruhi harga pasaran, jika harga bahan baku naik dijual dengan harga yang sama dengan sebelumnya maka terjadi kerugian, hal tersebut bisa membuat usaha batik ini mengalami kerugian dan tidak ada keuntungan. |

2. Identitas Informan Kedua

Nama : Fitri

Inisial : F

Jabatan : Pemilik Usaha Batik Istiqomah

| Pertanyaan | Jawaban |
|--|--|
| Apakah Ibu menyediakan stok batik dalam jumlah yang banyak? | Untuk penyediaan stok batik di usaha kami biasanya selalu menyediakan stok batik yang banyak agar konsumen yang datang dan ingin batik yang sudah jadi tanpa menunggu waktu yang lama dan mempunyai beragam pilihan. |
| Produk seperti apa yang kurang diminati konsumen? | Untuk produk batik yang kurang diminati oleh para konsumen itu biasanya Produk yang berkualitas kurang bagus seperti produk yang berbahan kasar dan dalam proses pewarnaan pun untuk penyerapan warnanya kurang bagus, karena biasanya konsumen sangat detail dalam memilih kualitas batik jadi dalam pembuatan batik benar – benar diperhatikan mulai dari bahan dasar, kemudian perpaduan warna serta kualitas kontras pada warna batik. |
| Apa yang membedakan produk Batik Istiqomah ini dengan produk batik lainnya? | Di Batik Istiqomah ini kami menggunakan bahan yang berkualitas dan warna di Batik Istiqomah ini menggunakan warna natural yang terbuat dari bahan alami dan warnanya tidak mudah luntur. Dari zaman dahulu hingga sekarang kami tetap mempertahankan kualitas batik agar tidak melunturkan ciri khas dari batik iqtiqomah itu sendiri. |
| Bagaimana cara mengatasi banyaknya pengrajin batik baru yang menjual produk batik dengan kualitas yang lebih baik? | Dengan tetap memproduksi batik yang berkualitas dan mempertahankan ciri khas dari Batik Istiqomah itu sendiri, kemudia menjalin hubungan baik dengan konsumen terdahulu yang pernah memberik dibatik kami. Hal ini dilakukan agar tetap dicari oleh masyarakat. |
| Apakah harga jual Batik Istiqomah relatif stabil? | Iya harga Batik Istiqomah selalu stabil karena ikut standar pasaran yang ada |
| Apakah Ibu pernah memberi diskon kepada konsumen? | Itu pasti apalagi untuk konsumen yang memesan dalam jumlah banyak dan juga pelanggan yang sudah lama berlangganan membeli Batik Istiqomah ini. |
| Apakah Ibu pernah melakukan ekspor produk Batik Istiqomah? | Batik Istiqomah ini belum pernah melakukan kegiatan ekspor karena kurangnya strategi pemasaran seperti tidak berkecimpung di media sosial dan saat ini pun hanya melakukan pemasaran di dalam rumah |
| Bagaimana jika harga yang ditawarkan Batik Istiqomah lebih | Harga batik yang ditawarkan oleh pelaku b atik istiqomah sesuai dengan kualitasnya, Walaupun mahal tapi berkualitas, karena ada harga ada kualitas, karena untu para konsumen |

| | |
|--|---|
| mahal dibandingkan dengan yang lainnya? | yang sudah mengerti kualitas batik yang bagus dan nyaman di pakai tidak terk endala harga. |
| Apakah Ibu menjual kain ataupun Baju batik sesuai dengan trend pasar? | Untuk memenuhi target pasar tentunya kami slalu memproduksi batik sesuai tren atau sesuai model terkini. Hal tersebut dilakukan agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan produk tersebut akan berpotensi terjual lebih banyak. |
| Menurut Ibu, dari beberapa pelanggan adakah yang sering menawar harga batik dari harga yang aslinya? Jika ada bagaimana sikap Ibu menghadapi hal tersebut? | Pasti ada konsumen yang selalu menawar harga, mereka ingin harga murah tapi berkualitas. Saya menyikapinya dengan kalau mau beli yang murah, silahkan cari ditempat lain. Karena harga produk Batik Istiqomah ini sesuai dengan kualitasnya. |
| Untuk meningkatkan penjualan, apakah Ibu mempromosikan produk Batik Istiqomah melalui <i>e-commerce</i> seperti shopee, instagram dan lainnya? | Dalam proses pemasaran batik kami untuk saat ini, kamu mulai menggunakan <i>e-commers</i> seperti shopee, instagram dalam proses pemasaran, meskipun belum terlalu maksimal, ha tersebut mengakibatkan belum terdapat peningkatan pendapatan yang signifikan. |
| Bagaimana cara agar pelanggan tidak berpaling disaat banyaknya pengrajin batik yang menjual produk batik dengan harga yang sama? | Dengan tetap mempertahankan kualitas produk Batik Istiqomah ini. |

3. Identitas Informan Ketiga

Nama : Sakir

Inisial : S

Jabatan : Ketua RT 08

| Pertanyaan | Jawaban |
|---|---|
| Apakah Bapak pernah membeli produk Batik Istiqomah? | Saya pernah membeli produk Batik Istiqomah, karena waktu itu saya ada keperluan seragam keluarga kebetulan saya ingat sama Batik Istiqomah yang kualitasnya bagus dengan harga yang sesuaiilah dan banyak pilihan motif batiknya. |

| | |
|--|--|
| Apakah Bapak pernah mendapatkan potongan harga ketika membeli produk Batik Istiqomah? | Belum pernah, karena saya hanya membeli 1 baju batik. Mungkin kalau saya membeli dalam jumlah yang banyak akan diberikan potongan harga. |
| Menurut Bapak, apakah harga yang ditawarkan oleh pemilik Batik Istiqomah ini terjangkau? | Sangat terjangkau, kalangan menengah kebawah pun bisa membelinya. |
| Apakah Bapak akan membeli jaket batik ataupun blezer batik ditempat lain? Jika di Batik Istiqomah tidak tersedia | Iya saya akan membelinya ditempat lain. Karena ada kepuasan tersendiri ketika saya dapat membeli produk tersebut. |
| Menurut Bapak, apa yang menjadi daya tarik untuk membeli produk Batik Istiqomah? | Produk istiqomah ini bagus dan nyaman jika dipakai sehingga saya tertarik dan berlangganan. |
| Apakah Bapak, apa kekurangan dari produk Batik Istiqomah? | Kekurangannya yaitu pewarnaan yang kurang bagus. |
| Apakah kualitas produk Batik Istiqomah ini sesuai dengan harga yang ditawarkan? | Iya sesuai dengan harga yang ditawarkan. |
| Apakah Bapak tetap membeli produk Batik Istiqomah jika harganya lebih mahal dibandingkan dengan yang lain? | Saya tetap membeli kalau harganya sesuai dengan kualitas. Namun jika ada pengrajin yang menjual dengan harga yang lebih murah dan berkualitas, saya akan membeli pada pengrajin tersebut. |
| Apakah Bapak membeli produk Batik Istiqomah karena harganya terjangkau? | Saya membeli produk Batik Istiqomah ini karena harganya terjangkau dan kualitasnya juga bagus. |
| Apakah kekurangan dalam packaging produk Batik Istiqomah ini? | Untuk packagingnya masih menggunakan kantong plastik biasanya, seharusnya menggunakan kantong plastik yang ada label nama usahanya, hal ini merupakan kendala yang ada dalam proses pemasaran Batik Istiqomah. |
| Menurut Bapak, apakah produk Batik Istiqomah tidak mudah luntur? | Saya sudah sering membelinya dan produk Batik Istiqomah ini tidak mudah luntur. |
| Apa saran agar kualitas produk Batik Istiqomah tetap terjaga dan lebih baik lagi? | Dalam hal pewarnaan, tetap menggunakan warna yang alami dan tetap menggunakan bahan dasar yang berkualitas. |

Lampiran 7 FOTO WAWANCARA

1. Foto Bersama Bapak Ngadiman Pemilik Usaha Batik Istiqomah



2. Foto Bersama Ibu Fitri Pemilik Usaha Batik Istiqomah



3. Foto Bersama Bapak Sakir Ketua RT 08



Lampiran 8 FOTO KEGIATAN KKN-T



Lampiran 9 DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Della Haryanti dilahirkan di Sungai Puar pada tanggal 9 Juli 2001. Ia anak pertama dari dua bersaudara, pasangan Bapak Muhammad Fajri dan Ibu Suhadah. Ia pertama kali masuk pendidikan di SDN 24/I Sungai Puar pada tahun 2008 dan tamat pada tahun 2014, pada tahun yang sama ia melanjutkan pendidikan ke SMPN 32 Batanghari dan tamat pada tahun 2017. Setelah tamat di SMP, ia melanjutkan ke SMAN 7 Batanghari dan tamat pada tahun 2020.

Pada tahun 2020, ia melanjutkan pendidikan ke Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Program Studi Pendidikan Ekonomi merupakan pilihannya untuk menjadi seorang pendidik yang ingin berbagi ilmu, mencerdaskan dan memotivasi anak bangsa agar Indonesia lebih baik.

Dengan ketekunan, motivasi tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Ia telah berhasil menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia usaha dan pendidikan.

Akhir kata ia mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Analisis Rasionalitas Ekonomi pada Pelaku Usaha Batik Istiqomah di Kelurahan Olak Kemang Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang”**.