

Pengaruh *Product Development* Terhadap *Business Growth* Kerajinan Batik di Desa Banyubiru Kabupaten Ngawi dengan Peran *E-Commerce* sebagai Variabel *Intervening*

Uke Prajogo

STIE Malangkeucwara, Indonesia

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diterima: 08-04-2022

Direvisi : 09-06-2022

Disetujui: 13-06-2022

Kata Kunci

Market Oriented;

Enterpreneurship;

Keunggulan Bersaing;

Kinerja Online Shop.

✉ Corresponding Author

Uke Prajogo,

STIE Malangkeucwara,

Tel. +62 81235084536

ukeprajogo@stie-mce.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *product development* terhadap *business growth* kerajinan batik di Desa Banyubiru Kabupaten Ngawi dengan peran *e-commerce* sebagai variabel *intervening*. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 pengrajin batik yang diambil secara *incidental sampling*. Instrumen penelitian dengan menggunakan kuesioner dan observasi. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, dimana X1 menunjuk pada variabel *product development*, Y1 pada *e-commerce*, dan Y2 pada *bussiness growth*. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa *product development* tidak berpengaruh positif serta signifikan terhadap *bussiness growth*, dan *e-commerce* tidak memediasi pengaruh *product development* terhadap *bussiness growth*.

PENDAHULUAN

Pengukuhan UNESCO pada karya Bangsa Indonesia tepatnya pada tanggal 2 Oktober 2009 bahwa batik sebagai warisan budaya takbenda adalah sebuah penghargaan yang tak ternilai. Dalam kondisi yang masih diperebutkan status asal-usul batik, karena beberapa negara mengklaim bahwa batik merupakan warisan budayanya, tapi kini dengan pengukuhan ini tidak perlu diragukan lagi batik merupakan warisan budaya Bangsa Indonesia.

Ditetapkannya batik Indonesia menjadi warisan budaya takbenda UNESCO, merupakan tantangan sekaligus peluang. Pemerintah pusat dan pemerintah daerah pada khususnya, harus lebih agresif dan berkesinambungan dalam melakukan pembinaan dan pengembangan agar pengakuan UNESCO bisa tetap dipertahankan. Disamping itu, tidak kalah pentingnya bagaimana batik ini mampu meningkatkan devisa dan pendapatan daerah serta pengrajin batik.

Negara-negara yang juga mengembangkan industri batik seperti Malaysia, Thailand, Vietnam, dan China merupakan ancaman serius terhadap eksistensi industri Batik Indonesia. Mengingat negara-negara tersebut juga mengeksport batik ke Indonesia dalam jumlah yang cukup besar dengan harga yang murah seiring diberlakukannya AFTA 2010.

Melihat kondisi tersebut industri batik dalam negeri harus terus diperkuat dan dikembangkan eksistensinya secara berkesinambungan. Oleh karena itu *product development* kerajinan batik di kecamatan di beberapa kabupaten pada umumnya dan Batik Ngawi pada khususnya terkait potensi masyarakat dan wilayah perlu dilakukan dengan segera sehingga *business growth* kerajinan batik meningkat.

Kabupaten Ngawi khususnya di Kecamatan Widodaren merupakan salah satu dari daerah di Indonesia yang memiliki batik dengan corak yang khas. Batik dari Kecamatan Widodaren dikenal sebagai Batik Ngawi memiliki corak khusus yaitu motif: daun teh, trinil, bonggol jati, daun jati, dan padi. Kecamatan Widodaren memiliki jumlah pengrajin batik yang sangat banyak. Jumlah pengrajin batik di Kecamatan Widodaren mencapai 150 orang, jumlah tersebut mayoritas terkonsentrasi di Desa Banyubiru.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia semakin menjanjikan. Di tengah pandemi Covid-19, *e-commerce* di Indonesia meningkat sangat signifikan. Menurut laporan tahunan Bank Indonesia 2021, transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp 403 triliun pada 2021. Jumlah ini tumbuh 51,6% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 266 triliun. Bank Indonesia juga telah memproyeksikan transaksi *e-commerce* di Indonesia terus naik pada 2022 dengan nilai mencapai Rp 530 triliun atau tumbuh 31,4%.

Hingga saat ini masih terdapat inkonsistensi terkait pengaruh *product development* terhadap *business growth*. Penelitian yang dilakukan oleh Noer Asi pada tahun 2015 tentang “Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan pada Konveksi Busana *Muslim Clothing* Kendal” menunjukkan bahwa pengembangan produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan, dibuktikan pada data penjualan yang terjadi pada tahun 2013-2014 yang justru mengalami penurunan penjualan. Namun penelitian yang dilakukan oleh Alun Dwi pada tahun 2020 tentang “Pengaruh Pengembangan Produk dan *Internet Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Rara Jajanan Khas Tranggelik”. menunjukkan bahwa variabel pengembangan produk dan *internet marketing* berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian Pada UD. Rara Jajanan Khas Trenggalek. Penelitian yang dilakukan oleh Al Fadilla pada tahun 2020 tentang “Pengaruh Penerapan *E-Commerce* terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah” menunjukkan bahwa penerapan *E-Commerce* berpengaruh signifikan terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah di Bengkulu, dengan keterangan interpretasi koefisien kategori sangat rendah.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka penulis melakukan kajian Pengaruh *Product Development* terhadap *Business Growth* Kerajinan Batik Di Desa Banyubiru Kabupaten Ngawi Dengan Peran *E-Commerce* Sebagai Variabel *Intervening*. Keunikan artikel ini terletak pada penetapan *E-Commerce* sebagai variabel *intervening*.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Sampel dalam penelitian ini adalah 60 pengrajin batik di Desa Banyubiru Kecamatan Widodaren Kabupaten Ngawi. Sampel diambil secara *incidental sampling*. Instrumen penelitian dengan menggunakan kuesioner. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dimana X1 menunjuk pada *product development*, Y1 pada *e-commerce*, dan Y2 pada *business growth*.

Keberhasilan perusahaan di masa depan akan banyak tergantung kepada kemampuan perusahaan menyajikan produk-produk yang menarik, kompetitif dan memberikan kualitas sesuai dengan kebutuhan masyarakat[2]. Firth dan Narayanan mendefinisikan strategi *product development* memiliki tiga aspek: (1) teknologi baru diwujudkan; (2) aplikasi pasar baru; (3) inovasi di pasar. *Product development* yang dikembangkan harus sesuai dengan *market oriented* sehingga memiliki keunggulan bersaing dan mampu meningkatkan *business growth*[4].

Kotler dan Keller menyatakan bahwa *product development* adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang[1]. *Product development* yang dilaksanakan dengan *good manufacturing practises* berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan[3]. Hal tersebut menunjukkan bahwa pentingnya memahami hubungan antara pengembangan produk terhadap pertumbuhan suatu usaha. Mengingat bahwa semakin berkembangnya suatu produk di

pasaran, maka semakin meningkat pula laba dari usaha tersebut. Berdasarkan literatur tersebut maka dapat diajukan hipotesa sebagai berikut:

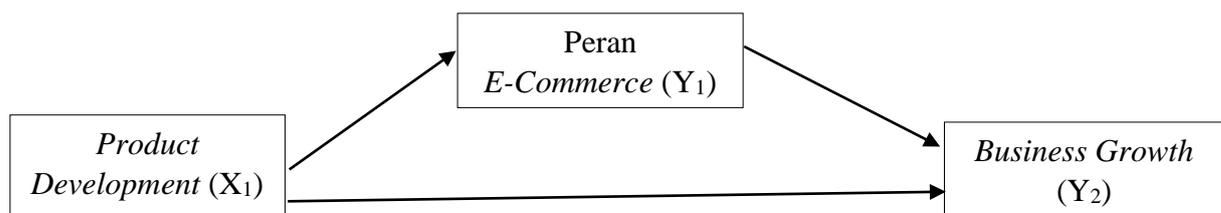
H1 : *Product development* berpengaruh signifikan terhadap *business growth*

Internet saat ini menjadi sarana yang efisien untuk membuka jalur pemasaran model baru bagi suatu produk. Di samping biayanya relatif murah, dengan memanfaatkan Internet penyebaran informasi akan lebih cepat dan jangkauannya luas[3]. *Product development* dengan *e-commerce* di era global ini tidak dapat dipisahkan. Dengan demikian, kemajuan teknologi dapat dimanfaatkan pelaku usaha untuk memasarkan dan mengembangkan produknya melalui *e-commerce* sehingga banyak tercipta inovasi produk-produk serta jasa agar diminati konsumen[4].

Berdasarkan penelitian [5], [6], dan [7] menyatakan bahwa *e-commerce* berperan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Menurut Laili dan Prajogo[8] dalam penelitiannya menyatakan bahwa selain penggunaan *e-commerce*, pelaku usaha (UMKM) juga harus memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik guna meningkatkan kinerja dan profitabilitas usahanya. Berdasarkan literatur tersebut maka dapat diajukan hipotesa sebagai berikut

H2 : *E-commerce* memediasi pengaruh *Product development* terhadap *business growth*

Berikut kerangka konsep hubungan pengaruh variabel X1 terhadap Y1 dan Y2.



Gambar 1. Kerangka konsep penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Product Development* Berpengaruh Signifikan terhadap *Business Growth

Tabel 1. Hasil Uji Linier Sederhana

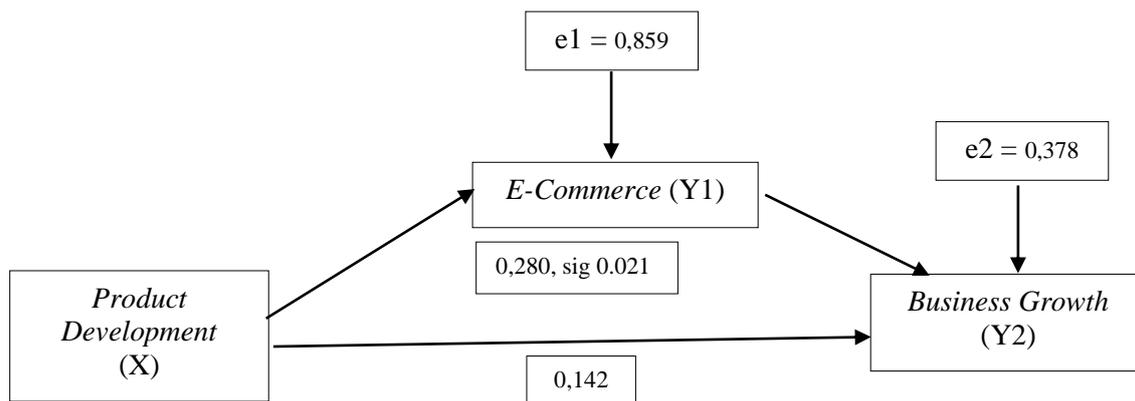
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	8,934	2,975		
<i>Product Development</i> (X)	0,513	0,164	0,379	3,122	0,003

Sumber : Data Diolah 2022

Variabel *product development* (X) mempunyai $t_{hitung} 3,122 > t_{tabel} 2.001$ dan $Sig 0,003 < 0,05$ yang artinya bahwa variabel *product development* (X) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel *business growth* (Y₂).

H1 (Diterima) : *Product Development* (X) berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Business Growth* (Y₂)

E-Commerce* Memediasi Pengaruh *Product Development* Terhadap *Business Growth



Gambar 2. Hubungan pengaruh variabel X terhadap Y1, dan Y2

Sumber : Data Diolah 2022

Nilai pengaruh variabel *e-commerce* sebagai variabel *intervening* sebesar 0.280 dengan signifikansi sebesar 0.021 artinya berpengaruh namun tidak signifikan sebagai variabel *intervening*.

H2 (Diterima): *E-commerce* memediasi pengaruh *Product development* terhadap *business growth*

Pengaruh *Product Development* terhadap *Business Growth* Kerajinan Batik

Hasil penelitian menunjukkan *product development* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business growth*. Hasil penelitian tersebut memiliki makna, semakin sering pengrajin Batik Ngawi menciptakan desain Batik Ngawi yang inovatif maka *business growth* kerajinan Batik Ngawi juga akan meningkat.

Berdasarkan penelitian Prajogo dkk[13], Pemerintah Kabupaten Ngawi sangat intens dalam pengembangan Batik Ngawi, sejak tahun 2015 telah diadakan *event* Festival Batik Ngawi. Melalui Festival Batik Ngawi para pengrajin Batik dipertemukan dengan para desainer ternama tanah air untuk memperkenalkan Batik Ngawi. Pengembangan Batik Ngawi oleh Pemerintah Kabupaten Ngawi dilaksanakan dalam beberapa tahap yang terencana dan berkesinambungan. Pada tahap 1 (Tahun 2016) para desainer yang mengikuti *event* Festival Batik Ngawi wajib menggunakan Batik Ngawi sebagai bahan baju yang akan dipamerkan. Pada tahap 2 (Tahun 2017) para desainer mulai membina pengrajin batik untuk membuat desain batik yang sesuai dengan desain baju. Pada tahap 3 (Tahun 2018) desainer baju sudah mulai berkolaborasi dengan para pengrajin batik Ngawi dalam *event* Festival Batik Ngawi, namun nama desain baju masih atas nama desainer. Pada tahap 4 (2019) para pengrajin sudah berkolaborasi secara penuh dengan desainer baju dan ikut diperkenalkan sebagai pencipta desain baju. Desain baju yang dihasilkan dipasarkan ke seluruh penjuru tanah air bahkan hingga mancanegara. *Event* ini diharapkan terus berlanjut, namun karena pandemi Covid-19 *event* tersebut dihentikan untuk sementara. Dari tahap yang telah dilaksanakan, nampak bahwa *product development* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business growth* kerajinan batik.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian [1], [2], [3], [4], dan [13] yang menyatakan bahwa *product development* akan meningkatkan *business growth*. Jiwa kewirausahaan para pengrajin Batik Ngawi sangat berperan pada proses *product development*. Disamping jiwa kewirausahaan, *good manufacturing practise* proses produksi juga berperan dalam peningkatan *business growth*. Hasil penelitian tersebut juga sesuai dengan penelitian [12] yang meneliti pengaruh kualitas produk dan pengembangan produk terhadap kinerja pemasaran industri kerajinan kecil rotan di Kecamatan Rumbai Pesisir.

***E-Commerce* Memediasi Pengaruh *Product Development* terhadap *Business Growth* Kerajinan Batik di Desa Banyubiru Kabupaten Ngawi**

Hasil penelitian menunjukkan *e-commerce* memediasi pengaruh *product development* terhadap *business growth* kerajinan batik. Namun hasil penelitian ini menunjukkan tingkat pengaruh tersebut tidak signifikan.

Berdasarkan penelitian Prajogo dkk[13] Pemerintah Kabupaten Ngawi telah melakukan pembinaan terhadap pengrajin Batik Ngawi. Namun belum diiringi dengan pengembangan *e-commerce* Batik Ngawi secara terpadu, terpusat, dan komprehensif. Sehingga yang terjadi para pengrajin Batik Ngawi melakukan penjualan dan promosi melalui *e-commerce* secara mandiri sehingga hasilnya tidak maksimal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Laili dan Prajogo[8] yang menyatakan adanya keterbatasan literasi keuangan UMKM berpengaruh terhadap pelaksanaan *e-commerce* sehingga *business growth* kerajinan Batik Ngawi tidak maksimal.

Hasil penelitian ini selaras dengan beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa keberadaan *e-commerce* sangat berpengaruh terhadap peningkatan *business growth* UMKM pada berbagai bidang usaha [5], [6], dan [7] sehingga semakin tinggi intensitas penggunaan *e-commerce* akan semakin meningkat pula *business growth* UMKM.

Pertumbuhan nilai perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia mencapai 78 persen, tertinggi di dunia. Indonesia merupakan negara 10 terbesar pertumbuhan *e-commerce* dengan pertumbuhan 78 persen dan berada di peringkat ke-1. Sementara Meksiko berada di peringkat kedua, dengan nilai pertumbuhan 59 persen. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha perdagangan elektronik memiliki nilai ekonomi bagus, sehingga harus dimanfaatkan oleh para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada umumnya dan pengrajin Batik pada khususnya. Pemerintah perlu terus memfasilitasi pengrajin Batik Ngawi sehingga mampu memanfaatkan peluang baik tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Product development berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business growth*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa hasil menunjukkan uji statistik dan uji t serta nilai signifikansi diketahui bahwa *product development* berpengaruh positif terhadap *business growth* kerajinan Batik Ngawi. Hal ini didukung penelitian Prajogo[1] bahwa penggunaan *e-commerce* berperan pada peningkatan usaha UMKM (Studi pada UMKM di Kota Malang). Hal ini juga didukung dalam penelitian Prajogo, Armanu, Rofiaty[2] bahwa inovasi pada *product development* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business development* keunggulan bersaing, dan penelitian Prajogo, Lutfi, Liana, dan Sutanto[3] yang menyatakan bahwa *product development* yang disertai dengan *good manufacturing practises* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *business growth*.

E-commerce memediasi pengaruh *product development* terhadap *business growth*. Berdasarkan hasil analisis jalur menunjukkan uji statistik dan uji t serta nilai signifikansi diketahui bahwa *e-commerce* memediasi pengaruh *product development* terhadap *business growth*, namun tingkat pengaruhnya tidak signifikan. Hasil penelitian ini didukung penelitian Helmalia dan Afrinawati[5] yang membuktikan bahwa *e-commerce* berpengaruh UMKM Di Kota Padang. Hasil penelitian ini didukung penelitian Setyawan, Sukadana dan Saientisna[6] yang menyatakan bahwa *e-commerce* berperan terhadap penjualan usaha pada industri pakaian jadi di Provinsi Bali. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Triandra, Hambali, & Rosalina[7] yang menyatakan bahwa *e-commerce* berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Sumbawa).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] U. Prajogo, “Rancangan Model Pengembangan Kewirausahaan pada Mahasiswa Ditinjau dari Persepsi, Minat dan Kompetensi Kewirausahaan”, *Jurnal Manajemen dan Kearifan Lokal Indonesia (JMKLI)*, Volume 1, No. 1, page 59 – 70, 2017.
- [2] U. Prajogo, Armanu & Rofiaty, “The Influence Of Psychological Toward Consumers Adoption Of Innovation With Consumer Innovativeness As Mediators (Study Of Cellular Telephone Consumers In Malang City)”, *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*, Volume 9, Issue 11, November 2018, pp. 1130–1147, 2018.
- [3] U. Prajogo, M. Lutfi, Y. Liana, and A. Sutanto, “Evaluation of post-harvest coffee to conform with good manufacturing practices (GMP) to develop entrepreneurship”, *Published under licence by IOP Publishing Ltd. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Volume 475, International Conference on Green Agro-industry and Bioeconomy 26-27 August 2019, Malang East Java Indonesia*, 2020.
- [4] U. Prajogo, “Pengaruh Entrepreneurship dan Market Oriented Terhadap Keunggulan Bersaing untuk Peningkatan Kinerja Online Shop UMKM”, *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika (JTMI)*, Volume 6, Issue 2, pages 147 – 152, 2020.
- [5] Helmalia dan Afrinawati. Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*. Volume 3 No 2, pages 238 – 246. 2018.
- [6] Setyawan, Sukadana dan Saientisna, Peran E-Commerce Terhadap Penjualan Usaha Pada Industri Pakaian Jadi Di Provinsi Bali. *E-Jurnal EP Unud*. Volume 6 No 12, pages 2436 - 2461. ISSN: 2303-017. 2017
- [7] Triandra, N., Hambali, D., & Rosalina, N, Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia (JEBI)*. Volume 4 No 1. Pages 6 – 10. 2019.
- [8] Z. Laili, U. Prajogo, Pengembangan Model Literasi Keuangan Dalam Peningkatan Kinerja Dan Profitabilitas Umkm Di Kota Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*. Volume 7 No 2. Pages 1 – 5. 2021.
- [9] G. F. Dianari, Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Bina Ekonomi*. Volume 22 No 1. Pages 45 – 62. 2018.
- [10] E. Y. Nasution dkk, Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (JESYA)*. Vol 3 No 2. E-ISSN : 2599-3410. Pages 506 – 519. 2020.
- [11] D. Afriani, Pengaruh E-Commerce Terhadap Pelanggan Dan Perkembangan Toko Linda Busana Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Skylandsea*. Volume 2 No. 2. ISSN: 2614-5154. Pages 157 – 164. 2018.
- [12] Kasmirudin, Pengaruh Kualitas Produk Dan Pengembangan Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kerajinan Kecil Rotan Di Kecamatan Rumbai Pesisir. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Vol. 7 No. 1. Pages 11 – 30. 2016.
- [13] U. Prajogo, S. Munfaqiroh, S. Adi, Nurwidodo, Pemberdayaan Pembatik Khas Ngawi Di Kecamatan Widodaren Kabupaten Ngawi. *Jurnal Difusi Iptek Flipmas Legowo*. Volume 1 No 1. Pages 19 – 29. 2016.
- [14] Kominfo.go.id, Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen