

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Indonesia adalah negara yang terkenal dengan keanekaragaman kesenian dan budaya. Salah satu yang populer diantaranya, berasal dari bidang fashion adalah batik. Batik merupakan salah satu peninggalan seni budaya bangsa Indonesia yang memiliki nilai luhur dan perlu dilestarikan. Sejak dahulu batik telah dikenal dan berkembang pada pada lingkup masyarakat Indonesia. Ilmuya dalam Burhanuddin Firmansyah dan Harti (2018:1), batik merupakan hasil perpaduan antara seni dan teknologi, tampak dari motif dan warnanya, termasuk proses pembuatannya menunjukkan teknologi yang unik dan menarik. Kata Batik berasal dari Bahasa Jawa yaitu “amba’ yang artinya tulis dan “nitik” yang berarti titik. Maksud dari gabungan kedua kata tersebut adalah menulis dengan lilin. Proses pembuatan batik diatas kain menggunakan canting yang ujungnya berukuran kecil memberikan kesan orang sedang menulis titik-titik.

Di Indonesia, batik menjadi salah satu ikon dan aset negara dengan corak dan motif yang unik dan khas tersebut. seni lukis batik yang ditampilkan mampu mengungkapkan ekspresi pada penciptanya. Usaha batik pada zaman dahulu hanya digunakan oleh kaum kalangan atas karena dulu hanya ada batik tulis, dimana memerlukan proses yang lama dalam pembuatannya. Hal ini membuat harga batik menjadi mahal yang membuat hanya orang kaya yang mampu membelinya. Tetapi Seiring dengan kemajuan teknologi, pembuatan motif batik menggunakan mesin

yang disebut batik cap atau printing. Proses pengerjaannya tidak memerlukan waktu lama dan mampu membuat dalam skala banyak. Dengan proses tersebut tidak terlalu memakan biaya banyak dan mampu dijual dengan harga terjangkau.

Batik sendiri terdiri dari kain batik tulis, batik print, dan cap. Nilai tertinggi ada pada jenis kain batik tulis karena proses pembuatannya yang memerlukan proses yang sulit dan panjang. Batik tulis dibuat secara langsung oleh sentuhan pembatik dengan melukiskan kain kosong dengan lilin malam. Lukisan pada kain yang indah nantinya menjadi kain batik yang dapat dibentuk menjadi beragam pakaian dan kebutuhan kain lainnya. Proses pembuatan batik cap tidak serumit dan sepanjang tahap pembuatan kain batik tulis. Kain batik cap dibuat dengan menggunakan stempel besar berukuran standar yang sudah bermotif, dikenal juga dengan istilah canting cap.

Batik termasuk salah satu jenis seni lukis. Bentuk-bentuk yang dilukiskan diatas kain tersebut disebut dengan ragam hias. Ragam hias yang terdapat pada batik pada umumnya berhubungan erat dengan beberapa factor, antara lain letak geografis, adat istiadat dan kondisi alam. Budaya membatik merupakan suatu adat istiadat yang turun temurun, hal tersebut yang menyebabkan suatu motif batik biasanya dapat dikenali dari asal daerah ataupun asal keluarganya. Terdapat banyak sekali jenis dan corak dari batik tradisional, yang motif dan ragamnya sesuai dengan filosofi dan budaya dari masing-masing daerah.

Bisa dilihat seiring dengan perkembangan zaman, batik juga akan mengikutinya. Batik tidak hanya digunakan pada acara resmi sebagai pengganti jas, namun dalam perkembangannya saat ini batik sudah digunakan untuk banyak hal.

Seperti batik sudah dijadikan bahan untuk pembuatan barang-barang lain contohnya yaitu dompet dan tas, tidak heran lagi jika batik sudah sangat familiar di Indonesia.

Banyak orang yang membuat batik, mulai dari perusahaan-perusahaan yang besar sampai dengan usaha batik yang dibuat di rumah sendiri. Batik yang diproduksi tentu saja memiliki perbedaan dari segi kualitas produk dan juga modal. Kualitas Produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Sedangkan Modal merupakan pendukung utama yang sangat berpengaruh besar pada usaha. Perbedaan tersebut bukan semata untuk mencari keuntungan, tetapi hal inilah yang menjadi dasar utama pendukung pengembangan usaha batik yang dijalankan. Pengembangan usaha tersebut juga memiliki arti suatu proses pelaksanaan usaha mengenai peluang pertumbuhan potensial selama usaha itu berlangsung.

Saat ini batik sudah sangat berkembang, banyak daerah di Indonesia yang memproduksi batik salah satunya batik yang ada di Kabupaten Humbang Hasundutan. Batik Humbang masih tergolong batik yang baru saja ada yaitu pada 10 September 2019. Batik Humbang sendiri memiliki motif yang menggambarkan Humbang Hasundutan salah satunya batik yang bermotif kopi. Motif ini menggambarkan bahwa Humbang Hasundutan merupakan salah satu daerah penghasil kopi kelas dunia, yakni Sumatera Arabica Lintong. Kecintaan terhadap budaya terus dilakukan oleh pemerintah Humbang Hasundutan dengan melibatkan semua pihak termasuk Dewan Kerajinan Daerah (Dekranasda). Melalui dinas Koperasi, Perdagangan dan Industri (Kopedagin) dan Dinas Pariwisata Humbahas

melakukan pembinaan dan pelatihan terhadap kelompok pengrajin batik di Humbang Hasundutan. Kisaran harga batik Humbang Hasundutan mulai dari harga Rp.250.000 ke atas.

Bersaing untuk menghasilkan desain maupun kualitas batik menjadi tuntutan permintaan pasar saat ini. Agar tampil unik dan berbeda dengan motif batik daerah lain, Dekranasda sebagai mitra Pemkab Humbahas menuangkan kreativitas para pembatik dengan berbagai corak dan motif tanpa menghilangkan budaya. Menggali warisan budaya dilakukan pemerintah agar generasi muda tidak lupa dengan budaya. Kehadiran Batik Humbahas, memberikan inspirasi dalam bentuk pilihan pakaian dari jenis kain batik. Dari corak Batik Humbahas, tidak kalah dengan batik lain dan cocok sebagai pakaian dalam situasi apapun. Dengan corak batik Humbahas itu akan menunjukkan identitas. Batik Humbang Hasundutan terus dikembangkan untuk dapat dikenal masyarakat luas dan mampu bersaing dengan batik yang lain.

Dalam hal ini penelitian mengenai kualitas produk dan modal yang mempengaruhi perkembangan batik di Humbang Hasundutan perlu dilakukan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Modal Terhadap Pengembangan Usaha Batik Melalui Pendampingan Di Humbang Hasundutan Kecamatan Onan Ganjang”.

1.2. Rumusan Masalah

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

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap pengembangan usaha batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang ?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Modal usaha batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang ?
3. Apakah modal berpengaruh terhadap pengembangan usaha batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang ?
4. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap pengembangan usaha melalui Modal Usaha batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap pengembangan usaha batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk batik Humbang terhadap Modal
3. Untuk mengetahui pengaruh Modal terhadap pengembangan usaha batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap pengembangan melalui Modal usaha batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi manfaat bagi banyak pihak, terutama

1. Peneliti

Sebagai wahana dalam menambah dan mengembangkan kasana ilmu pengetahuan khususnya dalam menyikapi tentang pengaruh kualitas produk dan modal terhadap pengembangan usaha batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang.

2. Pemerintah Kabupaten Humbang Hasundutan

Sebagai sumbangsih pemikiran dan masukan dalam menyikapi fenomena yang berkembang sehubungan dengan pengembangan usaha batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang yang merupakan bagian dari daerah tropis sebagai tempat produksi.

3. Pengembangan Penelitian

Sebagai bahan referensi bagi akademis di dalam melakukan pengembangan penelitian lebih lanjut tentang pengembangan batik di Humbang Hasundutan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teoritis

2.1.1 Kualitas Produk

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut William J Stanton dalam web (Pengertian Produk: Jenis, Tingkatan, dan Konsep Produksi Menurut Ahlinya - Accurate Online), produk adalah seperangkat atribut yang berwujud maupun tidak berwujud termasuk di dalamnya warna, harga, nama baik produk, nama baik toko yang menjual (pengecer) dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Menurut Vincent Gasperz (1997:5), pada dasarnya kualitas mengacu kepada pengertian pokok yaitu, Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu. Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.

Menurut Assauri dalam Devi Dwi Kurniawan dan Karisma Nawang Sigit (2020:2), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu faktor dan kondisi dalam suatu produk yang dapat dinilai apakah sesuai dengan standar yang ditawarkan oleh produk tersebut untuk tujuan dari produk yang dimaksudkan.

2.1.1.2 Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki beberapa dimensi menurut Tjiptono 2008 (dalam jurnal Dita Putri Anggraeni 2016:173) antara lain,yaitu :

1. Kinerja
2. Daya tahan
3. Kesesuaian dengan spesifikasi
4. Fitur
5. Reabilitas keandalan

Kinerja merupakan karakteristik operasi dan produk inti yang dibeli. Misalnya kecepatan,kenyamanan dalam penggunaan. Konsumen biasanya tidak hanya menilai barang dari harga saja tetapi juga dari kecepatan produk tersebut. Bagaimana produk berfungsi saat digunakan, tingkat kenyamanan saat menggunakan produk tersebut. Ini menjadi patokan yang membuat konsumen membuat keputusan untuk membeli barang. Jika produk yang digunakan sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan puas dengan kinerja dari produk kita.

Daya tahan merupakan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet, produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas dibanding produk yang cepat habis atau cepat diganti. Hal ini akan mempengaruhi permintaan dan minat beli terhadap produk yang ditawarkan.

Kesesuaian dengan spesifikasi merupakan sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Suatu produk menawarkan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berbeda.

Produk yang dibutuhkan untuk melakukan suatu fungsi tertentu guna memenuhi kebutuhan akan memiliki spesifikasi atau kriteria sesuai dengan produk tersebut

Fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Produk yang mengikuti perkembangan jaman juga mengalami perubahan-perubahan yang signifikan. Fitur dalam produk yang ditawarkan menjadi salah satu pematik atau factor yang mempengaruhi konsumen untuk membelinya.

Reabilitas keandalan merupakan kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Produk dengan kualitas bagus akan sangat menjamin keandalannya. Fungsi yang ditawarkan oleh produk untuk memenuhi kebutuhan menjadi lebih sempurna, cepat dan tepat.

2.1.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Rahman Rahim dan Enny Radjab (2017:156), Kualitas produk secara langsung dipenuhi oleh Sembilan faktor dasar yang dikenal dengan istilah “9M”, yang terdiri atas :

1. Market (Pasar)
Sekarang ini target pasar untuk memasarkan produk terus bertumbuh, disebabkan banyak perusahaan yang memproduksi produk yang sama. Konsumen diarahkan untuk mempercayai bahwa ada sebuah produk yang dapat memenuhi hampir setiap kebutuhannya. Dengan bertambahnya perusahaan pasar menjadi bersifat internasional dan mendunia.
2. Money (Uang)
Persaingan yang dialami perusahaan-perusahaan saat ini membuat kebutuhan akan biaya menjadi tinggi didorong besarnya pengeluaran untuk proses dan perlengkapan yang baru guna meningkatkan kualitas produknya yang mempunyai banyak saingan.
3. Management (Manajemen)
Produk sebelum dipasarkan harus mengikuti beberapa tahapan. Perancangan produk harus sesuai dengan persyaratan yang telah ditetapkan. Mengembangkan dan memperbaiki Kembali proses untuk memberikan

kemampuan yang cukup dalam membuat produk sesuai dengan spesifikasi perancangan.

4. **Man (Manusia)**
Permintaan akan ahli Teknik sistem yang akan mengajak semua bidang spesialisasi untuk bersama merencanakan, menciptakan dan mengoperasikan berbagai sistem yang akan menjamin suatu hasil yang diinginkan.
5. **Motivation (Motivasi)**
Bimbingan yang memperkuat rasa keberhasilan dalam pekerjaan membuat sumbangan terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Hal ini membimbing ke arah kebutuhan yang tidak ada sebelumnya yaitu Pendidikan kualitas dan komunikasi yang lebih baik tentang kesadaran kualitas.
6. **Material (Bahan)**
Produksi dan persyaratan kualitas membuat pemilihan bahan yang akan digunakan memiliki batasan yang lebih ketat dan memiliki spesifikasi.
7. **Machine and Mecanization (Mesin dan Mekanik)**
Kualitas produk yang baik menjadi faktor yang kritis dalam memelihara waktu kerja mesin agar fasilitasnya dapat digunakan sepenuhnya.
8. **Modern Information Metode (Metode Informasi Modern)**
Teknologi informasi yang baru menyediakan cara untuk mengendalikan mesin dan proses, selama proses produksi dan mengendalikan produk bahkan setelah produk sampai ke konsumen.
9. **Mounting Product Requirement (Persyaratan Proses Produksi)**
Kemajuan yang pesat dalam perancangan produk memerlukan pengendalian yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan kualitas yang lebih tinggi bagi produk membuat pentingnya keamanan dan kehandalan produk.

2.1.2.Modal

2.1.2.1.Pengertian Modal

Modal merupakan hal yang terpenting dalam memulai usaha yang akan dijalankan, dapat dikatakan modal menjadi pendukung utama yang sangat berpengaruh besar pada usaha. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam web (<https://typoonline.com/kbbi/modal>). Modal adalah dana yang bisa digunakan sebagai induk atau pokok untuk berbisnis, melepas uang, dan sebagainya. Sesuatu yang digunakan seseorang atau perusahaan sebagai bekal untuk

bekerja,berjuang. Modal dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan sesuatu yang dapat menambah kekayaan dan keuntungan.

2.1.2.2 Jenis modal usaha

1.Modal Investasi

Modal investasi digunakan untuk jangka panjang dan dapat digunakan berulang-ulang. Biasanya umurnya lebih dari satu tahun. Penggunaan atau modal investasi jangka panjang adalah untuk membeli aktiva tetap seperti tanah,bangunan atau Gedung,mesin-mesin,peralatan,kendaraan serta investasi lainnya. Modal investasi merupakan porsi terbesar dalam komponen pembiayaan suatu usaha dan biasanya dikeluarkan pada awal perusahaan didirikan. Modal investasi biasanya diperoleh dari modal pinjaman berjangka waktu panjang. Pinjaman ini biasanya diperoleh dari dunia perbankan.

2.Modal Kerja

Modal kerja digunakan untuk jangka pendek dan beberapa kali pakai dalam satu proses produksi. Jangka waktu modal kerja biasanya tidak lebih dari satu tahun. Kasmir (2013:92), modal kerja yaitu modal yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan pada saat perusahaan sedang beroperasi. Jenis modalnya bersifat jangka pendek,biasanya hanya digunakan untuk sekali atau beberapa kali proses produksi. Modal kerja digunakan untuk keperluan membeli bahan baku,membayar gaji karyawan dan biaya pemeliharaan serta biaya-biaya lainnya.Modal kerja juga dapat diperoleh dari modal pinjaman Bank.

2.1.2.3.Sumber-sumber modal

Menurut Kasmir (2013:93), modal didapat atau diperoleh dari beberapa sumber yaitu sebagai berikut :

1. Modal Sendiri

Modal sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan dengan cara mengeluarkan saham. Saham yang dikeluarkan perusahaan dapat dilakukan secara tertutup atau terbuka. Keuntungan menggunakan modal sendiri untuk membiayai suatu usaha adalah tidak adanya beban biaya bunga,tetapi hanya akan membayar dividen. Kemudian tidak ada kewajiban untuk mengembalikan modal yang telah digunakan. Kerugian menggunakan modal sendiri adalah jumlahnya sangat terbatas dan relative sulit untuk memperolehnya.

2. Modal Asing

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan biasanya diperoleh dari pinjaman. Penggunaan modal pinjaman untuk membiayai suatu usaha akan menimbulkan beban biaya bunga,biaya administrasi,serta biaya provisi dan komisi yang besarnya relative. Penggunaan modal pinjaman mewajibkan pengembalian pinjaman setelah jangka waktu tertentu. Keuntungan modal pinjaman adalah jumlahnya tidak terbatas, artinya tersedia dalam jumlah banyak. Disamping itu,dengan menggunakan modal pinjaman biasanya timbul motivasi dari pihak manajemen untuk mengerjakan usaha dengan sungguh-sungguh. Sumber dana dari modal asing dapat diperoleh dari pinjaman dari dunia Perbankan,pinjaman dari Lembaga keuangan,pinjaman dari perusahaan nonkeuangan.

2.1.2.4.Indikator Modal

Menurut Endang purwanti (2012:23), indikator modal usaha adalah sebagai berikut :

1. Modal sebagai syarat untuk usaha

Modal usaha mutlak diperlukan untuk melakukan kegiatan usaha. Setiap usaha atau perusahaan membutuhkan dana atau biaya untuk dapat beroperasi. Sehingga dapat diartikan bahwa setiap usaha wajib mempunyai modal dalam beroperasi, oleh karena itu diperlukan sejumlah dana sebagai dasar memulai usaha.

2. Pemanfaatan modal tambahan

Bantuan modal yang diterima mutlak dimanfaatkan untuk menjalankan usahanya sehingga volume atau omset penjualan dan keuntungan yang diperoleh bisa meningkat.

3. Besar Modal

Modal adalah factor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan, besar kecilnya modal akan mempengaruhi perkembangan usaha dalam mencapai laba yang diinginkan, sehingga besar kecilnya modal tergantung dengan kapasitas usaha yang didirikan.

4. Hambatan Sumber Modal Eksternal

Hambatan untuk memperoleh modal eksternal yaitu sulitnya persyaratan untuk mendapatkan kredit perbankan bagi UMKM seperti kelayakan usaha, keberadaan bangunan dan lamanya berbisnis, serta teknis yang diminta oleh bank tidak dapat dipenuhi.

2.1.3.Pengembangan Usaha

2.1.3.1.Pengertian Pengembangan Usaha

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dalam web (<https://typoonline.com/kbbi/pengembangan>). Pengembangan adalah proses, perbuatan mengembangkan. Pengembangan Usaha adalah suatu proses pelaksanaan usaha mengenai peluang pertumbuhan potensial selama usaha itu berlangsung. Dalam hal ini perusahaan dapat memanfaatkan satu sama lain keahlian,teknologi atau kekayaan intelektual untuk memperluas kapasitas mereka untuk mengidentifikasi,meneliti,menganalisis dan membawa ke pasar bisnis baru dan produk baru. Pengembangan usaha atau bisnis berfokus pada implementasi dari rencana bisnis strategi melalui ekuitas pembiayaan,akuisisi,teknologi dan lain-lain.

2.1.3.2.Bentuk Pengembangan Usaha

1.Pengembangan Produk

Selera konsumen terus berubah karena itu pengembangan produk perlu dilakukan supaya produk atau jasa yang kita jual disukai oleh konsumen. Pengembangan produk adalah suatu aktivitas untuk memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa menjadi lebih inovatif. Menurut Tjipto (dalam buku R.A.De.Rozarie,2019:15), Pengembangan produk adalah produk baru meliputi

orisinil, produk yang disempurnakan, produk yang dimodifikasi dan merk baru yang dikembangkan melalui usaha riset dan pengembangan. Menurut Willian J. Stanton (dalam buku R.A.De.Rozarie,2019:15), faktor-faktor yang mendorong perusahaan melakukan pengembangan produk adalah :

- 1) Perkembangan teknologi : perkembangan teknologi dapat menjadi sarana bisnis untuk melakukan pengembangan produk menjadi lebih berkualitas, cepat dalam pengerjaan dan lebih efisien bahkan lebih inovatif
- 2) Perubahan selera konsumen : selera konsumen akan mempengaruhi laris tidaknya produk yang dijual. Jika selera konsumen berubah maka kepekaan dari pelaku usaha sangat menentukan penyesuaian produk sesuai selera konsumen. Perubahan ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, tingkat perkembangan penduduk, tingkat Pendidikan ,serta kesetiaan konsumen terhadap produk yang bersangkutan.
- 3) Persaingan : persaingan menjadi salah satu alasan kuat untuk melakukan pengembangan produk agar dapat menyaingi produksi pesaing.
- 4) Adanya kapasitas mesin yang berlebihan : dengan meningkatkan kapasitas mesin-mesin yang dimiliki perusahaan, maka perusahaan berusaha untuk menggunakan kelebihan kapasitas tersebut untuk membuat produk.
- 5) Siklus hidup produk yang pendek : siklus hidup produk yang pendek mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produknya, sehingga konsumen tidak bosan dengan produk-prduk yang diproduksi perusahaan.
- 6) Adanya keinginan intuk meningkatkan laba : setiap bisnis bertujuan agar dapat memperkuat posisi produknya di pasar dan untuk memperluas pasar perlu ada pengembangan produk.

Pengembangan produk memiliki karakteristik Menurut Kotler dan Keller,2009, (dalam buku R.A.De.Rozarie,2019:16), yaitu :

- 1 Keunggulan relative yaitu sejauh mana inovasi tersebut tampak lebih bagus daripada produk lama.
- 2 Kesesuaian yaitu sejauh mana tingkat sesuainya inovasi dengan nilai dan pengalaman seseorang.
- 3 Kerumitan yaitu sejauh mana tingkat sulitnya inovasi untuk dipahami atau digunakan.
- 4 Kemampuan dipisahkan yaitu sejauh mana inovasi tersebut dipahami atau digunakan.
- 5 Kemampuan komunikasi yaitu sejauh mana manfaat penggunaan dapat dilihat atau digambarkan kepada orang lain.

Menurut Zimmere dalam buku Dearlina Sinaga (2016:155), Untuk meminimalkan risiko yang timbul Ketika memperkenalkan produk dan jasa baru tersebut, maka pemilik perusahaan kecil harus mempertimbangkan aturan-aturan dalam pengembangan produk, yaitu sebagai berikut :

- 1 Sederhana. Produk-produk harus mudah digunakan, yaitu mudah dikenal dan digunakan oleh konsumen. Misalkan alat elektronik yang mudah dihidupkan dan dimatikan dengan tombol power.
- 2 Integritas. Desain produk harus baik dari awal pemakaian sampai kepada akhir pemakaian.
- 3 Fokuskan pada orangnya. Memperhatikan peranan komplementer pemakai akhir, untuk mendesain integritas, keberhasilan.
- 4 Berdaya Juang. Desain produk yang baik, memerlukan kombinasi antara pengalaman, pengetahuan, dan kecakapan dari suatu tim profesional.
- 5 Kreativitas. Keberhasilan produk, sangat bergantung pada keahlian kreatif, dari banyak orang. Manajer perusahaan kecil, harus mendorong perkembangan lingkungan yang kreatif.
- 6 Risiko. Desain produk yang baik, ditunjukkan oleh produk yang terus eksis sampai batas akhir.

2. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar adalah suatu upaya memperluas pasar dengan cara memperkenalkan produk atau jasa ke wilayah geografis yang baru. Menurut David, (dalam buku R.A.De.Rozarie,2019:17) pengembangan pasar dapat menjadi sebuah strategi yang saat efektif saat :

1. Ketika saluran-saluran distribusi baru yang tersedia dapat diandalkan, tidak mahal, dan berkualitas baik.
2. Ketika organisasi sangat berhasil dalam bisnis yang dijalankannya.
3. Ketika pasar baru yang belum dikembangkan dan belum jenuh muncul.
4. Ketika organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk mengolah perluasan operasi.
5. Ketika organisasi memiliki kapasitas produksi yang berlebih.

Hendro, (dalam buku R.A.De.Rozarie, 2019:18) mengatakan ada beberapa hal yang dapat dilakukan dalam pengembangan pasar yaitu :

- a) Mengembangkan pasar dari sisi produknya dapat dilakukan dengan cara :
Memperbesar variasi produk, misalkan ada produk dengan kemasan botol,sachet dan lain-lain.
- b) Mengembangkan pasar dari sisi sistem penjualannya dapat dilakukan dengan cara :
Mengembangkan sistem distribusi penjualan kedalam dengan cara membuka cabang baru,membuka outlet,agen,atau sejenisnya atas dana sendiri dan membuka jalur distribusi sendiri.
- c) Mengembangkan pasar dengan strategi integrasi (Penyatuan),dapat dilakukan dengan cara :
Integrasi vertikal penyatuan integrasi vertikal dengan cara membeli perusahaan kedalam (pemasok,konsultan,produsen dan lain-lain) atau membeli perusahaankeluar arah konsumen (distributor,agen dan lain-lain).
- d) Mengembangkan pasar dengan sinergisme dilakukan dengan cara :
Melakukan pengembangan pasar dengan cara mengadakan perjanjian Kerjasama antara dua perusahaan yang berbeda pasar dengan tujuan tukar pasar dan memperkuat satu sama lainnya karena keduanya mempunyai keistimewaan.

3.Pengembangan Organisasi

Pengembangan organisasi adalah serangkaian kegiatan penyempurnaan tujuan dan nilai-nilai organisasi, fungsi-fungsi organisasi termasuk struktur organisasi bisnis lebih adaptif terhadap tuntutan lingkungan bisnis, bekerja lebih efisien dan efektif sehingga kinerja bisnis meningkat. Inti dari pengembangan organisasi adalah penyesuaian dan penyempurnaan seluruh sistem organisasi oleh karena itu penyesuaian dan penyempurnaan yang pertama adalah merumuskan kembali tujuan dan nilai-nilai organisasi termasuk struktur organisasi kemudian melakukan penyesuaian dan penyempurnaan pada fungsi-fungsi organisasi seperti produksi,pemasaran,keuangan dan sumber daya manusia.

2.1.3.3. Indikator Pengembangan Usaha

Menurut Tin Agustina Karnawati dan Fathorrahman (2016:584) indikator Pengembangan Usaha adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan Kualitas Produk
Merupakan suatu pengelolaan kualitas atau mutu produk yang dilaksanakan perusahaan untuk menciptakan produk yang di inginkan oleh konsumen.
2. Peningkatan Kualitas SDM
Usaha yang memiliki kualitas Sumber Daya Manusia yang baik, maka juga akan berdampak pada performa dan kemajuan usaha.
3. Peningkatan omset penjualan
Pelaku usaha melakukan sikap konsisten saat menjalankan usahanya, ini menjadi salah satu kunci keberhasilan dari segala aktivitas yang dilakukan.
4. Pertumbuhan pelanggan
Perumbuhan pelanggan akan terjadi jika perusahaan mampu mengelola usaha dengan baik

2.2. Penelitian Terdahulu

Penulis melakukan peninjauan pada beberapa penelitian terdahulu yang dapat digunakan untuk menjadi bahan referensi bagi penelitian ini. Terdapat tiga penelitian yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan yakni sebagai berikut :

1. Andrian Syahputra, Ervina, Melisa, 2022 yang berjudul Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha, Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha, lokasi usaha, lokasi pemasaran, dan kualitas produk terhadap pendapatan UMKM. Metode dasar penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif dengan menggunakan data primer yang melakukan survei dengan kuesioner. Hasil penelitian ini adalah bahwa modal usaha tidak mempengaruhi pendapatan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating. Lokasi usaha berpengaruh terhadap pendapatan UMKM pinjaman bukan variabel moderating. Lokasi pemasaran berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel

moderating. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap pendapatan usaha mikro kecil menengah dan modal pinjaman bukan sebagai variabel moderating. Modal usaha, lokasi usaha, lokasi pemasaran dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM.

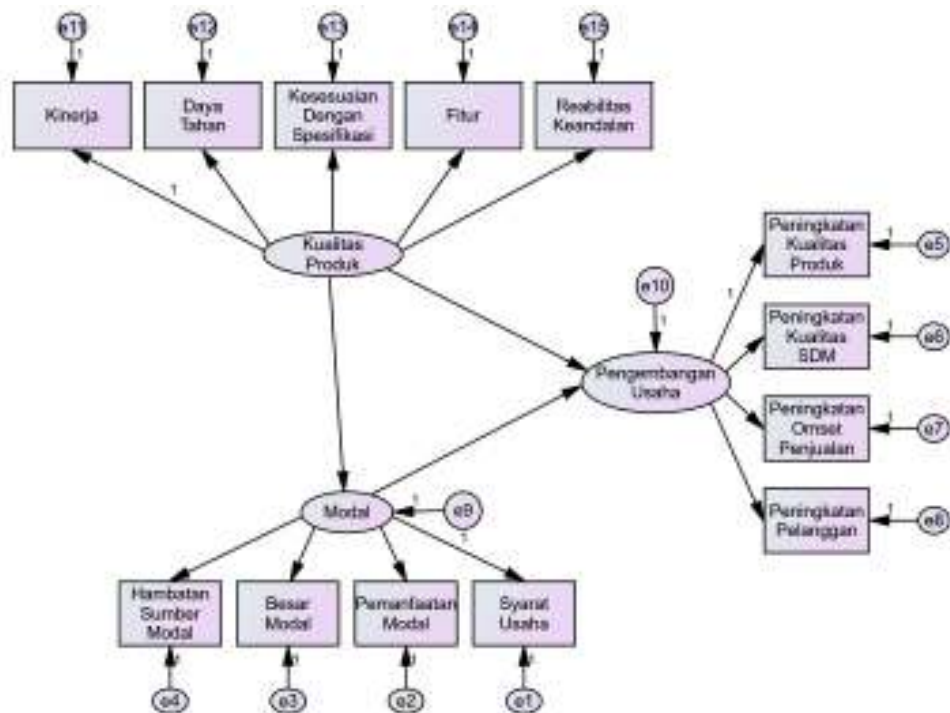
2. Maria Sugiat, Wafda 2021 yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk terhadap Pengembangan Usaha Sejiwa Coffee Bandung yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Pengembangan Usaha Sejiwa Coffee Bandung. Metode dasar penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data menggunakan skala likert. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Produk sangat berpengaruh terhadap pengembangan usaha sejiwa coffee Bandung
3. Junedi, Mustika Dwi Arumsari, 2021 yang berjudul Pengaruh Modal Usaha, Kualitas Produk, Jaringan Wirausaha Terhadap Kelangsungan Usaha UMKM Modal Sari Lanceng yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh modal usaha, kualitas produk, jaringan wirausaha terhadap kelangsungan usaha UMKM Modal Sar Lanceng. Metode dasar penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dan menggunakan analisis statistic pengumpulan data dan kuesioner. Hasil penelitian ini adalah modal usaha dan jaringan wirausaha tidak berpengaruh terhadap kelangsungan usaha. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kelangsungan usaha.

Dari berapa penelitian terdahulu diatas, sesuai dengan judul penelitian yaitu “Pengaruh Kualitas Produk dan Modal Terhadap Pengembangan Usaha Batik Humbang Hasundutan di Kecamatan Onan Ganjang”. Memiliki perbedaan mulai

dari judul penelitian, tempat penelitian dan waktu penelitian. Namun, beberapa diantaranya terdapat persamaan metode penelitian yaitu metode penelitian Kuantitatif.

2.3. Kerangka Konseptual Penelitian

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



Gambar 2.1
Gambar Konseptual Pemikiran

2.4. Hipotesis Penelitian

Menurut Nalom Siagian (2021:62), dengan menyusun dugaan sementara atau dugaan awal maka sebenarnya peneliti telah melakukan beberapa hal yang

penting yakni jalan yang memudahkan atau yang mengikuti kaidah ilmiah. Dengan hipotesis peneliti akan :

- 1) Mempunyai tuntutan/pedoman dalam melakukan penelitian lebih lanjut
- 2) Mendapatkan arah-tujuan penelitian menyangkut variabel, ukuran dan lainnya
- 3) Mendapatkan imajinasi logis untuk mendisain penelitian hingga rancangan kesimpulan dari riset yang dilakukan.

Berdasarkan pengertian di atas, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha

H₂ : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Modal

H₃ : Modal berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha.

H₄ : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Pengembangan Usaha Melalui Modal.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yang artinya penelitian dilakukan berkaitan dengan populasi dan sampel tertentu yang representatif. Proses penelitiannya bersifat deduktif karena untuk menjawab rumusan masalah digunakan teori-teori. Untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan penelitian Kuantitatif biasanya menggunakan instrument penelitian berupa angket kuesioner atau sejenisnya dan data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian kuantitatif menggunakan metode analisis yang jelas dan sistematis guna menarik kesimpulan. Penelitian dengan metode kuantitatif dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan SEM.

3.2 Tempat dan Waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di desa Onan Ganjang, Kecamatan Onan Ganjang, Kabupaten Humbang Hasundutan.

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	WAKTU KEGIATAN																															
		September				Oktober				November				Desember				Januari				Februari				Maret				April			
		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 Data dan Analisis Data																			■	■												
11	Bimbingan Skripsi																					■	■	■	■	■	■	■	■				
12	Periksa Buku																													■	■		
13	Penggandaan dan Tanda Tangan																													■	■	■	■
14	Ujian Meja Hijau																																■

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 pelaku usaha batik di Humbang Hasundutan. Jumlah pelaku usaha batik sebanyak 110 pelaku yang tersebar di 10 Kecamatan Sedangkan sampel adalah refleksi langsung dari populasi, dimana potret realitas yang akan di data berada sepenuhnya dalam sampel tersebut (Nalom Siagian 2021:54) Populasi penelitian ini sebanyak 110 pelaku usaha batik maka tidak perlu dilakukan penarikan sampel (sampel jenuh), karena sampel dalam penelitian ini adalah seluruh populasi dalam penelitian Menurut Singgih Santoso (2011:74), untuk model SEM dengan jumlah variable laten (konstruk) sampai lima buah, dan setiap konstruk dijelaskan tiga atau lebih indikator, jumlah sampel 100-150 data sudah dianggap memadai.

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data utama atau data pokok yang digunakan dalam penelitian. Data primer dapat dideskripsikan sebagai jenis data yang diperoleh langsung dari tangan pertama subjek penelitian atau responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data primer dalam penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner

Menurut Nalom Siagian (2021:20), kuesioner merupakan alat penghimpun data-data primer yang relative efisien dibanding dengan Teknik observasi dan interview atau wawancara.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Nalom Siagian (2021:21), data sekunder yaitu data penelitian yang dihimpun dari bentuk data-data yang sudah jadi dalam berbagai bentuk karena telah diolah oleh orang lain. Dalam hal ini peneliti memperoleh data primer dari publikasi ilmiah buku-buku dan jurnal yang telah diterbitkan.

Pengumpulan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal, penelitian terdahulu, dan data-data yang di peroleh dari lapangan

3.5 Defenisi Konseptual, Indikator dan Instrumen

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang sudah dipaparkan sebelumnya, maka yang menjadi masalah penelitian ini adalah Kualitas Produk sebagai variable eksogen, Modal sebagai variabel mediasi (Intervening), Pengembangan Usaha sebagai variable endogen.

Instrument penelitian merupakan alat yang digunakan dalam mengumpulkan data-data tentang penelitian untuk diolah dalam rangka memecahkan masalah penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Instrumen data kuantitatif dalam penelitian ini adalah menggunakan pengajuan pernyataan melalui skala liskert. Skor setiap variable diperoleh dari setiap butir pernyataan yang

dikembangkan dari beberapa komponen indikator dengan 5 pilihan jawaban yaitu (SS) sangat setuju, (S) Setuju, (N) Netral, (TS) Tidak Setuju, (STS) Sangat Tidak Setuju

Tabel 3.2
Pilihan Jawaban Komponen Indikator

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

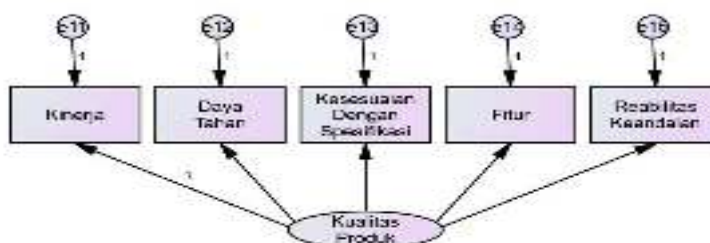
a. Kualitas Produk

1). Defenisi Konseptual

kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan.

2). Indikator

Indikator Kualitas Produk dalam penelitian ini adalah : kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reabilitas keandalan.



Gambar 3.1
Bagan Konstrak Variabel Laten Kualitas Produk

3). Instrumen Kualitas Produk

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

Tabel 3.3
Instrumen Kualitas Produk

Variabel	Indikator	Kode	Sumber Data
Kualitas Produk	1. Kinerja	KP1	Tjiptono (2008:25-26)
	2. Daya Tahan	KP2	
	3. Kesesuaian dengan Spesifikasi	KP3	
	4. Fitur	KP4	
	5. Reabilitas Keandalan	KP5	

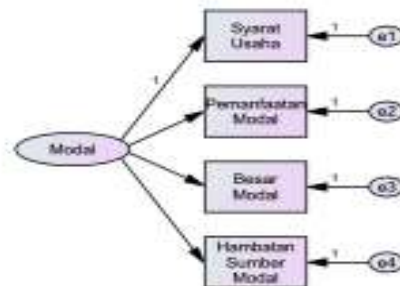
b. Modal

1). Defenisi Konseptual

Modal merupakan hal yang terpenting dalam memulai usaha yang akan dijalankan, dapat dikatakan modal menjadi pendukung utama yang sangat berpengaruh besar pada usaha.

2). Indikator

Indikator Modal dalam penelitian ini adalah : modal sebagai syarat untuk usaha, pemanfaatan modal tambahan, besar modal, hambatan sumber modal eksternal.



Gambar 3.2
Bagan Konstrak Variabel Laten Modal

3. Instrumen Pemberdayaan

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

Tabel 3.4
Instrumen Modal

Variabel	Indikator	Kode	Sumber Data
Modal	1. Modal sebagai syarat untuk usaha.	M1	Endang purwarti (2012)
	2. Pemanfaatan modal tambahan	M2	
	3. Besar modal	M3	
	4. Hambatan sumber modal eksternal	M4	

c. Pengembangan Usaha

1). Defenisi Konseptual

Pengembangan Usaha adalah suatu proses pelaksanaan usaha mengenai peluang pertumbuhan potensial selama usaha itu berlangsung.

2). Indikator

Indikator Modal dalam penelitian ini adalah : peningkatan kualitas produk, peningkatan kualitas SDM, peningkatan omset penjualan, pertumbuhan pelanggan.



Gambar 3.3
Bagan Konstrak Variabel Laten Pengembangan Usaha

3). Instrumen Pengembangan Usaha

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

Tabel 3.5
Instrumen Pengembangan Usaha

Variabel	Indikator	Kode	Sumber Data
Pengembangan Usaha	1. Peningkatan Kualitas Produk	PU1	Hadjimanolis, (2000) dan Agustina (2016)
	2. Peningkatan Kualitas SDM	PU2	
	3. Peningkatan omset penjualan	PU3	
	4. Pertumbuhan Pelanggan	PU4	

3.6 Teknik Analisis Data Penelitian

3.6.1. 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.

3.6.2 Analisis Infrensial Statistik dengan Analisis SEM

3.6.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori

Analisis faktor konfirmatori dirancang untuk menguji unidimensionalitas dari suatu lkonstruk teoritis. Analisis ini sering juga disebut menguji validitas suatu konstruk teoritis menurut Ghazali dalam Ahmad Feriyansyah (2016:93). 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.

3.6.2.2. 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.

3.6.2.3. 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 struktural yang dihasilkan oleh fit model dalam penelitian ini.

3.7 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 (CR) $\geq 1,967$ atau nilai probabilitas (P) $\leq 0,05$ maka hipotesis penelitian diterima atau sebaliknya.