

**STRATEGI UNTUK MENCIPTAKAN KEUNGGULAN  
BERSAING MELALUI PENGEMBANGAN, DESAIN, DAN KUALITAS  
PRODUK (KASUS PADA PENGRAJIN KAIN BATIK DI MAYANG  
KABUPATEN JEMBER)**

**Imam Fatoni**

**Fakultas Ekonomi, Universitas Moch. Sroedji, Jember**

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang strategi menciptakan keunggulan kompetitif melalui pengembangan, desain, dan kualitas produk. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara. Penelitian ini menggunakan analisis jalur. Hipotesis yang dirancang adalah pengembangan, desain, dan kualitas produk memiliki pengaruh untuk menciptakan keunggulan bersaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan, desain, dan kualitas produk berpengaruh secara signifikan dalam menciptakan keunggulan kompetitif pada industri Pengrajin Kain Batik di Mayang Jember

**Kata Kunci:**

keunggulan bersaing; pengembangan; desain; kualitas produk

**Abstract**

*The objectives of this research are to know and to analyze the strategies to create competitive advantage through the development, design, and product quality. Research method which applied in this research is survey method, while data collecting technique is done through questionnaire and interview. Sampling technique applies is purposive sampling technique and the sample size is 100 respondents. This study used path analysis. The hypothesis are development, design, and product quality had an influence to create competitive advantage. The result shows development, design, and product quality had significant effect to create competitive advantage In Batik Industry At Mayang Jember City.*

**Keywords:**

*competitive advantage; development; design; product quality.*

Alamat Korespondensi

Tuliskan alamat institusi

E-mail: (e-mail penulis yang berkorespondensi dengan editor)

## **Pendahuluan**

Berdasarkan data Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB) Kementerian Perindustrian, ada sekitar 3.159 unit usaha batik yang tercatat di seluruh Indonesia. Dari jumlah tersebut, industri batik skala besar-sedang berjumlah 208 unit (tahun 2021), dan usaha batik skala mikro-kecil menengah berjumlah 2.951 unit (tahun 2018). Industri pakaian batik di Indonesia mengalami perkembangan yang luar biasa. Pada saat ini, dari 750 ribu IKM yang ada

di Indonesia, 40 persennya merupakan industri pakaian batik ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)). Bahkan pemerintah memiliki target agar Indonesia menjadi pusat busana batik dunia. Potensi yang luar biasa ini tentunya harus dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha Indonesia. Mereka harus mampu memiliki produk yang berdaya saing tinggi. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektifitas suatu organisasi di pasar persaingan, dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang sama

atau sejenis. Selain untuk menembus pasar global, tentunya para pengusaha juga jangan sampai melupakan persaingan di tingkat lokal. Pengrajin kain batik dimayang sudah sejak lama menjadi salah satu sentra batik di Jember. Geliat industri ini juga turut dirasakan oleh para pengusaha batik di Kabupaten Jember lainnya. Terlebih lagi semakin munculnya kesadaran untuk menjunjung tinggi kearifan budaya busana tradisional lokal Indonesia, turut mengundang banyak pembisnis baru untuk masuk ke industri ini. Pasar semakin terbuka lebar, akan tetapi persaingan pun menjadi semakin ketat. Tentunya diperlukan strategi yang tepat agar para pengrajin kain batik di Jember dapat bersaing di tengah situasi sekarang ini. Langkah awal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing adalah dari sisi diferensiasi produk. Hal ini sesuai dengan strategi daya saing yang dikemukakan oleh Michael Porter. Menurut Muhardi (2007: 75) daya saing suatu perusahaan akan sangat ditentukan secara dominan oleh kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk yang dapat memenangkan hati konsumen atau pasarnya. Karena itu produk harus didesain sesuai kebutuhan konsumen, dikembangkan dengan sebaik-baiknya dan diberikan layanan yang superior kepada konsumen atau pelanggan. Mendesain produk yang dapat memuaskan konsumen adalah suatu seni. Desain merupakan salah satu unsur penting yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk, semakin baik desain produk maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli suatu produk tersebut. Pengembangan produk bukanlah suatu hal yang mudah, karena akan terkait dengan munculnya berbagai gagasan baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Pengembangan produk juga harus dilakukan secara terus menerus, mengingat salah satu ciri dari industri fashion adalah perubahan yang cepat dalam hal trend di masyarakat. Menurut Jones and George (2003: 650) mengatakan bahwa pengembangan produk baru ditujukan pula untuk menghasilkan kualitas produk yang lebih baik atau terbaik. Perusahaan memiliki daya saing apabila perusahaan itu menghasilkan produk yang berkualitas, dalam arti sesuai dengan kebutuhan pasarnya. Menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan untuk dapat menghasilkan produk yang

berdaya saing tinggi. Mengingat pentingnya memiliki daya saing yang tinggi, maka perlu kiranya pelaku usaha pengrajin kain batik di desa Mayang Jember memiliki strategi yang tepat. Dapat diketahui apakah terdapat pengaruh pengembangan, desain, dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing. Atas dasar masalah tersebut, maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul Strategi untuk Menciptakan Keunggulan Bersaing melalui Pengembangan, Desain, dan Kualitas Produk (Kasus pada Pengrajin Kain Batik di Mayang Jember).

## Metode

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, menurut Gima Sugima (2008:135): "Penelitian dengan cara mengajukan pernyataan kepada orang - orang atau subjek dan merekam jawaban tersebut untuk kemudian dianalisis secara kritis". Metode survey ini merupakan bagian dari riset deskriptif dan riset sebabakibat. Obyek penelitian adalah pengembangan produk, desain produk, kualitas produk dan daya saing. Responden penelitian adalah pengguna batik dengan rentang usia 21 s.d 35 tahun, SES ABC. Alasan dipilihnya responden di atas, adalah : usia 21 s.d 35 tahun dianggap sebagai usia dengan tingkat kemandirian dan kebebasan dalam menentukan pilihan yang tinggi dalam hal fashion. Jenis data dalam penelitian ini dibedakan dalam 2 bagian, yaitu data primer (data mengenai pengembangan produk, desain produk, kualitas produk dan daya saing yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara dan pengisian kuesioner oleh responden terpilih) dan data sekunder (data yang dikumpulkan dari pihak lain, data yang sudah ada atau tersedia yang kemudian diolah kembali untuk tujuan tertentu, data ini berupa, literatur, artikel, dan tulisan ilmiah yang dianggap relevan dengan topik mengenai pengembangan produk, desain produk, kualitas produk dan daya saing). Teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Penelitian Lapangan (Field Research) melalui wawancara dan penyebaran kuesioner.

2. Penelitian Kepustakaan (Library Research). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Batik di Kabupaten Jember. Ukuran populasi tidak dapat diketahui dengan tepat sehingga bersifat infinit. Penarikan sampel menggunakan judgement sampling/purposive sampling dimana penarikan sampel didasarkan pada pertimbangan pribadi peneliti yang bersangkutan (Sugiyama, 2008). Pada cara sampling ini peneliti berupaya mencari keyakinan terlebih dahulu bahwa individu yang dipilih sebagai sampel merupakan individu yang tepat. Penentuan ukuran sampel didasarkan pendapat Hair (1995:444) yaitu untuk penelitian survey ukuran minimal sampel adalah 100. Untuk lebih menjamin keakuratan dalam penelitian ini, kuesioner disebarkan kepada 200 orang responden. Untuk lebih menjelaskan pengaruh pengembangan produk, desain produk, dan kualitas produk terhadap daya saing, dibuat paradigma sebagai berikut :

Setelah data yang diperlukan telah diperoleh, data tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuosioner yang telah disebarkan. ata tersebut dikumpulkan untuk kemudian dianalisis dan diinterpretasikan. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuosioner yang telah disebarkan. Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini digunakan Metode Successive Interval. Menurut Al-Rasyid (1994:12), menyatakan bahwa skala likert jenis ordinal hanya menunjukkan rangkingnya saja. Oleh karena itu, variabel yang berskala ordinal terlebih dahulu ditransformasikan menjadi data yang berskala interval. Proses transformasi akan dibantu dengan software MSI for Microsoft Excel. Teknik yang digunakan adalah analisis jalur (path analysis). Tujuan digunakan analisis jalur (path analysis) adalah untuk mengetahui pengaruh seperangkat variabel X (independent variable) terhadap variabel Y, serta untuk mengetahui pengaruh antar variabel X. Dalam analisis jalur ini dapat dilihat pengaruh dari setiap variabel secara bersama - sama. Selain itu juga, tujuan dilakukannya analisa jalur adalah untuk menerangkan pengaruh langsung atau tidak

langsung dari beberapa variabel penyebab terhadap variabel lainnya sebagai variabel terikat. Untuk menentukan besarnya pengaruh suatu variabel ataupun beberapa variabel terhadap variabel lainnya baik pengaruh yang sifatnya langsung atau tidak langsung, maka dapat digunakan Analisis jalur (Affandi, 1994). Pengujian model untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh Xi terhadap Y digunakan uji F. Sedangkan untuk melihat pengaruh secara parsial digunakan uji-T. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan probabilitas signifikansi (p) dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang ditentkan sebesar 0,05. Apabila probabilitas signifikansi (p) lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ), maka hipotesis dapat diterima. Akan tetapi apabila probabilitas signifikansi (p) lebih besar daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ), maka hipotesis dapat ditolak. Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS 19.0 dan Microsoft Office Excel 2007.

### Hasil dan Pembahasan

Dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan, diketahui besarnya pengaruh pengembangan produk, desain produk, dan kualitas produk terhadap daya saing industri pengrajin batik di Mayang secara total adalah sebesar 96,6%, seperti yang tercantum dalam tabel

Tabel 1. Rekapitulasi Pengaruh Parsial Variabel X terhadap Variabel Y

Variabel Bebas (X)	Variabel Terikat (Y)
Pengembangan Produk (X <sub>1</sub> )	= 0,111 atau 11,1%
Desain Produk (X <sub>2</sub> )	= 0,532 atau 53,2%
Kualitas Produk (X <sub>3</sub> )	= 0,323 atau 32,3%
Pengaruh Total	= 0,966 atau 96,6%

Sumber Tabel : Perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel 1 di atas, variabel desain produk memiliki pengaruh terbesar terhadap daya saing pengrajin batik di Mayang Jember apabila dibandingkan dengan variabel pengembangan produk dan kualitas produk. Pengujian model untuk mengetahui ada

tidaknya pengaruh Xi terhadap Y menggunakan uji - F. Sedangkan untuk melihat pengaruh secara parsial digunakan uji-T. Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan probabilitas signifikansi (p) dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang ditentukan sebesar 0,05. Apabila probabilitas signifikansi (p) lebih kecil daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ), maka hipotesis dapat diterima. Akan tetapi apabila probabilitas signifikansi (p) lebih besar daripada taraf signifikansi ( $\alpha$ ), maka hipotesis dapat ditolak. Untuk mempermudah perhitungan dalam penelitian ini digunakan program SPSS 19.0 dan Microsoft Office Excel 2007. Pengujian model (Uji F) melalui aplikasi SPSS 19.0 dapat dilihat pada output tabel ANOVA, sedangkan pengaruh parsial (uji t) dapat dilihat pada output Coefficients (terlampir). Berdasarkan output aplikasi program SPSS 19.0 pada tabel ANOVA diperoleh nilai  $\rho$  lebih kecil (<) daripada tingkat  $\alpha$  yang digunakan yaitu (0,05) atau  $0,000 < 0,05$ . Artinya secara simultan, model yang dibuat yaitu pengembangan produk (X1), desain produk (X2), dan kualitas produk (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap daya saing (Y).

Tabel 2. ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1882.594	3	627.531	965.335	.000 <sup>a</sup>
Residual	62.406	96	.650		
Total	1945.000	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Pengembangan Produk, Desain Produk

b. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber Tabel : Perhitungan SPSS

Sementara itu berdasarkan output aplikasi program SPSS 19.0 tabel Coefficients diperoleh hasil pengembangan produk, desain produk, kualitas produk, memiliki nilai  $\rho$  lebih kecil (<) daripada tingkat  $\alpha$  yang digunakan yaitu (0,05) atau  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat diartikan secara parsial masing-masing variabel tersebut

berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing.

Tabel 2. Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.967	.745		-10.701	.000
Pengembangan Produk	.086	.042	.118	2.068	.041
Desain Produk	.545	.057	.549	9.543	.000
Kualitas Produk	.395	.051	.343	7.679	.000

a. Dependent Variable: Daya Saing

Sumber Tabel : Perhitungan SPSS

Secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh pengembangan, desain dan kualitas produk terhadap daya saing pada industri pengrajin batik di Mayang Jember baik secara total maupun parsial. Adanya pengaruh yang signifikan ini menjelaskan indikasi bahwa semakin baik pengembangan, desain dan kualitas produk maka daya saing pengrajin batik di Mayang Jember akan semakin kuat. Pengaruh terbesar terhadap kuatnya daya saing diberikan oleh variabel desain produk. Hal ini menunjukkan bahwa pertimbangan utama konsumen ketika akan membeli produk pakaian batik adalah desainnya. Pada saat ini motif batik merupakan salah satu bagian dari life style seseorang dengan corak batik atau desain yang lebih modern dan menarik. Sehingga busana batik yang akan digunakan dapat mencerminkan seperti apa seseorang ingin dipersepsikan oleh orang lain. Termasuk juga ada unsur prestise yang ingin ditampilkan ketika seseorang menggunakan busana tertentu. Akan tetapi tantangan ketika sebuah produk sudah masuk kepada kategori dari life style, maka industri yang terlibat di dalamnya harus mampu untuk mendukung penyediaan produk tersebut secara tepat. Perubahan life style terjadi dengan cepat dan mendunia. Karena itu produk harus didesain sesuai kebutuhan konsumen, dikembangkan dengan sebaikbaiknya, selalu mengikuti perkembangan yang ada, dan diberikan layanan yang superior kepada konsumen atau pelanggan. Mendesain produk yang dapat

memuaskan konsumen adalah suatu seni. Desain merupakan salah satu unsur penting yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk, semakin baik desain produk maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli suatu produk tersebut. Kontribusi kedua terhadap kuatnya daya saing adalah kualitas produk. Hal ini menunjukkan selain memilih produk yang memiliki desain yang menarik, konsumen juga tetap memperhatikan kualitas produk yang dibeli. Mengingat produk busana bukan merupakan produk yang dibeli sehari-hari (convenience goods), tetapi termasuk kepada shopping goods, tentunya banyak konsumen yang menginginkan agar kualitas produk yang dibeli haruslah sesuai dengan harga yang ditawarkan. Termasuk di dalamnya durabilitas produk tersebut. Pertimbangannya adalah jangan sampai membeli produk yang menarik secara desain akan tetapi jelek secara kualitas. Ini tentunya harus menjadi pertimbangan bagi pengrajin batik lainnya, agar senantiasa tetap menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Kontribusi terkecil terhadap daya saing adalah pengembangan produk. Akan tetapi hal ini tidak menjadikan perusahaan malas untuk melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk juga harus dilakukan secara terus menerus, mengingat salah satu ciri dari industri fashion adalah perubahan yang cepat dalam hal trend di masyarakat. Salah satu pengembangan produk yang sering kali dilupakan adalah bagaimana mengembangkan merek yang kuat dan kemasan yang menarik. Padahal dalam bisnis saat ini, merek merupakan modal kuat untuk mendapatkan konsumen dan juga persaingan pasar. Dengan adanya segmen pasar kelas menengah yang akan menjadi pendorong perekonomian. Secara perilaku, dengan daya beli yang dimiliki biasanya seorang konsumen akan mencari produk yang memiliki brand atau merk dan dapat mendukung mereka untuk dapat tampil secara lebih bergaya. Konsumen seperti ini akan membutuhkan produk dengan citra merek yang baik. Oleh karena itu sudah saatnya industri batik untuk mulai mengelola merek mereka dengan lebih baik sehingga dapat memperluas pasar mereka dan memiliki segmen kelas menengah ini. Selain itu kemasan produk juga harus didesain dengan baik agar memiliki daya saing yang kuat. Seringkali desain kemasan ini dilupakan, padahal desain

kemasan akan menciptakan rangsangan visual pertama bagi calon konsumen. Sebagai produk kain batik dari Mayang, kain batik tidak hanya ditargetkan menarik konsumen untuk digunakan secara pribadi. Tetapi juga dapat digunakan sebagai souvenir/buah tangan khas Jember khususnya industri kain batik di Mayang Jember.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang sudah dibahas sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Pengembangan produk, desain produk, dan kualitas produk, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap daya saing industri pengrajin kain batik di Mayang Jember
2. Secara keseluruhan hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari pengembangan, desain dan kualitas produk terhadap daya saing pada industri pengrajin kain batik baik secara total maupun parsial. Adanya pengaruh yang signifikan ini menjelaskan indikasi bahwa semakin baik pengembangan, desain dan kualitas produk maka daya saing industri pengrajin kain batik akan semakin kuat.

## Daftar Referensi

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12, Terjemahan : Bob Sabran, M.M, Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2002, Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller. 2009, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi ke-12, Terjemahan : Bob Sabran, M.M, Jakarta : Erlangga
- Kuncoro, Mudrajat, 2002, Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Yogyakarta :
- Universitas Banten Jaya Vol 3 No. 1 Ferdinand, A. (2011). Metode Penelitian Manajemen. Badan Penerbit

Rangkuti, F. (2018). *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Citra*. Jakarta: Penerbit

Gramedia Pustaka. Satryawati, Eka. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce*.

Lule, Benny. (2019). *Pengaruh Pengguna Antarmuka Dan Keamanan Situs Terhadap Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Situs Belanja Online Di Indonesia*.

Lupiyoadi, R. (2019). *Manajemen Pemasaran jasa*. Edisi Pertama. Jakarta: SalembaEmpat.  
Manullang, M dan Pakpahan, M. (2019).

*Metodologi Penelitian. Proses Penelitian Praktis*. Bandung: Citapustaka Media.  
Nainggolan, Nora Putri. (2018). *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Great Seasons Tours And Travel Di Kota Batam*.  
Nurdini, Shelly. (2019).

*Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (survai pada salon Strawberry Jl. Sudirman No. 629 Bandung)* *The Influence of Customer Satisfaction and Trust on Customer Loyalty (survey at Strawberry salon Jl. Sudirman No. 629 Bandung)*. Oemi. (2020).

*Measuring Customer Satisfaction; Survey Design, Use and Statistical Analysis Methods*. USA: ASQ Quality Press, Wisconsin.  
Rangkuti, F. (2018). *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Citra*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka.  
Ladhari, R. (2010). *Developing e-service quality*