
ANALISIS TEKNO EKONOMI DAN PENGEMBANGAN *ECOPRINT* (PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA *ECOPRINT* TAPAK PATERA)

TECHNO-ECONOMIC ANALYSIS AND *ECOPRINT* DEVELOPMENT (*BLUE OCEAN STRATEGY* APPROACH TO TAPAK PATERA *ECOPRINT*)

Pipit Rospita Cahyaningsih*¹, Riantin Hikmah Widi², Abdul Mutolib³

^{1,2,3} Fakultas Pertanian, Universitas Siliwangi

*E-mail corresponding: pipitrospita6@gmail.com

Dikirim : 15 Maret 2024

Diperiksa : 17 Maret 2024

Diterima: 31 Mei 2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tekno ekonomi dan merumuskan alternatif strategi pada pengembangan usaha *ecoprint* Tapak Patera. Pendekatan penelitian menggunakan studi kasus dengan analisis secara campuran (*mix-method*), yaitu penggabungan metode kuantitatif dan kualitatif. Teknik penentuan responden menggunakan *purposive*. Penelitian ini dilakukan di Desa Linggajati, Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya. Alat analisis yang digunakan yaitu analisis Tekno Ekonomi, analisis SWOT dan *Blue Ocean Strategy*. Hasil analisis tekno ekonomi secara teknis pembuatan *ecoprint* masih menggunakan teknologi sederhana serta bahan baku yang digunakan mudah didapatkan. Secara ekonomi *ecoprint* Tapak Patera memiliki harga pokok produksi sebesar Rp139.797/kain untuk bahan kain primis dan Rp122.359/kain untuk kain rayon. Secara umum pendapatan yang diperoleh Tapak Patera pada tahun 2023 yaitu untuk *ecoprint* kain primis sebesar Rp4.045.373/tahun sedangkan untuk *ecoprint* kain rayon sebesar Rp1.820.076/tahun. Jadi secara ekonomi usaha Tapak Patera ini menguntungkan dan layak untuk dikembangkan karena R/C ratio > 1. Adapun alternatif strategi berdasarkan pendekatan *Blue Ocean Strategy* yaitu pengadaan diskon produk, wisata edukasi pembuatan *ecoprint*, pemasaran *online* dan promosi menarik

Kata kunci: *ecoprint*, tekno ekonomi, SWOT, *Blue Ocean Strategy*.

ABSTRACT

This research aims to analyze techno-economics and formulate alternative strategies for developing the Tapak Patera ecoprint business. The research approach uses case studies with mix-method analysis, namely combining quantitative and qualitative methods. The technique for determining respondents uses purposive. This research was conducted in Linggajati Village, Sukaratu District, Tasikmalaya Regency. The analytical tools used are Techno Economic analysis, SWOT analysis and Blue Ocean Strategy. The results of the techno-economic analysis technically make ecoprints still using simple technology and the raw materials used are easy to obtain. Economically, Tapak Patera ecoprint has a cost of production of IDR 139,797/fabric for primis fabric and IDR 122,359/fabric for rayon fabric. In general, the income that Tapak Patera will earn in 2023 is IDR 4,045,373/year for primis fabric ecoprints, while for rayon fabric ecoprints it will be IDR 1,820,076/year. So economically the Tapak Patera business is profitable and feasible to develop because the R/C > 1. The alternative strategies based on the Blue Ocean Strategy approach are providing product discounts, educational tours for making ecoprints, online marketing and attractive promotions.

Keywords: *ecoprint*, techno economics, SWOT, *Blue Ocean Strategy*.

ANALISIS TEKNO EKONOMI DAN PENGEMBANGAN *ECOPRINT* (PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA *ECOPRINT* TAPAK PATERA)

Pipit Rospita Cahyaningsih*¹, Riantin Hikmah Widi*², Abdul Mutolib*³

PENDAHULUAN

Industri kreatif di Indonesia saat ini sangat populer karena dipengaruhi oleh adanya perkembangan *fashion*. Pengaruh dari perkembangan industri kreatif ini diikuti oleh perkembangan industri *fashion* dan perkembangan industri tekstil (Kifti *et al.*, 2022). Gaya baru memang tidak lepas dari busana atau *fashion*. Dunia *fashion* yang sebelumnya dikritik sebagai salah satu penghasil limbah yang dapat menimbulkan kerusakan lingkungan akibat dari proses pewarnaan kain yang mengandung bahan kimia berbahaya, kini mulai beralih dan berupaya untuk menjaga lingkungan. Salah satunya adalah muncul terobosan baru di dunia *fashion* yaitu produksi pakaian yang diolah dengan metode *eco-printing* (Octaviano & Hartanto, 2022).

Ecoprint merupakan teknik pencetakan dengan menggunakan pewarna kain alami yang cukup sederhana namun dapat menghasilkan motif yang unik serta otentik (Faridatun, 2022). *Ecoprint* juga menjadi salah satu peluang untuk mengurangi penggunaan pewarna yang mengandung bahan kimia berlebihan (Dewi, 2021). Tempat yang memproduksi *ecoprint* di Tasikmalaya yaitu *ecoprint* Tapak Patera yang berlokasi di Desa Linggajati, Kecamatan Sukaratu, Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat. *Ecoprint* Tapak Patera ini terbentuk

dari adanya kegiatan Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) pada tahun 2021 yang dilaksanakan oleh salah satu UKM di Universitas Siliwangi yaitu UKM Karate.

Sebagai suatu usaha *ecoprint* Tapak Patera perlu mempertahankan keberlanjutan usahanya. Beberapa faktor yang perlu diperhatikan adalah kinerja usaha yang baik dengan ditunjukkan oleh kemampuan suatu usaha untuk menghasilkan laba serta upaya dalam mempertahankan pelanggan. Masalah yang dihadapi *ecoprint* Tapak Patera yaitu terbatasnya akses wilayah pemasaran dan belum banyak melakukan inovasi dan variasi pada produknya baik dari variasi produk dan warnanya yang monoton dan kurang menarik. Disisi lain keunikan yang dimiliki *ecoprint* Tapak Patera ini juga dihadapkan dengan permasalahan yang terjadi yaitu adanya persaingan antar industri, terutama dengan industri batik yang seiring perkembangannya terus mengalami peningkatan yang berdampak pada penjualan *ecoprint* Tapak Patera menjadi menurun.

Industri batik di Kota Tasikmalaya menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2018) tercatat ada 37 industri batik dalam skala usaha mikro kecil dan menengah. Selain itu menurut data dari Dinas Koperasi Industri dan Perdagangan Kabupaten Tasikmalaya

(2022) tercatat bahwa terdapat 17 UMKM batik berskala mikro yang telah memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) dari pemerintah. Hal itu terbukti bahwa keberadaan *ecoprint* di Tasikmalaya ini jumlahnya masih relatif kecil jika dibandingkan dengan industri batik.

Maka dari itu untuk tetap eksis dan memenangkan persaingan, *Ecoprint* Tapak Patera ini perlu melakukan inovasi untuk menciptakan ruang pasar baru dalam menghasilkan laba dan juga dalam mempertahankan pelanggan dengan menerapkan strategi usaha yang tepat. Maka dari itu berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai Analisis Tekno Ekonomi dan Pengembangan *Ecoprint* (Pendekatan *Blue Ocean Strategy* Pada *Ecoprint* Tapak Patera).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan studi kasus. Penelitian ini dilakukan di *ecoprint* Tapak Patera Desa Linggajati Kecamatan Sukaratu Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat. Penentuan responden pada penelitian ini yaitu secara *purposive* sampling penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2022). Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi, wawancara mendalam dengan responden. Data sekunder

diperoleh dari sumber literatur, jurnal penelitian, dan lembaga penelitian berupa data-data yang dianggap relevan dengan permasalahan pada penelitian ini. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tekno ekonomi, SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan *Blue Ocean Strategy*.

Analisis Tekno Ekonomi

Pada analisis tekno ekonomi yaitu untuk mengetahui desain proses dan permodelan teknologi serta investasi dan biaya produksi sebagai evaluasi ekonomi (Nasution et al., 2018). Pada analisis teknis akan mengetahui ketersediaan bahan baku, teknologi produksi serta proses produksi dari *ecoprint*. Sedangkan untuk analisis ekonomi yaitu untuk menganalisis masalah ekonominya dengan menghitung Harga Pokok Produksi, penerimaan, pendapatan dan R/C ratio.

Harga pokok produksi dihitung secara *full costing* yaitu penentuan harga pokok yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi seperti biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya tetap dan biaya *overhead* pabrik (Budiartha, 2016).

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

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

**ANALISIS TEKNO EKONOMI DAN PENGEMBANGAN *ECOPRINT*
(PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA *ECOPRINT TAPAK PATERA*)**

Pipit Rospita Cahyaningsih*¹, Riantin Hikmah Widi*², Abdul Mutolib*³

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

$$TR = Py \cdot Y$$

$$I = TR - TC$$

Keterangan:

TR = *Total Revenue* (Penerimaan Total)

Py = Harga produk

Y = Jumlah produksi

I = *Income* (Pendapatan)

TC = *Total Cost* (Biaya Total)

Setelah diketahui penerimaan dan pendapatan dihitung juga *R/C* ratio, menurut Suratiyah (2020) menyebutkan bahwa analisis *R/C* ratio adalah perbandingan antara penerimaan total (*TR*) dengan biaya total (*TC*) yang dapat dinyatakan dalam rumus sebagai berikut:

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

Dalam menentukan *R/C* ratio terdapat 3 keputusan yaitu:

R/C > 1, artinya usaha tersebut layak dijalankan

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

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

Analisis SWOT

Setelah dilakukannya analisis tekno ekonomi dilanjutkan ke analisis SWOT dengan mengidentifikasi dan merumuskan faktor-faktor internal maupun eksternal melalui Matriks Faktor Strategi Internal (IFAS) dan Matriks Faktor Strategi Eksternal (EFAS) serta penggambaran dalam Diagram SWOT (Rangkuti, 2009).



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT
(Sumber : Rangkuti, 2009)

Blue Ocean Strategy

Setelah diketahui variabel-variabel yang menjadi persaingan dalam industri

tersebut, dilanjutkan ke tahap pertama dalam kerangka kerja *Blue Ocean Strategy* yaitu penggambaran kanvas

strategi. Kanvas strategi dapat digunakan untuk merangkum situasi terkini dalam ruang pasar yang sudah dikenal (Kim & Mauborgne, 2015).

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

1. *Eliminate* (Hilangkan) - Faktor-faktor apa yang sudah diterima begitu saja oleh industri yang harus dihapuskan?

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

Terakhir yaitu kerangka kerja pelengkap atau sebagai implementasi strategi bagi kerangka kerja empat langkah yaitu Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan.

Tabel 1. Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

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

Sumber : Kim & Mauborgne (2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Tekno Ekonomi

1. Analisis Teknis

Ketersediaan bahan baku pembuatan *ecoprint* di Tapak Patera selalu mencukupi dan tidak pernah mengalami kekurangan. Hal ini dikarenakan jika stok bahan baku telah mencapai $\frac{1}{4}$ bagian dari stok penuh

biasanya mereka langsung melakukan pembelian dan pemesanan ulang untuk menghindari kekurangan bahan baku disaat akan melakukan produksi yang dilakukan secara tiba-tiba.

Teknologi produksi yang digunakan *ecoprint* di Tapak Patera yaitu masih sederhana. Pada proses produksi *ecoprint* di Tapak Patera yaitu

**ANALISIS TEKNO EKONOMI DAN PENGEMBANGAN *ECOPRINT*
(PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA *ECOPRINT* TAPAK PATERA)**

Pipit Rospita Cahyaningsih*¹, Riantin Hikmah Widi*², Abdul Mutolib*³

menggunakan metode *iron blanket* dan metode *pounding*. Namun Tapak Patera lebih sering menggunakan metode *iron blanket* dalam proses pembuatannya sedangkan metode *pounding* hanya digunakan pada saat bahan baku pewarnanya yaitu dari bunga. Hal ini dilakukan dengan alasan jika bunga menggunakan proses *iron blanket* yaitu dengan dikukus maka warna yang dihasilkan akan melebar dan menjadi tidak berbentuk. Maka untuk mengantisipasi hal tersebut Tapak Patera melakukan perlakuan khusus untuk bahan baku bunga dalam proses pembuatannya yaitu dengan cara di *pounding* karena dapat menghasilkan warna dan bentuk yang persis menyerupai bunga aslinya.

2. Analisis Ekonomi

Analisis ekonomi dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah usaha ini layak untuk dijalankan dan dapat memberi keuntungan atau tidak. Adapun nilai HPP dihitung secara *full costing* yaitu metode penentuan HPP yang memperhitungkan semua unsur biaya produksi ke dalam harga pokok produksi, yang terdiri dari biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead* pabrik. Setelah itu menghitung penerimaan dan pendapatan yang didapatkan Tapak Patera.

Adapun rincian laporan harga pokok produksi dan penjualan *ecoprint* kain primis yaitu sebagai berikut:

Tabel 2. Laporan Harga Pokok Produksi dan Penjualan *Ecoprint* Kain Primis

Tapak Patera		
Laporan Harga Pokok Produksi dan Penjualan <i>Ecoprint</i> Kain Primis		
Untuk Tahun berakhir 31 Desember 2023		
Persediaan bahan awal		Rp0
Pembelian bahan baku	Rp2.044.360	
Ongkos angkut pembelian	Rp35.000 (+)	
	Rp2.079.360	
Retur dan potongan pembelian	Rp0 (-)	
Pembelian bersih		Rp2.079.360 (+)
Bahan baku tersedia untuk dipakai		Rp2.079.360
Tenaga kerja langsung		Rp3.000.000
BOP : Bahan Penolong	Rp240.000	
Penyusutan mesin dan peralatan pabrik	Rp272.500 (+)	
Total BOP		Rp512.500 (+)
Biaya produksi		Rp5.591.860
Persediaan produk dalam proses awal		Rp0 (+)
		Rp5.591.860
Persediaan produk dalam proses akhir		Rp0 (-)
Harga Pokok Produksi		Rp5.591.860
Persediaan produk selesai awal		Rp2.656.143 (+)
HPP tersedia untuk dijual		Rp8.248.003
Persediaan produk selesai akhir		Rp1.118.376 (-)
Harga Pokok Penjualan		Rp7.129.627

Pada tahun 2023 Tapak Patera melakukan produksi *ecoprint* kain primis sebanyak 4 kali produksi dengan jumlah 1 kali produksinya yaitu sebanyak 10 kain. Produk *ecoprint* kain primis memiliki persediaan atau terdapat produk yang masih tersisa dan belum terjual pada tahun 2022 (Persediaan produk selesai awal) yaitu sebanyak 19 kain. Disamping itu juga terdapat persediaan atau produk yang belum terjual pada tahun 2023

(Persediaan produk selesai akhir) yaitu sebanyak 8 kain.

Perhitungan harga pokok produksi per kain dan laba produk dapat hitung sebagai berikut:

Harga Pokok Per kain

$$= \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Jumlah Produk yang dihasilkan}}$$

$$= \frac{\text{Rp5.591.860}}{40 \text{ kain}}$$

$$= \text{Rp139.797/kain}$$

Tabel 3. Laporan Laba Rugi *Ecoprint* Kain Primis

Tapak Patera Laporan Laba Rugi <i>Ecoprint</i> Kain Primis Untuk Tahun berakhir 31 Desember 2023		
Penjualan		Rp12.750.000
HPP		Rp7.129.627 (-)
Laba Kotor		Rp5.620.373
Beban pemasaran	Rp1.575.000	
Beban administrasi	Rp0 (+)	
Total Beban Operasi		Rp1.575.000 (-)
Laba Bersih		Rp4.045.373

Hasil dari perhitungan harga pokok produksi *ecoprint* kain dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan harga pokok yaitu Rp139.797/kain. Harga pokok tersebut bisa digunakan sebagai pertimbangan untuk menentukan harga jual produk yang akan dipasarkan. Harga jual produk *ecoprint* kain primis Tapak Patera menawarkan dengan harga sebesar Rp250.000/kain. Tahun 2023 Tapak Patera menjual 51 kain *ecoprint* berbahan kain primis dengan penerimaan sebesar Rp12.750.000/tahun dan laba yang

dihasilkan Tapak Patera pada tahun 2023 yaitu sebesar Rp4.045.373/tahun.

Adapun rincian laporan harga pokok produksi dan penjualan *ecoprint* yang menggunakan kain rayon yaitu pada Tabel 4.

**ANALISIS TEKNO EKONOMI DAN PENGEMBANGAN *ECOPRINT*
(PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA *ECOPRINT* TAPAK PATERA)**

Pipit Rospita Cahyaningsih*¹, Riantin Hikmah Widi*², Abdul Mutolib*³

Tabel 4. Laporan Harga Pokok Produksi dan Penjualan *Ecoprint* Kain Rayon

Tapak Patera		
Laporan Harga Pokok Produksi dan Penjualan <i>Ecoprint</i> Kain Rayon		
Untuk Tahun berakhir 31 Desember 2023		
Persediaan bahan awal		Rp0
Pembelian bahan	Rp933.270	
Ongkos angkut pembelian	Rp35.000 (+)	
	Rp968.270	
Retur dan potongan pembelian	Rp0 (-)	
Pembelian bersih		Rp968.270 (+)
Bahan baku tersedia untuk dipakai		Rp968.270
Tenaga kerja langsung		Rp2.250.000
BOP : Bahan Penolong	Rp180.000	
Penyusutan mesin dan peralatan pabrik	Rp272.500(+)	
Total BOP		Rp452.500 (+)
Biaya produksi		Rp3.670.770
Persediaan produk dalam proses awal		Rp0 (+)
		Rp3.670.770
Persediaan produk dalam proses akhir		Rp0 (-)
Harga Pokok Produksi		Rp3.670.770
Persediaan produk selesai awal		Rp1.590.667 (+)
HPP tersedia untuk dijual		Rp5.261.437
Persediaan produk selesai akhir		Rp856.513 (-)
Harga Pokok Penjualan		Rp4.404.924

Selain itu pada Tahun 2023 Tapak Patera melakukan produksi *ecoprint* kain rayon sebanyak 3 kali produksi dengan jumlah 1 kali produksinya yaitu sebanyak 10 kain. Produk *ecoprint* kain primis memiliki persediaan atau terdapat produk yang masih tersisa dan belum terjual pada tahun 2022 (Persediaan produk selesai awal) yaitu sebanyak 13 kain. Disamping itu juga terdapat persediaan atau produk yang belum terjual pada

tahun 2023 (Persediaan produk selesai akhir) yaitu sebanyak 7 kain.

Perhitungan harga pokok produksi per kain dan laba produk dapat hitung sebagai berikut:

Harga Pokok Per kain

$$= \frac{\text{Total Biaya}}{\text{Jumlah Produk yang dihasilkan}}$$

$$= \frac{\text{Rp3.670.770}}{30 \text{ kain}}$$

$$= \text{Rp122.359/kain}$$

Tabel 5. Laporan Laba Rugi *Ecoprint* Kain Rayon

Tapak Patera		
Laporan Laba Rugi <i>Ecoprint</i> Kain Rayon		
Untuk Tahun berakhir 31 Desember 2023		
Penjualan		Rp7.800.000
HPP		Rp4.404.924 (-)
Laba Kotor		Rp3.395.076
Beban pemasaran	Rp1.575.000	
Beban administrasi	Rp0 (+)	
Total Beban Operasi		Rp1.575.000 (-)
Laba Bersih		Rp1.820.076

Hasil dari perhitungan harga pokok produksi *ecoprint* kain dengan menggunakan metode *full costing* menghasilkan harga pokok yaitu Rp122.359/kain. Harga pokok tersebut bisa digunakan sebagai pertimbangan untuk menentukan harga jual produk yang akan dipasarkan. Harga jual produk *ecoprint* kain rayon Tapak Patera menawarkan dengan harga sebesar Rp200.000/kain. Tahun 2023 Tapak Patera menjual 36 kain *ecoprint* berbahan kain rayon dengan penerimaan sebesar Rp7.800.000/tahun dan laba yang dihasilkan Tapak Patera pada tahun 2023 yaitu sebesar Rp1.820.076/tahun.

Pada tahun 2022 Tapak Patera melakukan produksi kain sebanyak 27 kali dalam satu tahun dengan satu kali produksi sebanyak 10 kain yaitu 180 kain primis dan 90 kain rayon. Jumlah penjualan pada tahun 2022 yaitu sebanyak 161 kain primis dan 77 kain rayon. Namun untuk tahun 2023 Tapak Patera mengalami penurunan produksi yaitu hanya melakukan 7 kali produksi yaitu kain primis sebanyak 40 kain dan kain rayon sebanyak 30 kain dengan satu kali produksi sebanyak 10 kain. Dengan demikian pada tahun 2023 Tapak Patera mengalami penurunan produksi serta penjualan yang signifikan.

Untuk mengetahui usaha *ecoprint* Tapak Patera menguntungkan atau tidak

akan dihitung menggunakan R/C ratio. Adapun perhitungan R/C ratio untuk kain *ecoprint* kain primis pada tahun 2023 sebagai berikut:

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

$$R/C = \frac{Rp12.750.000}{Rp7.129.627}$$

$$R/C = 1,788$$

Dengan nilai R/C lebih besar dari satu ($1,788 > 1$), artinya usaha *ecoprint* kain primis Tapak patera secara ekonomis layak untuk diusahakan dan dikembangkan.

Perhitungan R/C ratio untuk kain *ecoprint* kain rayon pada tahun 2023 sebagai berikut:

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

$$R/C = \frac{Rp7.800.000}{Rp4.404.924}$$

$$R/C = 1,771$$

Dengan nilai R/C lebih besar dari satu ($1,771 > 1$), artinya usaha *ecoprint* kain rayon Tapak patera secara ekonomis layak untuk diusahakan dan dikembangkan.

Analisis SWOT

Berdasarkan hasil pengumpulan data dari lapangan, maka diperoleh faktor internal dan eksternal dari *ecoprint* Tapak Patera. Perhitungan faktor-faktor internal (IFAS) dapat dilihat pada Tabel 6, sementara untuk perhitungan faktor-faktor eksternal (EFAS) dapat dilihat pada Tabel 7, dan nilai hasil perhitungan matriks IFAS dan EFAS yang

**ANALISIS TEKNO EKONOMI DAN PENGEMBANGAN *ECOPRINT*
(PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA *ECOPRINT* TAPAK PATERA)**

Pipit Rospita Cahyaningsih*¹, Riantin Hikmah Widi*², Abdul Mutolib*³

digambarkan dalam diagram SWOT dapat ditunjukkan pada Gambar 2.

Tabel 6. Analisis Matriks IFAS *Ecoprint* Tapak Patera

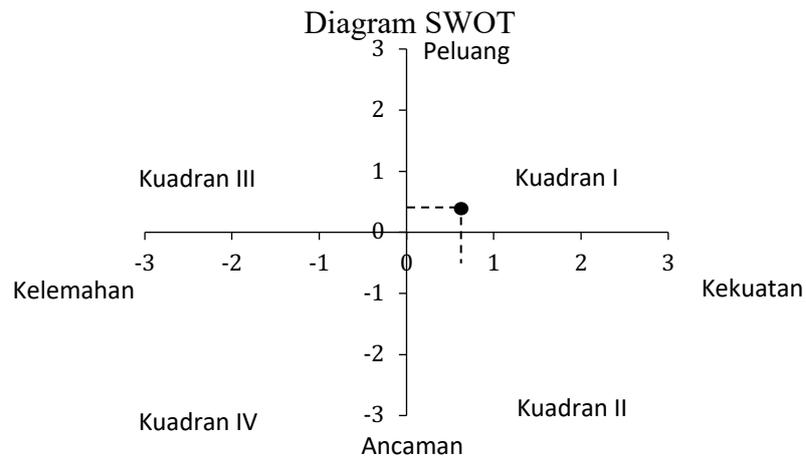
No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strength</i>)				
1	Produk ramah lingkungan	0,121	4	0,484
2	Terdapat ciri khas dan keunikan produk	0,118	4	0,471
3	Kualitas produk relatif tinggi	0,104	3	0,311
4	Keawetan warna (warna produk tidak mudah luntur)	0,093	3	0,280
5	Bahan pewarna mudah didapatkan	0,107	4	0,429
Total Kekuatan		0,543		1,976
Kelemahan (<i>Weakness</i>)				
1	Harga relatif tinggi	0,104	3	0,311
2	Tidak banyak variasi produk	0,066	3	0,197
3	Proses pembuatan lama	0,111	3	0,332
4	Variasi warna monoton	0,083	3	0,249
5	Lokasi jauh dari pusat kota	0,093	3	0,280
Total Kelemahan		0,457		1,370
Total		1		3,346

Tabel 6 menjelaskan bahwa kekuatan dari *ecoprint* Tapak Patera ini yaitu produk ramah lingkungan. Hal ini dikarenakan produk *ecoprint* ini memiliki persaingan dengan produk batik sehingga faktor produk ramah lingkungan

ini menjadi kekuatan dari produk *ecoprint* Tapak Patera. Sedangkan kelemahan dari *ecoprint* Tapak Patera ini yaitu proses pembuatan produk lama sehingga akan berdampak pada tingkat efisiensi waktu dan biaya yang dikeluarkan.

Tabel 7. Analisis Matriks EFAS *Ecoprint* Tapak Patera

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunity</i>)				
1	Dunia <i>fashion</i> mengarah kepada produk yang memiliki motif unik dan <i>sustainable fashion</i>	0,139	4	0,557
2	Permintaan produk yang selalu ada	0,119	3	0,357
3	Pesaing produk sejenis relatif terbatas	0,123	3	0,369
4	Diminati kaum muda masa kini	0,115	3	0,344
5	Harga produk <i>ecoprint</i> Tapak Patera lebih murah jika dibandingkan dengan harga produk <i>ecoprint</i> pesaing	0,119	3	0,357
Total Peluang		0,615		1,984
Ancaman (<i>Threat</i>)				
1	Pesaing memiliki produk lebih beragam (bervariasi)	0,131	2	0,262
2	Muncul pesaing baru	0,135	3	0,406
3	Peningkatan harga bahan baku	0,119	3	0,357
Total Ancaman		0,385		1,025
Total		1,000		3,008



Gambar 2. Diagram IFAS dan EFAS *Ecoprint Tapak Patera*

Selain itu, Tabel 7 menjelaskan bahwa *ecoprint Tapak Patera* memiliki peluang besar pada dunia fashion mengarah kepada produk yang memiliki motif unik dan sustainable fashion. Sedangkan ancaman dari usaha ini yaitu dengan munculnya pesaing baru.

Gambar 2 menunjukkan berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh dari matriks IFAS dan EFAS usaha *ecoprint Tapak Patera* berada pada Kuadran I. Kuadran I pada analisis SWOT berarti menandakan usaha pada posisi menguntungkan karena usaha tersebut berada pada posisi yang kuat dan berpeluang dalam pasar.

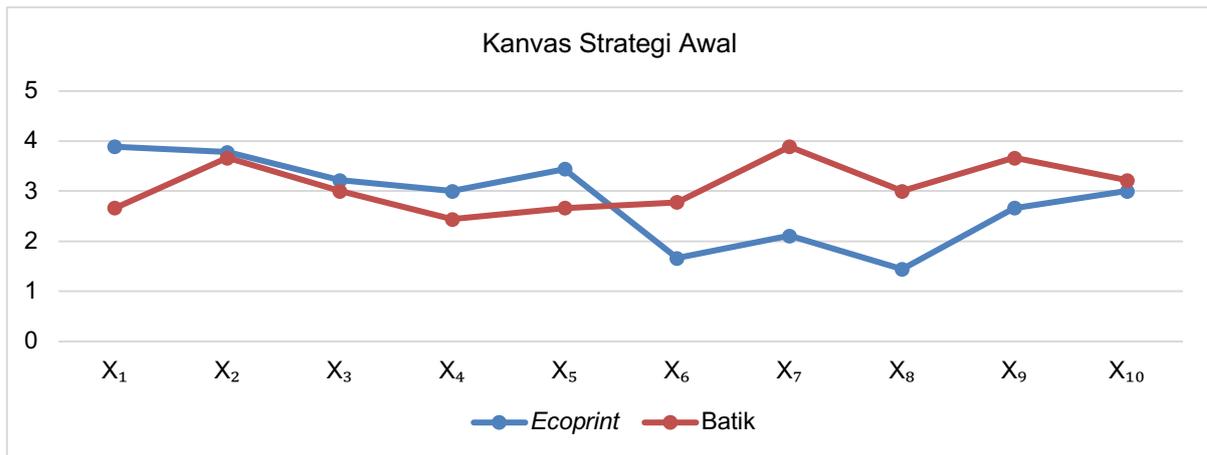
Penerapan *Blue Ocean strategy*

Maka setelah diketahui kondisi usaha *Tapak Patera*, dilanjutkan ke

kerangka kerja *Blue Ocean Strategy* yaitu yang pertama pembuatan kanvas strategi untuk mendeteksi situasi terkini yang menjadi faktor persaingan dan untuk membangun strategi yang baik dengan membandingkan produk *ecoprint Tapak Patera* dengan produk industri batik. Hasil data yang diperoleh dari analisis SWOT digunakan untuk membandingkan tingkat persaingan usaha *ecoprint Tapak Patera* dengan batik yaitu menggunakan variabel kekuatan dan kelemahan dari analisis SWOT. Hasil kanvas strategi awal dapat dilihat dalam grafik kanvas pada Gambar 3 berikut:

**ANALISIS TEKNO EKONOMI DAN PENGEMBANGAN *ECOPRINT*
(PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA *ECOPRINT* TAPAK PATERA)**

Pipit Rospita Cahyaningsih*¹, Riantin Hikmah Widi*², Abdul Mutolib*³



Gambar 3. Kanvas Strategi Awal

Keterangan:

- X₁ = Produk ramah lingkungan
- X₂ = Memiliki ciri khas dan keunikan produk
- X₃ = Kualitas produk
- X₄ = Keawetan warna
- X₅ = Bahan pewarna mudah didapatkan
- X₆ = Harga produk
- X₇ = Variasi produk
- X₈ = Waktu proses pembuatan produk
- X₉ = Variasi warna
- X₁₀ = Lokasi pemasaran

Kanvas strategi awal pada Gambar 3 diketahui terdapat lima variabel dari usaha Tapak Patera yang lebih unggul dari persaingan namun juga terdapat lima variabel yang masih kalah dengan pesaing. Variabel yang unggul dari pesaing yaitu produk ramah lingkungan, produk memiliki ciri khas dan keunikan, kualitas produk tinggi, keawetan warna dan bahan pewarna mudah didapatkan. Untuk variabel yang masih dibawah pesaing adalah harga yang ditawarkan, variasi produk, waktu proses pembuatan produk, variasi warna serta lokasi penjualan maupun produksi jauh dari

pusat kota. Variabel-variabel tersebut akan dipertimbangkan menggunakan kerangka kerja empat langkah.

Menunjukkan kondisi persaingan pasar produk *ecoprint* Tapak Patera dan produk batik yang diketahui bahwa produk *ecoprint* Tapak Patera masih memiliki beberapa variabel berada di bawah produk pesaing. Oleh karena itu untuk dapat membuat kanvas strategi baru diperlukan kerangka kerja empat langkah yang harus dilakukan. Adapun kerangka kerja empat langkah dari *ecoprint* Tapak Patera sebagai berikut:

1. Faktor yang dihapuskan

Pada bagian ini tidak ada variabel yang harus dihapus. Hal ini dikarenakan semua variabel yang ada dan diterapkan di Tapak Patera merupakan hal yang sangat penting dan harus tetap dipertahankan serta dimiliki oleh setiap usaha. Sedangkan variabel yang seharusnya dihapus adalah variabel yang dirasa tidak menguntungkan bernilai kecil

serta tidak memberikan efek terhadap usaha.

2. Faktor yang dikurangi

Pada faktor yang dikurangi yaitu variabel yang menjadi kelemahan usaha Tapak Patera, diantaranya:

a. Harga Produk

Melakukan pengurangan pada variabel ini perlu dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan. Hal ini bisa dilakukan dengan mengurangi biaya-biaya yang tidak terlalu penting dan tidak berpengaruh langsung terhadap kualitas akhir produk. Pengurangan harga ini akan memberikan penawaran harga yang lebih terjangkau sehingga dapat diterima oleh semua kalangan, baik kalangan bawah, menengah, dan atas.

b. Waktu proses pembuatan produk

Proses pembuatan *ecoprint* Tapak Patera sampai saat ini dilakukan selama 7 hari, namun menurut pendapat ibu Aan sebagai koordinator bagian produksi menyebutkan bahwa proses produksi *ecoprint* bisa dilakukan dan dimaksimalkan selama 4-5 hari. Hal tersebut tidak mengurangi atau menurunkan dari segi kualitas yang dihasilkan. Maka dari itu perlu untuk dilakukannya pengurangan waktu proses produksi *ecoprint* untuk lebih mengoptimalkan dan meningkatkan efisiensi waktu dan biaya.

3. Faktor yang ditingkatkan

Faktor-faktor yang harus ditingkatkan pada *ecoprint* Tapak patera yaitu:

a. Variasi produk

Saat ini *ecoprint* Tapak Patera memiliki variasi produk yang masih terbilang sedikit yaitu hanya memasarkan berupa kain *ecoprint* nya saja jika dibandingkan dengan produk pesaing. Peneliti merekomendasikan untuk lebih menggali variasi-variasi produk serta menambahkan inovasi pada produknya, baik itu menambahkan variasi produk yang sudah ada di pasar seperti baju, tas, dompet, gelas dan lain sebagainya, ataupun dengan menambahkan inovasi baru dari pihak Tapak Patera sendiri. Dengan meningkatkan variasi produk ini diharapkan dapat memberikan dampak positif pada usaha *ecoprint* Tapak Patera ke depannya.

b. Kualitas produk

Kualitas produk *ecoprint* yang ditawarkan Tapak Patera sudah memiliki kualitas yang baik. Namun meskipun sudah memiliki kualitas produk yang baik, Tapak Patera ini perlu untuk terus meningkatkan kualitas nya di era bisnis yang kompetitif ini. Kualitas produk yang ditawarkan dapat menentukan keberhasilan merek produk.

c. Ciri khas dan keunikan produk

Cara untuk dapat meningkatkan ciri khas dan keunikan produk yaitu dengan

**ANALISIS TEKNO EKONOMI DAN PENGEMBANGAN *ECOPRINT*
(PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA *ECOPRINT* TAPAK PATERA)**

Pipit Rospita Cahyaningsih*¹, Riantin Hikmah Widi*², Abdul Mutolib*³

terus mencoba mengeksplorasi lagi penggunaan pewarna dan pencetakan motif menggunakan daun-daun atau bunga-bunga yang baru sehingga dapat menemukan warna serta motif-motif baru yang dapat dijadikan sebagai ciri khas dari produk *ecoprint* yang diproduksi oleh Tapak Patera.

d. Variasi warna

Tapak Patera perlu untuk melakukan peningkatan dari segi warnanya agar lebih beragam untuk meningkatkan penjualan dan dapat lebih unggul dari produk pesaing. Tapak Patera pernah menggunakan pewarna kain menggunakan bahan batang pisang (gedebog) yang dapat menghasilkan warna ungu pada kain. Hal itu perlu untuk terus dikembangkan karena dapat menjadi warna yang khas pada *ecoprint* yang diproduksi Tapak Patera. Selain itu untuk dapat menghasilkan variasi warna yang lebih beragam lagi, Tapak Patera perlu untuk terus mencoba menggunakan bahan-bahan alam yang lain agar dapat memunculkan warna-warna baru pada *ecoprint* di Tapak Patera.

4. Faktor yang diciptakan

Dalam menerapkan *Blue Ocean Strategy* pelaku usaha harus dapat menawarkan variabel apa saja yang belum diterapkan pada usahanya atau yang belum diterapkan oleh pesaing. Faktor-faktor yang dapat diciptakan pada *ecoprint* Tapak Patera yaitu:

a. Diskon produk

Pengadaan diskon mendorong konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan dan juga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah yang besar.

b. Wisata edukasi pembuatan *ecoprint*

Menerapkan konsep wisata edukasi pembuatan *ecoprint* ini merupakan sebuah inovasi dalam strategi untuk meningkatkan penjualan serta untuk tetap eksis di pasaran. Dilakukannya sarana wisata edukasi bertujuan untuk menarik konsumen yang memiliki tingkat penasaran tinggi tentang proses pembuatan *ecoprint* dan nantinya akan secara langsung belajar tahapan proses pembuatan *ecoprint*.

c. Pemasaran secara *online*

Pemasaran secara *online* perlu dilakukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Terlebih Tapak Patera sampai saat ini keberadaannya masih belum banyak dikenal orang. Oleh karena itu, Tapak Patera perlu untuk menerapkan strategi ini dengan memanfaatkan akses internet sehingga dapat meningkatkan jangkauan pasar dan juga dapat untuk meningkatkan penjualannya.

d. Promosi menarik

Tapak Patera perlu menciptakan promosi yang unik, menarik dan informatif. Dengan menciptakan promosi yang menarik, maka dapat meningkatkan

penjualan produk dan juga memudahkan produk untuk lebih dikenal banyak orang.

Berdasarkan hasil pertanyaan dari kerangka kerja empat Langkah, berikut

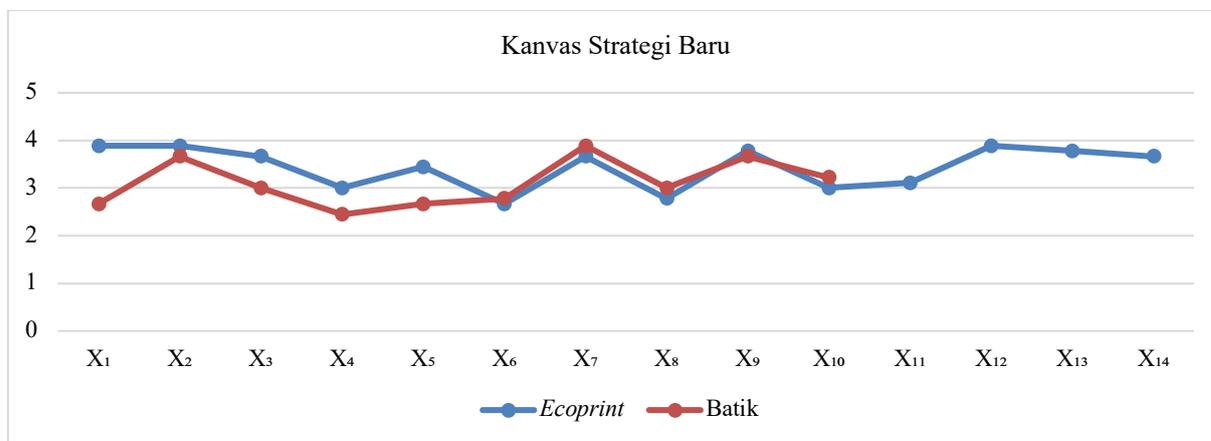
merupakan hasil yang diperoleh dengan digambarkan dalam skema hapuskan-kurangi-tingkatkan-ciptakan yang disusun pada Tabel berikut ini:

Tabel 8. Skema Hapuskan-Kurangi-Tingkatkan-Ciptakan

Hapuskan -	Kurangi <ul style="list-style-type: none"> • Harga jual (X_6) • Waktu proses pembuatan (X_8)
Tingkatkan <ul style="list-style-type: none"> • Variasi produk (X_7) • Kualitas produk (X_3) • Ciri khas dan keunikan produk (X_2) • Variasi warna (X_9) 	Ciptakan <ul style="list-style-type: none"> • Diskon produk • Wisata edukasi pembuatan <i>ecoprint</i> • Pemasaran secara <i>online</i> • Promosi menarik

Setelah mengetahui variabel-variabel apa saja yang perlu dilakukan tindakan perbaikan dan diubah, maka tahapan selanjutnya yaitu digambarkan melalui kanvas strategi baru. Penggambaran kanvas strategi baru ini

bertujuan untuk mengetahui posisi usaha terkini dengan produk pesaing apakah terdapat perbedaan atau tidak setelah dilakukannya analisis kerangka kerja empat langkah. Adapun kanvas strategi baru dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4. Kanvas Strategi Baru

Keterangan:

- X₁ = Produk ramah lingkungan
- X₂ = Memiliki ciri khas dan keunikan produk
- X₃ = Kualitas produk
- X₄ = Keawetan warna
- X₅ = Bahan pewarna mudah didapatkan
- X₆ = Harga produk
- X₇ = Variasi produk
- X₈ = Waktu proses pembuatan produk

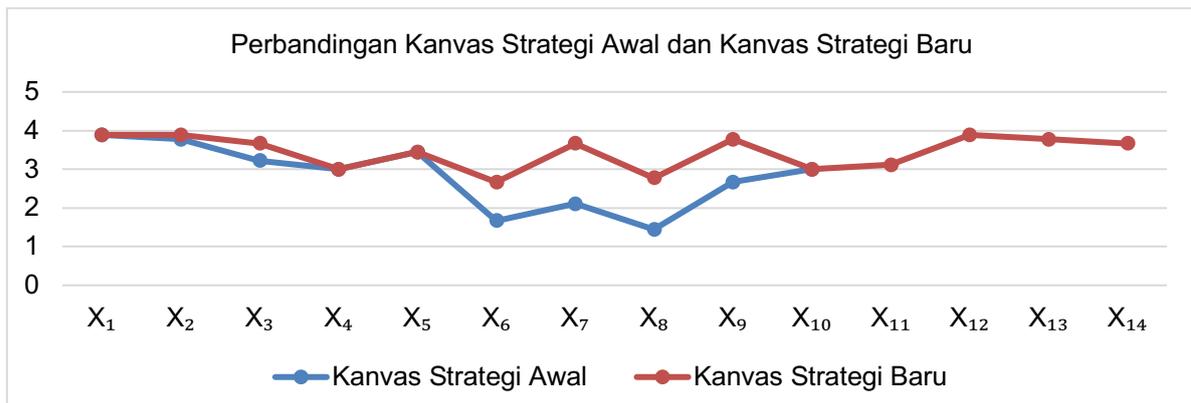
- X₉ = Variasi warna
- X₁₀ = Lokasi pemasaran
- X₁₁ = Diskon produk
- X₁₂ = Wisata edukasi pembuatan *ecoprint*
- X₁₃ = Pemasaran secara *online*
- X₁₄ = Promosi menarik

ANALISIS TEKNO EKONOMI DAN PENGEMBANGAN *ECOPRINT* (PENDEKATAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA *ECOPRINT TAPAK PATERA*)

Pipit Rospita Cahyaningsih*¹, Riantin Hikmah Widi*², Abdul Mutolib*³

Berdasarkan Gambar 4 tersebut terlihat bahwa terdapat perubahan dari faktor yang dikurangi, faktor yang ditingkatkan dan faktor baru yang diciptakan untuk menghadapi persaingan. Dari faktor yang ditingkatkan, hampir semua tingkat penawaran ini meningkat dan terdapat satu faktor yang awalnya

masih berada di bawah industri pesaing dan setelah ditingkatkan dapat menjadi lebih unggul dari industri pesaing yaitu dari variabel variasi warna. Setelah melakukan beberapa perbaikan pada variabel strategi bisnis, berikut ini perbandingan antara kanvas strategi awal dan kanvas strategi baru:



Gambar 5. Perbandingan Kanvas Strategi Awal dan Kanvas Strategi Baru

Dapat dilihat pada Gambar 5 bahwa terdapat perubahan dan adanya peningkatan dari kanvas strategi awal seperti pada variabel ciri khas dan keunikan produk, kualitas produk, harga, variasi produk, waktu proses pembuatan, serta pada variabel variasi warna. Faktor yang dikurangi dan ditingkatkan merupakan faktor yang berasal dari kelemahan dan kekuatan usaha *ecoprint* Tapak Patera yang dibandingkan dengan pesaing. Sedangkan faktor yang diciptakan yaitu berasal dari variabel tingkat harapan konsumen terhadap usaha Tapak Patera. Dengan membandingkan kanvas strategi awal dan kanvas strategi baru, didapatkan

perbedaan yang signifikan dari faktor-faktor yang dikurangi, ditingkatkan serta terlihat faktor baru yang belum memiliki persaingan.

KESIMPULAN

1. Secara teknis pembuatan *ecoprint* masih menggunakan teknologi sederhana serta bahan baku yang digunakan mudah didapatkan. Secara ekonomi *ecoprint* Tapak Patera memiliki harga pokok produksi sebesar Rp139.797/kain untuk bahan kain primis dan Rp122.359/kain untuk kain rayon. Secara umum pendapatan yang diperoleh Tapak Patera pada tahun

- 2023 yaitu untuk *ecoprint* kain primis sebesar Rp4.045.373/tahun sedangkan untuk *ecoprint* kain rayon sebesar Rp1.820.076/tahun. Jadi secara ekonomi usaha Tapak Patera ini menguntungkan dan layak untuk dikembangkan, karena R/C ratio > 1.
2. Hasil pendekatan *Blue Ocean Strategy* didapatkan alternatif strategi yang dapat diterapkan pada pengembangan usaha *ecoprint* Tapak Patera yaitu pengadaan diskon produk, pengadaan wisata edukasi pembuatan *ecoprint*, pengadaan pemasaran secara *online* dan dilakukannya promosi yang menarik.
- ## DAFTAR PUSTAKA
- Budiarta, I. (2016). *Akuntansi Biaya Pendekatan Tradisional dan Modern*. Denpasar: Pelawa Sari.
- Dewi, D. N. (2021). Penerapan Teknik Eco Print Menggunakan Buah dan Sayur. *Journal of Fashion Design, 1*, 152-158.
- Dinas Koperasi Industri dan Perdagangan Kabupaten Tasikmalaya. (2022). Retrieved from Data Industri Batik Berskala Mikro Kabupaten Tasikmalaya.
- Faridatun. (2022, . Ecoprint ; Cetak Motif Alam Ramah Lingkungan. *Jurnal Prakarsa Paedagogja, 5*, 230-234.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2018). Retrieved from Data Industri Batik Skala Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Tasikmalaya .
- Kifti, W. M., Rahayu, E., & Risnawati. (2022). Implementing Eco Print In Making Environmentally Friendly Batik By DWP Asahan Regency. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5*, 67-72.
- Kim, W., & Mauborgne, R. (2015). *Blue Ocean Straregy*. Jakarta Selatan: Noura Books.
- Nasution, Z. A., Limbong, H. P., & Nasution, S. S. (2018). Pengolahan Cangkang Kelapa Sawit Menjadi Carbon Blak Skala IKM dan Studi Kelayakan. *Jurnal Industri Hasil Perkebunan, 13*, 1-19.
- Octaviano, R. A., & Hartanto, D. D. (2022). Program Community Engagement Pengembangan Produk Ecoprint sebagai Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) “Nostra Gallery” di Yogyakarta. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirman, 69-77*.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, P. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suratiyah, K. (2020). *Ilmu Usahatani*. Jakarta: Penebar Swadaya.