

BAB IV

PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN

A. Profil CV. Bintang Abadi

CV. Bintang Abadi merupakan sebuah badan usaha yang terletak di Dusun Banyumas Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan. CV. Bintang Abadi ini sudah terjamin legalitasnya karena sudah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB). Berdirinya CV. Bintang Abadi berawal dari sebuah usaha rumah tangga yang dikembangkan oleh Bapak Abidir Rahman. Berawal dari sebuah niatan untuk meneruskan warisan budaya dan melihat potensi batik lokal yang ada di Pamekasan, khususnya Klampar. Pada tahun 2009 bapak Abidir membuka usaha batik di Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan, Jawa Timur dengan nama CV. Bintang Abadi. Nama Bintang Abadi diartikan sebagai harapan bagi kerajinan batik Pamekasan yang akan terus berjaya dan eksis di setiap zaman. Pengetahuannya tentang batik diperoleh dari para sesepuh di keluarga dan juga hasil riset dari para pengrajin dan tokoh masyarakat.

Potensi batik di Desa Klampar bisa dibilang tertinggal jika dibandingkan dengan daerah lain yang terkenal kuat dengan *branding* batiknya, seperti Kota Pekalongan, Jogjakarta, dan Surakarta. Untuk mengatasi hal itu, bapak Abidir Rahman berinisiatif memperdalam pengetahuannya tentang batik. Dari berbagai riset dan wawancara terhadap tokoh masyarakat yang ia lakukan, maka diperoleh kesimpulan bahwa batik Pamekasan dipengaruhi dengan kondisi wilayah yang dikelilingi pantai sehingga ciri khas batik Madura memiliki corak titik putih yang digambarkan selayaknya butiran garam sebagai hasil pantai pulau Madura. Batik Pamekasan juga memiliki banyak corak flora dan fauna yang dijadikan ornamen

utama. Warna batik Madura yang dominan hijau, biru, merah, dan kuning juga adalah pengaruh dari kondisi pesisir wilayah pulau Madura.

Bapak Abidir Rahman mengembangkan bisnis batiknya dengan menawarkan barang melalui perkantoran di daerah Pamekasan. Pada awalnya, masyarakat memberikan tanggapan yang tidak begitu positif, dan banyak yang menjadi pesimis karena hasilnya, dan harga jualnya cenderung lebih mahal daripada produk batik lainnya. CV. Bintang Abadi memilih untuk mengutamakan kualitas dengan pangsa pasar menengah ke atas. Bapak Abidir Rahman menyampaikan batik di CV. Bintang Abadi selalu menggunakan batik murni tanpa campuran teknik. Waktu yang dibutuhkan untuk membuat batik tulis untuk setiap kain berbeda dan tidak dapat diprediksi tergantung pada tingkat kesulitan dan kerumitan corak yang dibuat. Beberapa kain batik membutuhkan waktu tiga bulan, bahkan hingga enam bulan.

Setelah matang dan mantap dalam mempertahankan bisnis ini, bapak Abidir Rahman mulai menemukan ide kreatif dalam produksi batik. Seperti tidak hanya ingin terikat dengan batik yang notabene dijadikan baju atau kain biasa. Bapak abidir Rahman mulai berkreasi untuk menambah keanekaragaman produk batik. Awalnya ia membuat aksesoris berbahan dasar batik, namun ternyata waktu dan tenaga yang dikeluarkan tidak sebanding dengan hasilnya.

Melalui strategi diversifikasi yang dilakukan bapak Abidir Rahman, CV. Bintang Abadi yang awalnya hanya menciptakan kain batik tulis hingga bisa memproduksi aneka macam batik tulis berupa Sutra Klasik, Sutra Sarimbet, Katun Primis, Prima, Terima Pesanan Seragam Batik, Hem Classic, Hem Contemporer, Sarung, dll.

B. Paparan Data

Dalam pembahasan ini, peneliti akan memaparkan sesuai dengan fokus penelitian yang berkaitan dengan *diversifikasi* produk batik sebagai strategi diversifikasi *sustainability business performance* pada CV. Bintang Abadi desa Klampar kec. Proppo dimana dalam fokus penelitian akan membahas dua hal, yang pertama strategi *diversifikasi* CV. Bintang Abadi, yang kedua pertumbuhan penjualan CV. Bintang Abadi. Adapun data yang dikumpulkan dilapangan dengan melakukan wawancara dan pengamatan secara langsung. Untuk lebih jelasnya peneliti akan memaparkan tentang paparan data sebagai berikut:

a. Strategi *Diversifikasi* Dalam Memaksimalkan *Sustainability Business Performance* di CV. Bintang Abadi.

Diperlukan strategi yang tepat dalam rangka mencapai tujuan utama perusahaan sesuai dengan target awal atau dalam rangka memaksimalkan performa bisnis berkelanjutan. Selain itu, perusahaan juga pasti mengharapkan bahwa penjualan produknya akan terus meningkat dan memberikan keuntungan yang maksimal. CV. Bintang Abadi memilih menerapkan strategi *diversifikasi* karena dinilai dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sebagaimana yang disampaikan oleh bapak Abidir Rahman sebagai berikut:

“Strategi pertama yang kami gunakan adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, yang kita ketahui bahwa kebutuhan pelanggan selalu berubah. Strategi kedua adalah untuk memberikan nilai dan ciri unik pada produk kita sehingga pelanggan tidak akan bosan dengan produk yang sama. Yang paling penting, kami berharap penjualan produk ini terus meningkat..”¹

Dari hasil wawancara tersebut, bapak Abidir Rahman menekankan beberapa poin penting, diantaranya yang pertama adalah pengembangan produk yang

¹ Abidir Rahman, Pemilik CV. BINTANG ABADI, Wawancara Langsung (08 Januari 2024)

dilakukan oleh CV. Bintang Abadi bertujuan untuk memenuhi permintaan dari konsumen yang berbeda-beda. Dengan kata lain, CV. Bintang Abadi berusaha untuk memenuhi selera setiap pelanggan, jadi ketika pelanggan suka dan tertarik dengan produk yang dibuat, mereka lebih cenderung untuk membelinya.

Yang kedua adalah memberikan nilai baru untuk mengantisipasi kebosanan pelanggan. Keunikan produk akan menarik perhatian pelanggan dan mencegah mereka bosan. Oleh karena itu CV. Bintang Abadi ingin agar produknya selalu memiliki nuansa baru lewat *diversifikasi* produk sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk membelinya.

Yang ketiga, tujuan CV. Bintang Abadi adalah untuk meningkatkan jumlah penjualan mereka. Dengan menggunakan strategi diversifikasi ini, CV. Bintang Abadi berharap dapat menghasilkan produk baru yang kompetitif di pasar.

Peneliti juga menanyakan langsung kepada bapak Abidir Rahman mengenai *diversifikasi* yang digunakan. Adapun yang dikatakan oleh bapak Abidir Rahman sebagai berikut:

“Kita awalnya berniat membuat aksesoris batik, tetapi karena biaya dan tenaga yang dibutuhkan tidak sebanding dengan hasilnya, kita beralih ke membuat produk yang lebih menguntungkan dan dapat dipasarkan. Setelah ada ide *diversifikasi* ini kemudian kita melakukan beberapa kali *trial and error* yang dimana juga tidak serta merta langsung jadi dan diterima masyarakat. Setelah menciptakan produk tambahan dari hasil *diversifikasi* kami mulai mengikuti beberapa pameran seperti Pameran Batik di UPN Veteran Surabaya pada 11 agustus 2022.”

Gambar 4.1

CV. BINTANG ABADI di Pameran Batik UPN Veteran



Sumber: Foto Pribadi

Pada dasarnya, langkah-langkah pengembangan produk CV. Bintang Abadi telah sesuai dengan apa yang dijelaskan oleh Kotler dan Keller bahwa dalam melaksanakan strategi diversifikasi, setidaknya ada delapan (atau delapan) langkah yang harus dilakukan, diantaranya adalah :

1) Pemunculan gagasan atau ide

Sebuah ide untuk mengembangkan produk dan produk apa yang akan dibuat muncul dari kondisi atau situasi produk yang ada dalam perusahaan. Pengembangan produk yang dilakukan CV. Bintang Abadi berawal dari inisiatif internal perusahaan sendiri yaitu pemilik perusahaan yang memiliki keinginan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan menambah value produk sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan. Oleh karena itu pemilik usaha mulai mengeksplorasi desain serta model batik yang dapat menambah nilai dan daya jual batik tersebut.

2) Penyaringan gagasan atau ide

Penyaringan gagasan memiliki tujuan utama yaitu untuk menghasilkan sejumlah ide terbaik dan menghilangkan ide buruk secepat mungkin. Di awal masa percobaan pak Abidir Rahman mencoba menciptakan beberapa aksesoris batik namun tidak sesuai dengan modal dan tenaganya, sehingga munculah konsep baru untuk menjadikan batik sebagai produk jadi seperti hem dan juga sarung dengan berbagai motif.

3) Pengembangan dan pengujian konsep

Untuk mencapai tahap pengembangan dan pengujian konsep ini, semua ide produk harus diuji kepada target konsumen dengan sasaran yang tepat. Selanjutnya, informasi tentang tanggapan konsumen harus dikumpulkan. Banyak ide yang menarik dihasilkan dari pengujian konsep yang dilakukan oleh owner CV. Bintang Abadi dan anggota staf CV. Bintang Abadi lainnya.

4) Pengembangan strategi pemasaran

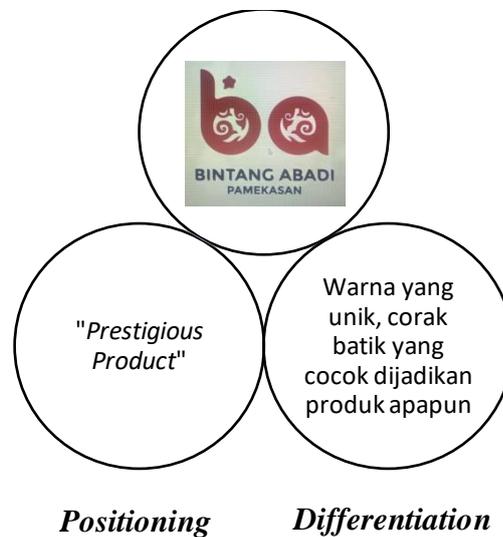
Sebelum memulai pengembangan produk, CV. Bintang Abadi melakukan analisis produk sebaik mungkin. Di antara tindakan yang dilakukan adalah memeriksa desain, merek, kemasan, harga, dan ukuran produk yang akan digunakan. Selain itu, analisis juga digunakan untuk mengidentifikasi ukuran, harga, dan pesaing seperti halnya merek, logo, dan *branding*. Dalam hal merek dan logo, CV. Bintang Abadi menampilkan produk dengan logo yang diambil dari inisial CV. Bintang Abadi itu sendiri.

Logo CV. Bintang Abadi



Dan selanjutnya untuk *branding*, produk batik CV. Bintang Abadi ditujukan kepada dua segmen pasar yaitu *end-consumer* dan bisnis. Untuk segmen pasar *end-consumer*, produk ini menasar kepada pelanggan yang berusia antara 25 dan 50 tahun, dengan tingkat ekonomi yang stabil atau berasal dari kalangan menengah ke atas. Sementara untuk segmen bisnis, produk ini ditujukan kepada bisnis seperti restoran, hotel, dan penyedia seragam sekolah.

Brand



Peneliti juga menanyakan langsung pada bapak Abidir Rahman terkait penetapan harga jual produk. Adapun yang dikatakan bapak Abidir Rahman sebagai berikut :

“Untuk harga jual, kita menyesuaikan dengan bahan dan proses pembuatan, jika berbahan dasar kain mori atau katun maka sekitar 60-120 ribu. Jika berbahan dasar sutra harganya bisa 15-300 ribu. Dan harga yang kita tawarkan sudah terjangkau dibandingkan dengan perusahaan batik lainnya tapi kita tetap memberikan produk yang berkualitas. Maka dari itu konsumen tidak ragu dalam melakukan pembelian berlanjut. Dengan harga dan kualitas yang kami jaga, secara otomatis banyak konsumen yang membeli.”²

Dari hasil wawancara tersebut maka dapat diketahui bahwa harga produk yang ditawarkan CV. Bintang Abadi cukup terjangkau mulai dari 60-300 ribu dengan tetap mengedepankan kualitas dan kepuasan konsumen.

5) Analisis bisnis

Dalam tahapan ini, CV. Bintang Abadi tidak melakukan analisis bisnis, seperti menentukan proyeksi penjualan dan keuntungan yang diinginkan perusahaan. Sebaliknya, CV. Bintang Abadi menekankan pada kualitas produknya, yang pada akhirnya memberikan keuntungan kepada perusahaan.

6) Pengembangan produk

Dalam proses pengembangan produk mereka, CV. Bintang Abadi memulai pembuatan beberapa contoh produk. Pada tahap ini, mereka melakukan analisis, termasuk melaksanakan uji produk dan menetapkan standarisasi pada setiap bahan baku yang digunakan. Langkah pertama adalah membuat desain kerajinan yang sesuai dengan pasar. Selain itu, desain disesuaikan dengan keinginan pelanggan tentang bentuk dan fungsinya. seperti kemeja batik seragam atau batik dengan motif tertentu.

Selanjutnya adalah proses pembuatan produk batik sesuai dengan tahapan-tahapannya seperti pewarnaan batik, penutupan warna dengan lilin, pencelupan kain, pencucian/pelorotan, serta penjemuran.

² Abidir Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (08 Januari 2024)

7) Pengujian pasar

Pengujian pasar untuk produk batik ini dilakukan melalui proses kerjasama dengan para pemilik usaha yang membutuhkan batik sebagai seragam atau melalui pameran batik yang diadakan instansi pemerintahan maupun swasta.

8) Tahap komersialisasi

Perkenalan produk baru ke pasar adalah proses menyelesaikan rencana pemasaran, mengatur acara perkenalan sesuai dengan operasi bisnis, menerapkan strategi pemasaran, dan mengawasi peluncuran produk.

Berikut adalah beberapa ragam batik yang diproduksi oleh CV. Bintang Abadi setelah melakukan strategi *diversifikasi*:

a. Produk Batik Tulis

Produk batik di CV. Bintang Abadi ada beberapa jenis seperti batik tulis warna sintetis (*syntetic color*), batik tulis warna alam dari daun dan nila (*nature color from leaf and indigo*), batik tulis warna alam dari ekstrak kayu (*nature color from extract wood*), dan juga batik printing.

Gambar 4.3

Aneka Batik di CV. Bintang Abadi





b. Diversifikasi Produk Batik

Batik yang dihasilkan CV. Bintang Abadi tidak hanya batik tulis biasa namun juga dikreasikan menjadi produk jadi yang bisa langsung digunakan oleh konsumen seperti kemeja dan juga sarung.

Gambar 4.4

Kemeja dan Sarung Batik CV. BINTANG ABADI



Tolak ukur *diversifikasi* dalam memaksimalkan *Sustainability Business Performance* pada CV. Bintang Abadi adalah dengan menggunakan konsep *Triple Bottom Line* yang dimana meliputi aspek ekonomi, sosial, dan juga lingkungan. sebagaimana yang dikatakan oleh bapak Abidir Rahman terkait hal ini yaitu:

“Sejauh ini, proses *diversifikasi* yang dilakukan oleh CV. Bintang Abadi memberikan dampak yang cukup besar tidak hanya perusahaan namun kepada masyarakat sekitar. Seperti halnya peningkatan laba perusahaan seiring dengan meningkatnya peningkatan volume penjualan juga menyebabkan meningkatnya pendapatan para karyawan. Lalu ada beberapa kegiatan sosial yang kami laksanakan juga salah satunya memberikan pelatihan dan pembinaan usaha bagi karyawan dan juga masyarakat sekitar, dan yang terakhir kita juga sudah memiliki instalasi pembuangan air limbah sendiri sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan guna mencegah adanya pencemaran lingkungan yang disebabkan limbah perusahaan.”³

Tidak hanya bapak Abidir Rahman, salah satu karyawan CV. Bintang Abadi yaitu ibu Masturah juga memberikan keterangan serupa terkait dampak *diversifikasi* terhadap meningkatnya *Sustainability Business Performance* pada CV. Bintang Abadi sebagaimana berikut:

”Kalau dampak dari proses penganekaragaman produk (*diversifikasi*) banyak dek, salah satunya itu peningkatan pendapatan karyawan seperti saya. Lalu tidak jarang juga ada kegiatan pembinaan untuk usaha bagi karyawan dan masyarakat sekitar. Sedangkan untuk pencemaran lingkungan sejauh ini tidak ada karena limbah sudah dikelola oleh perusahaan agar tidak mencemari lingkungan.”⁴

Keterangan dari bapak Abidir Rahman dan juga ibu Masturah pun diperkuat oleh bapak Ali Sodikin dimana beliau menjelaskan bahwa pengelolaan air limbah dari CV. Bintang Abadi sudah dikelola dengan baik melalui instalasi pembuangan air limbah sehingga tidak ada pencemaran lingkungan yang disebabkan limbah perusahaan.⁵

Melalui keterangan dari para narasumber diatas, maka dapat diketahui bahwa *diversifikasi* yang dilakukan oleh CV. Bintang Abadi dapat memaksimalkan *Sustainability Business Performance* jika menggunakan tolak ukur konsep *Triple Bottom Line*.

³ Abidir Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (19 Januari 2024)

⁴ Masturah, karyawan CV. Bintang Abadi, wawancara langsung (26 Januari 2024)

⁵ Ridwan, pelanggan CV. Bintang Abadi, wawancara langsung (22 Januari 2024)

b. Faktor Pendukung Dan Penghambat *Diversifikasi* Dalam Memaksimalkan *Sustainability Business Performance* di CV. Bintang Abadi

Peneliti juga menanyakan perihal faktor apa saja yang mendukung maupun menghambat *diversifikasi* di CV. Bintang Abadi. Adapun yang dikatakan oleh bapak Abidir Rahman sebagai berikut :

“Kalau menurut saya dik, kenapa kami melakukan *diversifikasi* ini karena yang pertama adanya keinginan untuk mengembangkan usaha ini dengan cara menambah nilai atau *value* produk di mata masyarakat yaitu penambahan produk yang dimana kami menyesuaikan juga dengan permintaan dan kebutuhan pasar. Lalu yang kedua karena kami ingin batik Pamekasan ini tidak hanya dijadikan kain yang digunakan untuk pameran saja tetapi bisa digunakan untuk kegiatan sehari-hari. Sedangkan faktor penghambatnya pasti ada seperti keterbatasan kami dari segi modal dan kreatifitas sehingga pemaksimalan peningkatan nilai produk kurang maksimal, serta kurangnya dukungan dari pemerintah seperti pameran maupun pelatihan kreativitas bagi para pengusaha batik.”⁶

Dari hasil wawancara tersebut, bapak Abidir Rahman menjelaskan bahwa adanya keinginan untuk mengembangkan nilai produk CV. Bintang Abadi dan juga keinginan agar batik Pamekasan bisa menjadi pakaian yang cocok digunakan dalam kegiatan sehari-hari merupakan faktor pendukung dari pelaksanaan *diversifikasi*. Sedangkan kurangnya kreatifitas pengrajin serta pengusaha sehingga mempengaruhi pemaksimalan *diversifikasi* serta minimnya dukungan pemerintah dalam memberikan pelatihan serta wadah bagi pengrajin batik dinilai menjadi faktor penghambat *diversifikasi* di Pamekasan khususnya CV. Bintang Abadi.

⁶ Abidir Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (19 Januari 2024)

Adapun keterangan yang disampaikan oleh salah satu karyawan di CV. Bintang Abadi adalah ada beberapa faktor yang mendorong perusahaan untuk menciptakan produk baru seperti banyaknya permintaan pasar yang beragam mulai dari hanya kain batik biasa hingga produk batik siap pakai sehingga perusahaan diminta untuk lebih kreatif dan juga inovatif untuk menampung permintaan pasar tersebut.

Namun, kurangnya kemampuan dalam mengkreasikan produk batik masih menjadi kendala di CV. Bintang Abadi. Para karyawan membutuhkan pelatihan dari tenaga ahli agar dapat meningkatkan kemampuannya sehingga dapat mengkreasikan produk batik dengan maksimal. Kurangnya perhatian pemerintah juga tidak luput dari salah satu faktor kurang berkembangnya potensi batik di Pamekasan khususnya Desa Klampar.⁷

Menurut Ridwan salah satu pelanggan di CV. Bintang Abadi, beliau mengemukakan bahwa kurang berkembangnya strategi *diversifikasi* di CV. Bintang Abadi salah satunya disebabkan oleh budaya yang konservatif atau bersikap mempertahankan keadaan budaya dengan tidak terlalu menerima perubahan. Karena rakyat Pamekasan masih berpegang kepada keaslian budaya yang menurut Ridwan dapat menghambat proses *diversifikasi* produk batik di CV. Bintang Abadi menjadi produk batik yang *trendy* atau mengikuti zaman.⁸

Dari hasil wawancara tersebut, penulis menjabarkan kembali beberapa faktor pendukung dan penghambat menjadi faktor internal dan eksternal.

a. Faktor Pendukung Internal

⁷ Masturah, karyawan CV. Bintang Abadi, wawancara langsung (26 Januari 2024)

⁸ Ridwan, pelanggan CV. Bintang Abadi, wawancara langsung (22 Januari 2024)

Faktor pendukung eksternal meliputi keinginan untuk mengembangkan usaha CV. Bintang Abadi agar memiliki produk yang lebih bervariasi sehingga dapat diterima dan digunakan oleh masyarakat luas dari berbagai golongan sehingga produk batik dari CV. Bintang Abadi dapat memperluas pasar dan targetnya.

b. Faktor Pendukung Eksternal

Adanya permintaan pasar terhadap produk batik dengan berbagai desain dan model menjadikan CV. Bintang Abadi termotivasi untuk dapat memenuhi permintaan tersebut. Dengan adanya permintaan dari pasar tersebut, CV. Bintang Abadi pun memulai untuk melakukan *diversifikasi* produk batik sehingga value produk meningkat seiring dengan permintaan pasar terhadap produk batik di CV. Bintang Abadi

c. Faktor Penghambat Internal

Kurangnya kemampuan SDM dalam mengkreasikan produk batik menjadi faktor penghambat internal *diversifikasi* produk batik di CV. Bintang Abadi, hal ini dikarenakan kebiasaan dalam memproduksi produk batik biasa sehingga terasa sulit ketika ada tekanan baru untuk menciptakan produk batik yang berbeda dan *trendy* atau mengikuti zaman. Kekurangan dana atau modal juga menjadi faktor penghambat internal dalam menjalankan *diverifikasi* dikarenakan proses *diverifikasi* memerlukan modal dalam riset dan pengembangan, produksi, pemasaran, dan distribusi.

d. Faktor Penghambat Eksternal

Ada beberapa faktor penghambat eksternal yang mempengaruhi *diversifikasi* produk batik di CV. Bintang Abadi seperti kurangnya perhatian dari pemerintah terkait pengembangan produk batik di Pamekasan seperti pameran budaya dan juga

pelatihan pengembangan batik, dan juga budaya yang konservatif sehingga menghambat jalannya proses *diversifikasi* produk batik di CV. Bintang Abadi.

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh dari lapangan, peneliti menemukan beberapa hal yang bisa dijadikan temuan penelitian. Adapun temuan penelitian tersebut antara lain:

1. Temuan penelitian terkait dengan fokus penelitian yang pertama:

***Diversifikasi* dapat memaksimalkan *Sustainability Business Performance* pada usaha batik CV. Bintang Abadi**

- a. Diversifikasi yang dilakukan oleh CV. Bintang Abadi melalui beberapa tahapan sesuai dengan yang dikemukakan Kotler dan Keller.
- b. Diversifikasi yang dilakukan oleh CV. Bintang Abadi jika diukur menggunakan konsep *Triple Bottom Line* dapat meningkatkan *Sustainability Business Performance* pada usaha batik CV. Bintang Abadi

2. Temuan penelitian terkait dengan fokus penelitian yang kedua:

Faktor pendukung dan penghambat *diversifikasi* dalam memaksimalkan *Sustainability Business Performance* pada usaha batik CV. Bintang Abadi

Tabel 4.1

Faktor Pendukung dan Penghambat

	Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
Faktor Internal	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya keinginan untuk 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya kemampuan SDM

	mengembangkan produk batik di CV. Bintang Abadi	dalam mengkreasikan produk batik <ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya modal atau dana
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> • adanya permintaan pasar yang bermacam macam terhadap produk batik 	<ul style="list-style-type: none"> • kurangnya perhatian pemerintah kepada industri batik di Pamekasan • budaya yang konservatif

D. Pembahasan

Dari paparan data dan temuan penelitian diatas, peneliti dapat melakukan pembahasan penelitian melalui dua hal yang sesuai dengan fokus penelitian. Adapun dua pokok pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Diversifikasi* Dapat Memaksimalkan *Sustainability Business Performance* Pada Usaha Batik CV. BINTANG ABADI

Ramlah dalam jurnalnya menyatakan bahwa dalam menilai performa, banyak hal yang perlu diperhatikan. Aspek non-keuangan dan keuangan juga harus diperhatikan. Setelah mempelajari berbagai aspek pengukuran performa yang populer, dapat disimpulkan bahwa untuk mengukur performa keberlanjutan, atau kinerja keberlanjutan, diperlukan sejumlah faktor seperti sosial, ekonomi, dan lingkungan.⁹

Berdasarkan beberapa temuan penelitian di lapangan, performa bisnis berkelanjutan (*sustainability business performance*) pada CV. Bintang Abadi Desa Klampar Kec. Proppo Kab. Pamekasan jika berdasar konsep *Triple Bottom Line* (TBL) memberikan dampak yang cukup besar terhadap nilai ekonomi, sosial, dan

⁹ Ramlah, dkk, "*Sustainability Performance Pada Bank BNI Syariah di Makassar*", Universitas Hasanuddin.

lingkungan. Dampak-dampak tersebut setidaknya dapat dilihat dari beberapa kegiatan berikut ini :

a. Dampak terhadap aktifitas ekonomi

Dengan menempatkan pengembangan produk pada CV. Bintang Abadi, perusahaan mempengaruhi ekonomi para pelaku usahanya, mulai dari pemilik hingga pekerja. Peningkatan terhadap ekonomi ini berbanding lurus dengan peningkatan volume penjualan dan pendapatan usaha. Selain pemilik usaha, pengembangan produk juga berdampak pada karyawan. Karyawan CV. Bintang Abadi Bu Masturah, mengatakan bahwa pendapatan mereka meningkat sejak perusahaan menambah produknya.¹⁰

Peningkatan pendapatan ini adalah hasil dari keberhasilan CV. Bintang Abadi dalam mengembangkan produk baru yang mampu bersaing di pasar dan menarik perhatian pelanggan.

b. Dampak sosial

Hubungan dan interaksi yang terjadi antara pemilik bisnis dengan karyawan, pemilik bisnis dengan masyarakat sekitar, dan karyawan dengan masyarakat sekitar menyebabkan dampak sosial. Dengan mendukung pengrajin lokal, memberikan pelatihan, dan membina usaha, CV. Bintang Abadi juga berkontribusi positif pada masyarakat lokal. CV. Bintang Abadi juga berkontribusi terhadap lingkungan masyarakat seperti pemberian konsumsi jika ada kegiatan masyarakat, santunan anak yatim, qurban dan zakat.

Selain berpartisipasi dalam kegiatan sosial, CV. Bintang Abadi juga mendorong orang-orang di sekitarnya untuk ikut serta dalam perusahaan dengan

¹⁰ Masturah, karyawan CV. Bintang Abadi, wawancara langsung (26 Januari 2024)

cara mengajak mereka untuk mengambil kerja sampingan saat perusahaan menerima banyak permintaan. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Abidir Rahman bahwa ketika ketika kuantitas pesanan banyak, maka biasanya bapak Abidir Rahman mengajak masyarakat sekitar untuk membantu pekerjaan disini seperti pemasangan kancing, *packing*, dan juga pekerjaan lainnya.¹¹

c. Dampak lingkungan

Keberlanjutan lingkungan berarti bahwa manusia harus menggunakan sumber daya sebaik mungkin untuk memenuhi kebutuhan dan kebutuhan mereka sehingga sumber daya dapat dipertahankan untuk generasi berikutnya, mengingat keterbatasan sumber daya alam. Hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa keberadaan industri ini juga memperhatikan ekosistem lingkungannya.

Pengelolaan limbah CV. Bintang Abadi cukup baik karena mereka memiliki sistem pengelolaan air limbah sehingga limbah mereka tidak mencemari lingkungan. Seperti halnya yang disampaikan pak Ali selaku masyarakat sekitar CV. Bintang Abadi yang mengungkapkan bahwa tidak ada pencemaran air limbah yang disebabkan oleh CV. Bintang Abadi. Beliau mengungkapkan bahwa tidak ada masalah pencemaran lingkungan dikarenakan CV. Bintang Abadi memiliki instalasi pengelolaan limbah tersendiri.¹²

Jika penulis tarik keterkaitan antara fakta lapangan dengan landasan teori, maka penulis dan bapak Abidir Rahman sepakat bahwa *diversifikasi* yang dilakukan oleh CV. Bintang Abadi adalah *diversifikasi* yang dilakukan dengan motif untuk meningkatkan nilai dengan menggunakan strategi *diversifikasi*

¹¹ Abidir Rahman, Pemilik CV. Bintang Abadi, Wawancara Langsung (19 Januari 2024)

¹² Ridwan, pelanggan CV. Bintang Abadi, wawancara langsung (22 Januari 2024)

konsentrasi yang dimana menciptakan produk baru tetapi masih saling berhubungan dan terkait.

2. Faktor Pendukung Dan Penghambat *Diversifikasi* Dalam Memaksimalkan *Sustainability Business Performance* Pada Usaha Batik CV. Bintang Abadi

Dalam menjalankan *diversifikasi* produk batik, bapak Abidir Rahman selaku pemilik CV. Bintang Abadi menyadari bahwa ada beberapa faktor yang menentukan tingkat keberhasilan pengembangan produk batik di CV. Bintang Abadi. Proses *diversifikasi* di CV. Bintang Abadi dipengaruhi oleh beberapa faktor baik internal maupun eksternal. Adapun faktor-faktor pendukung dan penghambatnya peneliti jelaskan sesuai dengan temuan penelitian yang ada di lapangan sebagaimana berikut ini:

a. Faktor Pendukung Internal

Faktor pendukung internal *diversifikasi* dalam memaksimalkan *sustainability business performance* pada usaha batik CV. Bintang Abadi berdasarkan temuan penelitian di lapangan adalah adanya keinginan untuk mengembangkan nilai produk CV. Bintang Abadi dan juga keinginan agar batik Pamekasan bisa menjadi pakaian yang bisa digunakan dan dipakai dalam kegiatan sehari-hari.

Hal tersebut menyatakan bahwa terdapat dorongan atau keinginan untuk meningkatkan nilai produk dari perusahaan CV. Bintang Abadi. Selain itu, ada keinginan untuk menjadikan batik Pamekasan sebagai pilihan pakaian yang dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Kedua faktor ini dianggap sebagai elemen yang mendukung pelaksanaan *diversifikasi*. *Diversifikasi* dalam konteks ini merujuk pada upaya untuk memperluas atau mengembangkan ragam produk atau

variasi batik Pamekasan, sehingga dapat memperluas pangsa pasar perusahaan dan menarik lebih banyak konsumen.

b. Faktor Pendukung Eksternal

Faktor pendukung eksternal *diversifikasi* dalam memaksimalkan *sustainability business performance* di CV. Bintang Abadi yaitu adanya permintaan pasar yang beragam mulai dari produk batik biasa hingga produk batik siap pakai, sehingga menciptakan dorongan bagi CV. Bintang Abadi untuk bisa memenuhi permintaan pasar tersebut.

Dengan memanfaatkan permintaan pasar yang beragam sebagai dorongan, CV. Bintang Abadi dapat merancang strategi diversifikasi yang tepat, memperluas portofolio produk, dan secara simultan meningkatkan kinerja keberlanjutan dalam operasional bisnisnya.

c. Faktor Penghambat Internal

Adapun faktor penghambat *diversifikasi* dalam memaksimalkan *sustainability business performance* pada usaha batik CV. Bintang Abadi berdasarkan temuan penelitian di lapangan adalah kurangnya kreatifitas pengrajin serta lemahnya kemampuan finansial untuk mendongkrak *diversifikasi* produk batik sehingga mempengaruhi pemaksimalan *diversifikasi*.

Hal tersebut menyatakan bahwa terdapat beberapa faktor penghambat dalam upaya *diversifikasi* produk batik di CV. Bintang Abadi seperti Pengrajin dan pengusaha di sektor batik dinilai kurang kreatif. Ini dapat menghambat upaya diversifikasi karena inovasi dan kreativitas diperlukan untuk mengembangkan produk baru dan menarik konsumen.

Lalu lemahnya kemampuan finansial perusahaan untuk mengembangkan produk batiknya dikarenakan proses *diversifikasi* juga melalui proses persiapan yang kompleks dan pastinya memerlukan biaya yang cukup besar.

d. Faktor Penghambat Eksternal

Kurangnya perhatian pemerintah terhadap industri batik di Pamekasan khususnya Klampar juga menjadi salah satu faktor penghambat *diversifikasi* produk batik dalam memaksimalkan *sustainability business performance* di CV. Bintang Abadi. Sebenarnya pemerintah pada tahun 2022 sudah meresmikan Sentra Batik di Klampar, hal itu bertujuan untuk memberikan wadah bagi para pengrajin dan pengusaha batik untuk mempromosikan produknya, hanya saja dalam prosesnya pemerintah lepas tangan dan menyerahkan pengelolaannya kepada aparat desa yang dimana dalam hal ini tidak cakap dalam mengelola dengan segala keterbatasannya sehingga Sentra Batik hanya beroperasi kurang lebih 7 bulan.

Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya kerjasama antara pengrajin dan juga pemerintah dalam pengembangan produk batik sehingga menjadi faktor penghambat dalam proses *diversifikasi* produk batik. Kurangnya wadah seperti pelatihan maupun pameran juga dinilai sebagai bagian dari kurangnya perhatian pemerintah terhadap industri batik Pamekasan.

Tanpa adanya pelatihan dan dukungan yang memadai, pengrajin mungkin kesulitan dalam mencari wadah untuk mengembangkan kemampuan serta keterampilannya guna menciptakan produk baru dan berinovasi. Kurangnya kreativitas dan dukungan pemerintah secara bersama-sama mempengaruhi kemampuan pemaksimalan *diversifikasi* dalam industri batik. *Diversifikasi*

memerlukan ide-ide baru, teknik produksi inovatif, dan dukungan pembinaan yang dapat diberikan oleh pemerintah.

Oleh karena itu, keseluruhan kondisi tersebut dinilai sebagai faktor penghambat terhadap diversifikasi dalam industri batik. Penghambatan ini dapat menghentikan perkembangan dan inovasi di sektor tersebut, sehingga diperlukan solusi guna mengatasi kendala-kendala tersebut agar proses *diversifikasi* dapat terwujud.