

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tapanuli Utara merupakan daerah yang sedang mengalami pertumbuhan ekonomi terutama dalam industri rumah tangga. Sampai saat ini sudah banyak program yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan pendapatan masyarakat kecil namun belum mampu untuk menjawab tantangan industri global, dikarenakan masih belum optimalnya pemberdayaan dan pengembangan koperasi dan UKM dan kontribusi dari perdagangan. Dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pemerintah melakukan pengembangan di berbagai sektor khususnya sektor industri, pada bidang ini diharapkan mampu meningkatkan kemajuan ekonomi suatu daerah secara lebih cepat.

Menurut Malayu S.P (2018; 69) adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/ jabatan melalui pendidikan dan latihan. Perkembangan dalam usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi. Sepanjang hidup ada tiga peristiwa orang menerima ulos, yaitu pada saat kelahiran, perkawinan dan kematian. Pada dasarnya Ulos Batak Toba hanya terdiri dari 3 warna yaitu merah, putih dan hitam. Ulos mempunyai makna dan wujud penting bagi setiap warga masyarakat adat batak.

Salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Sumatera Utara, tepatnya di kota Tarutung Kabupaten Tapanuli Utara terdapat sebuah kerajinan tenun. Kota Tarutung dikenal sebagai kota wisata rohani karena terdapat objek wisata rohani

Salib Kasih di Kecamatan Siatas Barita, Kecamatan Siatas Barita tepatnya di Desa Simorangkir juga terkenal akan kerajinan tenunnya, yang biasa disebut dengan Tenun Tarutung. Tenun Tarutung sendiri sudah ada sejak dahulu dan terus berkembang hingga sekarang. Ada beberapa jenis Tenun Tarutung, diantaranya adalah Dimensi, Purada, Pucca, Bintik, Sadum dan Tumtuman. Tenun yang paling menarik diantara Tenun Tarutung lainnya adalah Tenun Ulos Tumtuman, karena Tenun Ulos Tumtuman ini diambil dari salah satu ulos suku Batak Toba yaitu motif Ulos Ragi hidup.

Desa Simorangkir merupakan salah satu lokasi penenun ulos yang sering dikenal dengan sebutan “ulos tarutung”. Para wanita di daerah itu sudah belajar menenun sejak saat kecil. Diawali dengan membantu penenun yang sudah mahir, gadis-gadis ini kemudian belajar keahlian menenun tahap demi tahap, mulai dari mengikat, menata benang hingga menenun dengan motif yang berbeda-beda. Umumnya ulos memiliki warna hitam, merah dan putih dengan sentuhan benang emas dan perak. Ulos merupakan bagian penting dalam kehidupan masyarakat Batak. Setiap helai ulos memiliki motif masing-masing dengan makna yang berbeda-beda. Kini, tenun Tarutung mulai dimodifikasi menjadi pakaian modern, seperti jas, kemeja, gaun dan lainnya. Namun yang paling sering di jumpai adalah tenun berbentuk songket dan ulos yang masih umum digunakan oleh masyarakat Batak pada acara keagamaan atau pun pernikahan.

Ulos merupakan tenun tradisional yang menjadi salah satu syarat utama dalam berbagai upacara adat pada masyarakat Batak Toba. Keberadaan tenun tradisional ulos dalam berbagai upacara adat menjadi simbol identitas, cara

penghormatan, tanda kasih sayang, dan pengikat persatuan kepada seseorang, keluarga dan kelompok kerabat yang melaksanakan upacara adat. Penerapan Ulos digunakan sebagai selendang untuk cinderamata dan ulos yang digunakan tidak mengandung makna filosofi yang mengikat. Beberapa tokoh dunia dan nasional menggunakan Kain Tenun Ulos Batak Toba dalam pertemuan resmi nasional maupun internasional. Dalam penggunaannya Ulos digunakan sebagai selendang untuk kelengkapan busana dan tidak berkaitan dengan adat istiadat. Ulos digunakan sebagai cinderamata sebagai salah satu cara pengenalan Ulos pada khalayak selain suku Batak.

Tabel 1.1
Harga Ulos Tenun Tarutung Dan Olahan Mesin

No	Jenis Ulos	Harga	
		Tenun Tarutung	Olahan Mesin
1	Songket	Rp 1.150.000	Rp 275.000
2	Pucca Bunga	Rp 1.700.000	Rp 295.000
3	Ulos Sadum	Rp 1.500.000	Rp 265.000
4	Ulos Mangiring	Rp 210.000	Rp 130.000
5	Ulos Harungguan	Rp 750.000	Rp 400.000
6	Ulos Ragi Hotang	Rp 1.500.000	Rp155.000
7	Ulos Ragi Hidup	Rp 1.500.000	Rp 250.000

Sumber : Pusat Pasar Tarutung, Oktober 2022

Fenomena dalam usaha ulos tenun di Tarutung menjadi menarik untuk diteliti, yaitu harga ulos tenun Tarutung yang fenomenal sehingga masyarakat suku Batak yang sangat melekat dengan ulos sesuai tradisi dalam pesta

perkawinan dan pesta lainnya, akan memilih alternatif ulos yang berasal dari daerah lain yang mempunyai makna yang sama.

Ulos tenun hasil produksi Desa Simorangkir sangat dikenal suku Batak melalui kualitas dan ciri khas yang dimilikinya. Namun kualitas dan ciri khas tersebut akan menjadi tantangan tersendiri bagi pengerajin ulos tenunan di Desa Simorangkir karena dengan kualitas dan ciri khas tersebut akan membutuhkan biaya yang lumayan besar, sehingga harus disesuaikan dengan harga jualnya. Adanya harga jual yang berbeda dengan harga jual ulos yang sejenis dari daerah lain menjadi fenomena tersendiri dengan adanya harga yang lebih murah dengan ulos yang sejenis dari daerah lain walaupun kualitas yang berdeda.

Dari hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan peneliti, bahwa pengerajin ulos tenunan di objek penelitian sangat membutuhkan pendampingan dari pihak pemerintah maupun dari pihak swasta untuk dapat memberikan dukungan untuk lebih mempertahankan dan mengembangkan usaha ulos tenunan sebagai ciri khas yang mempunyai nilai tinggi bagi kalangan suku Batak.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Pengembangan Usaha Ulos Tenun melalui Pendampingan Di Desa Simorangkir Tapanuli Utara”. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengembangan usaha ulos tenun di Desa Simorangkir Tapanuli Utara agar semakin dikenal oleh masyarakat luas Indonesia bahkan mancanegara dan dapat dilestarikan secara turun temurun, khususnya di daerah Desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas maka rumusan masalah peneliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga Produk berpengaruh terhadap pengembangan usaha ulos tenun di Desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pengembangan usaha ulos tenun Desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara ?
3. Apakah Harga Produk berpengaruh terhadap pendampingan usaha ulos tenun batak di Desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara ?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pendampingan usaha ulos tenun di Desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara ?
5. Apakah Pendampingan berpengaruh terhadap pengembangan usaha ulos tenun di Desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara ?
6. Apakah Harga Produk berpengaruh terhadap pengembangan usaha ulos tenun melalui Pendampingan Desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara?
7. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap pengembangan usaha ulos tenun melalui Pendampingan Desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang ada maka diketahui Tujuan dari Penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga produk terhadap pengembangan usaha ulos tenun di Desa simorangkir Tapanuli utara.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap Pengembangan usaha ulos tenun di Desa simorangkir Tapanuli utara
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga Produk terhadap Pendampingan ulos tenun di Desa simorangkir Tapanuli utara.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas Produk terhadap pendampingan usaha ulos tenun di Desa simorangkir Tapanuli utara
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pendampingan terhadap pengembangan usaha ulos tenun di Desa simorangkir Tapanuli utara.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga produk terhadap pengembangan usaha ulos tenun melalui pendampingan usaha di Desa simorangkir Tapanuli utara.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas Produk terhadap pengembangan usaha ulos tenun melalui pendampingan di Desa simorangkir Tapanuli utara.

1.4 Manfaat Penelitian

penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi maanfaat bagi banyak pihak, terutama :

1. Peneliti

Sebagai wahana didalam menambah dan mengembangkan khasanah ilmu penegetahuan, khususnya didalam menyikapi pengaruh harga produk,

kualitas produk dan pendampingan terhadap pengembangan usaha ulos tenun di desa simorangkir kabupaten tapanuli Utara.

2. Pemerintah Kabupaten Tapanuli Utara

Sebagai sumbangsih pemikiran dan masukan didalam menyikapi fenomena yang berkembang sehubungan dengan masih rendahnya pendapatan masyarakat pelaku usaha ulos tenun di desa simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara.

3. Pengembangan Penelitian

Sebagai bahan referensi bagi akademis didalam melakukan pengembangan penelitian lebih lanjut tentang pengembangan usaha ulos, produktivitas hasil penjualan, pendapatan masyarakat dan varians variabel yang mempengaruhi yang lebih komprehensif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Harga

Harga adalah jumlah uang (ditambahkan beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Helena Sirait (2018;4) (“harga yaitu jumlah semua nilai konsumen yang ditukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dan memiliki atau menggunakan suatu barang ataupun jasa”. Disamping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat.

2.1.1 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Saladin dalam Harahap (2015;230), ada 5 (lima) tujuan yang dapat diraih perusahaan melalui penetapan harga, yaitu :

1. Bertahan hidup (survival) Pada kondisi tertentu (karena adanya kapasitas yang menganggur, persaingan yang semakin gencar atau perubahan keinginan konsumen, atau mungkin juga kesulitan keuangan), maka perusahaan menetapkan harga jualnya dibawah biaya total produk tersebut atau dibawah harga pasar. Tujuannya adalah bertahan hidup (survival) dalam jangka pendek. Untuk bertahan hidup jangka panjang, harus mencari jalan keluar lainnya.
2. Memaksimalkan laba jangka pendek (maximum current profit) Perusahaan merasa yakin bahwa dengan volume penjualan yang tinggi akan mengakibatkan biaya per unit lebih rendah dan keuntungan yang lebih tinggi. Perusahaan menetapkan harga serendah- rendahnya dengan asumsi pasar sangat peka terhadap harga. Ini dinamakan “penentuan harga untuk menerobos pasar (market penetration pricing)”. Hal ini hanya dapat dilakukan apabila : a. Pasar sangat peka terhadap harga, dan rendahnya harga sangat merangsang pertumbuhan pasar. b. Biaya produksi dari distribusi menurun sejalan dengan bertambahnya produksi. c. Rendahnya harga akan melemahkan persaingan.

3. Memaksimalkan hasil penjualan (maximum current revenue) Untuk memaksimalkan hasil penjualan, perusahaan perlu memahami fungsi permintaan. Banyak perusahaan berpendapat bahwa maksimalisasi hasil penjualan itu akan mengantarkan perusahaan memperoleh maksimalisasi laba dalam jangka panjang dan pertumbuhan bagian pasar.
4. Menyaring pasar secara maksimum (maximum market skimming) Banyak perusahaan menetapkan harga untuk menyaring pasar (market skimming price). Hal ini dilakukan untuk menarik segmen-segmen baru. Mula-mula dimunculkan ke pasar produk baru dengan harga tinggi, beberapa lama kemudian dimunculkan produk baru dengan harga tinggi, beberapa lama kemudian dimunculkan pula produk yang sama dengan harga yang lebih rendah.
5. Menentukan permintaan (determinant demand) Penetapan harga jual membawa akibat pada jumlah permintaan.

2.1.2 Peranan Harga

Tjiptono dalam web (<https://www.kajianpustaka.com/2016/09/pengertian-peranan-dan-tujuan-penetapan-harga.html>), menyatakan bahwa harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen dan perusahaan

1. Bagi Perekonomian
Harga produk mempengaruhi tingkat upah, bunga, sewa, dan laba. Harga merupakan regulator dasar dalam system perekonomian, karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah modal dan kewirausahaan.
2. Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitif terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak. Mayoritas konsumen agar sensitif terhadap harga, namun juga mempertimbangkan faktor lain (seperti citra merek, lokasi toko, layanan, nilai (value), fitur produk dan kualitas produk).
3. Bagi Perusahaan
Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan. Harga produk adalah determinan utama bagi permintaan pasar atas produk bersangkutan

2.1.3 Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Helena Sirait ada empat indikator yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Keterjangkauan harga
Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.
3. Daya saing harga
Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat
Konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

2.2 Kualitas Produk

Menurut Ekaprana dkk dalam Budi (2023;18) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam mempergunakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk, dan atribut produk lainnya. Produk juga merupakan salah satu variabel yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk, suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Banyaknya pesaing dalam dunia bisnis memerlukan suatu produk yang berbeda satu sama lainnya dan ataupun sama. Produk suatu perusahaan haruslah memiliki suatu keunggulan ataupun kelebihan dibandingkan produk yang dihasilkan perusahaan lain, hal ini bertujuan supaya setiap perusahaan dapat

bertahan menghadapi setiap pesaing. Menurut Thamrin Abdullah (2012) dalam buku manajemen pemasaran jika didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, orang, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud.

Jadi pada dasarnya produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat atau konsumen. Bagi perusahaan yang memproduksi suatu produk atau jasa, produk adalah alat atau sarana yang mencapai sasaran, yaitu keuntungan perusahaan atau tujuan tertentu. Dalam era globalisasi ini, tampaknya masyarakat atau konsumen semakin kritis dalam menilai suatu produk.

2.2.1 Klasifikasi Produk

Dari produk yang biasa dibeli oleh konsumen, kita dapat melakukan penggolongan atau klarifikasi mengenai produk. Menurut Sunyoto dalam Novri Nazrel Syahputra (2020), produk menurut daya tahannya diklasifikasikan menjadi tiga kelompok, yaitu :

1. Barang yang tahan lama
Barang yang tahan lama (*durable goods*) adalah merupakan barang nyata yang biasanya melayani banyak kegunaan, misalnya pakaian, peralatan otomotif, computer, peralatan bengkel, lemari es, dan sebagainya.
2. Barang yang tidak tahan lama
Barang yang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah merupakan barang nyata yang biasanya dikonsumsi untuk satu atau beberapa kegunaan, misalnya pasta gigi, kuliner, minuman energik dan lainnya.
3. Jasa
Jasa merupakan kegiatan, manfaat, atau kegunaan yang ditawarkan untuk dijual, misalnya bengkel sepeda motor, reparasi computer dan televisi, laundry, jasa angkutan barang, jasa olah data, rental mobil dan sepeda motor, kursus bahasa asing, kursus program computer, dan lainnya.

2.2.2 Indikator Produk

Menurut Garvin dalam menyebutkan terdapat indikator variabel dalam menentukan kualitas barang yaitu:

1. Keistimewaan, yaitu sifat yang dimiliki oleh suatu produk yang dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu dari konsumen sehingga bisa memberikan kepuasan kepada konsumen.
2. Keandalan (Reliability), yaitu hal yang berkaitan dengan kemungkinan suatu barang dapat berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan kondisi tertentu.
3. Panatisme, yaitu bentuk ekstrem dari kesetiaan terhadap sebuah produk atau merek (brand loyalty).
4. Daya Tarik, yaitu segala sesuatu yang dapat di tawarkan pedagang/penjual untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

2.3 Pendampingan

Pendampingan sebagai suatu strategi yang umum digunakan oleh pemerintah dan lembaga non profit dalam upaya meningkatkan mutu dan kualitas dari sumber daya manusia, sehingga mampu mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari permasalahan yang dialami dan berupaya untuk mencari alternatif pemecahan masalah yang dihadapi. Kemampuan sumber daya manusia sangat dipengaruhi oleh keberdayaan dirinya sendiri. Oleh karena itu sangat dibutuhkan kegiatan pemberdayaan disetiap kegiatan pendampingan.

Menurut Departemen Sosial dalam Mumu Muzayyin Mag (2022;497), pendampingan adalah proses pembimbingan atau pemberian kesempatan kepada masyarakat, khususnya masyarakat miskin yang dilakukan oleh para pendamping atau fasilitator melalui serangkaian aktivitas yang memungkinkan komunitas

tersebut memiliki kemampuan dan kepercayaan diri dalam menghadapi permasalahan di seputar kehidupannya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa pendampingan adalah proses dari pemberdayaan masyarakat yang bentuk aktivitas atau kegiatannya bertujuan untuk mencapai perubahan dimana di dalamnya terdapat pendamping dan orang yang di dampingi yang nantinya akan memperoleh dampingan dari pendamping, sehingga seorang pendamping harus siap berperan sebagai Fasilitator, Komunikator dan Dinamisator.

2.3.1 Tujuan Pendampingan

Pendampingan bertujuan membantu individu dan atau kelompok dalam pengembangan manusia seutuhnya (mengoptimalkan potensinya), dengan lebih spesifik adalah membantu dampingan agar mampu mandiri antara lain memiliki sumber penghasilan yang tetap dan layak, sehingga dapat menjadi warga masyarakat yang mampu berperan dalam lingkungannya dalam Nalom Siagian (2022).

Suryaman, dkk dalam Nalom Siagian (2022) mengatakan bahwa terdapat 7 Prinsip pendampingan yaitu :

1. Pendampingan merupakan proses penyadaran diri bagi pihak yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan
2. Berkeyakinan bahwa kelompok pendampingan atau individu dalam dirinya mampu berkembang sesuai dengan tujuannya
3. Kegiatan pendampingan bermaksud menciptakan situasi yang mendukung perkembangan kelompok usaha atau individu
4. Pendekatan pendampingan berangkat dari lapisan paling bawah (bottom up).
5. Pendampingan berorientasi pada pengembangan manusi seutuhnya
6. Pendampingan diutamakan pelaksanaannya melalui kelompok dan dalam kelompok artinya pendampingna bukan secara pribadi tetapi
atas nama situasi institusi

7. Pendampingan memprioritaskan pada partisipasi

Berdasarkan uraian di atas maka dapat kita ketahui bahwa pendampingan pada dasarnya bertujuan untuk membantu keberhasilan masyarakat untuk mencapai perubahan yang lebih baik sehingga dapat dilihat dan dirasakan hasil dari pendampingan tersebut. Pendampingan pada dasarnya akan berhasil apabila kegiatan yang dilakukan oleh pendamping menghasilkan sesuatu yang bermanfaat. Sehingga dapat diartikan bahwa keberhasilan pendampingan akan terwujud jika dilakukan kegiatan yang nantinya dapat memberdayakan masyarakat di daerah tersebut.

2.3.2 Fungsi Pendampingan

Diantaranya fungsi pendampingan menurut Wiryasaputra dalam Risa (2018;21) sebagai berikut:

1. Fungsi Penyembuhan (Healing) Fungsi ini di pakai oleh pendamping ketika melihat keadaan yang perlu dikembalikan kekeadaan semula atau mendekati keadaan semula. Fungsi ini dipakai untuk membantu orang yang didampingi menghilangkan gejala-gejala dan tingkah laku yang disfungsi sehingga dia tidak menampakkan lagi gejala yang mengganggu dan dapat berfungsi kembali secara normal sama seperti sebelum mengalami krisis.
2. Fungsi Membimbing (Guiding) Fungsi membimbing ini dilakukan pada waktu orang harus mengambil keputusan tertentu tentang masa depannya. Dalam hal ini, klien sedang dalam proses pengambilan keputusan.
3. Fungsi Menopang (Sustaining) Fungsi ini dilakukan bila klien tidak mungkin kembali ke keadaan semula. Fungsi menopang digunakan sekarang sebagaimana adanya, kemudian berdiri diatas kaki sendiri dalam keadaan baru, bertumbuh secara penuh dan utuh.
4. Fungsi Memperbaiki Hubungan (Renconciling) Fungsi ini dipakai untuk membantu klien bila mengalami konflik batin dengan pihak lain yang mengakibatkan putus dan rusaknya hubungan.
5. Fungsi membebaskan (Liberating, empowering, capacity building) Fungsi ini dapat juga di sebut sebagai “membebaskan” (liberating) atau “memampukan” (empowering) atau memperkuat (capacity building).

2.3.4 Prinsip-Prinsip Pendampingan

Dalam Depsos dalam (<https://text-id.123dok.com/document/7qv1o6e1q-prinsip-dasar-pendampingan-syarat-pendamping.html>), melaksanakan tugasnya, pendamping harus berpedoman dan memegang teguh prinsip-prinsip sebagai berikut:

1. Penerima (acceptance)
2. Individualisasi (individualization).
3. Tidak menghakimi (non judgemental)
4. Kerahasiaan (confidentiality)
5. Rasional (rationality)
6. Empati (empaty)
7. Kesungguhan dan ketulusan (geniuness)
8. Mawas diri (self awareness)
9. Partisipasif (participation)

2.3.5 Indikator Pendampingan

Pendampingan sosial merupakan suatu strategi yang sangat menentukan keberhasilan progam pemberdayaan masyarakat. Edi Suharto dalam Khayatun Nufus (2017), menjelaskan bahwa indikator pendampingan yakni berpusat pada empat bidang tugas atau fungsi, yaitu:

1. Pemungkinan (Enabling) atau fasilitasi
Merupakan fungsi yang berkaitan dengan pemberian motivasi dan kesempatan bagi masyarakat, beberapa tugas yang berkaitan dengan fungsi ini antara lain menjadi model, melakukan mediasi dan negosiasi, membangun konsensus bersama, serta melakukan manajemen sumber.
2. Penguatan (Empowering)
Penguatan merupakan fungsi yang berkaitan dengan pendidikan dan pelatihan guna memperkuat kapasitas masyarakat. Pendamping berperan aktif sebagai agen yang memberi masukan positif dan direktif berdasarkan pengetahuan dan pengalaman serta bertukar gagasan dengan pengetahuan pengalaman masyarakat yang didampinginya, membangkitkan kesadaran masyarakat, meyampaikan informasi,

melakukan konfrontasi, menyelenggarakan pelatihan bagi masyarakat adalah beberapa tugas yang berkaitan dengan fungsi penguatan.

3. Perlindungan (Protecting)

Merupakan fungsi yang berkaitan dengan interaksi pendamping dengan lembaga-lembaga eksternal atas nama dan demo kepentingan masyarakat yang didampinginya. Pendamping dapat bertugas mencari sumber-sumber, melakukan pembelaan, menggunakan media, meningkatkan hubungan masyarakat, dan membangun jaringan kerja. Fungsi perlindungan juga menyangkut tugas pendamping sebagai konsultan dalam pemecahan masalah yang dihadapi para anggota.

4. Pendukung (Supporting)

Mengacu pada keterampilan yang bersifat praktis yang dapat mendukung terjadinya perubahan positif pada masyarakat. Pendamping dituntut tidak hanya mampu menjadi manajer perubahan dalam mengorganisasi kelompok yang didampingi, melainkan pula mampu melaksanakan tugas-tugas sesuai dengan berbagai keterampilan dasar yang dimiliki. Dalam menjalankan suatu usaha perlu adanya pendampingan agar usaha yang dikelola masing-masing anggota masyarakat dapat berjalan dengan baik dan dapat berkembang dengan baik. Hal tersebut juga dapat berdampak positif dalam perkembangan usaha yang membawa pada peningkatan kesejahteraan para anggota.

2.4 Pengembangan

Malayu S.P Hasibuan (2018;69) Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoretis, konseptual dan moral sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan latihan.

Menurut Nurrohmah dalam Zulhazmi (2020;406) Pengembangan usaha adalah suatu bentuk usaha kepada usaha itu sendiri agar dapat berkembang menjadi lebih baik dan agar mencapai pada satu titik atau puncak menuju kesuksesan. Perkembangan dalam usaha dilakukan oleh usaha yang sudah mulai dan terlihat ada kemungkinan untuk lebih maju lagi.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan

pekerjaan atau suatu usaha yang sekarang maupun yang akan mendatang memberi informasi, pengarahan, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha.

2.4.1. Tujuan Pengembangan

Malayu S.P Hasibuan (2018:70) : (1) Produktivitas Kerja, (2) Efisiensi, (3) Kerusakan, (4) Kecelakaan, (5) Pelayanan, (6) Moral, (7) Karir, (8) Konseptual, (9) Kepemimpinan, (10) Balas Jasa, (11) Konsumen.

2.4.2 Indikator Pengembangan

Tolak ukur perkembangan usaha haruslah parameter yang dapat diukur sehingga tidak bersifat nisbi atau bahkan bersifat maya yang sulit untuk dapat dipertanggungjawabkan. Semakin kongkret tolak ukur tersebut semakin mudah bagi semua pihak untuk memahami serta membenarkan atas diraihnya keberhasilan tersebut. Maka yang menjadi indikator perkembangan usaha, yaitu:

1. Pendampingan yang dilakukan Kegiatan pembinaan dengan polapendampingan yang diberikan merupakan salah satu progam yang saling berkesinambungan dengan progam yang lainnya dalam pemberdayaan masyarakat. Progam pendampingan yang dilakukan bertujuan untuk: a) Memberdayakan pengusaha mikro sehingga terbentuk individu mandiri, b) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengusaha mikro, c) Membentuk karakter yang baik dan kuat, agar mampu menghadapi dunia persaingan usaha yang semakin ketat, d) Meningkatkan kemampuan usaha mikro dalam hal pengorganisasian sehingga tumbuh sikap saling membantu dan kemnadirian secara menyeluruh, melalui suatu lembaga keuangan mikro masyarakat.

2. Modal Usaha Dalam menjalankan sebuah usaha, salah satu faktor pendukung yang dibutuhkan adalah modal. Modal usaha adalah mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha karena diperlukan sejumlah dana sebagai dasar ukuran finansial atau usaha yang dijalankan.
3. Omset Penjualan Omset penjualan merupakan jumlah penghasilan atau laba yang diperoleh dari hasil menjual barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu, yang dihitung berdasarkan jumlah uang yang diperoleh.

2.5 Penelitian Terdahulu

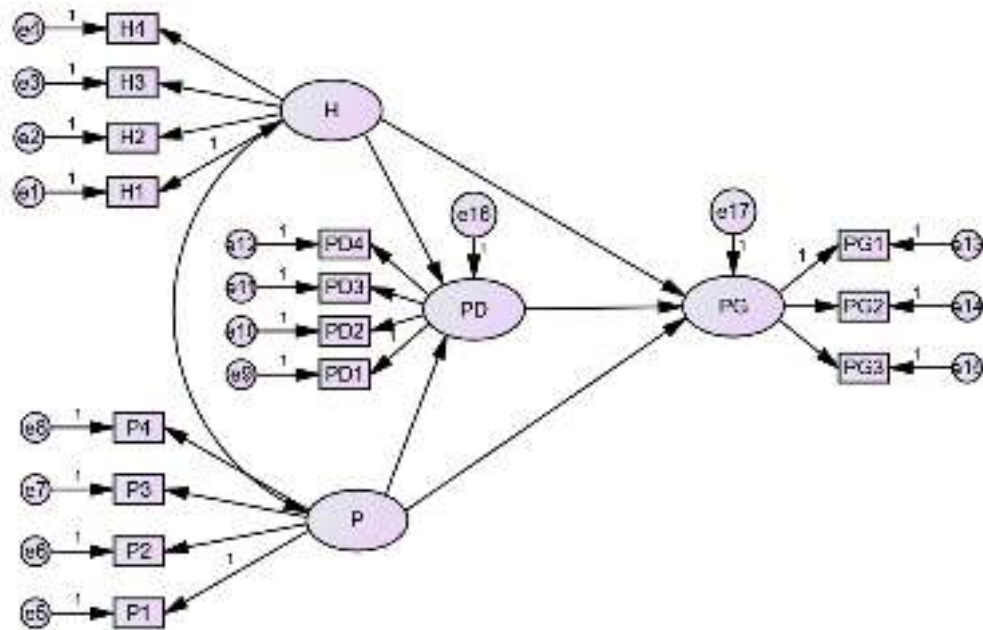
Hasil dari beberapa peneliti akan digunakan sebagai bahan referensi dan perbandingan dalam penelitian ini. Adapun penelitian-penelitian terdahulu, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul, Nama dan Tujuan	Variabel	Hasil
1.	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian peralatan masak di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya. Oleh Iful Anwar (2015)	Harga(X1), Kualitas Produk(X2), Keputusan Pembelian (Y)	Hasil pengujian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.
2.	Pengaruh Harga, Kualita Produk, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. Oleh Muhammad Taufik Ranchman Ali (2017)	Harga(X1), kualitas produk(X2), lokasi(X3), dan fasilitas(X4) terhadap Keputusan Pembelian Rumah(Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, lokasi dan fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

2.6 Kerangka Konseptual Penelitian

Adapun kerangka konseptual dari penelitian ini yang dilandaskan pada tinjauan pustaka yaitu :



Keterangan : H = Harga

PD = Pendampingan

P = Produk

PG = Pengembangan

Gambar 2.1
Konseptual Pemikiran

2.7 Hipotesis Penelitian

Maka berdasarkan penelitian di atas, dapat diambil hipotesis penelitian yaitu :

H1 : Harga Produk Berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha Ulos Tenun di Desa Simorangkir Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.

H2: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha Ulos Tenun di Desa Simorangkir Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.

- H3 : Harga Produk berpengaruh terhadap pendampingan usaha ulos tenun di Desa Simorangkir Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.
- H4 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pendampingan usaha ulos tenun di Desa Simorangkir Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.
- H5 : Pendampingan Usaha berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha Ulos Tenun di Desa Simorangkir Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.
- H6 : Harga Produk berpengaruh terhadap Pengembangan usaha ulos tenun melalui Pendampingan Usaha di Desa Simorangkir Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.
- H7 : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pengembangan usaha ulos tenun melalui Pendampingan Usaha di Desa Simorangkir Kecamatan Siatas Barita Kabupaten Tapanuli Utara.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah metode penelitian kuantitatif, metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini adalah tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap pengembangan usaha ulos tenun melalui pendampingan usaha di desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Simorangkir Kabupaten Tapanuli Utara dengan waktu proses penelitian mulai dari pengajuan judul hingga sampai meja hijau yaitu Maret 2023 – Agustus 2023.

No	Kegiatan	Waktu Kegiatan																																											
		Oktober-22				Nov-22				Desember-22				Januari-23				Februari-23				Maret-23				Apr-23				Mei-2023				Juni-2023				Juli-2023				Agustus-2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan Judul	■	■																																										
2	ACC Judul			■																																									
3	Persetujuan Pembimbing				■																																								
4	Bahan Literatur				■	■	■																																						
5	Penyusunan Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■																																
6	Bimbingan Proposal							■	■	■	■							■	■																										
7	Seminar Proposal																		■																										
8	Revisi Proposal																			■	■	■	■																						
9	Pengumpulan Data (Penelitian)																					■	■	■	■																				
10	Pengolahan dan Analisis Data																									■	■	■	■																
11	Bimbingan Skripsi																													■	■	■	■												
12	Periksa Buku																																								■				
13	Penggandaan dan Tanda Tangan																																												
14	Ujian Meja Hijau																																												

Gambar 3.1
JADWAL KEGIATAN PENELITIAN & PENULISAN SKRIPSI

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dapat dikatakan “kumpulan” banyak sampel penelitian, sehingga didalam penelitian sangat diperlukan penentuan sampel tersebut sebagai cara untuk “memudahkan” dalam membaca fenomena atau realitas yang ada. Nalom Siagian (2021:53), Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat penenun yang bergabung dengan kelompok tenun di Kabupaten Tapanuli Utara. Jumlah penduduk Kabupaten Tapanuli Utara yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1.802 jiwa yang tersebar di 2 desa. Sedangkan sampel adalah refleksi langsung dari populasi, dimana potret realitas yang akan di data berada sepenuhnya dalam sampel tersebut. (Nalom Siagian 2021:54). Menurut Singgih Santoso (2014: 73), untuk model SEM dengan jumlah variable laten (konstruk) sampai lima buah, dan setiap konstruk dijelaskan tiga atau lebih indicator, jumlah sampel 100 – 150 data sudah dianggap memadai.

Maka banyaknya sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 100 sampel yang akan dipilih dari perwakilan masyarakat Tarutung desa simorangkir Tapanuli Utara yang menjadi pelaku usaha tenun ulos dengan pendekatan Snowball sampling yaitu Responden awal dipilih via Probabilitas, Responden berikutnya atas rekomendasi responden sebelumnya.

3.4 Defenisi Konseptual, Operasional dan Instrumen

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka yang menjadi masalah penelitian ini adalah harga, produk terhadap pendampingan dan pengembangan usaha ulos tenun di Kabupaten Tapanuli Utara.

a. Harga Produk

1). Defenisi Konseptual

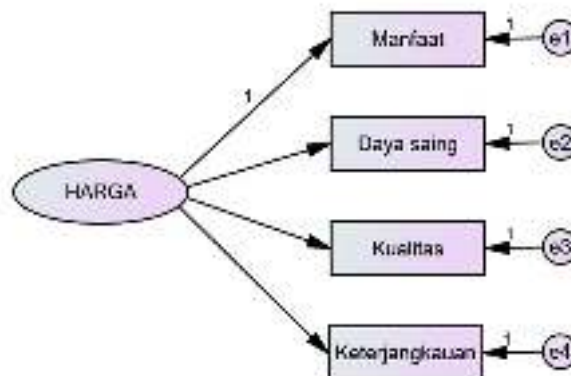
Harga adalah jumlah uang (ditambahkan beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

2). Defenisi Operasional

Indikator Harga Produk dalam penelitian ini adalah : Keterjangkauan Harga, Kesesuaian harga dengan kualitas, Daya saing, Kesesuaian harga dengan manfaat

3). Instrumen Variabel Harga Produk

Berdasarkan pendekatan penelitian yang digunakan, variable harga ini dapat dikembangkan seperti tabel dibawah ini :



Gambar 3.2
Bagan Variabel Laten Harga Produk

Tabel 3.1
Instrumen Variabel Harga Produk

Variabel	Indikator	Kode	Sumber Data
Harga	1. Manfaat	H1	Kotler (2012: 278)dalam Helena
	2. Daya Saing	H2	
	3. Kualitas	H3	
	4. Keterjangkauan	H4	

b. Kualitas Produk

1). Defenisi Konseptual

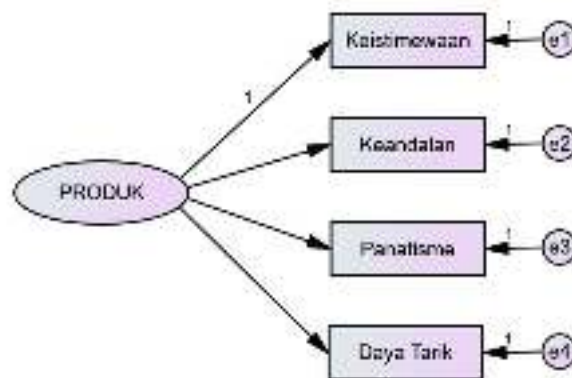
Produk adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat atau konsumen.

2). Defenisi Operasional

Indikator Produk dalam penelitian ini adalah : Keistimewaan, Keandalan, Panatisme dan Daya Tarik.

3). Instrumen Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan pendekatan penelitian yang digunakan, variable kualitas produk ini dapat dikembangkan seperti tabel dibawah ini :



Gambar 3.3
Bagan Konstrak Variabel Laten Kualitas Produk

Tabel 3.2
Instrumen Variabel Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Kode	Sumber Data
Produk	1. Keistimewaan	P1	Garvin
	2. Keandalan	P2	
	3. Panasisme	P3	
	4. Daya Tarik	P4	

c. Pendampingan Usaha

1). Defenisi Konseptual

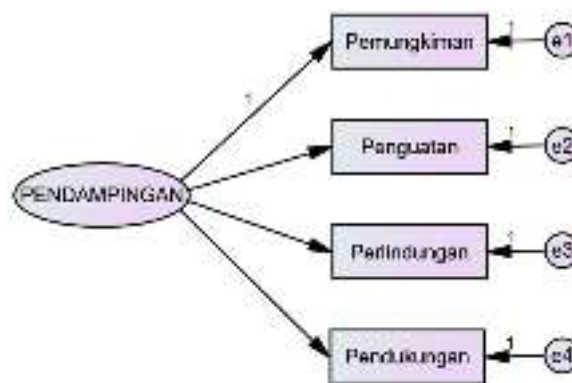
Pendampingan adalah sebagai suatu strategi yang umum digunakan oleh pemerintah dan lembaga non profit dalam upaya meningkatkan mutu dan kualitas dari sumber daya manusia, sehingga mampu mengidentifikasi dirinya sebagai bagian dari permasalahan yang dialami dan berupaya untuk mencari alternatif pemecahan masalah yang dihadapi.

2). Defenisi Operasional

Indikator Pendampingan dalam penelitian ini adalah : Pemungkinan, Penguatan, Perlindungan dan Pendukungan.

3). Instrumen Variabel Pendampingan Usaha

Berdasarkan pendekatan penelitian yang digunakan, variable pendampingan ini dapat dikembangkan seperti tabel dibawah ini :



Gambar 3.4
Bagan Konstrak Variabel Laten Pendampingan Usaha

Tabel 3.3
Instrumen Variabel Pendampingan Usaha

Variabel	Indikator	Kode	Sumber Data
Pendampingan	1. Pemungkinan	PD1	Edi Suharto dalam Khayatun (2017)
	2. Penguatan	PD2	
	3. Perlindungan	PD3	
	4. Pendukungan	PD4	

d. Pengembangan Usaha

1). Defenisi Konseptual

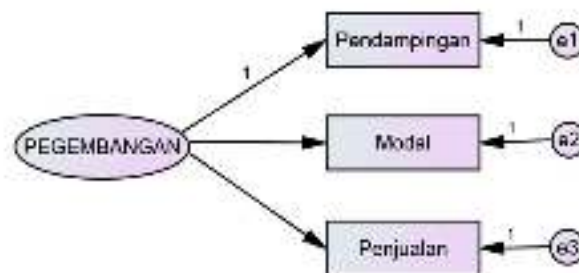
Pengembangan adalah segala sesuatu yang dilaksanakan untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan atau suatu usaha yang sekarang maupun yang akan mendatang memberi informasi, pengarahannya, pengaturan, dan pedoman dalam pengembangan usaha

2). Defenisi Operasional

Indikator Pengembangan usaha dalam penelitian ini adalah : Pendampingan, modal usaha, dan omset penjualan.

3). Instrumen Variabel Pengembangan Usaha

Berdasarkan pendekatan penelitian yang digunakan, variable Pengembangan ini dapat dikembangkan seperti tabel dibawah ini:



Gambar 3.5
Bagan Konstrak Variabel laten Pengembangan Usaha

Tabel 3.4
Instrumen Variabel Pengembangan Usaha

Variabel	Indikator	Kode	Sumber Data
Pengembangan	1. Pendampingan	PG1	Melayu S.P Hasibuan (2010 : 71-72)
	2. Modal Usaha	PG2	
	3. Omset Penjualan	PG3	

3.5 Teknik Analisis Data Penelitian

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi dan karakteristik jawaban responden untuk masing-masing konstruk atau variable yang diteliti. Hasil analisis deskriptif selanjutnya digunakan untuk mendapatkan tendensi jawaban responden mengenai kondisi masing-masing konstruk atau variable penelitian.

3.5.2 Analisis Infrensial Statistik dengan Analisis SEM

3.5.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori

Analisis factor konfirmatori dirancang untuk menguji unidimensionalitas dari suatu konstruk teoritis. Analisis ini sering juga disebut menguji validitas suatu konstruk teoritis. Variable laten yang digunakan dalam penelitian ini dibentuk berdasarkan konsep teori dengan beberapa indikator. Analisis konfirmatori ini untuk menguji apakah indikator pembentuk konstruk laten merupakan indikator yang valid sebagai pengukur konstruk laten.

3.5.2.2 Analisis Model Struktural

Analisis Structural Equation Modelling (SEM) secara full model setelah dilakukan analisis tahap tingkat unidimensionalitas dari indikator-indikator pembentuk variable laten atau konstruk eksogen maupun endogen yang diuji dengan confirmatory factor analisis. Analisis hasil pengolahan data pada full model SEM dilakukan dengan melakukan uji kesesuaian dan uji statistic.

3.5.2.3 Evaluasi Model Struktural

Sebelum dilakukan pengujian secara statistik terhadap pengaruh masing-masing variable eksogen terhadap variabel endogen dalam fit model (pengujian hipotesis penelitian), terlebih dahulu dilakukan evaluasi terhadap model structural yang dihasilkan oleh fit model dalam penelitian ini.

3.6 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan nilai t-Value dengan tingkat signifikan 0,05. Nilai t-value dalam program Amos 22 merupakan nilai Critical Ratio (C.R) pada Regression weights : (Group number 1 – Default model) dari fit model. Apabila nilai Critical ratio (C.R) $\geq 1,967$ atau nilai probabilitas (P) $\leq 0,05$ maka H0 ditolak (hipotesis penelitian diterima).