

**PEMANFAATAN *E-COMMERCE* SEBAGAI SOLUSI INOVASI DALAM
MENJAGA *SUSTAINABILITY BUSINESS* PADA USAHA BATIK
ISTIQOMAH DI KECAMATAN DANAU TELUK
JAMBI KOTA SEBERANG**

SKRIPSI



**OLEH:
ILHAM NURPAMBUDI
NIM A1A120027**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JAMBI
2024**

**PEMANFAATAN *E-COMMERCE* SEBAGAI SOLUSI INOVASI DALAM
MENJAGA *SUSTAINABILITY BUSINESS* PADA USAHA BATIK
ISTIQOMAH DI KECAMATAN DANAU TELUK
JAMBI KOTA SEBERANG**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Jambi
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan Ekonomi**



**Oleh:
ILHAM NURPAMBUDI
NIM A1A120027**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JAMBI
APRIL 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul *Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Business Pada Usaha Batik Istiqomah Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang* : Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang disusun oleh Ilham Nurpambudi, Nomor Induk Mahasiswa A1A120027 telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Jambi, 2 April 2024

Pembimbing I



Dr. Siti Syuhada, S.Pd., M.E.
NIP. 198101092005012002

Jambi, 2 April 2024

Pembimbing II



Dr. Mayasari, M.Pd.
NIP.198609212022032005

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "*Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Business Pada Usaha Batik Istiqomah Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang*": Skripsi, Pendidikan Ekonomi yang disusun oleh Ilham Nurpambudi, Nomor Induk Mahasiswa A1A120027 telah di dipertahankan di depan tim penguji pada Kamis, 23 Mei 2024.

Tim Penguji

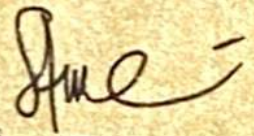
1. Dr. Siti Syuhada, S.Pd., M.E
NIP.1981101092005012002

Ketua



2. Dr. Mayasari, M.Pd.
NIP.198609212022032005

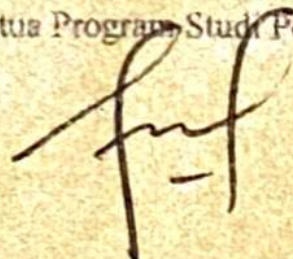
Sekretaris



Jambi, 23 Mei 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi



Drs. H. Arpizal, M.Pd

NIP. 196109161986031002

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Ilham Nurpambudi

NIM : A1A120027

Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil penelitian pihak lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan jiplakan atau plagiat, saya bersedia menerima sanksi dicabut gelar dan ditarik ijazah.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Jambi, 23 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



Ilham Nurpambudi
A1A120027

MOTTO

"Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui"

~(QS: Al-Baqarah 216)~

"Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkan ku tidak akan pernah menjadi takdir ku dan apa yang ditakdirkan untuk ku tidak akan pernah melewatkan ku"

~(Umar bin Khattab)~

"Disaat kita mengira kita menginginkan keberadaan orang lain mungkin yang sebenarnya kita butuhkan adalah kehadiran diri sendiri. Perasaan kesepian bukan berasal dari ketiadaan (absence) orang lain tapi dari kurangnya belas kasihan bagi diri sendiri (self compassion)"

~(Iwan Santosa)~

Kupersembahkan skripsi ini untuk ibu Nuryati dan ayah Tumadi (Alm) tercinta yang dengan perjuangan kerasnya menjadi motivasi terbesar aku dalam menyelesaikan pendidikan dan menjalani kehidupan. Tiap tetes air wudhu dan keringat kalianlah yang membantuku menyelesaikan tugas akhir ini. Kupersembahkan juga skripsi ini kepada keempat saudara sedarah Kak Mukhlis, Yuk Puput, Yuk Tanti dan Kak Wahyu yang selalu menjadi garis terdepan dalam memberikan dukungan baik moril maupun materil kepadaku. Aku sangat bersyukur terlahir dan tumbuh dalam keluarga hangat bersama kalian. Dan semoga Allah S.W.T. senantiasa melindungi dan meridhoi keluarga kita, serta semoga apa yang kita dapatkan dan kita jalani selalu diberkahi oleh Allah S.W.T., Aamiin.

ABSTRAK

Nurpambudi, Ilham. 2023. Pemanfaatan *E-Commerce* Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga *Sustainability Business* Pada Usaha Batik Istiqomah Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang : Skripsi, Jurusan Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Jambi, Pembimbing : (I) Dr. Siti Syuhada, S.Pd., M.E. (II) Dr. Mayasari, M.Pd

Kata Kunci : Pemanfaatan E-Commerce, Inovasi, Keberlanjutan Usaha, Batik Istiqomah

Saat ini masih banyak pengusaha saat ini terjebak dalam pola pemikiran jangka pendek, yang hanya berfokus pada pencapaian pendapatan. Terlebih lagi, dalam era digitalisasi yang berkembang pesat saat ini, banyak praktisi dan pelaku bisnis yang kurang memperhatikan pola pemikiran jangka panjang. Dengan kata lain, mereka sering mengabaikan keberlanjutan bisnis mereka, salah satunya Batik Istiqomah. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat diadakanya pemanfaatan e-commerce di Batik Istiqomah sebagai salah satu upaya dalam menjajaki strategi baru dalam menginovasikan pemasaran produk yang dijual Batik Istiqomah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *e-commerce* sebagai solusi inovasi dalam menjaga *sustainability business* pada usaha Batik Istiqomah di kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang Jenis penelitian ini penelitian kualitatif dengan jenis penelitiannya adalah penelitian lapangan (field research). Sumber data penelitian ini adalah 2 orang pemilik usaha batik istiqomah dan 1 orang ketua RT setempat. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi, dan mengumpulkan data-data

Hasil dari penelitian ini peneliti mengelompokkan data menggunakan pengkodean *NVivo* dan melakukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari strategi pemanfaatan ecommerce dan penerapan inovasi. Kekuatan pemanfaatan ecommerce pada batik istiqomah yaitu keberadaan WiFi, kemudahan akses, mampu bersaing dan mampu bertanggungjawab. Kelemahan pemanfaatan ecommerce yaitu keterbatasan waktu, kesibukan lain, kurang SDM, kurangnya pelatihan dan kurangnya optimalisasi kinerja. Peluang pemanfaatan ecommerce yaitu kemudahan akses internet, menjual di ecommerce, mencari ide baru, pemberdayaan warga sekitar dan keinginan berkembang. Ancaman pemanfaatan ecommerce yaitu keterbatasan biaya, kurangnya SDM dan kesibukan lain diluar usaha. Analisis SWOT dari inovasi yang dilakukan oleh Batik Istiqomah meliputi kekuatan inovasi yaitu turut andil, warna, bahan halus, motif, menjual di e-commerce dan mengembangkan bisnis. kelemahan inovasi yang diterapkan yaitu pengelolaan HP, kesulitan pemenuhan keinginan pasar, kurangnya konsistensi, keterbatasan biaya dan peningkatan kualitas. Peluang dari diterapkan inovasi di Batik Istiqomah yaitu strategi baru, mencoba ide baru, munculnya produk baru, dan usaha dalam memenuhi permintaan pasar. Dan ancaman dari adanya inovasi yang diterapkan yaitu keterbatasan waktu, kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar, harga murah, motif dan kerugian.

KATA PENGANTAR

Selesainya penelitian yang dilakukan sampai terwujud menjadi skripsi ini tidak akan pernah dapat diraih tanpa rahmat dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Untuk itu, sudah sepantasnya puji syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat-Nya.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Jambi Bapak Prof. Dr. Helmi, S.H., M.H yang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu di Universitas Jambi. Terima kasih kepada Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi Bapak Pof. Dr. M. Rusdi, S.Pd., M.Sc yang telah memberikan izin dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih kepada Ibu Dr. Rosmiati, S.Pd., M.Pd ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (PIPS) dan sekaligus sebagai dosen pembimbing akademik yang selalu membimbing dan mengarahkan penulis baik perkuliahan akademik maupun non akademik. Serta seluruh dosen program studi pendidikan ekonomi yang telah memberikan ilmu dan perannya mengantar penulis untuk menyelesaikan pendidikan.

Terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Dr. Siti Syuhada, S.Pd., M.E dosen pembimbing I yang selalu membimbing dengan kesabaran dan keikhlasan serta memotivasi penulis untuk menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini. Semua itu akan penulis kenang sebagai bekal di masa mendatang.

Dan kepada Ibu Dr. Mayasari, M.Pd selaku dosen pembimbing II yang dengan ketelitian, kesabaran dan hatinya yang lembut dalam menasehati penulis tetapi kritis dan cemerlang dalam berpikir telah menggugah peneliti untuk tidak menyerah dalam memperbaiki kesalahan atau kekeliruan yang masih muncul dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah selalu memberikan yang terbaik untuk beliau.

Secara khusus kepada yang teramat mulia yaitu kepada perempuan kuat bernama Nuryati yang ditinggal suaminya berpulang ke rahmatullah semenjak tahun 2016 lalu. Perempuan luar biasa yang penulis panggil Mamak. lantunan doa lirih pada setiap sujudnya, dengan melagitkan nama penulis. Segala macam kebaikan dan kemudahan jalan tidak luput keselamatan tidak terlepas dari peran dan doa yang diijabah Allah S.W.T. Hanya untaian doa yang kadang lalai yang

bisa penulis berikan *jazakummullah katsiran* “Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan dengan balasan yang berlipat lipat ganda” Aamiin.

Kepada lelaki disiplin dan gigih yang bercita cita memberikan kehidupan baik dunia akhirat kepada keluarga kecilnya. Almarhum Tumadi, Seorang yang penulis panggil Bapak. Segala didikan dan kebaikanmu semasa hidup memberikan tak luput memberikan kontribusi hingga skripsi ini selesai.

Kepada saudara sedarah keluarga kecil penulis di rumah. Kak Mukhlis beserta istri Mbak Mei, Yuk Puput, Yuk Tanti dan Kak Wahyu. Segala macam upaya bahu membahu menguatkan satu sama lain hingga sampai saat ini juga tak luput berkontribusi hingga skripsi ini diselesaikan.

Terima kasih kepada sahabat penulis Huda, Hamami, Amel, Johansen, Zulfi dan Sara. Yang telinganya tidak pernah tertutup mendengarkan keluhan dan mulutnya yang tidak pernah bosan memberi nasehat. Kepada “Barudak Valen” khususnya Wawan, Bagas, Arif, Galih, Adit, Kafil dan Dhani. Segala baik buruk kenangan selama berkumpul akan selalu diingat penulis. Dan sahabat “KKNT” Bayu, Della dan Elvida yang selalu memberikan semangat, dukungan dan bantuan dalam segala hal selama proses menyelesaikan skripsi ini, penulis sangat bersyukur dan senang bisa mengenal kalian semua.

Dan terkhusus ucapan terima kasih untuk diri sendiri untuk segala hal yang tak tercapai dan tersampaikan. Terima kasih untuk tetap tumbuh walaupun beberapa kali rubuh.

Tak lupa pula penulis berterima kasih kepada orang-orang tercinta dan rekan-rekan seperjuangan dalam menuntut ilmu pada prodi pendidikan ekonomi angkatan 2020 dan semua pihak yang telah membantu penulis. Penulis senantiasa menantikan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk bahan perbaikan skripsi ini.

Jambi, 2 April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.7 Definisi Operasional	11
BAB II KAJIAN TEORI.....	13
2.1 <i>E-commerce</i>	13
2.1.1 Pengertian <i>E-commerce</i>	13
2.1.2 Pemanfaatan <i>E-commerce</i>	15
2.1.3 Jenis Jenis <i>E-commerce</i>	16
2.1.4 Manfaat <i>E-commerce</i> pada Dunia Usaha	18
2.1.5 Hambatan <i>E-commerce</i>	23
2.2 Inovasi.....	24
2.2.1 Pengertian Inovasi	24
2.2.2 Inovasi Pemasaran	26
2.2.3 Prinsip Inovasi	28
2.2.4 Karakteristik Inovasi	31
2.2.5 Jenis Jenis Inovasi	35

2.3	<i>Sustainability Business</i>	38
2.3.1	Pengertian <i>Business Sustainability</i> (Keberlanjutan Usaha).....	38
2.3.2	Jenis Jenis <i>Sustainability business</i>	41
2.3.3	Manfaat <i>Sustainability business</i>	42
2.3.4	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha.....	43
2.4	Penelitian Yang Relevan.....	46
2.5	Kerangka Berpikir.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1	Tempat Dan Waktu Pelaksanaan	52
3.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian	52
3.3	Data dan Sumber Data	54
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.5	Pengecekan Keabsahan Temuan (<i>Trustworthiness</i>)	57
3.6	Teknik Analisis Data.....	60
3.7	Prosedur Penelitian	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		66
4.1	Deskripsi Lokasi/Objek Penelitian	66
4.1.1	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	66
4.1.2	Deskripsi Objek Penelitian.....	67
4.2	Hasil Temuan Penelitian	67
4.2.1	Eksplorasi Lapangan Pemanfaatan <i>E-Commerce</i> Pada Usaha Batik Istiqomah.....	68
4.2.2	Eksplorasi Lapangan Inovasi Pemasaran Pada Usaha Batik Istiqomah.....	80
4.2.3	Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah.....	94
4.2.4	Inovasi Pada Batik Istiqomah.....	106
4.3	Pembahasan.....	117
4.3.1	Analisis Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah	117
4.3.2	Analisis Inovasi Pada Usaha Batik Istiqomah.....	121
4.3.3	Analisis SWOT Terhadap Pemanfaatan E-commerce Pada Batik Istiqomah.....	126
4.3.4	Analisis SWOT Terhadap Penerapan Inovasi Pada Batik Istiqomah.....	136

BAB V PENUTUP.....	146
5.1 Kesimpulan	146
5.2 Saran	147
DAFTAR PUSTAKA.....	148
LAMPIRAN.....	154

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Paradigma Pemikiran	51
Gambar 3. 1 Prosedur Penelitian.....	64
Gambar 4. 1 Coding Akses Internet	68
Gambar 4. 2 Kemudahan Informasi	71
Gambar 4. 3 Coding Kemampuan SDM	75
Gambar 4. 4 Coding Tanggungjawab	78
Gambar 4. 5 Coding Be Action Oriented	81
Gambar 4. 6 Coding Kemudahan Produk	84
Gambar 4. 7 Coding Langkah Kecil	87
Gambar 4. 8 Coding Ambisi	89
Gambar 4. 9 Coding Try/Test/Revise	92
Gambar 4. 10 Kekuatan Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah	94
Gambar 4. 11 Kelemahan Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah	96
Gambar 4. 12 Peluang Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah.....	98
Gambar 4. 13 Ancaman Pemanfaatan E-commerce Pada Batik Istiqomah	101
Gambar 4. 14 Kekuatan Inovasi Pada Batik Istiqomah	106
Gambar 4. 15 Kelemahan Inovasi Pada Batik Istiqomah	108
Gambar 4. 16 Peluang Inovasi Pada Batik Istiqomah.....	110
Gambar 4. 17 Ancaman Inovasi Pada Batik Istiqomah	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	46
Tabel 3. 1 Matriks SWOT	62
Tabel 4. 1 Obejek Penelitian	67
Tabel 4. 2 Pembobotan IFAS (Faktor Internal) Pemanfaatan Ecommerce.....	103
Tabel 4. 3 Pembobotan IFES (Faktor Eksternal) Pemanfaatan Ecommerce	103
Tabel 4. 4 Matriks SWOT Pemanfaatan Ecommerce	105
Tabel 4. 5 Pembobotan IFAS (Faktor Internal) Inovasi.....	114
Tabel 4. 6 Pembobotan IFES (Faktor Eksternal) Inovasi	115
Tabel 4. 7 Matriks SWOT Inovasi	116

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Observasi	155
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	156
Lampiran 3 E-commerce Batik Istiqomah	157
Lampiran 4 Pedoman Wawancara	158
Lampiran 5 Form Wawasan	159
Lampiran 6 Hasil Wawancara	170
Lampiran 7 Tree Map.....	179
Lampiran 8 Word Frequency	179
Lampiran 9 Foto Wawancara	180
Lampiran 10 Riwayat Hidup	181

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan sebuah gambar yang diperoleh melalui penggunaan alat canting atau sejenisnya dengan bahan lilin sehingga dapat menahan masuknya warna. Batik juga merupakan penggambaran atau proses penghiasan pada kain atau bahan dasar putih yang dihasilkan dengan melewati proses tutup celup dengan lilin, yang dilanjutkan dengan proses atau cara tertentu Suryanto dalam (Simatupang, 2013). Sedangkan menurut (Lisbijanto, 2013) secara harfiah “batik” berasal dari dua kata yang diambil dari bahasa Jawa yaitu “amba”, yang bermakna “menulis” dan “titik” yang bermakna bertitik. Selama pembuatan kain batik sendiri sebagian prosesnya dilakukan dengan beberapa cara yaitu ada yang dengan cara tulis, sebagian dari tulisan tersebut merupakan titik, titik juga diartikan sebagai tetes. Seperti yang diketahui didalam pembuatan kain batik terdapat proses penetesan lilin di atas kain putih.

UNESCO menobatkan batik sebagai Warisan Budaya Tak Benda Kemanusiaan pada 2 Oktober 2009. Warisan budaya tak benda, menurut Konvensi Perlindungan Warisan Budaya Tak Benda tahun 2003, dijelaskan bahwa dalam warisan budaya tak benda berisikan praktik, representasi, ekspresi, pengetahuan, keterampilan, instrumen, benda, artefak, dan ruang budaya yang berhubungan dengan masyarakat, kelompok ataupun individu sebagai bagian dari warisan budaya milik mereka. Dalam konvensi tersebut terdapat lima domain warisan budaya tak benda, batik memenuhi tiga dari prasyarat domain tersebut,

diantaranya yaitu *oral traditions* (tradisi lisan), *social practices* (kebiasaan sosial), dan *traditional craftsmanship* (kerajinan tangan tradisional).

Usaha batik merupakan usaha yang memiliki prospek yang baik yang turut andil dalam berpartisipasi dalam pasar busana di Provinsi Jambi maupun tingkat nasional. Usaha batik yang berkembang pada Kota Jambi berupa kerajinan yang dilatarbelakangi pada budaya Melayu yang mengoptimalkan pada pemanfaatan dan pengembangan hasil budaya menjadi sebuah produk ekonomi yang memiliki nilai ekonomi, berorientasi pasar, dan menjanjikan bagi pengrajin batik. Kerajinan batik sudah lama digeluti para penduduk pada kawasan Seberang Kota Jambi. Dalam hal ini Danau Teluk merupakan salah satu pusat kerajinan batik pada Seberang Kota Jambi, Provinsi Jambi.

Berangkat dari permasalahan diatas LPPM Universitas Jambi (UNJA) meluncurkan kegiatan Diklat Pembekalan Peserta KKN MBKM (KKN-T) Tahun 2023. Yang mengangkat tema “Perkuat Desa, Perkuat Bangsa” melalui Program Desa Laboratorium Terpadu (DLT) dan Pusat Unggulan Iptek (PUI) dalam kerangka KKN MBKM (KKN-T)”. Kegiatan tersebut berlangsung pada Sabtu, 19 Agustus 2023, bertempat di Golden Harvest Hotel Jambi. Ketua LPPM Universitas Jambi Dr. Ade Octavia S.E., M.M., meresmikan Program KKN Tematik tersebut sebagai bagian dari upaya peningkatan mutu pendidikan dan usaha partisipasi mahasiswa pada pembangunan di wilayah pedesaan. Maksud dari diadakannya program tersebut yaitu menciptakan konsep desa terpadu, dimana konsep dari desa terpadu adalah menjadikan suatu desa menjadi laboratorium terpadu dari bidang bidang ilmu yang ada di Universitas Jambi. Terpadu yang dimaksudkan adalah dengan menjadikan desa tersebut menjadi

laboratorium beberapa disiplin ilmu, bisa dari beberapa program pendidikan, beberapa bidang, melaksanakan penelitian terpadu seperti pengabdian, MBKM, magang dan lainnya.

Dengan begitu desa yang dijadikan laboratorium dapat menjadi tempat berekspresi baik dosen maupun mahasiswa dalam melakukan penelitian. Program DLT ini disesuaikan dengan potensi desanya, salah satunya kecamatan danau teluk seberang kota jambi yang didominasi oleh pengrajin batik, Universitas Jambi mengirimkan beberapa kelompok mahasiswa dalam menjalankan tugas untuk meneliti apa saja permasalahan yang dihadapi oleh pengrajin batik di Seberang Kota Jambi. Dari beberapa kelompok yang sudah terbentuk, peneliti bersama 4 rekan lainnya ditugaskan meneliti pengrajin batik di kecamatan Danau Teluk. Dan Batik Istiqomah terpilih menjadi laboratorium bagi peneliti.

Batik Istiqomah adalah bisnis yang dirintis oleh Pak Ngadiman pada tahun 2005. Mengawali pengalaman pada usaha batik dengan bekerja pada rumah produksi batik Nusa Indah. Setelah memiliki pengetahuan yang cukup dalam usaha berbatik, Pak Ngadiman memberanikan diri membuka usaha batiknya sendiri. Dari hal tersebutlah muncul cikal bakal Batik Istiqomah. Nama Batik Istiqomah sendiri diambil dari nama Putri pertamanya, nama anaknya yang dijadikan inspirasi dalam mendirikan usaha yang bermakna konsisten yang diharapkan dalam menjalankan usahanya Pak Ngadiman dapat terus menerus tetap konsisten dalam memegang teguh prinsipnya dan meraih kesuksesan dalam usahanya.

Dari penuturan pada saat wawancara pertama pada tanggal 20 Agustus 2023 Pak Ngadiman menuturkan bahwasanya usahanya pernah mengalami

kejayaan dengan menjadi produsen dari beberapa toko baju batik terkenal di Provinsi Jambi. Dan menjadi pemasok 170 sekolahan hampir di seluruh Kota Jambi. Masa puncak kesuksesan pada usaha pak Ngadiman ini terjadi pada masa pemerintahan Bapak Drs. H. Zulkifli Nurdin, M.B.A sebagai gubernur Provinsi Jambi yaitu pada periode kedua di tahun 2005 - 2010 dikarenakan adanya kebijakan wajib berbatik Jambi pada setiap Instansi baik pemerintah, swasta bahkan lingkungan persekolahan, kemudian dari penuturan narasumber pada tahun 2011 seterusnya ketika berakhirnya masa pemerintahan Bapak Drs. H. Zulkifli Nurdin, M.B.A terjadi pergantian kebijakan, dimana kebijakan wajib berbatik pada seluruh instansi tidak lagi diindahkan dan setegas sebelumnya. Hal tersebut yang membuat narasumber mengalami kehilangan pelanggan secara perlahan dan hal tersebut pula yang membuat usaha Batik Istiqomah ini kehilangan kestabilan menjaga keberlanjutan bisnis dan mengalami penurunan yang signifikan dalam produksinya.

Disampaikan langsung oleh narasumber kendala yang dialami dalam menjaga keberlanjutan bisnis Batik Istiqomah yaitu kesulitan dalam mengimbangi masa digitalisasi pada saat ini. Dimana Produk Batik Istiqomah tidak pernah sama sekali dipasarkan melalui media sosial ataupun di *e-commerce* (situs belanja online). Karena hal tersebut Batik Istiqomah selama ini hanya menjual produknya kepada pelanggan lamanya saja. Pemasaran masih mengandalkan cara pemasaran dari mulut ke mulut. Cara tersebut tidaklah efektif karena Seiring berjalannya waktu juga beberapa pelanggan yang didominasi oleh orang yang sudah berumur meninggal dunia. Cara pemasaran yang tidak tepat merupakan salah satu kendala Batik Istiqomah dalam menjaga keberlanjutannya bisnisnya.

Salah satu cara untuk menjaga keberlanjutan bisnis pengusaha harus melakukan inovasi dalam bisnisnya. Inovasi bisnis inilah yang harus dipikirkan pengusaha dalam menjalankan bisnisnya agar bisnisnya dapat bertahan menuju keberlanjutan bisnis. Karena bisnis berkelanjutan atau *sustainable business* adalah sebuah bisnis yang dapat dijalankan baik pada tempo musiman hingga waktu pelaksanaan tahunan. Kehadiran bisnis diharapkan bukan hanya sekedar memperhatikan segi keuntungan yang didapatkan, tetapi juga memberi manfaat berkelanjutan yang bisa dinikmati pada masa depan (Jørgensen and Pedersen, 2019).

Inovasi pada model bisnis yang berkelanjutan merujuk pada proses analisis dan perencanaan yang bertujuan untuk mengubah model bisnis agar lebih berkesinambungan, atau mengalihkan model bisnis yang sudah berkelanjutan ke model bisnis yang berbeda. Beberapa contoh inovasi pada model bisnis berkelanjutan mencakup upaya untuk memulai usaha yang berkelanjutan (FDF wirausaha), transformasi model bisnis yang sudah berkelanjutan, variasi dalam model bisnis yang berkelanjutan, dan akuisisi model bisnis yang juga berkelanjutan (Geissdoerfer et al., 2018). Pelaksanaan inovasi pada model bisnis yang berkelanjutan menghadapi sejumlah rintangan, termasuk aspek dasar, pemikiran, sumber daya, teknologi baru, hubungan dengan pihak luar, serta metode dan perangkat (Evans et al., 2017). Salah satu cara bisnis mengadopsi inovasi teknologi saat ini adalah melalui pemanfaatan e-commerce.

Didasari oleh Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang No. 11 Tahun 2008, transaksi elektronik adalah tindakan hukum yang dilakukan menggunakan komputer, jaringan komputer, data elektronik, atau media elektronik lainnya.

Dengan definisi ini, pembelian dan penjualan melalui komputer atau ponsel dapat dianggap sebagai transaksi elektronik. Untuk mengantisipasi perkembangan teknologi dan penggunaannya, terutama dalam transaksi bisnis, Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik dibentuk pada tahun 2008. Dengan adanya undang-undang ini, transaksi elektronik (*e-commerce*) diberikan dasar hukum dan pengakuan hukum yang sah.

Electronic Commerce (e-commerce) Merupakan salah satu teknologi yang mengalami perkembangan cepat adalah perdagangan barang dan jasa yang dilakukan melalui jaringan elektronik seperti internet. E-commerce adalah metode belanja online yang berkembang sejalan dengan kemunculan internet dalam kehidupan kita. Banyak individu yang mengalami manfaat dari kemudahan berbisnis melalui platform internet (Kasmi & Candra, 2017).

E-commerce adalah rangkaian elemen ekonomi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, pelanggan, serta komunitas tertentu melalui transaksi elektronik untuk perdagangan barang, layanan/jasa, dan pertukaran informasi secara elektronik (Riswandi, 2019). *E-Commerce* atau Dikenal juga dengan sebutan e-commerce, ini mencakup penyebaran, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang serta layanan melalui platform elektronik seperti internet, televisi, world wide web (www), atau jaringan elektronik lainnya.

E-commerce bukan hanya sekadar layanan atau produk, tetapi merupakan gabungan dari layanan dan produk. *E-commerce* dan aktivitas terkait yang berlangsung melalui internet dapat berperan sebagai pendorong perbaikan ekonomi dalam negeri melalui liberalisasi layanan domestik dan mempercepat integrasi dengan kegiatan produksi global. Karena e-commerce akan

menghubungkan perdagangan domestik dengan perdagangan global, berbagai perbincangan dan negosiasi tidak hanya akan berfokus pada aspek perdagangan internasional, melainkan juga akan memengaruhi kebijakan dalam negeri terkait pengawasan di berbagai sektor, khususnya dalam bidang telekomunikasi, layanan keuangan, serta pengiriman dan distribusi.

Menindaklanjuti terhadap masalah yang timbul, yakni rendahnya pemahaman tentang manfaat penggunaan internet kepada Pak Ngadiman selaku pemilik usaha dalam melakukan transaksi dan pemasaran. Aplikasi yang peneliti perkenalkan meskipun aplikasi ini termasuk yang sangat sederhana dan dianggap mudah digunakan, tetapi saat ini sedang populer digunakan oleh banyak orang. *Instagram* dan *Shopee Marketplace* adalah contoh aplikasi tersebut, dan mereka digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat dan segala usia dengan media ponsel, sehingga aplikasi tersebut dapat memudahkan peneliti dalam mengenalkan kepada Pak Ngadiman yang sebelumnya belum pernah menggunakan *e-commerce*.

Keberlanjutan bisnis merupakan keinginan bagi setiap perusahaan begitu pula para pengusaha pengusaha kecil diluar sana. Masih banyak pengusaha saat ini terjebak dalam pola pemikiran jangka pendek, yang hanya berfokus pada pencapaian pendapatan. Terlebih lagi, dalam era digitalisasi yang berkembang pesat saat ini, banyak praktisi dan pelaku bisnis yang kurang memperhatikan pola pemikiran jangka panjang. Dengan kata lain, mereka sering mengabaikan keberlanjutan bisnis mereka. Hal ini terjadi karena pemahaman mengenai peluang dan tantangan di masa depan masih penuh ketidakpastian. Dalam situasi di mana persaingan bisnis semakin ketat, pengusaha perlu merubah pola pikir mereka dan

fokus pada inovasi produk serta strategi pemasaran untuk menjamin keberlanjutan usaha mereka.

Melihat adanya indikasi resiko yang akan dihadapi oleh narasumber, peneliti tertarik dalam menindaklanjuti penerapan teknologi *e-commerce* pada usaha Batik Istiqomah. Penggunaan teknologi *e-commerce* adalah elemen kunci yang dapat ditingkatkan untuk mendukung kesuksesan siklus hidup produk, mulai dari tahap produksi hingga metode pemasarannya. Karena sebelumnya, narasumber telah menggunakan sistem penjualan manual yang sering kali rentan terhadap kesalahan. Oleh karena itu, hadirnya layanan *e-commerce* diharapkan dapat memungkinkan pelanggan dan narasumber untuk dengan cepat mengakses layanan, sehingga semua permintaan pelanggan dapat segera ditindaklanjuti dengan efisien. Hal ini memungkinkan narasumber untuk memberikan layanan yang optimal dan cepat kepada pelanggan, yang pada gilirannya akan menjaga kelangsungan bisnis Batik Istiqomah dan berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan usaha tersebut.

Didasari uraian di atas kemampuan dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis merupakan aspek yang sangat penting dalam menjalankan dan menjaga eksistensi bisnis. Pengusaha harus mampu berinovasi dan terus mengikuti perkembangan zaman. *E-commerce* muncul sebagai solusi dalam menghadapi era digitalisasi marketing pada saat ini. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **“Pemanfaatan *E-Commerce* Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga *Sustainability business* Pada Usaha Batik Istiqomah Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi yaitu :

1. Kesulitan dalam menjaga keberlanjutan bisnis dikarenakan ketidakmampuan dalam mengimbangi peralihan masa tradisional ke masa digitalisasi pada saat ini.
2. Belum pernah memasarkan produknya melalui *e-commerce*.

1.3 Batasan Masalah

Guna menghindari ruang lingkup yang terlalu luas dalam penelitian ini dan juga guna penelitian ini dapat terarah dengan baik sesuai dengan tujuan penelitian serta dengan adanya keterbatasan waktu dalam pengerjaannya maka peneliti membuat beberapa batasan masalah diantaranya sebagai berikut:

1. *E-commerce* yang digunakan pada penelitian ini berfokus pada aplikasi shopee dan instagram
2. Penelitian ini dilakukan di batik Istiqomah Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah peneliti paparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bagaimana pemanfaatan *e-commerce* dapat menjadi solusi inovasi *sustainability business* (keberlanjutan bisnis) pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui pemanfaatan *e-commerce* sebagai solusi inovasi terhadap *sustainability business* (keberlanjutan bisnis) pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan penelitian ini dapat memberi dampak terhadap pengetahuan (informasi) dan juga menambah bahan kajian mengenai pemanfaatan *e-commerce*.
- b. Diharapkan pula penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi bagi penulis lain yang memiliki ketertarikan dalam meneliti permasalahan yang terkait dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Dengan bertambahnya pengetahuan mahasiswa melalui penelitian ini, diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran mengenai *sustainability business* dalam berwirausaha. Jika mahasiswa memiliki kesadaran mengenai *sustainability bisnis*, maka mahasiswa akan mendapatkan banyak *value* dalam menjaga *sustainability business* (keberlanjutan bisnis) dalam melakukan usaha.

b. Bagi Program Studi Pendidikan Ekonomi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan bahan pustaka untuk mengetahui pemanfaatan *e-commerce* sebagai solusi inovasi dalam menjaga *sustainability business* (keberlanjutan bisnis).

c. Bagi Pengusaha

Melalui penelitian, diharapkan bagi pengusaha batik Istiqomah Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang hasil penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan mengenai *e-commerce* sebagai salah satu solusi dalam menjaga *sustainability business* (keberlanjutan bisnis).

1.7 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran dari konsep atau variabel penelitian yang terdapat dalam judul penelitian. Guna menghindari kekeliruan dan kesalahpahaman mengenai istilah-istilah dalam judul penelitian, maka peneliti akan menjelaskan istilah berikut:

a. *E-commerce*

E-commerce (Electronic Commerce) adalah proses perdagangan, pembelian, penjualan, atau pertukaran produk, jasa, dan informasi yang terjadi melalui jaringan komputer, terutama yang terkait dengan internet.

b. Inovasi

Inovasi adalah penggantian positif dalam cara-cara melakukan sesuatu, yang mencakup metode atau teknologi, yang terinspirasi dari praktik-praktik sebelumnya. Inovasi tidak hanya berlaku untuk benda atau produk, tetapi juga merangkul sikap, perilaku, atau upaya-upaya perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat.

c. *Sustainability business* (keberlanjutan bisnis)

Keberlanjutan usaha merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menjaga kelangsungan operasi mereka dalam jangka waktu yang panjang. Ini melibatkan upaya organisasi dengan tujuan meningkatkan pelayanan. Salah satu cara untuk meningkatkan layanan adalah dengan merespons kritik atau saran, dan melakukan perbaikan dalam layanan. Definisi ini dipakai sebagai rujukan dalam skripsi ini.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 *E-commerce*

2.1.1 Pengertian *E-commerce*

E-commerce merupakan proses pembelian dan penjualan produk menggunakan media elektronik, baik antara konsumen dan perusahaan maupun antara perusahaan, dengan komputer sebagai perantara dalam transaksi bisnis. *E-commerce* berhubungan dengan menjalankan bisnis secara elektronik, dan itu bergantung pada pengolahan dan pengiriman data elektronik, termasuk teks, suara, dan video. *E-commerce* mencakup berbagai kegiatan, termasuk perdagangan elektronik untuk barang dan jasa, distribusi online konten digital, transfer uang secara elektronik, perdagangan saham elektronik, pembayaran elektronik, pelelangan komersial, kolaborasi desain dan rekayasa, pencarian sumber daya online, pengadaan publik, pemasaran langsung kepada konsumen, serta layanan purnajual (Gustina et al., 2022).

Penjualan elektronik, yang sering dikenal sebagai *e-commerce*, adalah pelaksanaan aktivitas perdagangan seperti transaksi jual-beli, pemesanan, pembayaran, dan promosi produk atau layanan, yang dilakukan melalui komputer dan alat komunikasi elektronik digital atau jaringan telekomunikasi data. Perniagaan ini juga memiliki kemampuan untuk beroperasi dalam skala global, menggunakan jaringan internet (Dauda et al., 2023).

E-commerce adalah aktivitas bisnis yang melibatkan konsumen, produsen, penyedia layanan, dan perantara perdagangan, yang menggunakan jaringan komputer, khususnya internet. Istilah *e-commerce* sering digunakan dalam

konteks internet, tetapi kadang-kadang tidak semua orang memahami makna yang tepat dari *e-commerce*. Menurut (Piana dan Fathurohman, 2019) *e-commerce* merupakan transaksi bisnis yang melibatkan pertukaran nilai dengan menggunakan teknologi digital.

E-Commerce atau yang sering disebut sebagai *Internet Commerce*, pada dasarnya memiliki makna yang sama, yakni metode di mana konsumen dapat membeli produk secara daring melalui internet. *E-Commerce* juga dapat dijelaskan sebagai proses bisnis yang memanfaatkan teknologi elektronik untuk menghubungkan perusahaan, konsumen, dan masyarakat dalam transaksi elektronik serta pertukaran atau penjualan produk, layanan, dan informasi secara elektronik (Fauzia, 2016).

Menurut (Wardana, 2018) *E-commerce* singkatan dari *Electronic Commerce* merujuk pada transaksi yang mencakup berbagai aspek bisnis, mulai dari pembelian hingga penjualan, yang terjadi melalui jaringan internet. *E-commerce* melibatkan distribusi, penjualan, pembelian, pemasaran, dan layanan terkait dengan produk, yang semua berlangsung dalam lingkungan sistem elektronik internet atau jaringan komputer lainnya.

Menurut (Rizki dkk, 2019) *e-commerce* adalah aktivitas perdagangan elektronik yang mencakup proses jual-beli barang atau jasa, pertukaran produk, transfer dana, pelayanan, dan pertukaran informasi melalui jaringan komputer atau internet. Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* adalah cara melakukan pembelian dan penjualan produk, jasa, dan informasi secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer, termasuk internet. Pertumbuhan

internet dan perkembangan informasi menjadi pendorong utama bagi perkembangan *e-commerce*.

Maka dari penjabaran diatas dapat disimpulkan disimpulkan dari penjelasan di atas bahwa *e-commerce* adalah gabungan yang dinamis antara teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu. Melalui *e-commerce*, terjadi pertukaran berbagai jenis barang dalam skala luas antara pengecer dan konsumen melalui transaksi elektronik. Proses pengiriman barang dari pengecer ke tangan konsumen melalui transportasi antar wilayah juga tercakup dalam konsep ini, dan hubungan yang terjalin adalah hubungan saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

2.1.2 Pemanfaatan *E-commerce*

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pemanfaatan merupakan proses, cara, maupun perbuatan memanfaatkan. Pemanfaatan yang dimaksud disini adalah memanfaatkan teknologi dalam proses bisnis untuk merebut pasar dengan cara-cara yang dapat menarik konsumen misalnya, pelayanan konsumen dengan teknologi canggih via whatsapp, shoppe, instagram maupun web.

Banyak pelaku bisnis berasumsi bahwa penggunaan *e-commerce* hanya membuang waktu, tenaga, dan biaya. Pemanfaatan *e-commerce* atau sering kita sebut dengan jual beli online bagi UKM sebenarnya akan memberikan fleksibilitas dalam produksi karena dapat memberikan informasi pengiriman yang lebih cepat kepada pelanggan, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat serta dapat mendukung transaksi pembayaran elektronik (*e-money*). Hal ini dapat memberikan dorongan kepada UKM dalam meningkatkan daya saingnya.

Kemanfaatan dapat terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

- a. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (makes job easier)
- b. Bermanfaat (usefull)
- c. Menambah produktivitas (increase produktivity)
- d. Mempertinggi efektivitas (enhance effectiveness)
- e. Mengembangkan kinerja pekerjaan atau usaha (improve job performance)

Teknologi sistem informasi dalam pemanfaatannya, maka jika seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi atau sistem informasi akan dapat meningkatkan kinerjanya, maka orang itu akan terus menggunakan teknologi tersebut.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa arti dari pemanfaatan *e-commerce* adalah proses pemanfaatan jaringan komputer atau internet untuk melakukan transaksi jual beli produk barang dan jasa serta kegiatan bisnis baik itu pemasaran, pengembangan, maupun pengiriman dengan tujuan meningkatkan pendapatan usaha.

2.1.3 Jenis Jenis *E-commerce*

Berdasarkan karakteristiknya *E-commerce* dibedakan menjadi beberapa jenis yaitu (Tharob et al., 2017) :

- a. *Business To Business* (B2B)

Business To Business memiliki karakteristik:

- 1) Mitra perdagangan yang telah memiliki hubungan yang lama dan saling mengenal. Informasi yang mereka miliki hanya dipertukarkan satu sama lain..

- 2) Pertukaran data terjadi secara teratur dan berulang dengan menggunakan format data yang telah disetujui secara bersama-sama.
- 3) Salah satu pihak tidak perlu menunggu pihak mereka yang lain untuk mengirimkan data.
- 4) Model yang sering digunakan adalah *peer-to-peer*, di mana kemampuan pemrosesan dapat didistribusikan di antara kedua pihak bisnis.

b. Business To Consumer (B2C)

Business To Consumer memiliki karakteristik :

- 1) Dibuka untuk publik, di mana informasi disebarluaskan secara publik dan dapat diakses dengan bebas.
- 2) Layanan yang digunakan bersifat umum, sehingga dapat digunakan oleh banyak orang. Sebagai contoh, karena sistem web umumnya digunakan, layanan disediakan melalui platform web.
- 3) Layanan yang digunakan sesuai dengan permintaan. Produsen harus siap untuk merespons sesuai dengan permintaan konsumen.
- 4) Dalam banyak kasus, pendekatan client-server sering digunakan.

c. Consumer to Consumer (C2C)

Dalam C2C, seorang konsumen dapat langsung menjual barang atau jasa kepada konsumen lain, atau orang dapat saling menjual produk

dan layanan satu sama lain. Sebagai contoh, ada individu yang menjual barang-barang seperti properti, mobil, dan lainnya melalui iklan terkait di situs klasifikasi seperti www.classified2000.com. Selain itu, beberapa orang mengiklankan jasa pribadi mereka online dan menjual pengetahuan serta keahlian mereka, yang juga merupakan contoh C2C. Beberapa platform lelang online memungkinkan individu untuk memasukkan barang ke dalam pelelangan. Selain itu, banyak orang menggunakan intranet dan jaringan organisasi untuk mengiklankan barang yang dijual atau menawarkan berbagai layanan. Contoh terkenal dari model ini adalah eBay.com, sebuah perusahaan lelang.

d. Customer to Business (B2C)

Customer to Business adalah model bisnis di mana konsumen (individu) menghasilkan nilai yang kemudian dikonsumsi oleh perusahaan. Contohnya, ketika seorang konsumen memberikan ulasan atau memberikan ide yang berguna untuk pengembangan produk baru, konsumen ini menciptakan nilai bagi perusahaan jika perusahaan menggunakan masukan tersebut. Sebagai contoh, Priceline.com adalah situs yang memungkinkan seseorang menjual produk kepada perusahaan. Dalam situasi seperti ini, internet dapat digunakan sebagai alat untuk negosiasi.

2.1.4 Manfaat *E-commerce* pada Dunia Usaha

Keuntungan yang dapat diperoleh oleh dunia bisnis dari *E-commerce* menurut M. Suyanto dalam (A Yunus, 2017) adalah :

- a. Membuka peluang pasar hingga mencapai wilayah nasional dan internasional
- b. Mengurangi biaya produksi, pemrosesan, distribusi, penyimpanan, dan pengambilan informasi yang melibatkan penggunaan kertas.
- c. Dengan mengoptimalkan rantai pasokan dan menerapkan model manajemen tipe “pull”, *e-commerce* memungkinkan pengurangan persediaan dan biaya operasional.
- d. Mengurangi jangka waktu antara investasi modal dan penerimaan produk dan layanan.
- e. Membantu dalam menjalankan inisiatif perubahan proses bisnis (*business process reengineering*).
- f. Menyederhanakan biaya komunikasi dengan internet yang lebih ekonomis dibandingkan dengan *Virtual Private Network (VAN)*.
- g. Akses informasi lebih cepat

Dalam pemanfaatan E-commerce, baik pelaku bisnis maupun pelanggan dapat meraih manfaat yang sama, seiring dengan adopsi *E-commerce*. Akan tetapi, menurut (Lesmono, 2015), manfaat *E-commerce* bagi konsumen antara lain:

- a. *E-commerce* memungkinkan konsumen untuk berbelanja atau melakukan transaksi sepanjang tahun, 24 jam sehari, dari lokasi mana pun.
- b. *E-commerce* memberikan lebih banyak opsi kepada pelanggan, sehingga membantu konsumen memenuhi kebutuhan mereka dengan biaya yang lebih hemat. Karena ketika berbelanja di toko fisik, konsumen seringkali cenderung menghabiskan lebih banyak

uang karena tergoda untuk membeli barang-barang yang sebenarnya tidak diperlukan.

- c. Pelanggan dapat dengan cepat memperoleh informasi yang relevan tentang detail produk dalam hitungan detik, bukan dalam waktu sehari-hari atau berminggu-minggu.
- d. *E-commerce* menciptakan ruang bagi konsumen untuk berinteraksi dengan konsumen lain dalam komunitas elektronik (komunitas online), serta berbagi pandangan dan pengalaman satu sama lain.

Dengan menggunakan *e-commerce*, produsen dapat dengan cepat mengubah daftar harga atau menyesuaikan produk atau layanan yang mereka tawarkan, dan informasinya bisa segera tersampaikan melalui situs web. Hal-hal yang sebelumnya memerlukan waktu yang lama untuk diimplementasikan atau diintegrasikan, dapat dilakukan dengan lebih cepat melalui *e-commerce*. Inovasi dalam model bisnis atau rekayasa ulang proses bisnis, penerapan spesialisasi tinggi, meningkatkan produktivitas, dan fokus pada kepuasan pelanggan bukan lagi hal yang sulit dengan bantuan *e-commerce*. *E-commerce* juga bermanfaat dalam membangun basis data pelanggan yang komprehensif. Ini memungkinkan produsen untuk memahami pola pemesanan pelanggan dan memanfaatkannya sebagai informasi berharga. Basis data tersebut dapat digunakan untuk perencanaan pemasaran dan strategi promosi yang lebih efektif dan terarah.

Manfaat penggunaan *E-Commerce* (Susanti, 2017) yaitu :

1. Melewati batasan geografis

Melalui situs web *e-commerce*, pemasaran tidak lagi terbatas oleh jarak geografis, sehingga dapat dilakukan tanpa adanya batasan geografis.

2. Mendapatkan pelanggan baru lewat *search engine*

Pelanggan dapat mengikuti tautan dalam hasil pencarian mesin pencari dan mengunjungi situs web yang telah dibuat.

3. Biaya lebih rendah

Dengan biaya perawatan sistem yang ekonomis, ini bisa digunakan untuk memberikan diskon kepada pelanggan yang melakukan pembelian.

4. Mencari produk lebih cepat

Dengan antarmuka yang sederhana yang mencakup kotak pencarian untuk menyaring pencarian produk secara cepat dan pemberitahuan ketika terdapat pembelian berulang.

5. Mengeliminasi waktu dan biaya perjalanan

E-commerce mengurangi waktu dan biaya perjalanan karena konsumen dapat dengan mudah melihat informasi produk melalui smartphone tanpa harus pergi keluar rumah.

6. Memberikan perbandingan berbelanja

E-commerce memudahkan perbandingan saat berbelanja. Terdapat layanan online yang memungkinkan pelanggan untuk mencari berbagai produk *e-commerce* dan menemukan harga terbaik.

7. Transaksi, tawar-menawar, kupon, dan pembelian secara berkelompok

Meskipun ada secara fisik untuk transaksi, tawar menawar, kupon, dan pembelian secara berkelompok, belanja online membuatnya jauh lebih nyaman.

8. Memberikan banyak informasi

Ada batasan dalam jumlah informasi yang dapat ditampilkan di toko fisik. Mengajarkan karyawan untuk merespons pertanyaan konsumen mengenai seluruh lini produk menjadi sulit.

9. Memudahkan komunikasi bisnis

Dengan menggunakan data yang diberikan oleh konsumen melalui formulir pendaftaran dan dengan memasang cookie pada komputer pelanggan, seorang pedagang e-commerce dapat mengakses sejumlah besar informasi mengenai pelanggan. Informasi tersebut dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang sesuai dan relevan.

10. Buka sepanjang waktu

Situs *web e-commerce* dapat beroperasi sepanjang waktu, 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Dari perspektif penjual, ini meningkatkan jumlah pesanan yang mereka terima. Dari perspektif pelanggan, toko yang "selalu buka" tentunya lebih nyaman.

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa manfaat e-commerce bagi produsen adalah peningkatan efisiensi dan efektivitas dalam hal biaya dan waktu produksi, serta kemampuan untuk dengan cepat mengakses dan menyimpan data konsumen. Selain itu, sebagaimana dijelaskan sebelumnya, e-commerce juga memberikan kemudahan kepada produsen untuk lebih memahami segmentasi pasar yang mereka targetkan, yang pada gilirannya membantu dalam menentukan harga, kualitas, dan personalisasi produk yang ingin mereka tawarkan.

2.1.5 Hambatan *E-commerce*

Almalia dan Robahi dalam (Saputra, 2014) ada empat faktor yang menghalangi UKM dalam mengadopsi *e-commerce*, yaitu:

- a. Keterbatasan sumber daya menghambat kemampuan untuk bersaing di ranah teknologi,
- b. Sulitnya permasalahan perijinan,
- c. Rendahnya pengetahuan mengenai *e-commerce*,
- d. Penyebaran jaringan koneksi internet yang belum merata.

Kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap situs belanja online merupakan dampak dari banyaknya kasus penipuan yang terjadi saat berbelanja online. Pada umumnya, harga barang tidak bisa dinegosiasikan, berbeda dengan pasar tradisional yang melibatkan tawar-menawar. Kemampuan dan pemahaman mengenai konsep dan implementasi teknologi *e-commerce* masih terbatas di kalangan sumber daya manusia. Layanan pengiriman pos memerlukan perbaikan agar proses pengiriman barang menjadi lebih efisien dan cepat kepada konsumen.

Dijelaskan kembali oleh (Al-Tit, 2020) bahwa ada tujuh faktor utama yang menjadi penghalang utama bagi UMKM dalam mengadopsi *e-commerce*, yaitu pengetahuan teknologi dari karyawan, akses ke telekomunikasi, biaya konektivitas, keahlian teknis yang diperlukan, biaya teknologi, kekhawatiran terkait keamanan internet, dan hambatan hukum.

Menurut Quaddus dan Achjari dalam (Daga et al., 2019) menyebutkan bahwa ada 2 faktor penghambat dan dua faktor yang menghambat penggunaan *E-commerce*, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal merujuk pada hambatan-hambatan yang berasal dari internal organisasi, seperti masalah

keuangan, risiko, dan kurangnya keahlian. Sementara faktor eksternal merujuk pada hambatan yang berasal dari lingkungan eksternal, seperti biaya yang ditanggung oleh pelanggan, waktu pengiriman, risiko transaksi, dan akses yang terbatas.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan penghambat *E-commerce* meliputi kurangnya pengetahuan, infrastruktur yang kurang memadai, ketidaksetujuan untuk berkolaborasi dengan pihak eksternal, waktu yang dibutuhkan untuk implementasi, risiko transaksi, dan kurangnya dasar hukum.

2.2 Inovasi

2.2.1 Pengertian Inovasi

Inovasi berasal dari kata "*innovation*" yang merujuk pada perubahan atau pembaharuan. Kata dasarnya, "*innova*" mengandung makna tentang mengubah dan memperbarui. Dalam konteks ini, inovasi bisa diartikan sebagai proses dan hasil pengembangan serta pemanfaatan pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis), dan pengalaman untuk menciptakan atau meningkatkan produk (barang dan/atau jasa), proses, dan sistem yang baru, yang memberikan nilai yang signifikan, terutama dari segi ekonomi dan sosial.

Menurut (Ancok, 2017) menjabarkan secara lebih sederhana, inovasi adalah tindakan sengaja memperkenalkan dan mengadopsi gagasan, proses, produk, atau prosedur baru dalam unit atau entitas yang menerapkannya, dengan tujuan memberikan manfaat bagi individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat secara keseluruhan.

Menurut Sukmadi dalam (Suhaeni, 2018) Inovasi adalah konsep, produk, informasi teknologi, lembaga, perilaku, nilai, dan praktik baru yang belum banyak

dikenal, diterima, digunakan, atau diterapkan oleh sebagian besar masyarakat di suatu wilayah tertentu. Inovasi ini dapat digunakan untuk mendorong perubahan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Dalam era hiperkompetisi yang ditandai oleh perubahan pelanggan yang cepat dan siklus hidup produk yang singkat, perusahaan perlu terus-menerus melakukan inovasi untuk menciptakan produk yang benar-benar baru dan unik yang belum dimiliki oleh perusahaan lain.

Menurut (Suhaeni, 2018) Inovasi harus dapat terus diperbaharui, menciptakan inovasi yang berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan dan kemajuan perusahaan. Inovasi membawa manfaat bagi perusahaan dengan menciptakan nilai baru melalui berbagai tindakan, seperti menghadirkan produk atau layanan baru, mengadopsi praktik organisasi dan operasional yang baru, menawarkan solusi berbasis teknologi, mengembangkan keterampilan dan kompetensi baru, serta mendorong pengembangan pengetahuan yang diperlukan untuk memperbaiki teknologi yang ada dan menciptakan hal-hal yang baru. Manfaat inovasi dapat mencakup pemberian pengetahuan baru, pembentukan merek baru, pembentukan komunitas baru, serta pembentukan budaya baru. Perusahaan diharapkan melakukan inovasi karena memberikan keuntungan yang signifikan dari berbagai segi.

Menurut Ibrahim dalam (Efendi, 2021) Proses inovasi mencakup rangkaian adopsi dari yang sudah ada, yang kemudian diubah melalui diferensiasi untuk menciptakan sesuatu yang lebih baru dengan nilai dan manfaat yang lebih terasa. Inovasi memiliki peran penting dalam mengatasi hambatan, meningkatkan perhatian, dan mendapatkan dukungan dari pasar. Kesuksesan inovasi dapat diukur dari penerimaan produk dan dampak positifnya terhadap profitabilitas

perusahaan. Inovasi juga berkontribusi secara signifikan dalam perusahaan dengan menciptakan nilai baru melalui berbagai tindakan, seperti peluncuran produk atau layanan baru, penerapan praktik organisasi dan operasional yang baru, memberikan solusi teknologi, dan pengembangan keterampilan dan kompetensi yang baru.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah suatu konsep yang mencakup berbagai aspek dalam dunia bisnis. Inovasi tidak hanya terbatas pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup pemanfaatan teknologi sebagai alat untuk menciptakan nilai tambah dalam suatu usaha. Ini berarti bahwa inovasi dapat melibatkan perubahan dalam proses, layanan, model bisnis, atau strategi yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, memenuhi kebutuhan konsumen, atau menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan kata lain, inovasi adalah kunci untuk menjaga daya saing dan kesuksesan dalam dunia bisnis yang terus berubah.

2.2.2 Inovasi Pemasaran

Inovasi dalam pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam kesuksesan perusahaan di masa depan. Dengan memanfaatkan teknologi dan melakukan perubahan pada desain kemasan produk, perusahaan dapat meningkatkan daya tarik produk serta nilai jualnya, yang pada akhirnya akan menarik perhatian konsumen (F. O. Gunawan, 2017).

Inovasi pemasaran memberdayakan perusahaan untuk menawarkan produk yang lebih terjangkau dan berkualitas lebih baik. Melalui inovasi pemasaran, tercipta diversifikasi produk, dan perusahaan dapat memperluas cara penawaran produk mereka. Ini berfungsi sebagai sumber penting dalam mencapai keunggulan

kompetitif. Dengan demikian, perusahaan menggunakan metode baru dan ide pemasaran yang inovatif untuk mempromosikan produk yang belum dikenal di pasar dan masyarakat (Gupta et al., 2016).

Inovasi pemasaran mencakup berbagai aspek, termasuk pengenalan metode penawaran baru di pasar. Ini mencakup perbedaan dalam desain dan kemasan produk, promosi, dan penentuan harga. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menciptakan perbedaan dalam produk mereka, mengembangkan strategi yang membedakannya dari pesaing. Dalam konteks ini, perusahaan perlu memperkenalkan nilai tambah bagi pelanggan dengan memanfaatkan inovasi pemasaran (Cyasmoro & Talumantak, 2021).

Inovasi teknologi pada produk dapat mencakup perbaikan, penyempurnaan, atau pengembangan produk yang bertujuan meningkatkan daya tariknya di pasar. Oleh karena itu, penting untuk memahami kondisi dan fokus pasar serta mengidentifikasi masalah yang ada dalam pasar.

Inovasi pemasaran, di sisi lain, melibatkan strategi promosi penjualan dan penerapan konsep green marketing mix. Para pelaku usaha perlu dukungan dalam bentuk sosialisasi, pendampingan, serta informasi terkait peraturan dan kebijakan terbaru. Penentuan kebijakan yang mendukung kinerja inovatif sangat penting untuk memajukan aspek pemasaran (Sari et al., 2021).

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa inovasi pemasaran adalah pendekatan strategis yang menggabungkan teknologi dengan upaya perbaikan, penyempurnaan, atau pengembangan produk, dengan maksud memberikan tambahan nilai yang signifikan kepada pengusaha atau perusahaan, khususnya dalam konteks promosi produk.

2.2.3 Prinsip Inovasi

Inovasi memiliki tujuan yang spesifik yang muncul setelah melalui analisis, sistematisasi, dan upaya keras. Semua langkah ini dapat menjadi contoh praktik inovasi yang perlu dipertimbangkan karena mencakup sebagian besar inovasi yang berhasil, dan individu yang berprestasi di bidang inovasi, sama seperti dalam bidang lainnya, akan berhasil ketika berdasarkan disiplin dan penguasaan yang kuat.

Dalam konteks inovasi pemasaran, strategi dapat mencakup promosi produk yang ada atau menerapkan prinsip-prinsip pemasaran berkelanjutan. Para pelaku usaha sering memerlukan bimbingan dan pemahaman yang mendalam tentang peraturan, kebijakan, dan tren inovasi terbaru. Dalam membuat kebijakan untuk mencapai tingkat inovasi yang tinggi, penting untuk membangun kinerja pemasaran yang kuat (Sari et al., 2021) .

Robbins dalam (Pradana, 2022) Inovasi adalah gagasan baru yang dapat diterapkan untuk memulai atau meningkatkan produk, proses, dan layanan. Dalam konteks ini, Robbins lebih memusatkan perhatiannya pada tiga aspek kunci, yaitu:

1. Ide baru adalah hasil dari proses pemikiran yang melibatkan pengamatan suatu peristiwa atau fenomena, termasuk di dalamnya dalam domain pendidikan. Ide-ide baru ini dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti konsep, gagasan, dan sistem yang dapat direalisasikan.
2. Produk dan jasa merupakan hasil dari langkah-langkah selanjutnya yang diambil dari munculnya ide-ide baru yang dilanjutkan dengan berbagai kegiatan, penelitian, penelitian dan eksperimen yang

melahirkan konsep konsep yang lebih spesifik yaitu pengembangan dan implementasi produk dan jasa yang dapat digunakan pada setiap saat, termasuk hasil inovasi.

3. Pekerjaan perbaikan mencakup tindakan perbaikan yang dilakukan secara terencana dan berkelanjutan, sehingga hasil inovasi dapat memberikan manfaat yang signifikan.

Peter Drucker dalam (Algamar, 2015) Memberikan beberapa pedoman inovasi yang harus diterapkan untuk memastikan keberhasilan kegiatan inovasi, prinsip-prinsip tersebut meliputi:

1. Inovasi merupakan usaha terstruktur yang memiliki tujuan yang terdefinisi dengan baik;
2. Inovasi tidak hanya bergantung pada persepsi (identifikasi kebutuhan yang jelas);
3. Untuk mencapai kesuksesan dalam inovasi, awalnya perlu memiliki ide yang sederhana, mudah dimengerti, dan berfokus pada tujuan tunggal;
4. Inovasi seharusnya diperkenalkan melalui inovasi-inovasi kecil;
5. Ketika berinovasi, hindari menyombongkan diri dengan kepintaran sendiri.

Menurut pendapat Robert & Brown (2004) Dijelaskan bahwa prinsip-prinsip harus menjadi dasar inovasi, sehingga inovasi dapat berjalan dengan terstruktur dan terarah. Prinsip-prinsip tersebut adalah :

- a. Inovasi yang bertujuan dan terstruktur dimulai dengan analisis peluang yang disebut peluang inovatif

- b. Inovasi melibatkan aspek konseptual dan perseptual. Oleh karena itu, langkah kedua dalam inovasi adalah melakukan pengamatan, berbicara, dan mendengarkan. Para inovator memperhatikan data, mengamati orang-orang, dan menganalisis bagaimana mereka bisa mengambil tindakan inovatif untuk memenuhi peluang. Mereka juga keluar ke lapangan untuk memahami masyarakat, mempelajari ekspektasi, nilai-nilai, dan kebutuhan mereka.
- c. Agar efektif, inovasi harus sederhana dan tepat sasaran.
- d. Inovasi yang efektif dimulai melalui hal hal kecil, tidak bertele tele dan menjadikan ciptaan yang belum ada sebelumnya.

Pendapat lain datang dari Kuratko dan Hodgetts dalam (Septiya, 2020), Berdasarkan pandangan Kuratko dan Hodgetts, inovasi dijelaskan memiliki prinsip-prinsip berikut, yakni:

- a. *Be action oriented*, seorang inovator harus terus menerus terlibat dalam pembuatan gagasan-gagasan baru, mengejar peluang, atau mencari sumber inovasi.
- b. Menghasilkan produk, proses, atau layanan yang simpel dan mudah dimengerti oleh orang, sehingga mereka dengan cepat memahami cara kerja inovasi.
- c. Inovator harus memulai dengan langkah-langkah kecil, lalu menciptakan gagasan untuk membangun, mengembangkan, dan memungkinkan pertumbuhan melalui perencanaan dan ekspansi yang tepat, dengan waktu yang tepat.

- d. Inovator perlu memiliki ambisi yang besar untuk meraih kesuksesan dan mencari posisi yang sesuai di pasar.
- e. *Try/Test/Revise*, Inovator perlu mematuhi prinsip mencoba, menguji, dan melakukan revisi. Pendekatan ini sangat berguna dalam mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan dalam produk, proses, atau layanan apa pun.
- f. Mengambil pelajaran dari kesalahan adalah suatu hal yang penting, karena inovasi tidak selalu menjamin kesuksesan. Bahkan, kegagalan itu sendiri dapat menjadi sumber penciptaan inovasi.

Pendapat lain datang dari Saleh dan Wang dalam (Pernando et al., 2021), Menurutnya terdapat tiga faktor kunci keberhasilan dalam menjalankan inovasi secara efisien. Pertama, strategi kewirausahaan, yang mencakup keberanian mengambil risiko, pendekatan proaktif dalam bisnis, dan komitmen manajemen. Kedua, struktur organisasi yang lebih fleksibel, kedisiplinan antardepartemen, dan fokus pada kerja tim lintas fungsi. Ketiga, iklim organisasi yang mendukung, di mana kekuasaan didistribusikan secara terbuka dalam organisasi tanpa pusat yang dominan di tingkat atas, serta sistem penghargaan yang efektif.

2.2.4 Karakteristik Inovasi

Dalam perspektif Djamrut dalam (Basuki et al., 2018) Dijelaskan bahwa inovasi merupakan suatu konsep baru yang berbeda dari yang telah ada sebelumnya. Untuk dianggap sebagai inovasi, suatu konsep harus memenuhi empat karakteristik inovasi berikut ini :

- a. Unik dalam sifatnya, inovasi menonjol dengan ciri-ciri yang membedakannya dari yang lain. Ciri-ciri ini dapat terlihat dalam ide,

program, struktur, atau sistem, sehingga memungkinkan pencapaian hasil yang diinginkan.

- b. Mengandung sifat atau asal-usul yang baru, dengan artian bahwa suatu inovasi harus memiliki sifat-sifat yang mencegahnya menjadi hal yang monoton, dan seharusnya berasal dari pemikiran murni atau orisinil yang dapat dipertanggungjawabkan.
- c. Inovasi diterapkan melalui strategi yang terstruktur, yang berarti bahwa inovasi tidak dijalankan secara tergesa-gesa, melainkan dipersiapkan secara rinci, terencana dengan baik, dan dengan kejelasan proses pelaksanaannya.
- d. Inovasi yang dilakukan memiliki sasaran yang jelas, dengan program inovasi yang harus memiliki tujuan yang akan dicapai, termasuk arah dan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Sejalan dengan hal tersebut, pendapat lain datang dari Abernathy & Clark (Septiya, 2020) menurut pendapatnya inovasi memiliki 4 macam karakteristik, yaitu:

- a. *Architectural Innovation*

Inovasi tersebut mencakup pembentukan dasar produk/jasa dan proses, serta menentukan aspek teknis dan rencana pemasaran yang akan menyatukan langkah-langkah pengembangan selanjutnya.

- b. *Market Niche Innovation*

Inovasi tersebut bertujuan untuk menciptakan peluang pasar baru dengan menggunakan teknologi yang memengaruhi sistem produksi dan aspek

teknis, sambil tetap menjaga dan memperkuat desain yang telah ditetapkan.

c. *Regular Innovation*

Inovasi tersebut melibatkan transformasi berdasarkan kemampuan teknis dan produksi yang diterapkan pada komunitas yang sudah ada. Dampak dari perubahan ini adalah mempertahankan keterampilan dan sumber daya yang telah ada.

d. *Revolutionary Innovation*

Inovasi tersebut mengacaukan dan mengubah landasan teknis serta kapasitas produksi.

Rogers menunjukkan bahwa karakteristik lain yang mempengaruhi penerimaan inovasi oleh masyarakat adalah sejauh mana inovasi tersebut bisa diterima dengan cepat atau lambat, yang sangat bergantung pada sifat-sifat inovasi itu sendiri. Menurut Everret M. Rogers dalam (Ahmad, 2016) karakteristik inovasi yang mempengaruhi hal tersebut, yaitu sebagai berikut:

- a. Keunggulan relatif (*relative advantage*), yaitu Pentingnya inovasi bagi penerima dapat dinilai dari tingkat manfaat yang diberikannya. Tingkat manfaat inovasi ini bisa diukur berdasarkan nilai ekonomisnya atau faktor-faktor seperti status sosial, kepuasan, dan aspek penting lainnya. Semakin besar manfaat yang diberikan oleh inovasi, semakin cepat inovasi tersebut tersebar.
- b. Kompatibilitas (*compatibility*), yaitu Kecepatan penerimaan inovasi tergantung pada tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai-nilai, pengalaman sebelumnya, dan kebutuhan penerima. Inovasi yang tidak sejalan dengan

nilai atau norma yang dianut oleh penerima akan mengalami penolakan lebih lambat daripada inovasi yang sejalan dengan norma yang berlaku dalam masyarakat.

- c. Kerumitan (*complexity*), Hal ini berkaitan dengan sejauh mana inovasi bisa dipahami dan digunakan dengan mudah oleh penerima. Inovasi yang memiliki tingkat kemudahan pemahaman dan penggunaan yang tinggi akan menyebar lebih cepat, sedangkan inovasi yang sulit dipahami atau sulit digunakan oleh penerima akan mengalami proses penyebaran yang lebih lambat.
- d. Kemampuan diujicobakan (*triability*), yaitu Ini berhubungan dengan sejauh mana penerima dapat mencoba inovasi. Untuk diadopsi dengan cepat, inovasi harus secara jelas menunjukkan keunggulannya.
- e. Kemampuan untuk diamati (*observability*), yaitu Kesederhanaan atau kerumitan dalam mengamati hasil dari suatu inovasi adalah faktor penentu dalam kecepatan penerimaannya. Inovasi yang hasilnya mudah diamati akan diterima oleh masyarakat lebih cepat, sementara inovasi yang sulit untuk diamati hasilnya akan memerlukan waktu lebih lama untuk diterima.

Secara keseluruhan, karakteristik inovasi, seperti yang telah diuraikan oleh beberapa ahli, mencakup kemampuan inovasi untuk menonjolkan keunggulan atau manfaat, kesesuaian dengan kebutuhan, ketidakmenyulitan atau dampak negatif, keterjangkauan untuk dicoba atau digunakan, serta kemudahan dalam mengamati bentuk atau hasil dari inovasi tersebut.

2.2.5 Jenis Jenis Inovasi

Inovasi terbagi ke dalam golongan jenis inovasi menurut Soleh Mohamad dalam (Algamar, 2015) yaitu sebagai berikut:

- a. Inovasi radikal adalah Sebuah inovasi yang sangat unik dan revolusioner sebagai solusi utama dalam suatu industri.
- b. Inovasi *incremental* adalah Inovasi tersebut adalah jenis perubahan kecil dan penyesuaian dalam praktik yang ada. Jenis inovasi yang berbeda ini memerlukan pengetahuan dan keterampilan yang berbeda, serta memiliki dampak yang berbeda pada hubungan antara pelanggan dan pesaing perusahaan.

Menurut Rajapathirana dan Hui dalam (Iman, 2021) Mengenalkan empat kategori inovasi, termasuk inovasi produk, inovasi proses, inovasi organisasi, dan inovasi pasar.

- a. Inovasi produk / layanan

Inovasi produk atau layanan melibatkan pengenalan produk atau layanan baru dengan kinerja yang jauh lebih baik. Ini mencakup aspek teknis seperti spesifikasi produk yang ditingkatkan dan penggabungan perangkat lunak untuk memenuhi kebutuhan pelanggan inti dengan lebih baik daripada produk yang sudah ada. Inovasi produk atau layanan adalah elemen kunci yang memberikan kemampuan untuk memasuki pasar dan industri baru, membuka peluang keuntungan yang lebih besar, dan menciptakan fondasi baru bagi perusahaan dalam mencapai keberhasilan finansial.

Untuk menghadapi perubahan yang cepat dan perubahan global dalam preferensi konsumen, yang semakin didorong oleh kemajuan teknologi, penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas operasional mereka, model bisnis, dan nilai proposisi mereka. Perusahaan harus merencanakan transformasi yang holistik dan berkelanjutan, yang mencakup perbaikan pada produk atau layanan, sistem, dan proses bisnis mereka. Ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan, memastikan stabilitas keuangan, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mengambil posisi unggul dalam persaingan di pasar.

b. Inovasi proses

Inovasi proses melibatkan menerapkan metode produksi atau pengiriman baru atau yang telah ditingkatkan secara mencolok. Ini bisa berarti perubahan dalam peralatan, sumber daya manusia, cara kerja, atau metode, atau kombinasi dari elemen-elemen tersebut, seperti memasang perangkat lunak untuk mempercepat penyelesaian klaim dan kebijakan. Inovasi proses bertujuan untuk mengenalkan taktik baru dalam pembuatan produk atau layanan, atau cara baru untuk memasarkan produk atau layanan tersebut. Dampak dari inovasi proses dapat berdampak pada produktivitas, pertumbuhan produktivitas, atau profitabilitas.

Proses-proses ini sangat penting dalam pengiriman produk atau layanan yang mungkin tidak langsung dibayar oleh pelanggan. Oleh karena itu, inovasi proses harus mencakup perubahan yang

memberikan peningkatan nilai yang signifikan bagi pemangku kepentingan yang terlibat.

- c. Sebuah inovasi pemasaran adalah Pengenalan inovasi pemasaran melibatkan adopsi metode pemasaran yang baru, yang mencakup perubahan signifikan dalam hal desain produk, kemasan produk, distribusi produk, promosi, atau penetapan harga produk. Inovasi pemasaran mencerminkan kemampuan suatu perusahaan untuk mempublikasikan dan menjual produk dengan berdasarkan pemahaman yang mendalam terhadap kebutuhan konsumen, kondisi persaingan, pertimbangan biaya dan manfaat, serta penerimaan inovasi. Tujuan utama inovasi pemasaran adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, membuka peluang di pasar baru, atau memposisikan ulang produk perusahaan di pasar dengan harapan meningkatkan penjualan perusahaan.

- d. Inovasi organisasi mencakup pengenalan metode organisasi yang baru dalam praktik bisnis suatu perusahaan, organisasi, atau dalam hubungan eksternalnya. Tujuan dari inovasi organisasi adalah untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengurangi birokrasi dan biaya transaksi, dan bukan semata-mata untuk meningkatkan kepuasan di lingkungan kerja. Aktivitas yang berfokus pada perubahan dalam organisasi ini dapat dikaitkan dengan inovasi organisasi.

Inovasi organisasi berhubungan erat dengan segala upaya administratif, termasuk penyegaran sistem organisasi, prosedur, rutinitas untuk meningkatkan kerja tim, koordinasi, kolaborasi, praktik berbagi

informasi dan pengetahuan, serta proses pembelajaran. Inovasi organisasi memungkinkan perusahaan untuk merespons perubahan dan memanfaatkannya sebagai peluang untuk mencapai pertumbuhan pasar yang pesat. Konsep ini juga dapat diterapkan dalam berbagai industri jasa yang menghadapi perkembangan teknologi dan regulasi

Sejalan dengan pendapat diatas, pendapat lain datang dari Holvarsen, menurut pendapat Holvarsen dalam (Septiya, 2020) jenis inovasi dibagi menjadi 3 yaitu inovasi terus-menerus, inovasi terus-menerus secara dinamis, dan inovasi terputus.

- a. Inovasi terus-menerus adalah Ini melibatkan pengubahan produk yang telah ada daripada menciptakan produk sepenuhnya baru. Jenis inovasi ini cenderung memiliki dampak yang lebih kecil pada pola perilaku yang sudah mapan.
- b. Inovasi terus-menerus secara dinamis, Inovasi berkelanjutan melibatkan pengembangan produk baru atau modifikasi produk yang sudah ada, tetapi biasanya tidak merubah secara signifikan kebiasaan konsumen dalam menggunakan produk tersebut
- c. Inovasi terputus yaitu Ini mencakup pengenalan produk yang benar-benar baru yang mengakibatkan para pemangku kepentingan atau masyarakat mengubah pola perilaku mereka secara signifikan.

2.3 Sustainability Business

2.3.1 Pengertian Business Sustainability (Keberlanjutan Usaha)

Para pengusaha berharap agar bisnis mereka tumbuh dan berlanjut. Namun, keberhasilan bisnis sangat tergantung pada bagaimana lingkungan bisnis

menerima keberadaannya. Keberlanjutan bisnis mengacu pada kemampuan bisnis untuk beroperasi dan berkembang dalam jangka panjang. Ada beberapa bisnis yang mampu bertahan hingga generasi berikutnya, berkat kepemimpinan yang diwariskan dari pendiri kepada keturunannya, yang memastikan berlanjutnya kelangsungan bisnis tersebut.

Keberlanjutan atau *sustainability* berasal dari kata *sustain* yang berarti berlanjut dan *ability* artinya kemampuan. Dalam istilah lain keberlanjutan adalah daya tahan suatu sistem dan proses. *Sustainability* adalah kemampuan suatu sistem usaha untuk mempertahankan tingkat produksinya yang dibentuk oleh alam dalam jangka waktu yang panjang. Keberlanjutan atau *sustainability* mengacu pada kemampuan suatu sistem atau proses untuk berlangsung atau bertahan. Dalam konteks lain, keberlanjutan mengartikan kemampuan suatu usaha atau sistem bisnis untuk mempertahankan tingkat produksi yang telah ditetapkan dalam jangka waktu yang lama. Konsep keberlanjutan bisnis (*business sustainability*) beroperasi dengan asumsi bahwa usaha akan tetap ada dalam jangka waktu yang akan datang. Para pelaku bisnis berusaha secara terus-menerus untuk mencapai tujuan bisnis mereka dan meningkatkan nilai bisnis mereka (Puspitaningtyas, 2017).

Menurut Handayani dalam (Amalia, 2020) Keberlanjutan bisnis mencerminkan sebuah kondisi di mana suatu usaha memiliki cara-cara untuk menjaga, memperluas, serta melindungi sumber daya dan memenuhi kebutuhan yang ada di dalamnya. Pendekatan yang digunakan untuk mencapai keberlanjutan ini bersumber dari pengalaman pribadi, pembelajaran dari orang lain, dan berdasarkan pada kondisi ekonomi saat itu di dunia bisnis. Dengan demikian,

keberlanjutan bisnis merupakan bentuk konsistensi dalam menjalankan usaha, yang melibatkan aspek pertumbuhan, perkembangan, strategi untuk memastikan kelangsungan dan ekspansi usaha. Semua upaya ini bertujuan untuk memastikan keberlanjutan dan kelangsungan usaha.

Nilai jangka panjang ini dapat ditingkatkan melalui performa bisnis yang konsisten dan stabil, yang mengintegrasikan nilai-nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan. Keberlanjutan bisnis mencerminkan stabilitas dalam kondisi usaha, di mana kelangsungan usaha melibatkan proses yang melibatkan pertumbuhan, kontinuitas, dan upaya untuk menjaga serta memperluas usaha (Widayanti et al., 2017).

Menurut Narayanadp dalam (Jiwa et al., 2022) Keberlanjutan Bisnis (Business Sustainability) merujuk pada upaya bisnis untuk mengurangi dampak negatifnya terhadap lingkungan dan masyarakat, sehingga generasi mendatang akan memiliki sumber daya yang cukup untuk memenuhi kebutuhan mereka. Keberhasilan di pasar global yang kompetitif dan berfokus pada kualitas akan menjaga keberlanjutan bisnis dengan aman bagi lingkungan.

Dengan dasar pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan bisnis adalah kemampuan bisnis untuk bertahan dari waktu ke waktu, menjaga nilai-nilai organisasi atau memelihara budaya organisasi yang kuat, serta mencapai tingkat profitabilitas perusahaan yang stabil, bahkan meningkat. Selain itu, bisnis yang berkelanjutan juga memiliki kemampuan tinggi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan

2.3.2 Jenis Jenis *Sustainability business*

Menurut The Dow Jones dalam Wheelen dalam (Puteri, 2022), ada 3 jenis keberlanjutan yaitu :

a. Keberlanjutan lingkungan

Keberlanjutan lingkungan adalah fokus utama yang mempertimbangkan kondisi alam. Pelaporan mengenai keberlanjutan lingkungan melibatkan aspek-aspek seperti desain ekologi, efisiensi sumber daya alam, pengelolaan lingkungan, dan komitmen eksekutif dalam menangani isu-isu lingkungan. Beberapa perusahaan, sebagai tanggung jawab lingkungan, mengadopsi praktik perbaikan dengan menanam pohon di area yang terdampak oleh limbah dari kegiatan produksi mereka. Upaya perbaikan lingkungan merupakan bagian dari kewajiban perusahaan terhadap keberlanjutan lingkungan.

b. Keberlanjutan ekonomi

Keberlanjutan ekonomi merupakan fokus keberlanjutan yang berfokus pada kegiatan ekonomi perusahaan. Pelaporan untuk keberlanjutan ekonomi dapat berupa kode etik dan kepatuhan terhadap hukum yang berlaku, kebijakan anti korupsi, perencanaan dalam perusahaan, kualitas dan pengetahuan pihak manajemen, serta manajemen pemasok dalam perusahaan. Pada setiap perusahaan, terdapat standar tata kelola perusahaan yang digunakan dalam kegiatan bisnis. Dalam standar tersebut, terdapat kode etik perusahaan yang harus diterapkan dan berdampak besar dalam keberlanjutan usaha.

c. Keberlanjutan sosial

Keberlanjutan sosial adalah fokus utama yang mempertimbangkan interaksi sosial di dalam perusahaan. Pelaporan mengenai keberlanjutan sosial melibatkan aspek seperti tanggung jawab sosial perusahaan, kegiatan filantropi, praktik ketenagakerjaan, pengembangan sumber daya manusia, laporan sosial, upaya daya tarik dan retensi tenaga kerja, serta komunikasi dengan pemegang saham. Beberapa pemerintah menerapkan kebijakan yang mewajibkan perusahaan untuk merekrut tenaga kerja dari wilayah sekitar sebagai persyaratan untuk mendapatkan izin usaha.

2.3.3 Manfaat *Sustainability business*

Pelaku bisnis perlu tidak hanya memiliki pemahaman tentang manajemen keuangan, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam praktik. Kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat melalui pengetahuan manajemen keuangan diharapkan dapat mendukung kelangsungan bisnis (Business Sustainability) (Aribawa, 2016).

Menurut (Waliyanti et al., 2022) manfaat Business Sustainability (Keberlanjutan Usaha), yaitu :

a. Meningkatkan keuntungan

Keberlanjutan bisnis (Business Sustainability) erat kaitannya dengan keberlanjutan lingkungan. Semakin lingkungan bisnis terjaga, semakin besar kemungkinan bisnis tersebut mendapatkan manfaat dari lingkungannya.

b. Produktivitas meningkat

Keberlanjutan bisnis (Business Sustainability) dapat dimiripkan dengan upaya untuk menyederhanakan proses produksi dan

mengurangi aktivitas yang tidak perlu, yang pada akhirnya mengurangi biaya produksi.

c. Sumber daya manusia yang berkualitas

Manajemen sumber daya manusia yang efektif, dengan memaksimalkan keterampilan dan potensi karyawan, dapat menjadi motivasi untuk terus belajar dan bersaing secara kompetitif, yang pada gilirannya akan mendukung pencapaian kinerja bisnis yang unggul

d. Mengefisiensi energy

Keberlanjutan bisnis tidak bisa dilepaskan dari pemanfaatan teknologi yang terus berkembang. Teknologi mendukung berbagai aspek usaha, seperti pemasaran online, perangkat produksi yang semakin efisien, dan sistem komputer untuk pembukuan keuangan.

2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan Usaha

Adapun menurut Hendro dalam (Hanafi, 2019) Faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usaha, antara lain:

- a. Mengembangkan peluang bisnis yang ada demi keberhasilan usaha
- b. Karyawan mengerjakan tugas dan tanggung jawab dengan baik
- c. Pemilik usaha rutin melakukan pencatatan keuangan
- d. Pemilik usaha membagi tugas dan pekerjaan kepada pegawai yang jelas.
- e. Pengusaha melakukan perencanaan usaha
- f. Pengusaha melakukan promosi
- g. Usaha memiliki izin resmi
- h. Melakukan bukti belanja bahan baku atau pengeluaran untuk keperluan usaha.

Setiap perusahaan harus memperhatikan suatu situasi yang dapat merugikan perusahaannya seperti kebangkrutan. Menurut Foster dalam (Waliyanti et al., 2022). Kebangkrutan merupakan permasalahan keuangan yang mengindikasikan tingkat masalah likuiditas yang sangat serius, yang tidak dapat diatasi tanpa melakukan restrukturisasi menyeluruh terhadap struktur dan operasi perusahaan. Kebangkrutan bisa diartikan sebagai ketidakmampuan perusahaan untuk menjalankan operasionalnya dengan menghasilkan keuntungan.

Secara garis besar penyebab kebangkrutan menurut Darsono dan Ashari dalam (Widya, 2020) dapat dibagi menjadi dua, yaitu:

a. Faktor Internal

- 1) Manajemen yang tidak efisien akan berdampak pada kerugian berkelanjutan, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban finansialnya.
- 2) Ketidakseimbangan antara modal yang dimiliki dengan jumlah piutang dan hutang yang dimiliki dapat berdampak negatif. Hutang yang berlebihan dapat menghasilkan biaya bunga yang tinggi, yang mengurangi laba dan bahkan dapat menyebabkan kerugian. Di sisi lain, piutang yang terlalu besar juga dapat merugikan, karena menyebabkan aktiva yang tidak produktif, yang tidak menghasilkan pendapatan.
- 3) Moral hazard yang dilakukan oleh manajemen, seperti tindakan kecurangan, dapat berpotensi menyebabkan kebangkrutan perusahaan. Tindakan kecurangan tersebut dapat mengakibatkan

kerugian yang signifikan bagi perusahaan, yang pada akhirnya bisa mengakibatkan kegagalan finansial dan kebangkrutan.

b. Faktor Eksternal

- 1) Perubahan yang tidak terduga dalam preferensi pelanggan dapat mengakibatkan perusahaan kehilangan pelanggan dan mengakibatkan penurunan pendapatan.
- 2) Kesulitan dalam memperoleh bahan baku dapat terjadi ketika pemasok tidak lagi dapat memasok bahan baku yang dibutuhkan untuk produksi.
- 3) Penting untuk mengantisipasi faktor-faktor terkait debitur agar dapat mencegah potensi kecurangan debitur yang mencoba menghindari kewajiban utangnya. Memberikan terlalu banyak kredit kepada debitur dengan jangka waktu pembayaran yang panjang dapat mengakibatkan banyak aset yang tidak produktif, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan kerugian yang signifikan bagi perusahaan.
- 4) Hubungan yang tidak harmonis dengan para kreditur dapat memiliki dampak serius terhadap kelangsungan perusahaan. Untuk mencegah masalah tersebut, perusahaan perlu mengelola kewajiban hutangnya dengan baik dan membangun hubungan yang positif dengan para kreditur.
- 5) Persaingan bisnis yang semakin intens mengharuskan perusahaan untuk terus melakukan perbaikan diri agar dapat bersaing dengan perusahaan lain dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
- 6) Perusahaan juga harus selalu mengantisipasi kondisi perekonomian global. Dalam konteks globalisasi ekonomi yang semakin erat,

perkembangan perekonomian global harus menjadi perhatian perusahaan untuk menghadapi perubahan dan tantangan yang mungkin terjadi.

2.4 Penelitian Yang Relevan

Penyajian penelitian yang relevan di sini bertujuan untuk menghindari duplikasi dalam desain penelitian dan hasil temuan, serta untuk menegaskan orisinalitas penelitian dengan menunjukkan bahwa topik penelitian belum pernah dijelajahi dalam konteks yang sama oleh peneliti sebelumnya. Selain itu, dengan mengkaji penelitian sebelumnya, peneliti dapat membuat pilihan yang lebih baik dalam menentukan desain penelitian yang sesuai, karena memperoleh wawasan dan perbandingan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya :

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan

No	Nama	Judul	Kesimpulan	Persamaan	Perbedaan
1	Arifah Nur Fauzi (2020)	Pengaruh Pemanfaatan <i>e-commerce</i> Terhadap Perilaku Berwirausaha Bagi Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah (PLS) Universitas Negeri Semarang (UNNES)	Pengaruh pemanfaatan <i>e-commerce</i> terhadap perilaku berwirausaha mahasiswa Jurusan Pendidikan Luar Sekolah (PLS), Universitas Negeri Semarang (UNNES) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.	Persamaannya adalah sama sama membahas tentang pemanfaatan <i>E-commerce</i>	Perbedaannya adalah dari jenis penelitian yang digunakan.
2	Septiya (2020)	Analisis Program Inovasi	Inovasi tidak hanya berbentuk	Persamaanya adalah sama sama membahas	Perbedaanya terletak dari objek dan

		Daerah Pada Pemerintahan Daerah di Provinsi Lampung	digital seperti pembuatan aplikasi atau website namun bisa saja berbetuk rekayasa soaial atau hal-hal baru dan kegiatan baru yang sebelumnya belum pernah dilakukan. Inovasi daerah dapat dibuat dengan menyesuaikan permasalahan yang ada pada suatu daerah dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakat serta daerah tersebut.	mengenai inovasi selain itu penelitian ini sama sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif deskriptif	lokasi penelitian dan juga dari teknik analisis yang digunakan.
3	Rofikoh Yulistowati (2019)	Strategi Bertahan Dengan Inovasi Pemasaran Home Industry Peralatan Masak Aluminium Dalam Persaingan Antar Usaha Di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten	Dari setiap pelaku usaha strategi yang di gunakan ialah strategi bertahan dengan inovasi pemasaran berbasis kualitas produk dan pelayanan. Dimana kualitas produk yang dijual ialah	Persamaannya adalah sama sama membahas mengenai inovasi pemasaran dan juga sama sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Perbedaanya terletak dari objek dan lokasi penelitian

		Jember	produk yang berbahan dasar aluminium. Pelayanan yang dilakukan oleh setiap pemilik home industry ialah Pelayanan dengan ketepatan waktu ketersediaan barang yang sesuai dengan kesepakatan dan Pelayanan juga dalam segi merespon pembeli.		
4	Fatihah Rizka Amalia (2020)	Keberlanjutan Usaha Dan Kontribusi Industri Kecil Kerajinan Sapu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perajin Desa Kajongan Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga	Upaya yang dilakukan perajin sapu di industri kecil kerajinan sapu Desa Kajongan dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya hingga saat ini yaitu dengan memperhatikan manajemen pengelolaan usahanya.	Persamaannya adalah sama sama membahas mengenai keberlanjutan bisnis dan juga sama sama menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif	Perbedaannya terletak pada teknik analisis data.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa, baik judul maupun permasalahan penelitian yang penulis bahas dalam penelitian ini belum pernah diteliti sebelumnya oleh peneliti-peneliti lain di Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi.

2.5 Kerangka Berpikir

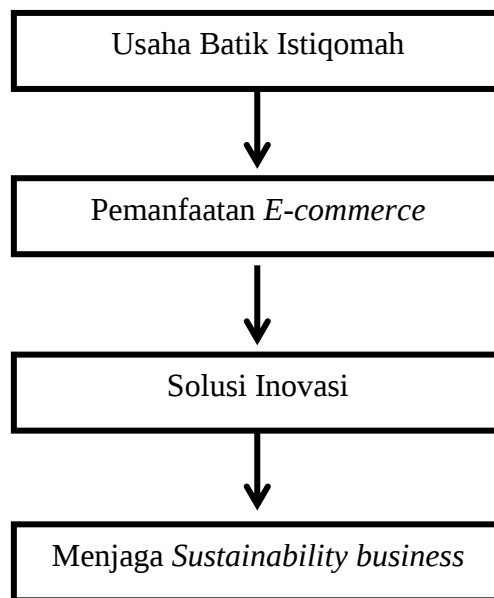
Kerangka berpikir yang solid membantu dalam menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti. Menurut Uma Sekaran (dalam Sugiyono, 2017) Kerangka berpikir adalah representasi model konseptual yang menggambarkan hubungan teoritis antara suatu teori dan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang signifikan.

Di era digitalisasi ini sistem belanja online merupakan sebuah kemudahan yang muncul dalam bidang usaha baik bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu seharusnya ecommerce muncul sebagai alat bantu bagi semua orang. *E-commerce* merujuk pada penggunaan jaringan internet untuk melakukan pembelian dan transaksi secara online, dengan pembayaran dilakukan melalui transfer uang digital. E-commerce adalah rangkaian teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik, yang mencakup perdagangan barang, layanan, dan pertukaran informasi secara elektroni. Dari penjabaran diatas sudah menjadi sebuah keharusan bagi pengusaha untuk terjun dan andil dalam dunia *e-commerce* ini. Saat ini pengusaha harus membuka mata pada kemudahan akses yang ada, jangan terbelenggu dengan proses bisnis yang lama. Karena semakin hari semakin banyak kompetitor yang bermunculan. *E-commerce* muncul sebagai sebuah solusi inovasi dalam menghadapi kompetisi pasar yang ada.

Inovasi dapat didefinisikan sebagai proses atau kegiatan di mana manusia menciptakan sesuatu yang baru yang melibatkan aspek-aspek seperti input, proses, dan output, dan memiliki potensi memberikan manfaat dalam kehidupan manusia. Inovasi yang berkaitan dengan input dapat diartikan sebagai pola pemikiran atau ide manusia yang berkontribusi pada penemuan terbaru Makmur dan Thahier dalam (Pamungkas et al., 2022). Meskipun *e-commerce* bukanlah temuan yang baru saat ini namun masih banyak pengusaha terutama narasumber yang belum menggunakannya memiliki beberapa pemikiran seperti kesulitan dalam menggunakannya karena kesibukan pribadi dan kurangnya pengetahuan bagaimana cara membuat dan menggunakan *e-commerce* itu sendiri. Jika pemikiran tersebut terus dilakukan maka usaha yang dibangun akan mengalami stagnansi usaha. Dimana hal tersebut menjadi penghambat dalam mengembangkan bisnis dan menjadi salah satu penyebab ketidakseimbangan dalam *sustainability business* (keberlanjutan bisnis) usaha itu sendiri.

Sustainability business (keberlanjutan bisnis) adalah Kemampuan sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dengan mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam strategi bisnisnya Cpratanto dalam (Agustina, 2022). Keberlanjutan usaha merujuk pada keberlanjutan operasional suatu usaha dari satu generasi ke generasi berikutnya dalam jangka waktu yang panjang dengan tetap dipimpin oleh kepemimpinan yang sama, yang bertujuan untuk menjaga hasil produk yang dihasilkan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa jika pengusaha dapat menjaga keberlanjutan bisnisnya, pengusaha dapat merasakan manfaat dari bisnisnya dalam jangka waktu yang panjang.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka gambaran kerangka berpikir dalam penelitian “Pemanfaatan *E-commerce* Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga *Sustainability Business* pada Usaha Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang ” digambarkan dengan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Paradigma Pemikiran

Dari paradigma diatas penelitian diatas maka peneliti mengemukakan bahwa usaha Batik Istiqomah harus dilakukan pemanfaatan *e-commerce* sebagai solusi inovasi dalam menjaga *sustainability business*, sehingga peneliti perlu melakukan penelitian mengenai tindaklanjut penggunaan *e-commerce* terhadap *sustainability business* (keberlanjutan bisnis) di usaha Batik Istiqomah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat Dan Waktu Pelaksanaan

Adapun Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah di Usaha Batik Istiqomah yang berlokasi Jl KH. Hasan Anang RT. 08 Olak Kemang, Kecamatan Danau Teluk, Jambi Kota Seberang. Waktu yang diperlukan peneliti untuk melakukan penelitian adalah 3 bulan lebih terhitung dimulai dari tanggal 22 Agustus – November 2023.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research). Penelitian lapangan (field research) merupakan penelitian yang dilakukan di lokasi penelitian dengan mengandalkan pengamatan terhadap fenomena dalam keadaan alamiah. Dalam konteks ini, metode pengamatan penelitian lapangan dapat dijelaskan sebagai pengumpulan informasi yang diperlukan melalui pengamatan langsung di lapangan. Sebagai contoh, penelitian ini dapat diterapkan ketika peneliti ingin mengeksplorasi peran opinion leader dalam suku tertentu dalam membentuk keyakinan tertentu pada audiensnya. Metode penelitian lapangan ini digunakan untuk mendapatkan hasil yang akurat dan memahami fenomena dengan mendalami pengalaman secara langsung. Dalam proses ini, peneliti terlibat aktif dengan tinggal, berinteraksi, dan terlibat dalam kegiatan sosial untuk mengumpulkan data yang relevan (Maros et al., 2016)

Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk mencari teori. Ciri utama dari metode penelitian ini adalah keterlibatan langsung peneliti di lapangan, berperan sebagai pengamat, mengidentifikasi kategori pelaku, mengamati

fenomena, dan mencatatnya dalam buku observasi. Penelitian deskriptif ini tidak melibatkan manipulasi variabel dan fokus utamanya adalah pada pengamatan alamiah (Mappasere & Suyuti, 2019).

Penelitian deskriptif bertujuan untuk menyajikan gambaran yang sistematis dan akurat tentang situasi atau populasi tertentu yang bersifat faktual. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menemukan makna-makna baru, menjelaskan kondisi yang ada, mengidentifikasi frekuensi kejadian suatu fenomena, serta mengelompokkan informasi dengan cermat.

Menurut (Creswell, 2014) Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang menekankan analisis dan interpretasi teks serta hasil wawancara untuk tujuan pemahaman dan penemuan makna dalam sebuah peristiwa.

Pendekatan kualitatif pada dasarnya berusaha untuk memberikan deskripsi yang komprehensif, holistik, dan mendalam mengenai permasalahan. Ini dicapai dengan mengamati individu dalam lingkungannya, berinteraksi dengan mereka untuk memahami dunia sekitarnya. Penelitian kualitatif menggunakan data yang bersifat verbal dan kualitatif, dan tidak bergantung pada statistik untuk pengolahan data atau pengujian hipotesis. Sebaliknya, analisis data dalam penelitian kualitatif didasarkan pada pola pikir tertentu dan logika.

Maka tujuan dilakukanya penelitian Kualitatif deskriptif adalah Untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kasus yang sedang diteliti, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen.

3.3 Data dan Sumber Data

Menurut Edi Subroto dalam (Nugrahani, 2014) Data penelitian adalah informasi yang berkaitan dengan berbagai aspek yang menjadi fokus penelitian. Data penelitian dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti dokumen, narasumber (informan), peristiwa atau aktivitas, lokasi, dan benda. Data merupakan faktor yang sangat penting didalam penelitian karena dialam suatu penelitian tidak dapat diselesaikan tanpa adanya data yang disediakan (Fauzi, 2019).

Jenis data yang dikumpulkan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian melalui alat pengumpulan data yang telah disiapkan sebelumnya (Sugiyono, 2016b). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui pengumpulan data langsung di lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari narasumber atau informan yang berperan dalam mengungkapkan tindak lanjut dari hasil penelitian pemanfaatan penggunaan *e-commerce* sebagai solusi inovasi dalam menjaga *sustainability business* (keberlanjutan bisnis) usaha Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber lain yang sudah ada sebelumnya, dan menurut McLeod, data sekunder adalah data primer yang telah dikumpulkan lebih lanjut atau diolah oleh

pihak yang mengumpulkan data primer atau pihak lain. Data sekunder ini dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut (Husein Umar, 2013). Dalam penelitian yang akan dilakukan, data sekunder diperoleh melalui dokumentasi, seperti catatan, notulen rapat tim, agenda, dan sejenisnya, yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tahap yang sangat strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data yang relevan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data biasanya dilakukan di lingkungan alami (*natural setting*) di mana fenomena yang diteliti terjadi. Sumber data primer utamanya berasal dari interaksi langsung dengan subjek penelitian. Teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam observasi, peneliti dapat berperan serta (*participative observation*), yang berarti peneliti turut serta dalam situasi atau aktivitas yang diamati. Selain itu, pengumpulan data juga melibatkan pemanfaatan dokumen, catatan lapangan, atau berkas-berkas yang relevan untuk mendukung analisis penelitian (Sugiyono, 2016). Cara-cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data disebut teknik pengumpulan data. Dalam penelitian ini, digunakan berbagai metode untuk mengumpulkan data, seperti :

1. Observasi

Observasi adalah suatu teknik atau metode yang digunakan untuk memperoleh data primer dengan cara secara langsung mengamati objek yang menjadi sumber data. Pendekatan ini sangat berguna untuk

mengamati berbagai proses, situasi, kejadian, atau perilaku manusia. Observasi adalah sebuah studi yang dilakukan secara sengaja dan sistematis terhadap fenomena sosial dan aspek-aspek psikologis dengan mengamati dan mencatat. Tujuan utama dari observasi adalah untuk memahami karakteristik dan signifikansi dari interaksi elemen-elemen perilaku manusia dalam konteks fenomena sosial yang kompleks dengan pola kultural yang khusus (I. Gunawan, 2014).

Observasi pada penelitian ini yaitu melakukan pengamatan langsung untuk memperoleh data-data tentang tindaklanjut pemanfaatan penggunaan *e-commerce* sebagai solusi inovasi dalam menjaga *sustainability business* (keberlanjutan bisnis) usaha Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu interaksi berbentuk percakapan yang difokuskan pada isu atau topik tertentu. Ini merupakan proses komunikasi lisan di mana dua orang atau lebih berinteraksi secara langsung. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mengumpulkan sebanyak mungkin informasi atau data dari subjek penelitian agar dapat memahami topik atau masalah yang sedang diteliti (I. Gunawan, 2014).

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan yang perlu diteliti. Selain itu, metode ini berguna ketika peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam dari responden, terutama dalam situasi di mana jumlah responden terbatas.

Dalam wawancara, data diperoleh melalui interaksi langsung dengan individu atau kelompok yang diwawancarai dan bisa mencakup laporan diri mereka sendiri, pengetahuan, dan keyakinan pribadi (Sugiyono, 2016). Wawancara yang dimaksud pada penelitian ini dilakukan kepada pemilik usaha Batik Istiqomah, yaitu Pak Ngadiman.

3. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan mengenai peristiwa yang telah berlalu dan dapat berwujud tulisan, gambar, atau karya monumental yang dihasilkan oleh seseorang (I. Gunawan, 2014). Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap dari metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data ini melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber tertulis atau dokumen yang ada pada responden atau tempat di mana responden tinggal atau melakukan aktivitas sehari-harinya.

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan penggunaan berbagai buku, dokumen, dan tulisan yang relevan untuk menyusun konsep penelitian dan memahami objek penelitian. Dalam penelitian ini, dokumen-dokumen atau berkas-berkas yang terkait dengan usaha Batik Istiqomah, Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang dikumpulkan sebagai bagian dari analisis data.

3.5 Pengecekan Keabsahan Temuan (*Trustworthiness*)

Dalam melakukan penelitian, setiap temuan yang di dapat peneliti harus di uji validitas datanya agar hasil penelitian yang didapat bisa di pertanggung jawabkan kedepanya. Menurut (I. Gunawan, 2014) Dalam konteks umum, data

harus memenuhi syarat validitas (validity) dan reliabilitas (reliability). Validitas mengacu pada tingkat keandalan dan keaslian instrumen pengukuran yang digunakan untuk mengukur suatu fenomena. Instrumen yang valid adalah instrumen yang secara akurat mengukur apa yang dimaksud dengan variabel yang ingin diukur (Gumanti & Yunidar, 2016).

Untuk mengecek keaslian temuan ini, (Rijali, 2019) Dalam penelitian, penting untuk memastikan keaslian data. Untuk memperoleh keaslian temuan, peneliti menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :

- 1) Persistent observation (ketekunan pengamatan) adalah pendekatan yang melibatkan pengamatan yang berkelanjutan terhadap objek penelitian, tujuannya adalah untuk memahami gejala secara lebih mendalam dan melacak berbagai aktivitas yang terjadi di lokasi penelitian.
- 2) Triangulasi, yaitu metode validasi yang memanfaatkan elemen eksternal sebagai pembanding untuk data yang telah diperoleh. Menurut (Khairinal, 2018) Triangulasi merujuk pada pengujian kebenaran data mendalam kalaboratif sampai titik jenuh data. adapun Triangulasi terbagi menjadi :
 - a. Triangulasi sumber data. Mengumpulkan beragam sumber data dan menggunakan metode yang berbeda untuk memperoleh informasi yang benar. Peneliti kemudian menganalisis data tersebut dan mencapai kesimpulan. Selanjutnya, peneliti mengonfirmasi kesimpulan (*member check*) ini dengan beberapa sumber data.
 - b. Wawancara dan observasi, Peneliti dapat memanfaatkan berbagai sumber data, termasuk observasi partisipatif, dokumen

tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan pribadi, dan gambar atau foto.

- c. Triangulasi metode. Dalam penelitian kualitatif, peneliti membandingkan informasi atau data yang diperoleh melalui berbagai metode, seperti wawancara dan observasi, untuk memastikan keandalan informasi dan memperoleh gambaran yang komprehensif tentang topik yang diteliti.
- d. Triangulasi peneliti. Triangulasi ini dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang dalam pengumpulan dan analisis data.
- e. Triangulasi teori. Triangulasi teori adalah proses di mana informasi dirumuskan dan kemudian dibandingkan dengan berbagai perspektif teori yang berbeda untuk menghindari adanya bias individual dari peneliti terhadap temuan atau kesimpulan yang diperoleh

Adapun triangulasi yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data dengan cara data yang sudah diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga kesimpulan. Selanjutnya dimintakan kesepakatan (member check) dengan beberapa sumber data tersebut dalam metode kualitatif.

- 1) *Peerderieting* (pemeriksaan sejawat melalui diskusi), merujuk pada teknik yang melibatkan paparan hasil sementara atau hasil akhir penelitian dalam bentuk diskusi analitik dengan rekan-rekan sejawat.

- 2) Kecukupan Referensi, yaitu kecukupan referensi berupa foto, rekaman suara dan video yang peneliti dapat dilapangan.

Data penelitian harus memenuhi tingkat kebenaran dan derajat kepercayaan. Pada bagian ini peneliti perlu menguraikan tentang usahanya yang akan ditempuh untuk mendapatkan data yang kredibel. Sebelum informasi yang dikumpulkan dapat digunakan sebagai data penelitian, perlu diperiksa terlebih dahulu kredibilitasnya, agar dapat dipertanggungjawabkan dan digunakan sebagai titik tolak dalam penarikan simpulan.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Spradley dalam (I. Gunawan, 2014) analisis data kualitatif merupakan pengujian data sistematis dari sesuatu untuk menetapkan bagiannya, hubungan antara kajian, dan hubungan terhadap keseluruhannya. Dimana, segala analisis data kualitatif mencakup pencarian data, dari catatan-catatan (pengamatan lapangan) untuk menemukan pola budaya yang diteliti oleh peneliti. Menurut Bogdan & Biklen dalam (I. Gunawan, 2014) analisis data merupakan proses pencarian dan pengaturan secara sistematis hasil wawancara, catatan, dan bahan yang dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman terhadap semua hal yang telah dikumpulkan dan memungkinkan untuk menyajikan data apa yang ditemukan.

Setelah melakukan wawancara dan mendapatkan informasi dan data dari partisipan peneliti melakukan pengelompokan dan melakukan pengcodingan untuk memudahkan peneliti didalam menganalisis data. Peneliti menggunakan aplikasi *NVivo* untuk melakukan pengcodingan hasil wawancara. *NVivo* merupakan paket perangkat lunak komputer untuk melakukan analisis data

kualitatif (*QDA*) yang memudahkan peneliti didalam melakukan tahap analisis selanjutnya, NVivo diperoduksi oleh QSR Internasional dan NVivo membantu penelitian kualitatif untuk mengatur, menganalisis, dan menemukan wawasan dalam data tidak terstruktur dalam data wawancara, respon survei terbuka, artikel, jurnal, media social, mmaupun konten web dalam penelitian kualitatif (Tuti, 2020). Setelah melakukan pengelompokan data hasil wawancara dengan pengcodingan menggunakan aplikasi NVivo, peneliti melakukan analisis data menggunakan analisis SWOT.

Analisis data yang peneliti gunakan adalah analisis SWOT, yaitu membandingkan antara fakto internal yang mencakup kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), dengan faktor ekstenal yang mencakup peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT menggunakan matriks *internal factor evaluation* (IFE) dan matriks *eksternal factor evaluation* (EFE), dimana IFE yang meliputi kekuatan dan kelemahan dan EFE meliputi peluang dan tantangan. Menurut (Fahmi, 2013) untuk melakukan analisis lebih dalam menggunakan SWOT, maka perlu dilihat faktor Internal dan eksternal sebagai bagian penting didalam analisis SWOT, yaitu :

- a) Faktor Internal. Faktor internal merupakan faktor yang mempengaruhi terbentuknya kekuatan dan kelemahan. Dimana, faktor internal mencakup dengan bagaimana kondisi tindaklanjut pemanfaatan *e-commerce* dalam menjaga *sustainability business* Batik Istiqomah.
- b) Faktor Eksternal. Faktor eksternal merupakan faktor yang mempengaruhi terbentuknya peluang dan ancaman. Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi di luar yang mempengaruhi berjalanya

kurikulum merdeka. Faktor ini terdiri dari lingkungan industry, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan alat kumpul data yaitu pedoman observasi, wawancara serta dokumentasi. Dengan tahapan sebagai berikut:

- a. Mengelompokkan data yang telah didapat untuk diproses.
- b. Melakukan analisis SWOT.
- c. Memasukkan ke dalam matriks SWOT.
- d. Menganalisis strategi-strategi dari matriks SWOT.
- e. Merekomendasikan strategi yang telah dibuat kepada pengusaha.

Tabel 3. 1 Matriks SWOT

IFE EFE	IFE	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)		Strategi SO (Strategi yang memanfaatkan kekuatan dan memanfaatkan peluang)	Strategi WO (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)
Ancaman (T)		Strategi ST (Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman)	Strategi WT (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)

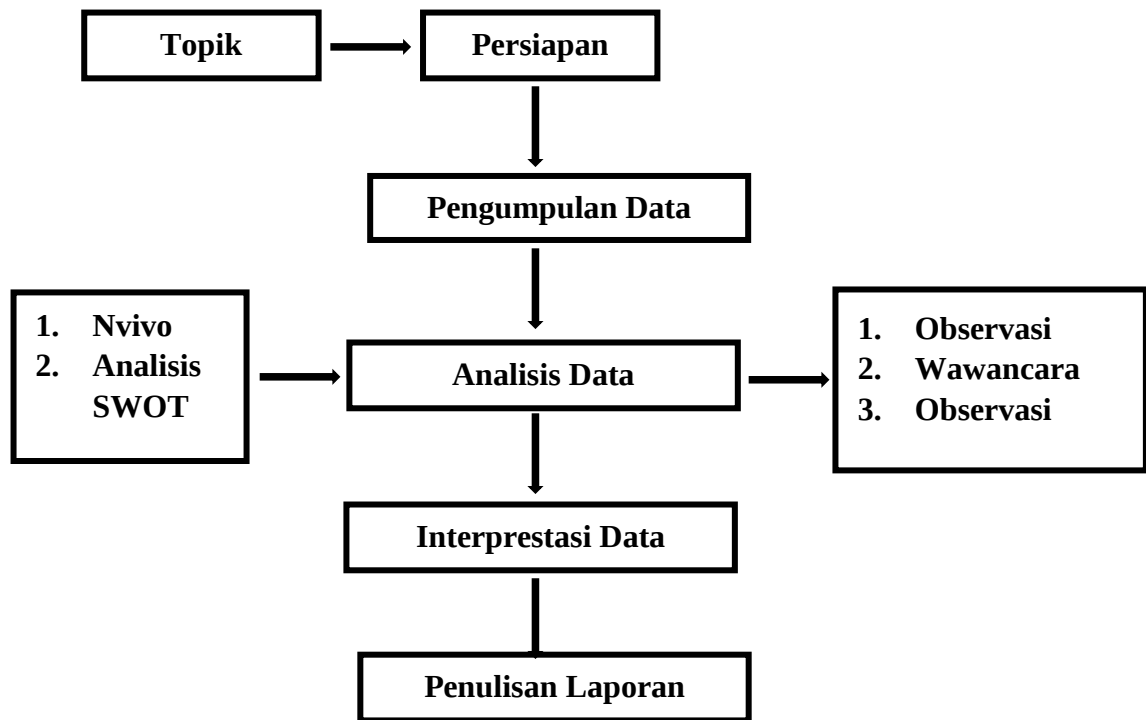
Menurut (Rangkuti, 2014) strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

- a. Strategi SO. Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

- b. Strategi ST. Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO. Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT. Strategi ini didasarkan pada kegiatan usaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.7 Prosedur Penelitian

Adapun prosedur yang dilakukan oleh peneliti dalam pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Prosedur Penelitian

1. Tahap Persiapan

a. Menyusun Instrumen

Instrument penelitian disusun sesuai dengan tujuan dan jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

b. Mendatangi Informan

Untuk meminimalkan potensi kesalahpahaman pada informan selama pelaksanaan penelitian, penting untuk menjelaskan informasi yang diperlukan kepada informan dengan berkunjung langsung kepada mereka.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini, peneliti mengumpulkan data menggunakan instrumen yang telah disiapkan, mengelola data, menganalisis data, dan menyimpulkan hasil dari data tersebut. Peneliti juga telah mendapatkan izin dari Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi untuk melakukan pengambilan data lapangan. Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3. Tahap Penyelesaian

Pada tahap ini, data yang telah diperoleh diolah dengan melakukan analisis dan interpretasi. Hasil analisis tersebut disusun dalam bentuk laporan penelitian yang biasanya terdapat dalam BAB IV dan BAB V.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi/Objek Penelitian

4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada salah satu usaha batik yang tergolong dalam usaha menengah mikro di Kecamatan Danau Teluk Seberang Kota Jambi yaitu Batik Istiqomah. Batik Istiqomah ini berlokasi pada Jalan Kh. Hasan Anang Rt. 08 kelurahan Olak Kemang, Kecamatan Danau Teluk Seberang Kota Jambi Provinsi Jambi. Peneliti melakukan penelitian dimulai pada Agustus-November 2023. Alasan peneliti memilih Batik Istiqomah sebagai lokasi penelitian adalah dikarenakan peneliti tergabung dalam sebuah tim dalam kegiatan MBKM pada program Kuliah Kerja Nyata Tematik Desa Laboratorium Terpadu (KKN DLT). Program ini merupakan program yang diluncurkan LPPM Universitas Jambi dengan tujuan upaya dan dukungan terhadap masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa dalam meningkatkan mutu pendidikan dan upaya partisipasi mahasiswa mengabdikan pada masyarakat dalam membantu pembangunan wilayah pedesaan.

Dalam hal ini peneliti melaksanakan kegiatan observasi, yang kedua wawancara mengenai bagaimana pemanfaatan *e-commerce* sebagai solusi inovasi dalam menjaga *sustainability bussines* (keberlanjutan bisnis) pada usaha Batik Istiqomah. Dan yang ketiga peneliti mengutip data dan dokumentasi terkait penelitian.

4.1.2 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan sasaran penelitian yang berupa orang organisasi, barang, maupun pokok persoalan yang akan diteliti untuk mendapatkan hasil yang lebih pasti dan teratur.

Didasari hasil pengoahan data penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan aplikasi NVivo. Adapun objek penelitian ini meliputi 2 orang pemilik usaha Batik Istiqomah, 1 orang ketua RT 08.

Tabel 4. 1 Obejek Penelitian

Nama	Jabatan	Tempat
Informan 1_Ngadiman	Pemilik Usaha Batik Istiqomah	Olak Kemang
Informan 2_Fitri	Istri Pemilik Usaha Batik Istiqomah	Olak Kemang
Informan 3_Sakir	Ketua RT 08	Olak Kemang

Dari data diatas dapat dilihat bahwa penelitian yang dilakukan di Batik Istiqomah yang berada di Olak Kemang Jambi Kota Seberang. Peneliti melakukan penelitian dengan Bapak Ngadiman selaku pemilik usaha Batik Istiqomah, Ibu Fitri selaku istri pemilik usaha, dan Bapak Sakir selaku Ketua RT 08 di Olak Kemang.

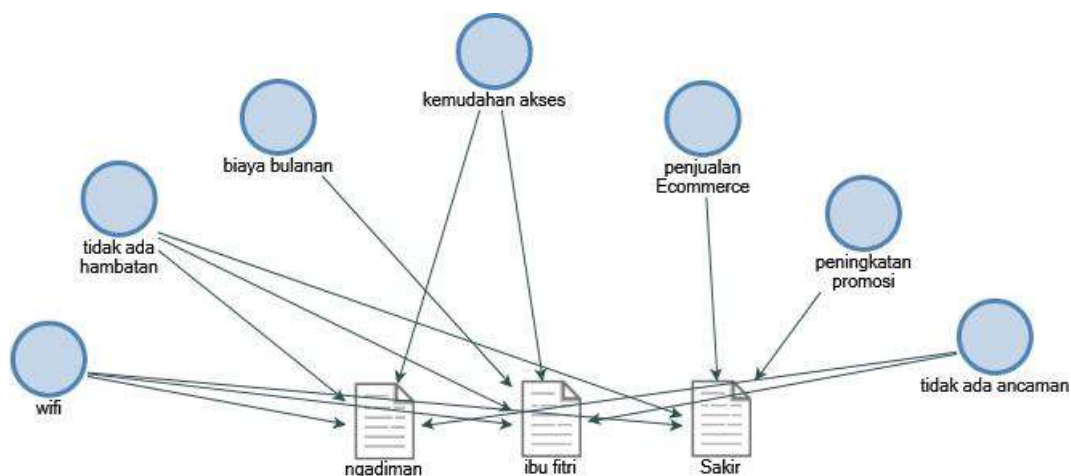
4.2 Hasil Temuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jambi Kota Seberang, Yaitu pada Batik Istiqomah dan dikediaman Ketua RT 08 Olak Kemang. Subjek penelitian merupakan pemilik usaha batik Istiqomah dan Ketua RT 08. Fokus dari penelitian yang peneliti lakukan adalah pemanfaatan *e-commerce* sebagai solusi inovasi dalam menjaga *sustainability business* pada usaha Batik Istiqomah. Hasil dari penelitian ini kemudian akan dianalisis dan dikelola oleh peneliti menggunakan aplikasi NVivo. Peneliti menggunakan aplikasi NVivo 14 untuk mengelompokan

hasil wawancara. Pengumpulan data yang diambil melalui kegiatan observasi yang dilaksanakan saat melakukan prapenelitian pada bulan 05 Oktober s/d 14 Oktober 2023. Dan penelitian pada 30 November s/d 10 Desember 2023. Selain melakukan observasi penelitian, peneliti melakukan wawancara terhadap pemilik usaha Batik Istiqomah dan Ketua RT 08. Dan juga data peneliti didukung dengan foto, dan rekaman data yang mendukung. Berikut ini hasil temuan yang diperoleh peneliti dari informan selama proses penelitian.

4.2.1 Eksplorasi Lapangan Pemanfaatan *E-Commerce* Pada Usaha Batik Istiqomah

4.2.1.1 Eksplorasi Lapangan Akses Internet Pada Pemanfaatan *E-Commerce* Usaha Batik Istiqomah



Gambar 4. 1 Coding Akses Internet

Dari pengcodingan diatas didapati hasil bahwa akses internet pada penerapan e-commerce dari wawancara yang dilakukan pada 3 informan itu adalah wifi memiliki pengaruh besar terhadap penerapan ecommerce di Batik Istiqomah.

Untuk mendukung penjabaran pengcodingan NVivo diatas peneliti melampirkan beberapa pertanyaan dan jawaban dari informan yang berbeda beda

mengenai akses internet pada penerapan ecommerce pada usaha Batik Istiqomah.dengan pertanyaaan yang diajukan

”Apakah dalam pemanfaatan ecommerce batik istiqomah memiliki keunggulan akses internet?”

Selanjutnya, terkait dengan akses internet pada penerapan e-commerce, peneliti mendapatkan jawaban dari informan N berikut:

“Tidak ada keunggulan spesifik hanya saja disini ada WiFi”

Jawaban dari informan N diperkuat dengan Informan berinisial F, Beliau menyampaikan bahwasanya

“Tidak ada, mungkin disini hampir sama seperti yang lain ada WiFi”

Didapati pula jawaban dari informan S juga menyampaikan pandangannya bahwa

“Sepertinya Batik Istiqomah sudah terdukung dengan adanya WiFi”

Ketiga informan berinisial N,F,S menjawab bahwa sepakat bahwa tidak ada hambatan dalam akses internet pada Batik Istiqomah. Diajukan pula pertanyaan mengenai hambatan yang ada dalam akses internet yang ada pada Batik Istiqomah yaitu

“Apa yang menjadi hambatan dalam akses internet dalam pemanfaatan ecommerce?”

Didapati hasil jawaban dari pertanyaan Informan N mengenai hambatan yang ada pada akses internet pada Batik Istiqomah disampaikan bahwa

“Tidak ada hambatan dalam akses internet sepanjang ini”

Jawaban informan N disetujui pula oleh informan F yang menyatakan bahwa

”Sepertinya tidak ada”

Didapati pula jawapan dari informan S juga menyampaikan pandangannya bahwa

“Setau saya tidak ada sejauh ini”

Diajukannya pertanyaan oleh peneliti mengenai peluang adanya akses internet pada Batik Istiqomah dengan pertanyaan

“Bagaimana batik istiqomah dapat melihat peluang dengan adanya akses internet dalam memanfaatkan ecommerce?”

Informan berinisial N menyatakan bahwasanya

“Ya dengan adanya WiFi yang digunakan mungkin bisa mengakses informasi lebih cepat dan upload upload jadi gampang”

Informan berinisial F menyetujui adanya peluang seperti yang disampaikan informan N dengan menyampaikan bahwasanya

“Kalau pakai WiFi ini kan kalau upload upload lebih stabil sama lebih cepet aja”

Pertanyaan selanjutnya digunakan untuk memperkuat jawaban jawaban dari Informan N dan F mengenai peluang akses internet yang ada pada Batik Istiqomah dengan pertanyaan

“Apakah narasumber melihat adanya kemampuan bersaing yang dimiliki oleh batik istiqomah dalam menjaga keberlanjutan bisnis ditinjau dari akses internetnya?”

Informan S memberikan pandangan bahwasanya

“Ada tapi tidak terlalu aktif hanya berfokus dalam promosi secara langsung dan sekarang sedang proses dalam promosi dengan media social seperti instagram dan juga ecommerce seperti shopee”

Pertanyaan selanjutnya diajukan mengenai ancaman yang ada pada akses internet di Batik Istiqomah

“apa akses internet saat ini dapat menjadi ancaman dalam pemanfaatan ecommerce?”

Informan N menyatakan bahwasanya tidak ada ancaman pada akses internet khususnya pada saat pemanfaatan ecommerce di Batik Istiqomah dengan menyampaikan jawab

“Sepertinya tidak ada ancaman”

Informan berinisial F memberikan pandangan sedikit berbeda dengan informan N yaitu menjawab

“Sepertinya tidak ada ancaman kalau pakai WiFi ini mungkin ancamannya tidak bisa bayar bulanan”

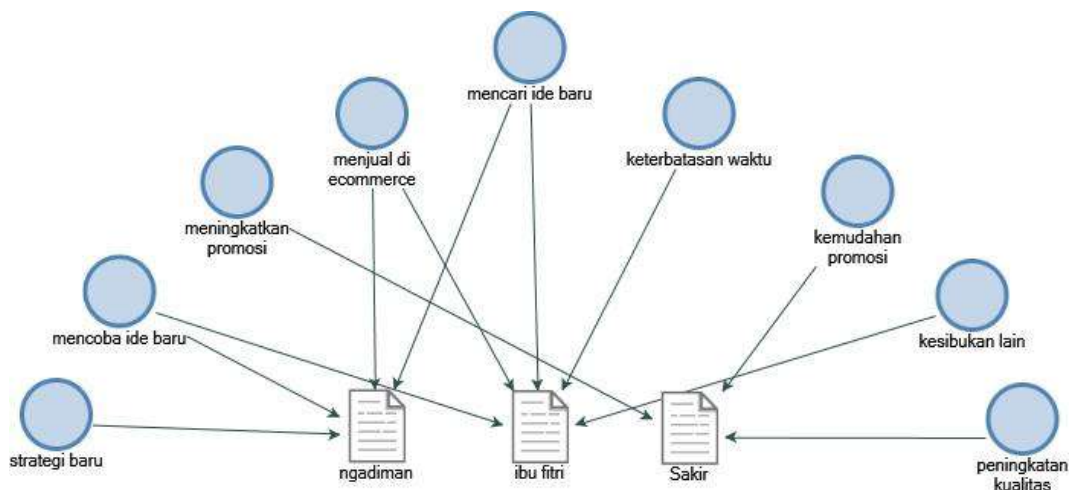
Adapun pertanyaan berisikan saran yang diajukan peneliti berikan kepada informan S mengenai ancaman pada akses internet pada Batik Istiqomah

“Bentuk antisipasi apa yang bisa narasumber sarankan agar batik istiqomah dapat menuju keberlanjutan bisnis melalui akses internet yang ada?”

Lalu dijawab oleh Infroman S melalui pandangannya

“Promosi lewat media social harus lebih ditingkatkan karna yang saya amati masih sangat kurang dalam penggunaan media social untuk promosi”

4.2.1.2 Eksplorasi Lapangan Kemudahan Informasi Pada Pemanfaatan E-Commerce Usaha Batik Istiqomah



Gambar 4. 2 Kemudahan Informasi

Dari hasil codingan diatas dapat dipahami bahwasanya kemudahan informasi pada penerapan ecommerce pada Batik Istiqomah sangat membantu dalam pemasaran produk Batik Istiqomah di ecommerce. Untuk mendukung hasil coding diatas peneliti melampirkan pertanyaan dan jawaban informan mengenai kekuatan dari adanya kemudahan informasi pada Batik Istiqomah diajukannya pertanyaan

“Apa usaha batik istiqomah dalam menciptakan keunggulan dengan adanya kemudahan informasi yang ada saat ini?”

Adapun jawaban jawaban yang diberikan para informan yang diberikan memiliki kesamaan pandangan. Adapun jawaban yang diberikan oleh informan N yaitu

“Dengan adanya kemudahan informasi dibantu sama akses internet batik istiqomah sekarang mencoba menjual produknya diinternet”

Sependapat dengan informan N, informan F memberikan jawabannya

“Untuk sekarang lagi mencoba coba menjual produk lewat online biasanya cuman lewat wa sekarang mencoba lewat fb sama ig, dan juga sekarang lagi belajar memakai shopee”

Pertanyaan selanjutnya diajukan pada informan S guna meminta pendapat dari adanya kekuatan yang dimiliki oleh Batik Istiqomah mengenai kemudahan informasi pada penerapan e-commerce yang ada

“Apakah narasumber merasakan kemudahan mendapatkan informasi yang disediakan oleh batik istiqomah?”

Diberikannya pandangan oleh informan S dalam hal ini beliau mengatakan bahwa

“Baik banyak informasi yang diberikan batik istiqomah kepada pelanggan”

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui kelemahan dari akses informasi yang ada pada Batik Istiqomah yaitu

“Dengan adanya kemudahan informasi saat ini apa yang menjadi hambatan dalam memanfaatkan ecommerce?”

Informan N,F memiliki jawaban yang hampir sama yaitu

“Karena baru belajar hambatannya mungkin keterbatasan waktu untuk prakteknya karena masih banyak kegiatan yang lain”

Sejalan dengan pertanyaan diatas, peneliti mengajukan pertanyaan kepada informan S

“Apa yang perlu diperbaiki batik istiqomah dalam memberikan akses informasi mengenai bisnisnya?”

Informan S memberi pandangan melalui jawaban yang diberikan yaitu

“Penggunaan media social dalam melakukan promosi haruslah ditingkatkan dan digunakan dengan optimal”

Untuk pertanyaan ke 3 dari kemudahan informasi yang ada pada Batik Istiqomah diajukan pertanyaan mengenai kelemahan yang ada yaitu

”Melihat adanya kemudahan informasi pada pemanfaatan ecommerce apakah ada ide yang dapat dijadikan peluang dalam menjaga bisnisnya?”

Informan N,F berpendapat sama dengan mengatakan bahwasanya

“Dengan menjual secara online seperti lewat instagram, facebook, wa, sama shopee tadi”

Peneliti mengajukan pertanyaan berbeda namun masih sejalan dengan pertanyaan yang diajukan pada informan N,F dimana informan S dimintai saran

“Dengan kemudahan akses informasi yang disediakan oleh batik istiqomah apakah narasumber melihat ini dapat menjadi peluang bersaing dengan bisnis yang lain?”

Informan S memberikan pandangannya dari pertanyaan yang telah diajukan yaitu

“Dapat menjadi peluang tapi harus tetap ditingkatkan dalam penggunaan media sosialnya karena sangat berguna untuk saat ini “

Pertanyaan terakhir yang peneliti ajukan mengenai kemudahan internet yaitu mengenai ancaman yang ada pada kemudahan informasi yang ada pada batik Istiqomah

“Bagaimana cara batik istiqomah menghadapi ancaman dalam pemanfaatan ecommerce dengan adanya kemudahan informasi?”

Informan N memberikan jawaban sesuai dengan pandangan beliau bahwasanya kemudahan akses informasi yang ada dengan jawaban

“Dengan cara mencari informasi informasi yang ada diinternet dan mecobanya”

Jawaban Informan F memiliki kesamaan dengan jawaban dari informan N yaitu

“Belajar lewat internet setelah itu dicoba coba praktek sendiri”

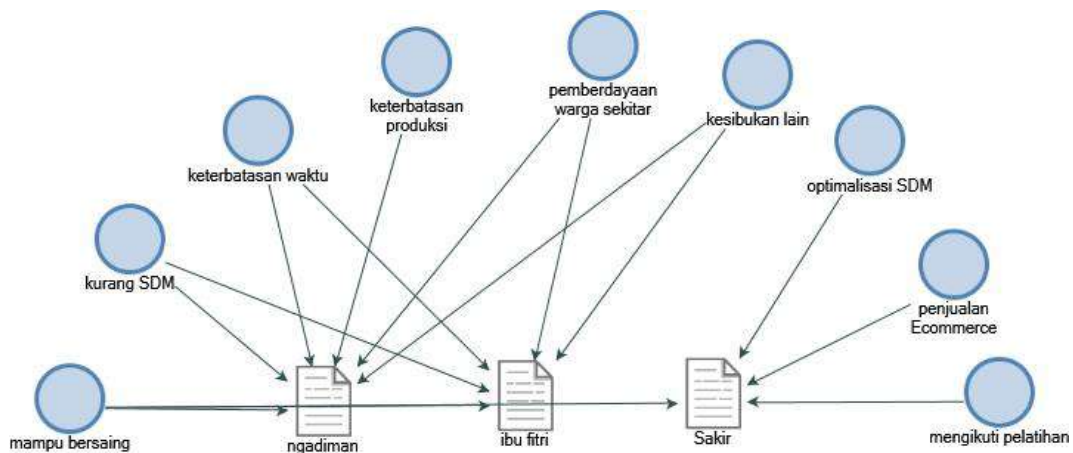
Pertanyaan terakhir mengenai adanya ancaman yang diketahui oleh informan S yang terjadi pada Batik Istiqomah yaitu dengan diajukannya pertanyaan

”Apa ancaman yang muncul menurut pandangan narasumber mengenai kemudahan informasi yang dimiliki batik istiqomah?”

informan S memberi sarannya sesuai dengan pengetahuan yang beliau miliki

“Pesaing sejenis yang lebih memiliki kualitas, dan promosi dengan media sosial”

4.2.1.3 Eksplorasi Lapangan Kemampuan Sumber Daya Manusia Pada Pemanfaatan E-Commerce Usaha Batik Istiqomah



Gambar 4. 3 Coding Kemampuan SDM

Dari hasil coding wawancara dengan informan mengenai kemampuan sumber daya manusia dapat dipahami bahwasanya dalam keterbatasan SDM yang dimiliki oleh Batik Istiqomah namun masih memiliki kemampuan bersaing. Untuk mendukung hasil coding diatas maka peneliti lampirkan pertanyaan yang peneliti ajukan beserta jawaban dari para informan mengenai kemampuan sumber daya manusia yang ada pada Batik Istiqomah.

“Apakah kemampuan SDM yang ada di batik istiqomah dapat bersaing dengan bisnis batik yang lain?”

Informan N memberikan pandangan mengenai pertanyaan yang diajukan yaitu

“Sebagai pengusaha harusnya saya bisa bersaing dengan bisnis lain buktinya dengan bertahan sampai saat ini”

Informan F juga memberikan jawaban yang senada dengan pernyataan informan N yaitu

“Namanya juga usaha ya pasti ada kemampuan untuk bersaing walaupun disini yang bekerja aktif cuman bapak ngadiman sama saya sedikit sedikit membantu”

Senada dengan pertanyaan yang diajukan kepada informan N dan F peneliti mengajukan pertanyaan guna meminta saran pada informan S

“Apakah narasumber melihat adanya kemampuan bersaing yang dimiliki oleh SDM yang ada di batik Istiqomah?”

Dan informan S memberikan jawaban mengenai pertanyaan yang diajukan peneliti

“Ada, SDM yang dimiliki batik istoqomah cukup baik”

Pertanyaan selanjutnya ini digunakan untuk mengetahui apa kelemahan yang ada pada aspek sumber daya manusia yaitu

“apa yang menjadi kekurangan SDM dalam mengelola bisnis batik istiqomah?”

Informan N menyampaikan pendapatnya mengenai sumber daya manusia yang ada pada usaha Batik Istiqomah

“Ya karena yang kerja cuman saya dan dibantu istri ya banyak kurangnya apalagi kalo memproduksi jadi ya tidak bisa banyak banyak banget paling banyak 50 lembar itupun kalau tidak ada kegiatan lainnya, kadang juga harus bayar orang untuk nembok kain batiknya”

Informan F memberikan pernyataan yang sejalan dengan pernyataan yang diberikan informan N yaitu

“Kekurangan mengelola itu tidak ada ya karena bisa dihandle bapak ngadiman sama saya, paling kalau keterbatasan dalam pengerjaan itu baru ada jadi bantu membayar orang sekitar dalam penembokan”

Pertanyaan selanjutnya ini diajukan guna kepada informan senda dengan pertanyaan yang diajukan pada informan N dan F yaitu guna mengetahui kelemahan dari adanya sumber daya manusia yang dimiliki oleh Batik Istiqomah yaitu

“Apa yang perlu ditingkatkan oleh batik istiqomah agar kemampuan SDM yang ada dapat berkembang?”

Informan S menjawab sesuai dengan pandangannya d

“Pelatihan dalam bidang produksi batik dan promosi batik dengan penggunaan media sosial”

Pertanyaan ini diajukan guna mengetahui pandangan informan mengenai peluang yang dimiliki Batik Istiqomah dalam mengelola sumber daya manusia yang ada yaitu diajukannya pertanyaan

“Peluang bisnis seperti apa yang diciptakan melalui kemampuan SDM pada bisnis batik istiqomah?”

Informan N berpendapat bahwasanya peluang yang dimiliki oleh Batik Istiqomah .yaitu

“Kalau peluang bisnis paling kalo ada buat banyak bisa nolong orang orang disekitar dengan bayar untuk nembok kain batik”

Informan F berpendapat juga bahwasanya

“Peluangnya paling memberi kesempatan orang orang sekitar ketika ada pesenan banyak untuk sekedar menembok jadi orang sekitar juga bisa menambah nambah uang saku anaknya”

Pernyataan Informan S juga berpendapat senada dengan .pernyataan informan N dan F yaitu

“Iya pastinya karna pengoptimalkan SDM dengan baik”

Pertanyaan terakhir pada aspek sumber daya manusia yang ada pada Batik Istiqomah diajukan guna mengetahui kelemahan yang ada.

“apa kendala yang dialami para SDM pada bisnis batik istiqomah?”

Informan N memberikan jawaban yaitu

“Kendalanya karna cuman saya sama istri yang mengerjakan ya itu kalo produksi banyak memakan waktu sedikit lebih lama”

Informan F juga menjawab

“Kendalanya karena saya punya anak jadi mungkindidak bisa sepenuhnya membantu dalam produksi batik”

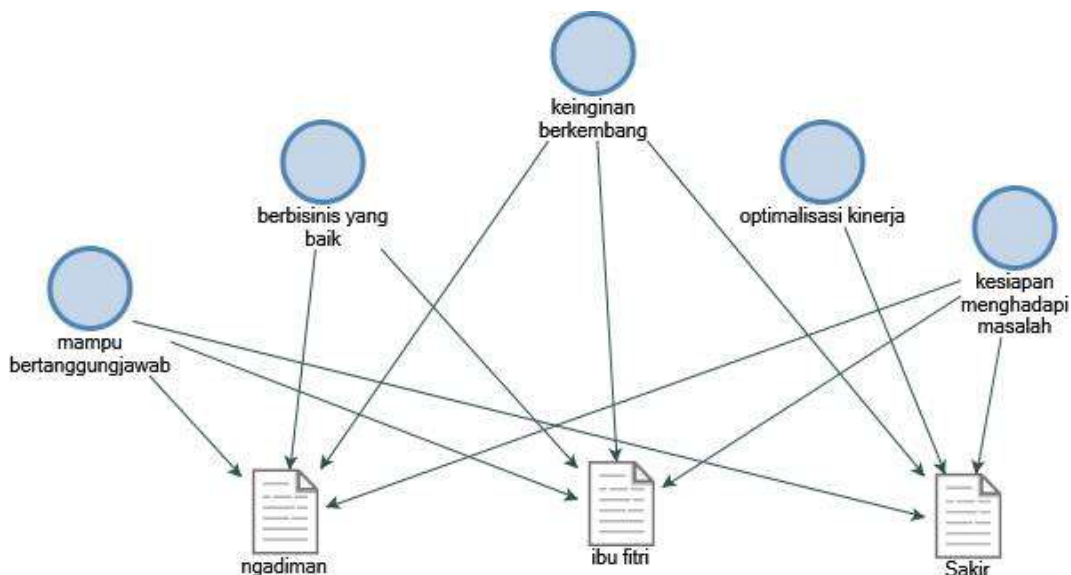
Sejalan dengan pertanyaan yang diajukan dengan kedua informan N dan F, informan S diajukan pertanyaan mengenai saran tentang sumber daya manusia pada usaha Batik Istiqomah yaitu

”Adakah saran yang narasumber dapat berikan untuk meningkatkan kemampuan SDM yang ada di batik Istiqomah?”

Dijawabnya pertanyaan dari peneliti oleh informan S yaitu

“Tingkatkan SDM yang berkopeten dan pengetahuan dalam melaukan promosi dengan media sosial”

4.2.1.4 Eksplorasi Tanggungjawab Pada Pemanfaatan E-Commerce Usaha Batik Istiqomah



Gambar 4. 4 Coding Tanggungjawab

Dari coding yang diperoleh setelah diberikan data oleh informan didapati bahwa Batik Istiqomah mampu bertanggungjawab dalam berfikir rasional dalam berbisnis. Dari rasa tanggungjawab didasari oleh keinginan berkembang dari pemilik Batik Istiqomah baik dari dalam diri maupun usahanya. Guna mendukung hasil coding diatas peneliti melampirkan pertanyaan yang diajukan kepada informan beserta jawaban yang diberikan mengenai kelebihan tanggungjawab yang dimiliki Batik Istiqomah.

“Apakah bapak merasa sudah cukup bertanggung jawab atas bisnis yang bapak jalani saat ini?”

Informan N memberikan jawaban yaitu

“Ya begitulah saya rasa sudah kalo ngga bertanggung jawab mungkin saya sudah melakukan bisnis batik ini seperti yang lain yang memakai cara cara kurang baik dalam menjalankan bisnis batik”

Informan F juga memberikan jawaban

“Bertanggungjawab nyatanya hasilnya sampai sekarang masih memproduksi batik walaupun ada naik turun dalam pemesanan”

Informan S member jawaban dari pertanyaan serupa

“Sudah dengan menyelesaikan semua pesanan yang diminta dengan konsumen”

Pertanyaan in diajukan guna mengetahui apa yang menjadi kekurangan yang dimiliki Batik Istiqomah dalam bertanggung jawab yaitu dengan diajukan pertanyaan

“Kekurangan apa yang bapak rasakan dalam tanggungjawab selaku pemilik bisnis batik istiqomah ini?”

Informan N dan F memberikan pendapat yang hampir sama yaitu adanya tanggungjawab dari pemilik usaha Batik Istiqomah

“Tidak ada ya karna bapak juga kalau ada pesanan nota kosong juga menolak, bapak sudah bertanggungjawab dalam memilih konsumen dan berbisnis degan cara yang baik”

Informan S memberi pandangan sedikit berbeda dari jawaban yang dilontarkan informan N dan F

“Lebih tepat waktu dalam proses pengerjaan”

Pertanyaaan selanjutnya diajukan guna mengetahui kelemahan yang muncul mengenai tanggungjawab pada pemanfaatan e-commerce di Batik Istiqomah

“Apakah bapak memiliki kemauan untuk meningkatkan tanggung jawab yang bapak miliki dalam menjalankan bisnis batik istiqomah ini?”

Informan N dan F memberikan pernyataan yang senada dalam hal ini mereka mengatakan bahwasanya

“Ya namanya manusia pasti ada keinginan untuk menjadi lebih baik untuk meningkatkan sesuatu itu pasti”

Dan informan S memberikan pandangan pula terkait pertanyaan yang diajukan

“Ada dengan menyelesaikan semua pesanan yang diminta dengan konsumen”

Pertanyaan selanjutnya ini digunakan guna upaya dalam mengetahui ancaman yang muncul dalam tanggungjawab pada penerapan e-commerce di Batik Istiqomah

”Melihat ancaman bisnis saat ini apakah bapak memiliki kesadaran bertanggungjawab dan kesiapan menghadapi masalah yang akan muncul?”

Informan N memberikan pernyataan bahwasanya siap dalam menghadapi masalah yang akan muncul

“Ya pasti namanya juga pengusaha harus siap dalam menghadapi masalah”

Informan F memberikan pernyataan yang hampir sama dengan informan N

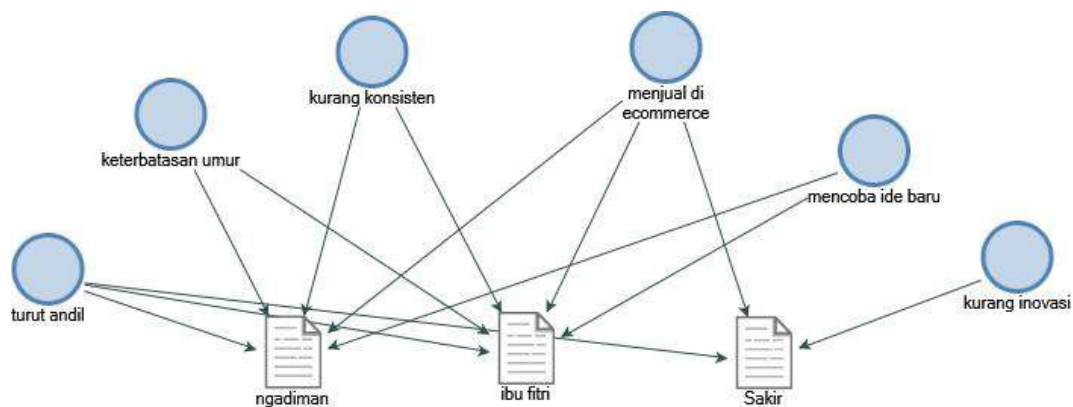
“Iya pasti lah namanya usaha pasti ada masalah kalau bapak tidak siap dalam menghadapi permasalahan pasti bisnisnya tidak berjalan sampai saat ini”

Dan informan berinisial S juga memberikan jawaban dari pertanyaan yang sama seperti informan N dan F

“Ada pastinya ada dengan menyelesaikan masalah masalah yang ada”

4.2.2 Eksplorasi Lapangan Inovasi Pemasaran Pada Usaha Batik Istiqomah

4.2.2.1 Eksplorasi Lapangan Be Action Oriented Pada Inovasi Pemasaran Usaha Batik Istiqomah



Gambar 4. 5 Coding Be Action Oriented

Dari coding yang ada yang didasari dari hasil wawancara mengenai be action oriented pada Batik Istiqomah dapat dipahami bahwa keturutan dan pemilik pada proses inovasi pemasaran yang dilakukan memiliki hambatan keterbatasan umur karena kurang mampunya dalam mengelola handphone, dari permasalahan tersebut menjadikan kurang kekonsistenan pemasaran via ecommerce yang dilakukan Batik Istiqomah. Didapati saran pula dengan menambah inovasi yang dapat bersaing dengan usaha sejenis.

Untuk mendukung hasil dari pengcodingan diatas maka peneliti melampirkan pertanyaan dan jawaban yang diberikan informan mengenai aspek *be action oriented* pada inovasi pemasaran yang dilakukan Batik Istiqomah.

Pertanyaan pertama yang diajukan pada bagian ini adalah dengan mengajukan pertanyaan mengenai kelebihan *be action oriented* dari penerapan inovasi yang ada pada Batik Istiqomah yaitu diajukannya pertanyaan

“Apakah dalam inovasi pemasaran yang bapak lakukan bapak turut andil dari awal gagasan tersebut dikerjakan?”

Informan N memberikan jawaban mengenai kekuatan yang dimiliki Batik Istiqomah dalam *be action oriented*

“Ya karena saya pemilik usaha sekaligus karyawan siapa lagi yang mau mengerjakan kalo bukan saya”

Senada dengan jawaban yang disampaikan oleh informan N, informan F memberikan jawaban yaitu

“Turut andil lah tapi kalau bapak itu hanya mengerjakan segala macam produksi kalau pemasaran mungkin ketika kumpul bersama teman menawarkannya secara tradisional lah, untuk pemasaran online sesekali membantu kalau banyaknya saya menawarkan lewat Whatsapp”

Informan S memberikan pendapatnya pula terkait pertanyaan yang diajukan peneliti

“Ada pemasaran pak ngadiman sudah mulai menggunakan media social seperti intagram”

Selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan terkait dengan kelemahan *be action oriented* pada penerapan inovasi di Batik Istiqomah. Diajukannya pertanyaan

”Apakah hambatan dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?”

Informan N menjawab

“karna sudah tua (keterbatasan umur) jadi kalo untuk mengelola hp jadi agak susah, lama lama di hp juga tidak bisa karena harus memproduksi batiknya”

Sama halnya seperti informan N, informan F memberikan jawaban yang hampir sama dengan jawaban

“Hambatannya yang ibu alami karena kesibukan dalam mengurus rumah jadi untuk memasarkan itu masih dilingkungan WA yang untuk instagram dan shopee itu hanya sesekali”

Informan S juga memberikan pandangannya mengenai dengan kelemahan *be action oriented* yaitu

“Kurangnya inovasi dari segi warna, produk baru”

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui peluang *be action oriented* pada penerapan inovasi di Batik Istiqomah. Yaitu diajukannya pertanyaan

“apakah dengan adanya penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan bapak melihat adanya peluang mendapatkan keuntungan?”

Informan N menjawab bahwasanya ada peluang *be action oriented* pada Batik Istiqomah

“Dengan mencoba menjual produk di ecommerce menjadi peluang karena produk dari batik istiqomah tidak pernah dijual secara online”

Senada dengan Informan N, informan F memberikan jawaban bahwasanya muncul peluang dari *be action oriented* pada Batik Istiqomah

“Kalau sekarang masih sebatas mencoba hal baru untuk menjualnya lewat online, semoga saja bisa berbuah hasil yang baik”

Informan S menyampaikan pandangannya pula

“Ada, Ada tapi tidak terlalu aktif hanya berfokus dalam promosi secara langsung dan sekarang sedang proses dalam promosi dengan media social seperti instagram dan juga ecommerce seperti shoope”

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui ancaman yang muncul pada *be action oriented* di Batik Istiqomah.

“Selama turut andil dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan apakah ada ancaman yang bapak ketahui?”

Informan N memberikan jawaban

“Ancaman yang terjadi paling kurangnya konsistensi karena kurang ulet dalam mengelola akun ecommerce”

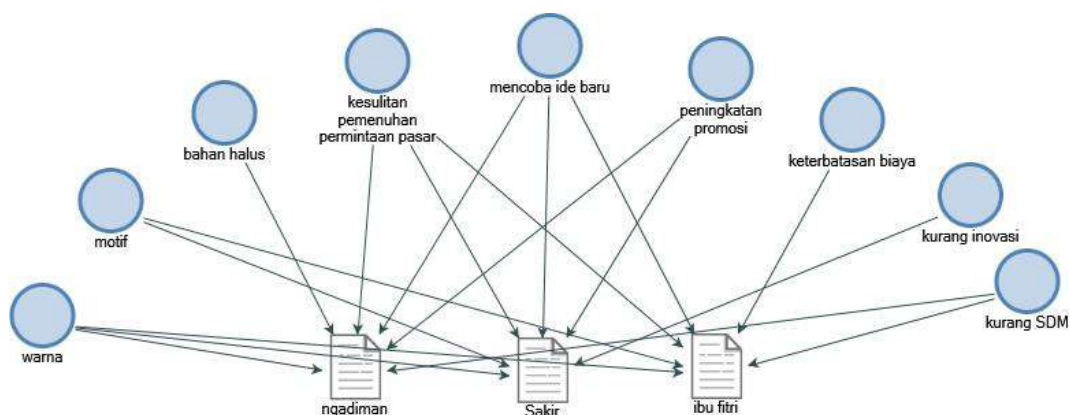
Informan F juga memberikan jawaban serupa

“Kalau ancamannya paling kurangnya konsistensi karena kurang ulet dalam mengelola akun ecommerce karena kesibukan tadi setelah itu juga keterbatasan kemampuan diumur ya”

Informan S menyampaikan pendapatnya

“Inovasi pesaing yang lebih digemari oleh konsumen”

4.2.2.2 Eksplorasi Lapangan Kemudahan Produk Pada Inovasi Pemasaran Usaha Batik Istiqomah



Gambar 4. 6 Coding Kemudahan Produk

Dari coding yang ada yang didasari dari hasil wawancara mengenai kesimpulan dan kemudahan produk pada Batik Istiqomah dapat dipahami bahwa Batik Istiqomah memiliki keunggulan pada warna, motif dan bahan yang halus. Namun seiring perkembangan zaman Batik Istiqomah kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar. Oleh karena itu perlu mencoba ide ide baru dalam produksi dan meningkatkan upaya dalam produksi. Walaupun terdapat keterbatasan biaya didapati saran menambah inovasi produk yang dimiliki dengan memanfaatkan bahan bahan yang ada guna menciptakan produk baru.

Untuk mendukung hasil dari pengcodingan diatas maka peneliti melampirkan pertanyaan dan jawaban yang diberikan informan mengenai aspek kesimpulan dan kemudahan produk yang dilakukan Batik Istiqomah. Dengan diajukan pertanyaan

“Apa keunggulan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?”

Informan N memberi jawaban

“Kalau keunggulan produk warna tahan dan tidak luntur, bahannya halus, untuk itu diharapkan dalam promosi yang dilakukan keunggulan yang ada bisa dipahami oleh pelanggan”

Informan F memberi jawaban pula

“Kalau keunggulan produk Batik istiqomah mempunyai ciri khas dari soal warna dan motif batik. Untuk warna digunakan dengan pewarnaan yang bagus untuk kain batik., untuk itu diharapkan dalam promosi yang dilakukan keunggulan yang ada bisa dipahami oleh pelanggan”

Peneliti mengajukan pertanyaan senada kepada informan S

”Menurut narasumber apa keunggulan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak ngadiman lakukan?”

Informan S menjawab

“Lebih banyak pilihan motif yang menarik konsumen untuk membeli produk batik istiqomah”

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui apa saja yang menjadi kelemahan produk pada penerapan ecommerce di Batik Istiqomah

”Apa kelemahan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?”

Informan N menjawab

“Kelemahannya mungkin kesulitan mengikuti permintaan pasar pada motif dan warna kalau dijual online kan mau tidak mau harus mengikuti trend jaman sekarang yang warnanya sulit”

Informan F menjawab pula

“Kelemahannya Kurangnya tenaga kerja dalam memproduksi batik dan juga anggaran biaya yang sangat kurang memadai”

Pertanyaan yang sama diajukan kepada informan S guna mendapat pendapat lain didapati jawaban

“Warna dan kurang inovasi produk baru yang ditawarkan”

Selanjutnya pertanyaan diajukan untuk mengetahui apakah ada peluang pada produk yang dihasilkan Batik Istiqomah pada penerapan e-commerce

“Apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang dalam mendapatkan keuntungan?”

Informan N memberikan jawaban

“Setiap produk pasti memiliki peluang untuk terjual tapi balik lagi ke pemasarannya apakah bisa memikat pembelinya atau tidak”

Informan F juga memberi jawaban

“Kalo peluang pasti ada lah tidak mungkin kami buat produk tapi tidak ada peluang pasti ada pertimbangan untuk dijual, tapi semua balik lagi ke rezekinya”

Informan S memberi jawaban

“Iya pastinya karna membuka kesempatan untuk membuka peluang baru”

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui ancaman pada penerapan ecommerce di Batik Istiqomah

“Ancaman seperti apa yang dihadapi dari produk yang dihasilkan?”

Informan N memberi jawaban

“Ancaman setelah pemasaran itu di pembeli minta harga murah sedangkan kualitas yang bagus”

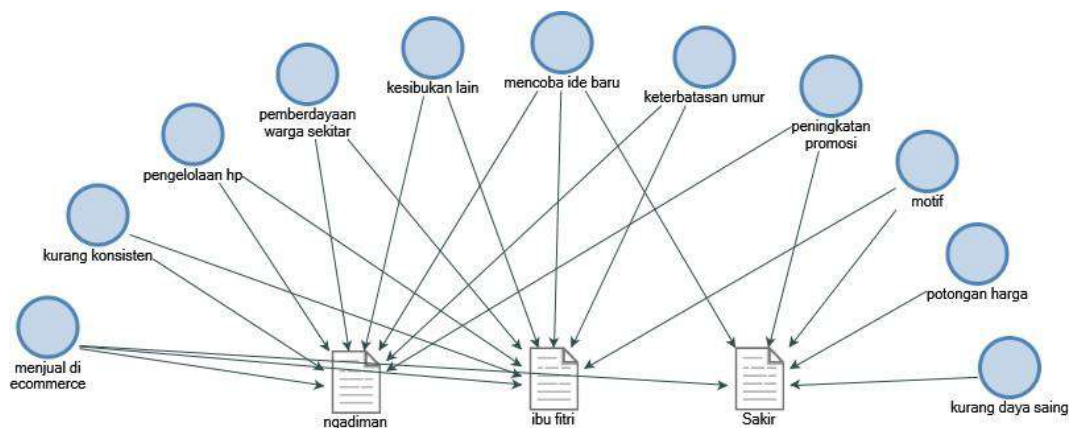
Informan F juga memberi jawaban

“Ancaman setelah pemasaran karna harus memenuhi keinginan pasar jadi Kendalanya adalah sulit menemukan ide dalam membuat motif baru”

Informan S memberikan jawabannya juga

“Produk tidak digemari konsumen karena selera konsumen yang semakin beragam”

4.2.2.3 Eksplorasi Lapangan Langkah Kecil Yang Dilakukan Inovator Pada Usaha Batik Istiqomah



Gambar 4. 7 Coding Langkah Kecil

Dari pengkodean diatas mengenai langkah langkah kecil yang dilakukan oleh Batik Istiqomah didapati hasil inovasi baru dengan menjual produk di ecommerce memiliki hambatan kurangnya konsistensi dalam pengelolaan gadget karena keterbatasan umur dan kesibukan lain yang dimiliki oleh pelaku usaha. Namun arena kesibukan yang dimiliki dapat memberikan peluang bagi masyarakat sekitar dalam membantu menyelesaikan proses pembatikan.

Usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan promosi dari permasalahan diatas adalah dengan cara mencoba ide baru mulai dari menciptakan motif baru maupun potongan harga agar mampu menciptakan daya saing dengan usaha sejenis.

Untuk mendukung penjabaran pengkodean NVivo diatas peneliti melampirkan beberapa pertanyaan dan jawaban terkait langkah langkah kecil yang dilakukan oleh Batik Istiqomah.

“Tindakan kecil seperti apa yang bapak lakukan dalam inovasi pemasaran dalam menciptakan keunggulan produk?”

Informan N memberikan jawaban

“Dengan mencoba menjual ke online, foto dan posting melalui wa ataupun ig yang ada”

Informan F memberikan jawaban pula

“Dengan mencoba sistem pemasaran yang baru dengan memasarkan lewat online lewat kontak WA, Instagram”

Informan S memberikan pandangan lain yaitu

“Motif yang cukup banyak menambah pilihan konsumen dalam membeli”

Pertanyaan selanjutnya ini diajukan guna mengetahui apakah ditemukan adanya hambatan dalam melakukan tindakan kecil pada penerapan ecommerce di Batik Istiqomah

“Dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?”

Informan N menjawab

“Hambatannya ya kurang konsisten karna tidak bisa selalu memegang hp”

Informan F memberikan jawaban pula

“Hambatannya kekurangan waktu dalam mengelola waktu untuk mengelola ecommercenya”

Informan S juga memberikan jawaban

“Penggunaan warna yang kurang beragam harus lebih ditingkatkan”

Pertanyaan berikut ini diajukan guna mengetahui peluang dari adanya tindakan yang dilakukan Batik Istiqomah pada penerapam ecommerce

”Peluang seperti apa yang muncul dari tindakan kecil yang bapak lakukan?”

Informan N memberikan jawaban

“Peluangnya biasanya dari orang orang yang disekitar itu jadi tau bahwa batik istiqomah masih produksi kadang ya kalau ada yang request bisa diusahakan”

Informan F menjawab pula

“Peluangnya bisa mengenalkan produk batik istiqomah pelan pelan melalui pemasaran online”

Informan S juga memberikan pandangannya

“Menambah konsumen baru dan memberi potongan terhadap konsumen yang membeli dalam jumlah banyak”

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui apakah ada ancaman pada tindakan kecil yang muncul pada penerapan ecommerce di Batik Istiqomah

“Ancaman apa yang muncul dalam tindakan tindakan kecil yang bapak lakukan?”

Informan S memberi jawaban

“Ancamannya yang paling tidak sempat megang hp dan upload upload karna kesibukan yang lain”

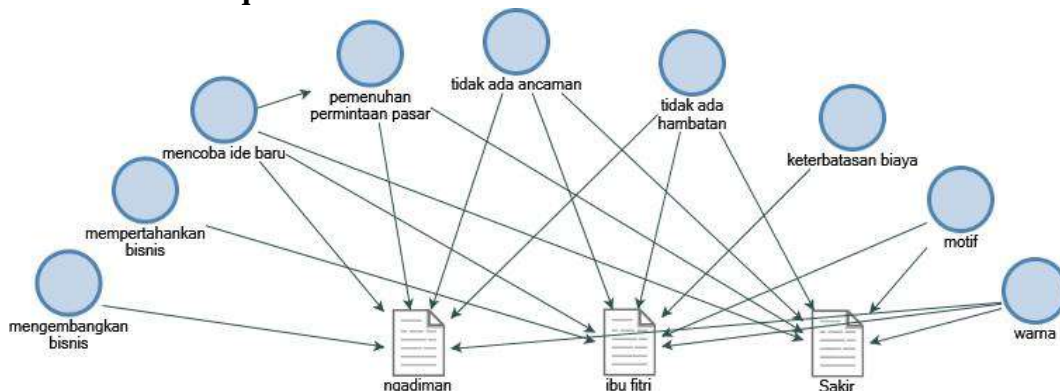
Informan F juga menjawab

“Ancamannya kesibukan lain yang harus didahulukan jadi tidak optimal dalam mengelola ecommerce”

Informan S menjawab pula

“Kurangnya daya saing dengan kompetitor”

4.2.2.4 Eksplorasi Lapangan Ambisi Yang Dimiliki Inovator Pada Usaha Batik Istiqomah



Gambar 4. 8 Coding Ambisi

Dari pengkodingan diatas mengenai ambisi yang dimiliki oleh Batik Istiqomah didapati hasil bahwa ambisi yang dimiliki didasari oleh keinginan dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnis. Berbagai ide baru dicoba

guna memenuhi keinginan permintaan pasar dengan menciptakan motif maupun warna yang memiliki daya saing dalam penjualan.

Untuk mendukung penjabaran pengkodean NVivo diatas peneliti melampirkan beberapa pertanyaan dan jawaban terkait ambisi dimiliki oleh Batik Istiqomah.

“Apa ambisi yang bapak miliki dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?”

Informan N memberikan jawaban

“Ambisinya jelas untuk bisa mengembangkan batik istiqomah ini lebih besar dan mendapatkan keuntungan seperti masa kejayaan bahkan kalo bisa ya lebih”

Informan F memberikan jawaban pula

“Menurut saya, ambisi banget lah ya bapak bagaimana bisa mempertahankan bisnis batik ini dengan mencoba segala macam inovasi yang dilakukan”

Informan S memberikan pendapat

“Ada pastinya dengan mencoba dengan motif dan kombinasi warna baru”

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui apakah ada ditemukannya kelemahan pada ambisi Batik Istiqomah dalam penerapan ecommerce dengan diajukannya pertanyaan

“Apa kelemahan dari ambisi yang bapak miliki”?

Informan N memberi jawaban

“Penerapannya, namanya ambisi kadang itu diangan angan ketika mau praktek pasti ada hambatan yang datang”

Informan F memberikan jawaban pula

“Ambisinya masih terhambat sama kemampuan bapak dalam mengelola waktu sama modal”

Informan S memberi pendapat

“Tidak ada“

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui apakah ditemukannya peluang pada ambisi yang dimiliki Batik Istiqomah pada penerapan ecommerce yang ada, dengan diajukan pertanyaan

“Peluang seperti apa yang bapak hasilkan dari adanya ambisi yang bapak miliki?”

Informan N menjawab

“Peluangnya itu ide baru buat apa jadi misalnya ada pembeli request itu diusahakan dengan sepenuh hati”

Informan F memberikan jawaban pula

“Peluang yang muncul itu ide baru misalnya ada pembeli request itu diusahakan untuk memenuhinya”

Informan S memberikan pendapat

“Menambah tingkat konsumen dengan menambah motif dan keberagaman warna”

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui ancaman apasaja yang muncul pada ambisi yang dimiliki Batik Istiqomah dengan diajukannya pertanyaan

“Apa ancaman yang muncul dari adanya penerapan ambisi yang bapak miliki?”

Informan N menjawab

“Kalo ancaman ya tidak ada kayaknya”

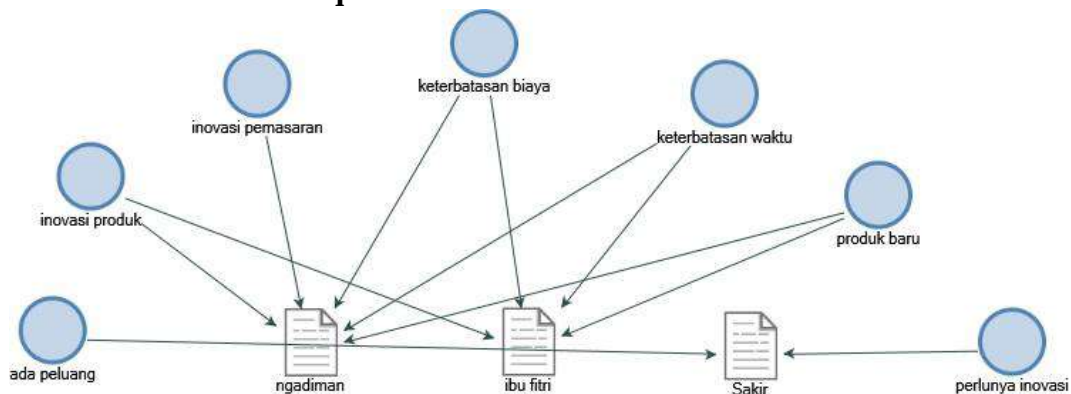
Informan F memberikan jawaban pula

“Ancaman di biaya tadi”

Informan S memberikan pendapat

“Tidak ada”

4.2.2.5 Eksplorasi Lapangan Try/Test/Revise yang Dilakukan Inovator Pada Usaha Batik Istiqomah



Gambar 4. 9 Coding Try/Test/Revise

Dari pengkodean diatas mengenai try/test/revise yang dilakukan oleh Batik Istiqomah didapati hasil bahwa adanya peluang yang muncul dari adanya try/test/revise yaitu inovasi produk, inovasi pemasaran walaupun ada keterbatasan waktu dan biaya dalam penciptaan produknya.

Untuk mendukung penjabaran pengkodean NVivo diatas peneliti melampirkan beberapa pertanyaan dan jawaban terkait *try/test/revise* oleh Batik Istiqomah.

Pertanyaan ini diajukan guna mengetahui apakah ditemukan adanya keunggulan yang ada dengan diadakannya try/test/revise pada penerapan ecommerce di Batik Istiqomah

"Apakah ada keunggulan yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak lakukan?"

Informan N menjawab

"Inovasi, baik inovasi dalam produk maupun inovasi pemasaran jadi berkembang ide ide, kayak inovasi produk yang muncul bisa buat lacak, bantal kursi, kalau inovasi pemasaran ya dengan menjual ke ecommerce kayak lewat instagram dan shopee"

Informan F menjawab pula

"Bisa menciptakan produk baru seperti bantal kursi kemarin"

Informan S memberikan pendapat

“Iya ada“

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui apakah ditemukan hambatan pada penerapan ecommerce pada Batik Istiqomah dengan diajukannya pertanyaan

“Apakah ada hambatan yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak lakukan?”

Informan N menjawab

“Hambatannya di modal dan waktu karena setiap mencoba coba sesuatu kan harus ada yang dikorban kalau gagal harus coba lagi“

Informan F memberikan jawaban pula

“Hambatan masih sama ya di biaya sama membagi kesibukan”

Informan S memberikan pendapat

“Tidak ada”

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui apakah ada peluang yang muncul dengan adanya *Try/Test/Revise* pada penerapan ecommerce di Batik Istiqomah

”Apakah ada peluang yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak lakukan?”

Informan N menjawab

“Peluang yang muncul bisa dapat produk baru untuk dijual”

Informan F memberikan jawaban pula

“Sama seperti jawaban bapak peluang yang muncul bisa dapat produk baru untuk dijual”

Informan S memberikan jawaban

“Ada“

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui apakah ada ditemukannya ancaman dari adanya *Try/Test/Revise* yang dilakukan Batik Istiqomah pada penerapan ecommerce dengan diajukannya pertanyaan

“Apakah ada ancaman yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak lakukan?”

Informan N menjawab

“Ancaman yang ada paling kerugian modal dan waktu karna kalau gagal gabisa dijual”

Informan F memberi jawaban pula

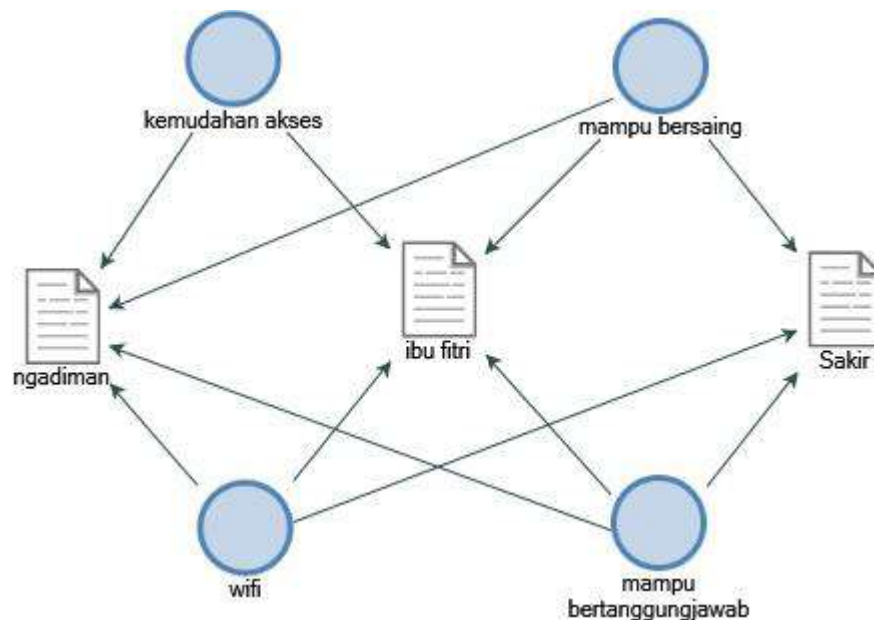
“Ancaman takut rugi sama takut gagal jadi produknya tidak bisa dijual”

Informan S memberi pendapat

“Lebih ditingkatkan lagi dan lebih inovatif lagi”

4.2.3 Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah

4.2.3.1 Kekuatan Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah



Gambar 4. 10 Kekuatan Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah

Dari pengcodingan diatas peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai kekuatan pemanfaatan e-commerce pada usaha Batik Istiqomah, yaitu :

1. Keberadaan WiFi. Dengan adanya WiFi pada usaha sangat membantu lebih dalam menjelajahi internet terutama e-commerce.
2. Kemudahan akses. Dari adanya WiFi sebagai alat bantu menambah kecepatan dalam berinternet. Dengan begitu informasi bisa dapat diakses lebih cepat dan dapat mengefisiensi waktu untuk mencari ide ide baru yang ada pada internet.
3. Mampu bersaing. Kemampuan bersaing yang ada pada Batik Istiqomah dibuktikan dengan keaktifannya sampai sekarang dalam memproduksi batik.
4. Mampu bertanggungjawab. Kemampuan bertanggung jawab dari usaha Batik Istiqomah dapat dilihat dari keinginan untuk mempertahankan batik sebrang, dan juga konsistensi berbisnis dengan baik.

Untuk mewakili coding NVivo diatas peneliti melampirkan pertanyaan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan pendapatnya masing masing mengenai pemanfaatan e-commerce pada usaha Batik Istiqomah. Dengan diajukannya pertanyaan

”Apakah dalam pemanfaatan ecommerce batik istiqomah memiliki keunggulan akses internet?”

Informan N,F dan S memberikan pandangan senada yaitu

“Tidak ada keunggulan spesifik hanya saja disini ada WiFi”

Diajukannya pula pertanyaan oleh peneliti guna mengetahui peluang apasaja yang muncul pada penerapan ecommerce yang telah dilakukan, dengan pertanyaan

“Bagaimana batik istiqomah dapat melihat peluang dengan adanya akses internet dalam memanfaatkan ecommerce?”

Informan N,F memberikan jawaban

“Ya dengan adanya WiFi yang digunakan mungkin bisa mengakses informasi lebih cepat dan upload upload jadi gampang”

Peluang yang lain yang muncul dari kemampuan sumber daya manusia yang ada yaitu dengan diajukannya pertanyaan

“Apakah kemampuan SDM yang ada di batik istiqomah dapat bersaing dengan bisnis batik yang lain?”

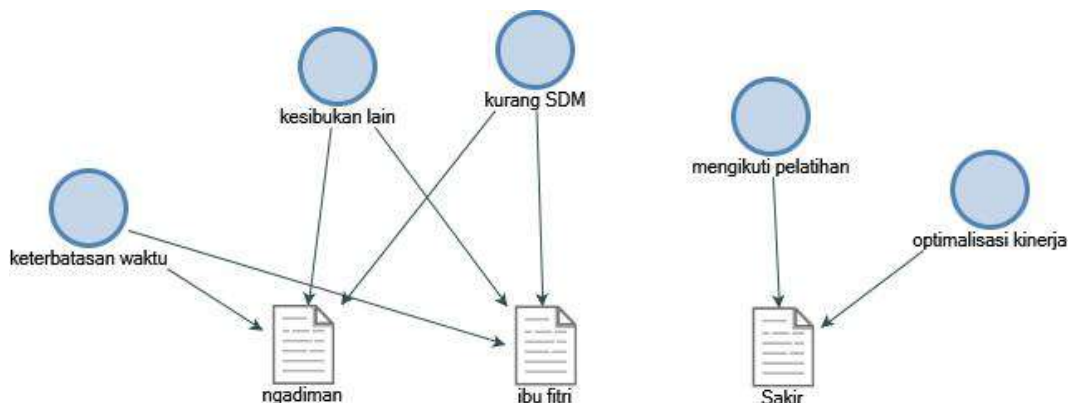
Informan N,F memberikan jawaban

“Sebagai pengusaha harusnya saya bisa bersaing dengan bisnis lain buktinya dengan bertahan sampai saat ini”

Informan S memberikan pandangan serupa

“Ada, SDM yang dimiliki batik istoqomah cukup baik”

4.2.3.2 Kelemahan Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah



Gambar 4. 11 Kelemahan Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah

Dari pengcodingan diatas peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai kelemahan pemanfaatan e-commerce pada usaha Batik Istiqomah, yaitu :

1. Keterbatasan waktu. Dalam proses pembuatan batik memerlukan waktu yang cukup lama menjadikan kurangnya optimal dalam mengelola e-commerce

2. Kesibukan lain. Alasan lain dari kurangnya optimal dalam mengelola e-commerce dikarenakan banyaknya kegiatan diluar dari proses pembuatan batik.
3. Kurang SDM. Kurangnya sumber daya manusia menjadi salah satu penyebab sulitnya pengoptimalisasian e-commerce. Karena yang bekerja hanya informan N yang aktif dalam pembuatan batik.
4. Dibutuhkannya pelatihan. Sebagai pengusaha sudah seharusnya perlu meningkatkan kemampuan dalam mengelola e-commerce serta belajar menghadapi segala macam hambatan hambatannya.
5. Optimalisasi kinerja. Dalam mengelola usaha perlu memfokuskan kinerja agar usaha bisa mendapatkan hasil yang maksimal.

Untuk mewakili coding NVivo diatas peneliti melampirkan pertanyaan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan pendapatnya masing masing mengenai kelemahan pemanfaatan e-commerce pada usaha Batik Istiqomah.

“Dengan adanya kemudahan informasi saat ini apa yang menjadi hambatan dalam memanfaatkan ecommerce?”

Informan F menjawab sesuai dengan pandangannya

“Karena baru belajar hambatannya mungkin keterbatasan waktu untuk prakteknya karena masih banyak kegiatan yang lain”

Diajukannya pertanyaan berikut guna mengetahui kendala yang ada pada

Batik Istiqomah dengan pertanyaan

”apa kendala yang dialami para SDM pada bisnis batik istiqomah? “

Informan N menjawab

“Kendalanya karna cuman saya sama istri yang mengerjakan ya itu kalo produksi banyak memakan waktu sedikit lebih lama”

Pertanyaan selanjutnya mengenai saran yang perlu dilakukan oleh Batik Istiqomah dalam menghadapi kendala yang muncul, dengan diajukannya pertanyaan

“Apa yang perlu ditingkatkan oleh batik istiqomah agar kemampuan SDM yang ada dapat berkembang?”

Informan S memberikan saran terkait hambatan hambatan diatas

“Pelatihan dalam bidang produksi batik dan promosi batik dengan penggunaan media sosial”

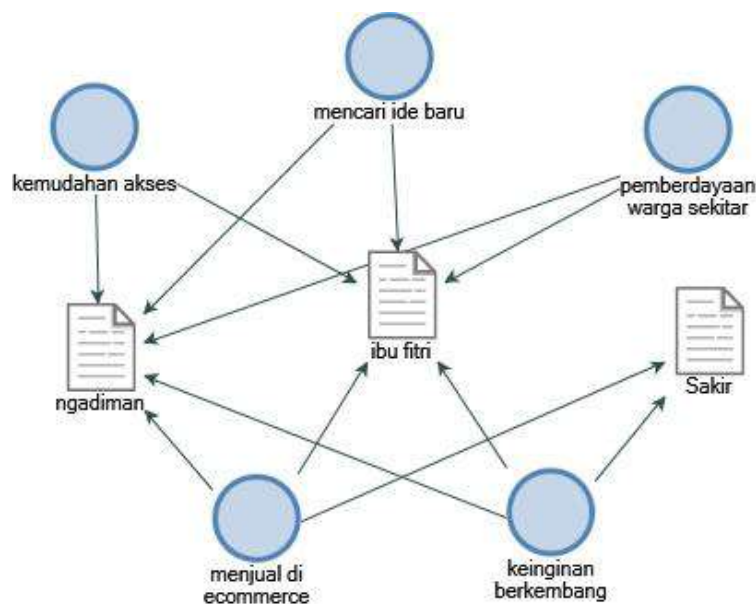
Selaras dengan pertanyaan yang diajukan sebelum mengenai saran bagaimana bentuk tanggungjawab yang perlu dilakukan Batik Istiqomah dalam menghadapi krisis yang akan terjadi, dengan diajukannya pertanyaan

“Menurut narasumber kekurangan apa yang bapak ngadiman yang perlu diperbaiki bapak dalam tanggungjawab selaku pemilik bisnis batik istiqomah ini?”

Informan S menjawab

“Lebih tepat waktu dalam proses pengerjaan”

4.2.3.3 Peluang Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah



Gambar 4. 12 Peluang Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah

Dari pengcodingan diatas peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai peluang dari pemanfaatan e-commerce pada usaha Batik Istiqomah, yaitu :

1. Kemudahan akses. kemudahan akses informasi yang didapat dengan adanya WiFi dapat membantu batik istiqomah dalam menciptakan inovasi baru dalam pemasaran maupun produk yang dijual. Dan juga membantu dalam mengeksplorasi dalam upload ke media sosial lebih stabil dan cepat.
2. Menjual di e-commerce. Inovasi pemasaran yang dihasilkan adalah dengan menjual produk produk dari Batik Istiqomah ke e-commerce sebagai usaha dalam mendapatkan konsumen konsumen baru dan memperluas pasar.
3. Mencari ide baru. Dengan adanya kemudahan akses internet yang tersedia dapat menjadikan pintu bagi ide ide baru yang didapat dari internet yang luas.
4. Pemberdayaan warga sekitar. adanya kekurangan SDM ketika ada pesanan yang banyak menjadikan Batik Istiqomah mengajak turut andil orang orang disekitar rumah usaha dalam membantu proses pembuatan.
5. Keinginan berkembang. Setiap usaha yang didirikan pasti ada harapan untuk berkembang besar dan menghasilkan keuntungan sebesar besarnya. Dibuktikan dengan adanya usaha terus dalam menciptakan inovasi inovasi dalam usaha Batik Istiqomah ini. Dan ditunjukan pula dengan usaha dalam pemenuhan keinginan konsumen.

Untuk mewakili coding NVivo diatas peneliti melampirkan pertanyaan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan

pendapatnya masing masing mengenai peluangn yang mucul dengan adanya pemanfaatan e-commerce pada usaha Batik Istiqomah.

Dengan diajukannya pertanyaan guna mengetahui peluang yang ada dari pemanfaatan ecommerce diajukannya beberapa pertanyaan

“Bagaimana batik istiqomah dapat melihat peluang dengan adanya akses internet dalam memanfaatkan ecommerce?”

Informan N dan F memberikan pandangan senada

“Ya dengan adanya WiFi yang digunakan mungkin bisa mengakses informasi lebih cepat dan upload upload jadi gampang”

Informan S memberikan pandangan pula

“Ada, Ada tapi tidak terlalu aktif hanya berfokus dalam promosi secara langsung dan sekarang sedang proses dalam promosi dengan media social seperti instagram dan juga ecommerce seperti shoope“

Pertanyaan selanjutnya masih mengenai peluang yang muncul pada pemanfaatan ecommerce

”Bagaimana cara batik istiqomah menghadapi ancaman dalam pemanfaatan ecommerce dengan adanya kemudahan informasi?”

Informan N dan F menjawab

“belajar lewat internet setelah itu dicoba coba praktek sendiri“

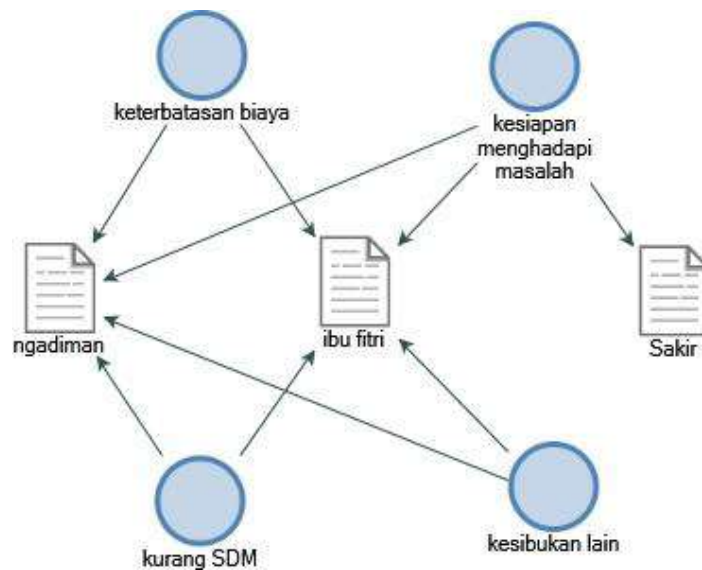
Pertanyaan selanjutnya peneliti mengajukan pertanyaan guna meminta saran dari salah satu informan dengan diajukanbpertanyaan

“Menurut narasumber apakah bapak ngadiman memiliki kemauan untuk meningkatkan tanggungjawab dalam menjalankan bisnis batik istiqomah ini?”

Informan S menjawab

“Ada dengan menyelesaikan semua pesanan yang diminta dengan konsumen“

4.2.3.4 Ancaman Pemanfaatan E-commerce Pada Batik Istiqomah



Gambar 4. 13 Ancaman Pemanfaatan E-commerce Pada Batik Istiqomah

Dari pengcodingan diatas peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai ancaman dari pemanfaatan e-commerece pada usaha Batik Istiqomah, yaitu :

1. Keterbatasan biaya. Modal menjadi salah satu permasalahan dalam melakukan usaha. Pada Batik Istiqomah keterbatasan biaya ini menghambat pada usaha dalam mencoba sesuatu baru kemudian jika terjadi kegagalan maka menyebabkan kerugian.
2. Kurangnya SDM. Hampir semua kegiatan proses pengerjakan batik ini dilakukan oleh Informan F maka jika ada pesanan dalam jumlah besar Batik Istiqomah mengalami sedikit kewalahan dan juga memerlukan sedikit tambahan waktu dalam memenuhi permintaan konsumen.
3. Kesibukan lain. Kesibukan lain ini menghambat pengerjakan pembuatan batik apalagi jika keperluan itu mendadak menjadikan pesanan bisa jadi selesai tidak tepat waktu.

4. Kesiapan menghadapi masalah. Namun dengan adanya hambatan hambatan diatas Batik Istiqomah selalu berusaha dalam memenuhi permintaan konsumen sebagai bentuk tanggung jawab sebagai pengusaha.

Untuk mewakilkan coding NVivo diatas peneliti melampirkan pertanyaan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan pendapatnya masing masing mengenai ancaman yang muncul dengan adanya pemanfaatan e-commerce pada usaha Batik Istiqomah.

Pertanyaan selanjutnya diajukan guna mengetahui apa yang menjadi kelemahan produk yang dihasilkan dari adanya penerapan ecommerce, dengan diajukannya pertanyaan

“Menurut ibu apa kelemahan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?”

Informan F memberikan jawaban

“Kelemahannya Kurangnya tenaga kerja dalam memproduksi batik dan juga anggaran biaya yang sangat kurang memadai”

Pertanyaan selanjutnya diajukan masih mengenai hambatan yang muncul yaitu

“Apakah ada hambatan yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak lakukan?”

Informan N,F menjawab

“Hambatannya di modal dan waktu karena setiap mencoba coba sesuatu kan harus ada yang dikorban kalau gagal harus coba lagi”

Pertanyaan ini masih membahas mengenai ancaman yang ada pada penerapan ecommerce

”Melihat ancaman bisnis saat ini apakah bapak memiliki kesadaran bertanggungjawab dan kesiapan menghadapi masalah yang akan muncul?”

Informan N,F menjawab

“Iya pasti lah namanya usaha pasti ada masalah kalau bapak tidak siap dalam menghadapi permasalahan pasti bisnisnya tidak berjalan sampai saat ini”

Masih mengenai ancaman yang ada diajukanya pertanyaan

“Melihat ancaman bisnis saat ini apakah narasumber melihat bapak ngadiman memiliki kesadaran bertanggungjawab dan kesiapan menghadapi masalah yang akan muncul?”

Informan S memberikan pandangan

“Ada pastinya ada dengan menyelesaikan masalah masalah yang ada”

Tabel 4. 2 Pembobotan IFAS (Faktor Internal) Pemanfaatan Ecommerce

FAKTOR INTERNAL (STRENGTH AND WEAKNESS)				
Faktor strategis	Tingkat signifikan	Bobot	Rating	Skor
Strength (kekuatan)				
1. Keberadaan WiFi	3	0.14	4	0.55
2. Kemudahan akses	3	0.14	3.5	0.49
3. Mampu Bersaing	2	0.09	3	0.27
4. Mampu bertanggungjawab	2	0.09	3	0.27
Total S				1.58
Weakness (kelemahan)	Tingkat signifikan	Bobot	Rating	Skor
1. Keterbatasan waktu	3	0.14	1	0.14
2. Kesibukan lain	3	0.14	2	0.28
3. Kurang SDM	2	0.9	1.5	0.13
4. Dibutuhkannya pelatihan	2	0.9	1	0.09
5. Optimalisasi kinerja	2	0.9	2	0.18
Total W				0.82
Tingkat Signifikan		22		
Total B		1.00		
Total S+W				2.40

Tabel 4. 3 Pembobotan IFES (Faktor Eksternal) Pemanfaatan Ecommerce

FAKTOR EKSTERNAL (OPPORTUNITY DAN THREAT)				
Faktor strategis	Tingkat signifikan	Bobot	Rating	Skor
Opportunity (Peluang)				
1. Kemudahan akses	3	0.16	4	0.63
2. Menjual di e-commerce	3	0.16	4	0.63
3. Mencari ide baru	3	0.16	3.5	0.56
4. Pemberdayaan warga sekitar	2	0.11	3	0.32
5. Keinginan berkembang	2	0.11	3	0.32
Total O				2.45
Threat (ancaman)	Tingkat signifikan	Bobot	Rating	Skor

1. Keterbatasan biaya	1	0.05	1	0.05
2. Kurangnya SDM	2	0.11	1	0.11
3. Kesibukan lain	1	0.05	1.5	0.08
4. Kesiapan menghadapi masalah	2	0.11	2	0.21
Total T				0.44
Tingkat Signifikan	22			
Total B		1.00		
Total O+T				2.90

Dari hasil pembobotan IFAS dan EFAS pada tabel diatas diperoleh bahwa total Strength, Opportunity Weakness, dan Threat adalah sebagai berikut:

$$\text{Strength} = 1.58$$

$$\text{Opportunity} = 2.45$$

$$\text{Weakness} = 0.82$$

$$\text{Threat} = 0.44$$

$$\text{Strength} + \text{Opportunity} = 4.03$$

$$\text{Weakness} + \text{Threat} = 1.26$$

$$\text{Strength} + \text{Opportunity} > \text{Weakness} + \text{Threat}$$

Maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan keluar dari permasalahan yang ada untuk mendapatkan solusi dan rekomendasi yang diharapkan.

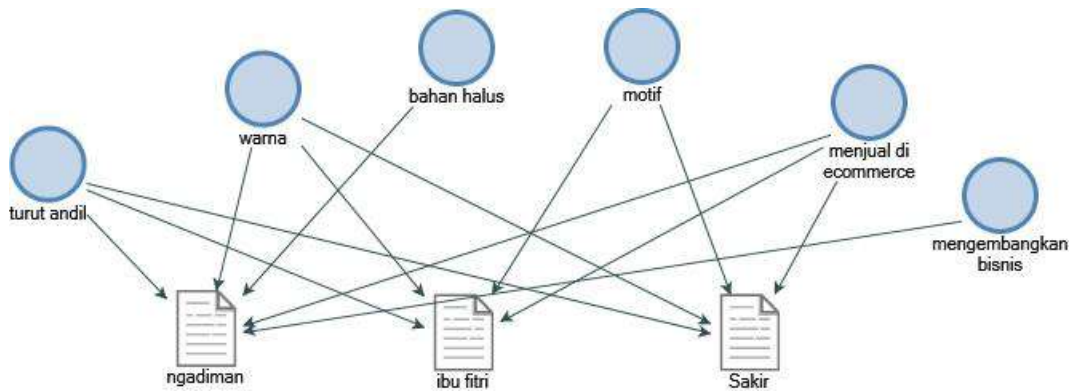
Rancangan strategi di dalam melakukan analisis SWOT yaitu menggunakan Matriks. Matriks SWOT merupakan salah satu cara untuk mendapatkan alternatif strategi dengan cara menggabungkan masing-masing faktor yakni SO (Strength – Opportunity), Strategi WO (Weakness-Opportunity), Strategi ST (Strength-Threat) dan Strategi WT (Weakness-Threat).

Tabel 4. 4 Matriks SWOT Pemanfaatan Ecommerce

EFAS \ IFES	Kekuatan (S) 1. Keberadaan WiFi. 2. Kemudahan akses. 3. Mampu bersaing. 4. Mampu bertanggungjawab.	Kelemahan (W) 1. Keterbatasan waktu. 2. Kesibukan lain. 3. Kurang SDM. 4. Dibutuhkannya pelatihan. 5. Optimalisasi kinerja.
Peluang (O) 1. Kemudahan akses. 2. Menjual di e-commerce. 3. Mencari ide baru. 4. Pemberdayaan warga sekitar. 5. Keinginan berkembang	Strategi SO 1. Dengan adanya kecepatan internet dan kemudahan akses diperlukannya keberanian dalam mengeksplorasi ide ide baru yang ada pada internet(S1 ,S2,O1,O3) 2. Meningkatkan dan mengembangkan penjualan di e-commerce agar dapat bersaing dengan usaha batik lain (S3,O2,O5) 3. Terus berkontribusi pada pemberdayaan warga sekitar dengan penuh tanggungjawab (S4,O4)	Strategi WO 1. Kemudahan akses internet dengan menjadwalkan dengan konsisten dalam mengelola e-commerce (W1,O1) 2. Memaksimalkan dan memprioritaskan pemanfaatan e-commerce dengan terus menjual produk di e-commerce (W2,O2) 3. Berkolaborasi dengan usaha batik lainnya dalam memenuhi kebutuhan SDM dan juga memberikan pelatihan kepada SDM yang ada agar dapat memunculkan ide dalam pemasaran maupun produk baru (W3,W4,O3,O4) 4. Mengoptimalkan kinerja yang ada didalam usaha agar usaha dapat terus berkembang(W5,O5)
Ancaman (T) 1. Keterbatasan biaya 2. Kurangnya SDM 3. Kesibukan lain 4. Kesiapan menghadapi masalah	Strategi ST 1. Mencari investor dalam pemenuhan modal untuk membayar WiFi dapat kemudahan kecepatan akses internet, dan pemenuhan SDM (S1,S2,T1,T2) 2. Mengoptimalkan kinerja dan fokus dalam menjalankan e-commerce dengan penuh tanggung jawab agar dapat bersaing dan dapat mengembangkan usaha lebih baik lagi dan mempersiapkan strategi dalam menghadapi masalah yang akan muncul (S3,S4,T3,T4)	Strategi WT 1. Perlunya melakukan manajemen waktu dan keuangan agar mampu bertahan menghadapi permasalahan waktu dan biaya (W1,W2,T1,T3) 2. Mengajak warga sekitar bekerja sama dalam melakukan usaha dan mencari informasi mengenai pelatihan mengenai pelatihan yang mendorong kemajuan dan perkembangan pada usaha batik secara optimal (W3,W4,W5,T2,T4)

4.2.4 Inovasi Pada Batik Istiqomah

4.2.4.1 Kekuatan Inovasi Pada Batik Istiqomah



Gambar 4. 14 Kekuatan Inovasi Pada Batik Istiqomah

Dari pengcodingan diatas peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai kekuatan inovasi yang ada pada usaha Batik Istiqomah, yaitu :

1. Turut andil. Hampir semua kegiatan dalam proses pembuatan batik dilakukan oleh Informan N dan F selaku pemilik sebagai bentuk keturut andilan dalam melakukan inovasi yang ada pada Batik Istiqomah. Dengan begitu muncul beberapa kelebihan kelebihan dari diciptakan inovasi tersebut.
2. Warna. Ciri khas pada warna yang bagus untuk kain batik. Batik istiqomah juga dikenal melalui pewarnaan yang bagus pada batiknya. Seperti penggunaan warna merah yang menjadi daya tarik konsumen.
3. Bahan halus. Bahan yang digunakan seperti kain katun yang baik untuk pembatikan, dan tetap menggunakan bahan dengan harga terjangkau oleh konsumen.

4. Motif. Motif khas batik istiqomah batanghari dan angso duo. Pada motif ini juga menjadi ciri khas batik Jambi. Tidak hanya itu, tentunya terdapat motif lain yang diciptakan oleh batik istiqomah.
5. Menjual di e-commerce. Pada saat ini menjual produk yang dimiliki ke e-commerce merupakan salah satu bentuk usaha dalam menginovasikan pemasaran pada sebuah kegiatan usaha. Dan dalam hal ini Batik Istiqomah sedang mengupayakan inovasi pemasaran ini.
6. Mengembangkan bisnis. Dengan melakukan inovasi produk dan pemasaran Batik Istiqomah memiliki keinginan dalam mengembangkan bisnisnya agar dapat terus bertahan mengikuti perkembangan jaman yang ada.

Untuk mewakilkan coding NVivo diatas peneliti melampirkan pertanyaan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan pendapatnya masing masing mengenai kekuatan yang muncul dengan adanya inovasi pada usaha Batik Istiqomah.

Beberapa pertanyaan dibawah ini diajukan guna mengetahui apa saja yang menjadi keunggulan pada inovasi yang dilakukan oleh Batik Istiqomah

“Apakah dalam inovasi pemasaran yang bapak lakukan bapak turut andil dari awal gagasan tersebut dikerjakan?”

Informan N memberikan jawaban

“Ya karena saya pemilik usaha sekaligus karyawan siapa lagi yang mau mengerjakan kalo bukan saya”

Informan F juga memberikan pandangan

“Turut andil lah tapi kalau bapak itu hanya mengerjakan segala macam produksi kalau pemasaran mungkin ketika kumpul bersama teman menawarkannya secara tradisional lah, untuk pemasaran online sesekali membantu kalau banyaknya saya menawarkan lewat WA”

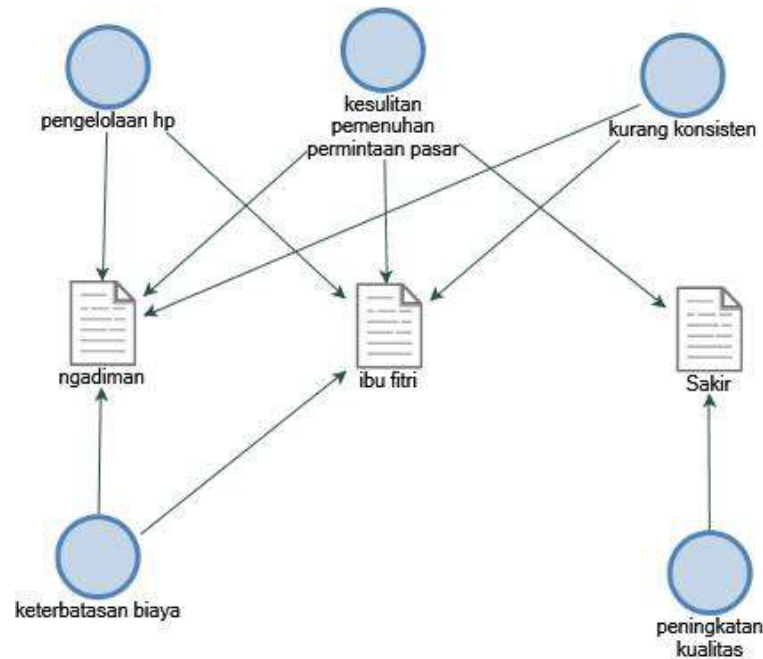
Peneliti juga mengajukan pertanyaan senada kepada Informan S :

“Apakah narasumber melihat dalam inovasi pemasaran yang diterapkan bapak ngadiman turut andil dari awal gagasan tersebut dikerjakan?”

Informan S menjawab

“Ada pemasaran pak ngadiman sudah mulai menggunakan media social seperti instagram”

4.2.4.2 Kelemahan Inovasi Pada Batik Istiqomah



Gambar 4. 15 Kelemahan Inovasi Pada Batik Istiqomah

Dari pengcodingan diatas peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai kelemahan inovasi yang ada pada usaha Batik Istiqomah, yaitu :

1. Pengelolaan HP. Dalam mengelola e-commerce diperlukan waktu dan ketelatenan. Namun dikarenakan keterbatasan umur mengakibatkan kurang optimalnya dalam memahami seluk beluk mengenai e-commerce itu sendiri. Dan alasan lain yaitu dikarenakan kesibukan lain yang dianggap lebih penting yang didahulukan.

2. Kesulitan pemenuhan keinginan pasar. Keinginan pelanggan mengenai busana sangatlah beragam. Dalam hal ini kadang permintaan pelanggan tidak sesuai dengan Batik Istiqomah. Baik dalam segi warna motif maupun harga.
3. Kurang konsisten. Kurangnya konsistensi dalam mengelola e-commerce menyebabkan kurang optimalnya pemanfaatan e-commerce itu sendiri.
4. Keterbatasan biaya. Dikarenakan ketika mencoba ide ide baru diperlukan biaya maka ada pertimbangan dengan kebutuhan lain.
5. Peningkatan kualitas. Perlu diadakannya peningkatan kualitas dari Batik mengingat bahwa pesaing memiliki kelebihanannya masing masing.

Untuk mewakilkan coding NVivo diatas peneliti melampirkan pertanyaan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan pendapatnya masing masing mengenai kelemahan yang muncul dengan adanya inovasi pada usaha Batik Istiqomah.

Peneliti mengajukan pertanyaan pematik dari adanya inovasi yang telah dilakukan oleh Batik Istiqomah apakah ditemukannya kelemahan pada penerapannya dengan diajukan beberapa pertanyaan sebagai berikut

”Dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?”

Didapati jawban dari informan N yaitu

“karna sudah tua (keterbatasan umur) jadi kalo untuk mengelola hp jadi agak susah, lama lama di hp juga tidak bisa karena harus memproduksi batiknya”.

Informan F memberikan jawaban pula sejalan dengan jawaban yang diberikan oleh informan N yaitu

“Hambatannya kekurangan waktu dalam mengelola ecommercenya”

Pertanyaan selanjutnya yaitu

“Apa kelemahan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?”

Informan N menjawab

“Kelemahannya mungkin kesulitan mengikuti permintaan pasar pada motif dan warna kalau dijual online kan mau tidak mau harus mengikuti trend jaman sekarang yang warnanya sulit”

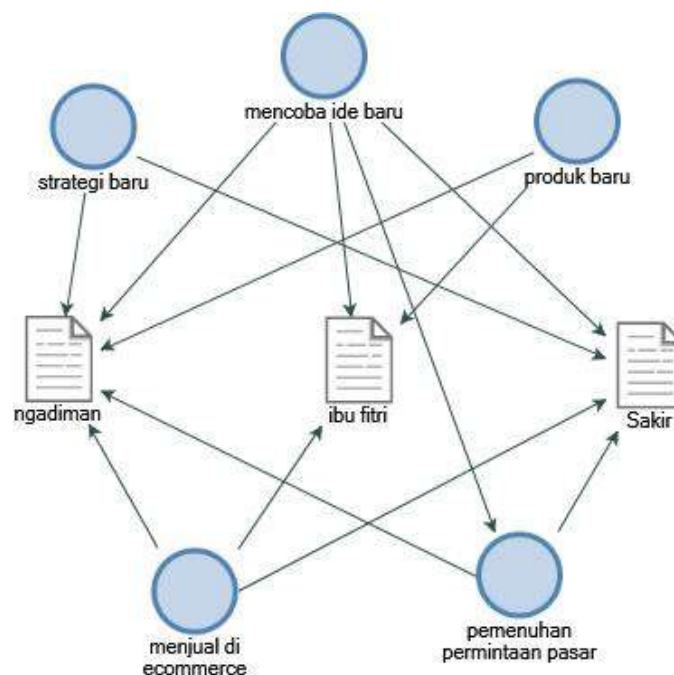
Pertanyaan terakhir pada kelemahan yang ada pada Batik Istiqomah dari adanya inovasi yang sudah diterapkan yaitu

”Menurut narasumber dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan bapak ngadiman apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?”

Informan S menjawab

“Penggunaan warna yang kurang beragam harus lebih ditingkatkan”

4.2.4.3 Peluang Inovasi Pada Batik Istiqomah



Gambar 4. 16 Peluang Inovasi Pada Batik Istiqomah

Dari pengcodingan diatas peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai peluang inovasi yang ada pada usaha Batik Istiqomah,yaitu :

1. Strategi baru. Dengan adanya strategi baru mengenai inovasi produk dan pemasaran maka diharapkan adanya peluang yang memunculkan keuntungan.
2. Mencoba ide baru. Perlunya mengeksplorasi dari ide ide yang ada dapat memunculkan peluang bersaing yang baik.
3. Munculnya produk baru. Dengan adanya produk baru yang tercipta maka diharapkan dapat memaksimalkan hasil dari inovasi inovasi yang telah dilakukan diawal.
4. Usaha dalam pemenuhan permintaan pasar. Dengan beragamnya permintaan pasar sudah seharusnya bagi Batik Istiqomah untuk berusaha dalam memahami pasar dan berusaha memenuhi permintaan pasar yang ada. Agar tidak ditinggalkan oleh para konsumen.

Untuk mewakili coding NVivo diatas peneliti melampirkan pertanyaan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan pendapatnya masing masing mengenai peluang yang muncul dengan adanya inovasi pada usaha Batik Istiqomah.

Peneliti mengajukan pertanyaan mengenai peluang yang munculkan dari adanya inovasi yang ada pada Batik Istiqomah yaitu dengan mengajukan pertanyaan

“Apakah ada peluang yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak lakukan?”

Informan N menjawab

“Peluang yang muncul bisa dapat produk baru untuk dijual”

Informan F juga memberikan pandangannya

“Sama seperti jawaban bapak peluang yang muncul bisa dapat produk baru untuk dijual”

Pertanyaan selanjutnya yaitu

“apakah dengan adanya penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan bapak ngadiman, ibu melihat adanya peluang mendapatkan keuntungan?”

Informan F menjawab

“Kalau sekarang masih sebatas mencoba hal baru untuk menjualnya lewat online, semoga saja bisa berbuah hasil yang baik”

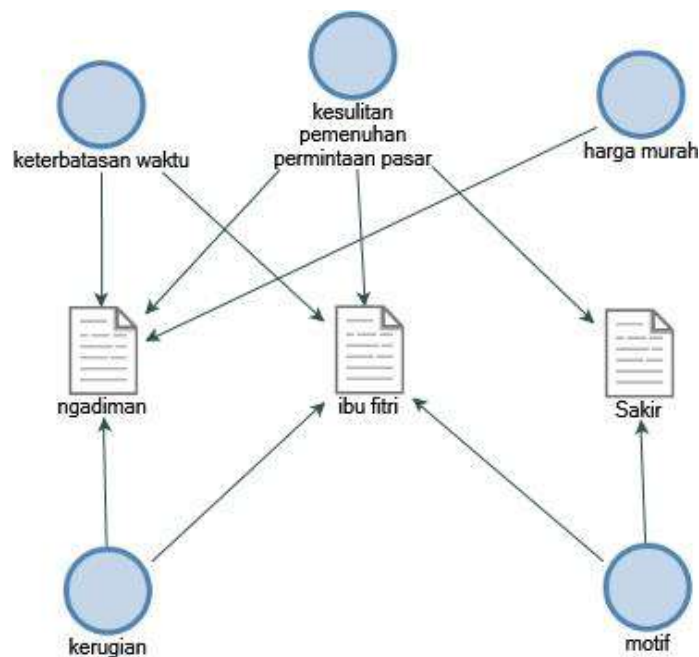
Pertanyaan selanjutnya yang diajukan peneliti pada informan masih mengenai peluang yang ada pada Batik Istiqomah yaitu

“Peluang seperti apa yang muncul dari tindakan kecil yang bapak lakukan”

Informan S menjawab sesuai dengan pandangannya

“Menambah konsumen baru dan memberi potongan terhadap konsumen yang membeli dalam jumlah banyak”

4.2.4.4 Ancaman Inovasi Pada Batik Istiqomah



Gambar 4. 17 Ancaman Inovasi Pada Batik Istiqomah

Dari pengcodingan diatas peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai ancaman inovasi yang ada pada usaha Batik Istiqomah, yaitu :

1. Keterbatasan waktu. Keterbatasan waktu ini mengakibatkan kurang optimalnya pengelolaan e-commerce pada batik istiqomah.
2. Kesulitan pemenuhan permintaan pasar. Permintaan pelanggan yang beragam sangat sulit diikuti apalagi trend busana kian beragam. Mengingat batik merupakan busana formal jadi diperlukan keahlian khusus dalam menciptakan sebuah produk.
3. Harga murah. Permintaan harga murah merupakan permasalahan dalam berbisnis. Pelanggan yang tidak mau tau mengenai kualitas produk yang diberikan itu memerlukan biaya sedikit lebih mahal. kualitas tersebut yang dipertahankan oleh Batik Istiqomah.
4. Motif. Motif batik ini memerlukan waktu dalam mendesain dan juga menempahnya. Jadi memerlukan waktu dan biaya tambahan dalam mendapatkan motif baru.
5. Kerugian. Kerugian yang dimaksudkan dalam permasalahan ini ada kerugian waktu dan biaya dalam mencoba ide ide baru. Karena jika produk tersebut gagal maka produk tersebut tidak dapat dipasarkan.

Untuk mewakili coding NVivo diatas peneliti melampirkan pertanyaan dari hasil wawancara bersama informan, dimana informan memberikan pendapatnya masing masing mengenai ancaman yang muncul dengan adanya inovasi pada usaha Batik Istiqomah.

“Apakah ada hambatan yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak lakukan?”

Informan N menjawab

“Hambatannya di modal dan waktu karena setiap mencoba coba sesuatu kan harus ada yang dikorban kalau gagal harus coba lagi”

Pertanyaan selanjutnya masih mengenai ancaman yang muncul dari adanya inovasi yang dilakukan Batik Istiqomah,

“Menurut ibu dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan bapak ngadiman apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?”

Informan F memberikan jawaban

“Hambatannya kekurangan waktu dalam mengelola ecommercenya”

Pertanyaan terakhir pada ancaman inovasi yang dilakukan di Batik Istiqomah yaitu

“Apa kelemahan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?”

Informan N menjawab

“Kelemahannya mungkin kesulitan mengikuti permintaan pasar pada motif dan warna kalau dijual online kan mau tidak mau harus mengikuti trend jaman sekarang yang warnanya sulit”

Informan F memberikan pandangan pula

“Ancaman setelah pemasaran karna harus memenuhi keinginan pasar jadi Kendala nya adalah sulit menemukan ide dalam membuat motif baru”

Informan S memberikan pandangan lain

“Produk tidak digemari konsumen karena selera konsumen yang semakin beragam”

Tabel 4. 5 Pembobotan IFAS (Faktor Internal) Inovasi

FAKTOR INTERNAL (STRENGTH AND WEAKNESS)				
Faktor strategis	Tingkat signifikan	Bobot	Rating	Skor
Strength (kekuatan)				
1. Turut andil	3	0.12	4	0.46
2. Warna	2	0.08	3.5	0.27
3. Bahan halus	2	0.08	3	0.23
4. Motif	2	0.08	3	0.23
5. Menjual di e-commerce	3	0.12	4	0.46
6. Mengembangkan bisnis	2	0.08	3.5	0.27
Total S				1.92
Weakness (kelemahan)				
1. Pengelolaan HP	3	0.12	1	0.12

2. Kesulitan Pemenuhan keinginan pasar	3	0.12	1	0.12
3. Kurangnya konsistensi	2	0.08	1.5	0.12
4. Keterbatasan biaya	2	0.08	2	0.15
5. Peningkatan kualitas	2	0.08	1.5	0.12
Total W				0.62
Tingkat Signifikan	26			
Total B		1.00		
Total S+W				2.54

Tabel 4. 6 Pembobotan IFES (Faktor Eksternal) Inovasi

FAKTOR EKSTERNAL (OPPORTUNITY DAN THREAT)				
Faktor strategis	Tingkat signifikan	Bobot	Rating	Skor
Opportunity (Peluang)				
1. Strategi baru	3	0.12	3	0.36
2. Mencoba ide baru	3	0.12	4	0.48
3. Munculnya produk baru	2	0.08	4	0.32
4. Usaha dalam memenuhi permintaan pasar	2	0.08	3.5	0.28
Total O				1.44
Threat (ancaman)				
1. Keterbatasan waktu	2	0.08	1.5	0.12
2. Kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar	2	0.08	2	0.16
3. Harga murah	3	0.12	1	0.12
4. Motif	3	0.12	1	0.12
5. Kerugian	2	0.08	2	0.16
Total T				0.68
Tingkat Signifikan	22			
Total B		1.00		
Total O+T				2.12

Dari hasil pembobotan IFAS dan EFAS pada tabel diatas diperoleh bahwa total Strength, Opportunity Weakness, dan Threat adalah sebagai berikut:

Strength = 1.92

Opportunity = 1.44

Weakness = 0.62

Threat = 0.68

Strength + *Opportunity* = 3,36

Weakness + *Threat* = 1.3

Strength + Opportunity > Weakness + Threat

Maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan keluar dari permasalahan yang ada untuk mendapatkan solusi dan rekomendasi yang diharapkan.

Rancangan strategi di dalam melakukan analisis SWOT yaitu menggunakan Matriks. Matriks SWOT merupakan salah satu cara untuk mendapatkan alternatif strategi dengan cara menggabungkan masing-masing faktor yakni SO (Strength – Opportunity), Strategi WO (Weakness-Opportunity), Strategi ST (Strength-Threat) dan Strategi WT (Weakness-Threat).

Tabel 4. 7 Matriks SWOT Inovasi

EFAS \ IFES	Kekuatan (S) 1. Turut andil 2. Warna 3. Bahan halus 4. Motif 5. Menjual di e-commerce 6. Mengembangkan bisnis	Kelemahan (W) 1. Pengelolaan HP 2. Kesulitan Pemenuhan keinginan pasar 3. Kurangnya konsistensi 4. Keterbatasan biaya 5. Peningkatan kualitas
Peluang (O) 1. Strategi baru 2. Mencoba ide baru 3. Munculnya produk baru 4. Usaha dalam memenuhi permintaan pasar	Strategi SO 1. Perlunya keikutsertaan pemilik dalam mencoba strategi baru agar memunculkan keunggulan produk baik dari warna, motif dan bahan agar dapat dijual di e-commerce (S1,S2,S3,S4,S5,O1,O2) 2. Menciptakan produk baru yang dapat memenuhi permintaan pasar dan terus mengembangkan usaha agar dapat terus memproduksi batik (S6,O3,O4)	Strategi WO 1. Konsisten dalam melakukan pengelolaan e-commerce dan terus berupaya dalam memenuhi keinginan pasar dengan menciptakan ide baru maupun produk baru (W1,W2,W3,O2,O3,O4) 2. Selalu berupaya dalam mencoba strategi baru baik strategi pemasaran maupun strategi dalam mengelola permodalan agar dapat meningkatkan kualitas usaha dan produk yang diciptakan (W4,W5,O1)
Ancaman (T) 1. Keterbatasan waktu 2. Kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar 3. Harga murah 4. Motif 5. Kerugian	Strategi ST 1. Membuat manajemen waktu dengan baik agar bisa turut andil dalam mengembangkan bisnis dengan menjual produk di e-commerce (S1,S5,S6,T1) 2. Selalu berupaya memenuhi permintaan pasar dengan mempertahankan kelebihan yang ada seperti	Strategi WT 1. Konsistensi dalam manajemen waktu dan keuangan dalam mengelola usaha (W1,W3,W4,T1) 2. Berdialog dengan konsumen ataupun mencari pertolongan ahli dalam menganalisis permintaan pasar (W2,T2) 3. Meningkatkan kualitas

	warna, bahan dan motif yang dimiliki (S2, S3, S4, T2, T4) 3. Efisiensi biaya dengan melakukan kerja sama dengan pembatik lain dan konsisten dalam memberikan kualitas dengan harga yang diberikan, agar konsumen merasa puas menikmati hasil produknya dan pengusaha dapat menikmati keuntungannya tanpa merasakan kerugian (T3, T5)	produk dan memberikan promo agar dapat memikat para konsumen baru namun dengan pertimbangan agar tidak merugi (w5, T3, T4, T5)
--	---	--

4.3 Pembahasan

4.3.1 Analisis Pemanfaatan E-Commerce Pada Batik Istiqomah

4.3.1.1 Analisis Akses Internet Pada Pemanfaatan E-Commerce Usaha Batik Istiqomah

Dari wawancara yang peneliti lakukan terlihat bahwa Batik Istiqomah mempunyai kesamaan dengan pembatik lainnya dalam hal akses internet dan dapat dipahami bahwasanya dalam akses internet dalam penerapan ecommerce WiFi memiliki andil dalam memberi kemudahan dalam akses informasi dan membantu dalam penjualan di ecommerce, tidak ada hambatan ataupun ancaman spesifik selain dari faktor biaya yang harus dikeluarkan tiap bulan untuk pembayaran tagihan WiFi. Dengan adanya kemudahan diharapkan dapat membantu meningkatkan promosi dalam mengenalkan produk produk yang dimiliki Batik Istiqomah.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, dapat dipahami bahwasanya akses internet pada pemanfaatan e-commerce usaha Batik Istiqomah adalah Batik Istiqomah mempunyai kesamaan dengan usaha batik lain dengan penggunaan WiFi sebagai alat bantu dalam mengakses internet lebih cepat. Penggunaan WiFi dalam usaha sangat membantu

dalam penggunaan e-commerce. Karena saat ini internet merupakan kebutuhan semua orang terutama dalam dunia usaha jadi sebagai pengusaha sudah seharusnya membutuhkan internet yang lebih cepat agar dapat menjangkau lebih luas pasar yang ada.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis Yolanda Gilang Arya Pradipta (2018) dengan judul penelitian *“Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi Umkm Harmoni Di Desa Kembangan Baki Sukoharjo”*. Dengan kesamaan meneliti UMKM yang merintis penggunaan e-commerce. Dengan kesimpulan bahwa UMKM Harmoni sudah menggunakan internet sebagai media promosi dan juga sudah memanfaatkannya dengan cara memposting produknya melalui akun media sosial seperti instagram dan facebook, media sosial tersebut dipilih karena lebih banyak dipakai oleh orang-orang untuk mencari informasi yang mereka butuhkan, sedangkan untuk aplikasi chatting online pemilik UMKM Harmoni lebih memilih mengunggah status di aplikasi whatsapp dengan tujuan agar teman-teman di kontak smartphone bisa mengetahui tentang produk UMKM Harmoni.

4.3.1.2 Analisis Kemudahan Akses Informasi Pada Pemanfaatan E-Commerce Usaha Batik Istiqomah

Dari wawancara yang peneliti lakukan dapat dipahami bahwasanya kemudahan informasi dapat menciptakan strategi dan ide baru dalam upaya meningkatkan promosi dalam pemasaran di ecommerce. Hambatan yang harus dilalui diantaranya keterbatasan waktu dan pengelolaan kesibukan dari pengusaha Batik Istiqomah. Diharapkan dengan mengetahui kelebihan dan kekurangan dari kemudahan informasi yang dapat menjadi titik awal dalam peningkatan kualitas dalam bersaing dengan pengusaha sejenis.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis Emmelia Nadira Satiti (2013) dengan judul penelitian *“Pengaruh Media Sosial Dan Teknologi Sebagai Strategi Pemasaran Yang Efektif Dalam Menarik Minat Wisatawan Pantai Nglambor Gunung Kidul”*. Persamaanya penggunaan media sosial sebagai strategi baru dalam pemasaran. Dengan kesimpulan Media sosial berpengaruh sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat wisatawan dan Teknologi mendukung pemasaran yang efektif untuk menarik minat wisatawan. Perbedaanya terdapat pada jenis usaha yang diteliti. Dimana Emmelia Nadira Satiti meneliti usaha jasa sedangkan peneliti meneliti usaha barang.

4.3.1.3 Analisis Kemampuan Sumber Daya Manusia Pada Pemanfaatan E-Commerce Usaha Batik Istiqomah

Dari hasil wawancara yang dilakukan mengenai kemampuan sumber daya manusia pada usaha Batik Istiqomah. Dari kurangnya SDM yang dimiliki Batik Istiqomah tapi masih berusaha mampu bersaing dengan pengusaha batik sejenis. Dari kurangnya SDM pula Batik Istiqomah sedikit kesulitan dalam memenuhi produksi secara besar besaran karena keterbatasan tenaga dalam mengelola menjadikan pekerjaan memakan waktu lebih lama, namun hal tersebut dapat menjadi salah satu peluang bagi Batik Istiqomah dalam memberdayakan warga sekitar dengan memberikan peluang kerja menembok batik pada warga sekitar. Dengan adanya pesanan banyak Batik Istiqomah dapat berusaha mengoptimalkan SDM guna memenuhi permintaan pasar karena produk yang dijual di ecommerce harusnya diproduksi secara masif. Pelatihan juga perlu dilakukan agar SDM yang ada memiliki pengetahuan dan mampu bersaing lebih dengan pembatik pembatik lain.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Alloysius Vendhi Prasmoro dan Iskandar Zulkarnaen (2023). Dengan judul penelitian “*Peningkatan Sumber Daya Manusia Yang Kreatif Dan Inovatif Dalam Berwirausaha*“. Dengan kesimpulan Pengembangan sumber daya manusia memiliki tujuan untuk memperbaiki unjuk kerja (performance) pegawai, mengembangkan kecakapan dan keterampilannya sesuai dengan tuntutan pekerjaan dan meningkatkan karier atau promosi sehingga dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan bidang usaha. Dengan persamaan pembahasan pengoptimalan SDM dalam usaha untuk berfikir inovatif dan kreatif agar memiliki kemampuan bersaing.

4.3.1.4 Analisis Tanggungjawab Pada Pemanfaatan E-Commerce Usaha Batik Istiqomah

Dari hasil wawancara yang dilakukan mengenai tanggungjawab pada penerapan ecommerce didapati bahwa Batik Istiqomah mampu bertanggungjawab dalam berfikir rasional dalam berbisnis. Dari rasa tanggungjawab didasari oleh keinginan berkembang dari pemilik Batik Istiqomah baik dari dalam diri maupun usahanya.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Abdul Halim (2023). Dengan judul “*Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce*“. Dengan kesimpulan Tanggung jawab hukum penyedia platform e-commerce dalam melindungi transaksi jual beli melalui platform e-commerce yaitu pelaku usaha dalam hal ini yaitu pihak penyedia aplikasi jual beli online bertanggung jawab atas kerugian yang di derita oleh merchant yang dalam hal ini merchant merupakan konsumen dari platform e-

commerce tersebut karena kelalaiannya dalam melaksanakan pelayanan jual beli secara online yang dimana dalam hal ini melanggar hak konsumen. Dengan kesamaan membahas mengenai tanggungjawab dalam penerapan ecommerce.

4.3.2 Analisis Inovasi Pada Usaha Batik Istiqomah

4.3.2.1 Analisis Be Action Oriented Pada Inovasi Pemasaran Usaha Batik Istiqomah

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada para informan mengenai be action oriented pada Batik Istiqomah dapat dipahami bahwa keturutandilannya pemilik sudah aktif dalam mengelola usaha batiknya. Dan juga turut aktif dalam melakukan inovasi. Walaupun dalam penerapannya terdapat hambatan diantaranya keterbatasan umur karena kurang mampunya dalam mengelola handphone. Dan dari permasalahan tersebut muncul hambatan lain yaitu kurang konsistensi dalam mengelola pemasaran via ecommerce yang dilakukan Batik Istiqomah. Didapati saran pula dari informan lain yaitu dengan menambah inovasi yang dapat bersaing dengan usaha sejenis.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Suhar Anggraini, Sungkono dan Maman Mulya Karnama. Dengan judul *“Peran Pemilik Usaha Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Karyawan Untuk Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Ayam Geprek Sriwedari)”*. Dengan kesimpulan adanya peran pemilik usaha dalam upaya meningkatkan kinerja karyawan untuk keberhasilan usaha Ayam Geprek Sriwedari. Dapat disimpulkan bahwa kurangnya ketegasan pemilik usaha dalam mengatur jam kerja untuk bawahannya dan mudahnya karyawan untuk tidak masuk kerja. Seorang pemilik usahaharus memiliki kebijakan yang tegas dalam menggerakkan timnya agar bisa meningkatkan performa karyawan

dan berdampak positif pada kesuksesan usahanya. Ada banyak tantangan yang dihadapi pemilik usaha terkait kinerja, seperti sulitnya mengatur jam kerja dan kurangnya komunikasi yang efektif karena setiap karyawan memiliki karakteristik unik mereka sendiri. Karena itu, penting pemilik usaha untuk membangun hubungan dekat dengan para karyawan guna mencari solusi atas kendala-kendala tersebut demi meningkatkan produktivitas mereka serta meraih kesuksesan dalam bisnis Ayam Geprek Sriwedari. Dengan kesamaan pembahasan peran/keturutandilan pemilik dalam mengelola dan mengawasi usaha dari segala macam aspek sebagai bentuk keseriusan dan tanggungjawab dalam meningkatkan performa usahanya.

4.3.2.2 Analisis Kemudahan Produk Pada Inovasi Pemasaran Usaha Batik Istiqomah

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada para informan mengenai kemudahan produk pada inovasi pemasaran usaha Batik Istiqomah. Batik Istiqomah memiliki keunggulan produk pada warna, motif dan bahan yang halus. Namun seiring perkembangan zaman Batik Istiqomah kesulitan dalam memenuhi permintaan pasar. Oleh karena itu perlu mencoba ide ide baru dalam produksi dan meningkatkan upaya dalam produksi. Walaupun terdapat keterbatasan biaya dalam mengelola usaha namun Batik Istiqomah terus mengupayakan yang terbaik dalam memberikan kualitas yang terbaik pula. Didapati saran pula dari salah satu informan yaitu dengan menambah inovasi produk yang dimiliki dengan memanfaatkan bahan bahan yang ada guna menciptakan produk baru.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Christophera R. Lucius (2018) dengan judul *“Kajian Komposisi Warna Batik Pekalongan Studi Kasus Batik Produksi*

“Batik Ozzy”. Dengan kesimpulan Batik dari Pekalongan termasuk dalam kelompok Batik Pesisir yang kaya dengan ragam hias dan komposisi warna yang beraneka ragam. Penentuan warna-warna yang menyusun komposisi warna Batik Pekalongan yang diproduksi oleh sentra batik *“Batik Ozzy”* melalui proses yang rumit dan sangat menarik untuk dipelajari. Dalam penelitian ini warna-warna yang dikaji diambil dari warna ragam hias batik yang diproduksi oleh sentra batik *“Batik Ozzy”* dan dikelompokkan ke dalam tiga kelompok warna yang paling sering muncul dengan sebutan warna primer ragam hias, warna sekunder ragam hias dan warna tersier ragam hias. Persamaannya bahwa batik merupakan kumpulan dari aneka ragam dari persatuan warna. Untuk penentuan warna-warna ini disusun melalui komposisi warna yang cocok di pakai di batik.

4.3.2.3 Analisis Langkah Kecil Yang Dilakukan Pada Inovasi Pemasaran Usaha Batik Istiqomah

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada para informan mengenai langkah kecil yang dilakukan pemilik Batik Istiqomah didapati hasil dengan adanya inovasi baru yaitu dengan mencoba menjual produk di e-commerce. Didapati juga hambatan kurangnya konsistensi dalam pengelolaan gadget karena keterbatasan umur dan kesibukan lain yang dimiliki oleh pelaku usaha. Namun karena kesibukan yang dimiliki dapat memberikan peluang bagi masyarakat sekitar dalam membantu menyelesaikan proses pembatikan.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Daffa' Pambudi Wibowo (2021) dengan judul peneliitian *“Pemberdayaan Pelaku Umkm Di Kelurahan Winongo Oleh Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Koperasi Dan Usaha Mikro Kota Madiun Provinsi Jawa Timur.”* menyimpulkan bahwa

pemberdayaan UMKM khususnya di kelurahan Winongo oleh Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Koperasi dan Usaha Mikro Kota Madiun telah berjalan dengan baik, akan tetapi ada beberapa hal yang dapat dikategorikan sebagai kendala dalam proses pemberdayaan pelaku UMKM tersebut, hal ini dapat dilihat dari pelaksanaan program dana kelurahan tersebut yang penulis bagi dalam 4 (empat) bina yaitu Bina manusia melalui pelatihan yang diberikan di Kelurahan Winongo untuk meningkatkan keterampilan pelaku UMKM; Bina usaha melalui pengembangan karier, pengembangan jejaring dan kemitraan serta pengembangan sarana dan prasarana pendukung; Bina lingkungan melalui pemberian gerobak sampah dan bak sampah juga untuk kebersihan lingkungan dan peran aktif dari masyarakat yang dilibatkan di setiap kegiatan; Bina kelembagaan dengan melibatkan lembaga masyarakat dalam strategi pemberdayaan pelaku UMKM. Adapun hambatan yang ditemui adalah kurangnya persiapan dalam pelaksanaan, kurangnya dana, dan kurangnya pemahaman masyarakat. Dengan persamaan pembahasan mengenai pemberdayaan warga sekitar pada pelaku UMKM.

4.3.2.4 Analisis Ambisi Yang Dimiliki Inovator Pada Usaha Batik Istiqomah

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada para informan mengenai ambisi yang dimiliki Batik Istiqomah didapati hasil bahwa ambisi yang dimiliki oleh pemilik Batik Istiqomah didasari oleh keinginan dalam mengembangkan dan mempertahankan bisnis yang ada agar dapat terus menghasilkan produk batik yang berkualitas maupun berupaya terus untuk mendapatkan keuntungan. Berbagai ide baru dicoba guna memenuhi keinginan permintaan pasar dengan menciptakan motif maupun warna yang memiliki daya saing dalam penjualan.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh P Eko Prasetyo (2020) dengan judul penelitian *“Sikap, Aspirasi dan Kemampuan Wirausaha: Dimensi Utama Kinerja Kewirausahaan”*. Dengan kesimpulan Secara akademik semakin meyakinkan bahwa; semakin besar aspirasi dan “mimpi besarnya” maka semakin siap dalam memilih sikap untuk menerima resiko yang ada dan mampu mengelolanya dengan baik, sehingga semakin baik memiliki kapasitas kemampuan meyerap perkembangan teknologi yang ada, dan selanjutnya menjadi semakin mudah untuk dapat mencapai kesuksesan kinerja kewirausahaan di era revolusi industri saat ini dan ke depan secara berkelanjutan. Dengan persamaan pembahasan mengenai sikap berwirausaha dalam mengupayakan keberlanjutan bisnis agar terus berproduksi dalam usaha.

4.3.2.5 Analisis Try/Test/Revise Yang Dilakukan Inovator Pada Usaha Batik Istiqomah

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada para informan mengenai try/test/revise yang dilakukan oleh Batik Istiqomah didapati hasil bahwa adanya peluang yang muncul dari adanya try/test/revise yaitu inovasi produk, inovasi pemasaran walaupun ada keterbatasan waktu dan biaya dalam penciptaan produknya.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Hironimus Leong, Berta Berti Retnawati dan Bernadeta Irmawati dengan judul penelitian *“Inovasi Pemasaran Digital Bagi UMKM di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru: Kajian Deskriptif UMKM Kerajinan Bahan Baku Alam Wilayah Magelang”*. Dengan kesimpulan Tidak mudah untuk menyelesaikan permasalahan UMKM dalam hal inovasi

pemasaran digital. Dibutuhkan usaha yang terintegrasi, sinergi dan juga usaha kolektif. Dengan adanya inovasi pemasaran yang dilakukan secara digital, diharapkan mampu mendorong sektor UMKM menjadi lebih baik. Dengan persamaan penelitian yaitu pembahasan inovasi pemasaran sebagai bentuk dari usaha dalam menjaga bisnis agar dapat terus beroperasi dalam menghasilkan sebuah produk.

4.3.3 Analisis SWOT Terhadap Pemanfaatan E-commerce Pada Batik Istiqomah

4.3.3.1 Analisis SWOT Terhadap Kekuatan Pada Pemanfaatan E-commerce di Batik Istiqomah

Strength (Kekuatan) merupakan kondisi internal positif yang memberikan keuntungan kompetitif dalam menghadapi persaingan (Suriono,2021). Kekuatan juga merupakan keunggulan dari lembar, baik dari segi sumber daya yang dimiliki maupun upaya yang telah dilakukan, yang lebih baik dari pesaing.

Faktor kekuatan ini menjelaskan keunggulan yang ada pada batik Istiqomah dari setiap indikator yang ada yang akan menjadi kunci perbedaan pelaku bisnis batik istiqomah dengan pembatik lainnya. Kekuatan juga merupakan kapabilitas yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Kekuatan juga suatu sumber daya yang membuat perusahaan menjadi lebih unggul dibandingkan dengan para pesaing-pesaingnya (Sulistiani, 2014).

Adapun kekuatan pada penerapan ecommerce yang ada pada Batik Istiqomah yaitu dari pengcodingan yang telah dilakukan peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai kekuatan pemanfaatan e-commerece pada usaha Batik Istiqomah, yaitu :

1. Keberadaan WiFi. Dengan adanya WiFi pada usaha sangat membantu lebih dalam menjelajahi internet terutama e-commerce.
2. Kemudahan akses. Dari adanya WiFi sebagai alat bantu menambah kecepatan dalam berinternet. Dengan begitu informasi bisa dapat diakses lebih cepat dan dapat mengefisiensi waktu untuk mencari ide ide baru yang ada pada internet.
3. Mampu bersaing. Kemampuan bersaing yang ada pada Batik Istiqomah dibuktikan dengan keaktifannya sampai sekarang dalam memproduksi batik.
4. Mampu bertanggungjawab. Kemampuan bertanggung jawab dari usaha Batik Istiqomah dapat dilihat dari keinginan untuk mempertahankan batik sebrang, dan juga konsistensi berbisnis dengan baik.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti mendapati temuan bahwa analisis SWOT terhadap kekuatan pada pemanfaatan ecommerce pada Batik Istiqomah adalah kemudahan akses dikarenakan keberadaan WiFi sebagai percepatan koneksi internet, kemampuan bersaing dalam mencoba menggunakan ecommerce dan tanggungjawab dalam menjalankan usaha dengan baik.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis Alwendi (2020) dengan judul penelitian *“Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha”* dengan kesamaan temuan penerapan ecommerce pada usaha dalam upaya meningkatkan daya saing dalam usaha.

4.3.3.2 Analisis SWOT Terhadap Kelemahan Pada Pemanfaatan E-commerce di Batik Istiqomah

Kelemahan (Weakness) merupakan kondisi internal negatif yang dapat merendahkan penilaian terhadap suatu lembaga. Dengan kata lain kelemahan adalah kekurangan yang dimiliki oleh suatu lembaga, sehingga lembaga tersebut harus tau bagaimana menentukan kebijakan untuk meminimalisir kelemahan agar menjadi kelebihan dan tidak menjadi penghalang untuk kedepannya (Suriono,2021).

Kelemahan ini adalah bentuk keterbatasan suatu lembaga dalam mengelola kebijakan suatu lembaga. Menurut Rinto Alexandro, dkk (2020) kelemahan yang dimiliki suatu perusahaan ini dapat menghambat kemajuan usaha dalam berbagai aspek. Kelemahan ini juga merupakan faktor yang tidak berhasil dikelola sehingga memberikan dampak yang negatif. Akan tetapi jika organisasi bisa mengubah kelemahan menjadi kelebihan yang tidak dimiliki para pesaingnya, maka hal tersebut dapat menjadi kekuatan tersendiri bagi organisasi tersebut.

Adapun kelemahan yang muncul dari adanya pemanfaatan ecommerce pada Batik Istiqomah yang ditemukan diantaranya :

1. Keterbatasan waktu. Dalam proses pembuatan batik memerlukan waktu yang cukup lama menjadikan kurangnya optimal dalam mengelola e-commerce
2. Kesibukan lain. Alasan lain dari kurangnya optimal dalam mengelola e-commerce dikarenakan banyaknya kegiatan diluar dari proses pembuatan batik.

3. Kurang SDM. Kurangnya sumber daya manusia menjadi salah satu penyebab sulitnya pengoptimalisasian e-commerce. Karena yang bekerja hanya pemilik usaha dan istrinya yang aktif dalam pembuatan batik.
4. Dibutuhkannya pelatihan. Sebagai pengusaha sudah seharusnya perlu meningkatkan kemampuan dalam mengelola e-commerce serta belajar menghadapi segala macam hambatan hambatannya.
5. Optimalisasi kinerja. Dalam mengelola usaha perlu memfokuskan kinerja agar usaha bisa mendapatkan hasil yang maksimal.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti mendapati temuan bahwa analisis SWOT terhadap kelemahan pada pemanfaatan ecommerce pada Batik Istiqomah adalah keterbatasan waktu dalam mengelola usaha secara penuh, kesibukan lain diluar usaha, kurangnya sumber daya manusia, dibutuhkannya pelatihan terhadap sumber daya yang ada dan optimalisasi kinerja agar usaha dapat berjalan secara efisien dan efektif.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Mutiara Nurani (2019) dengan judul *“analisis faktor-faktor penghambat pengembangan usaha mikro kecil dan menengah dalam perspektif ekonomi islam”* persamaan temuan yang ada yaitu sama sama membahas hambatan atau kelemahan dari kurangnya pembagian tugas terstruktur dalam usaha usaha karena kesibukan diluar usaha.

4.3.3.3 Analisis SWOT Terhadap Peluang Pada Pemanfaatan E-commerce di Batik Istiqomah

Peluang (*Opportunities*) merupakan faktor yang ada diluar kendali manajemen tapi kemunculannya akan memberikan suatu peluang atau kesempatan

yang dapat membuat kesuksesan bagi organisasi, apabila organisasi tersebut mempunyai kekuatan yang cukup untuk beradaptasi (Fajar,2019). Peluang merupakan kondisi internal yang dapat memberikan peluang-peluang kemajuan bagi suatu lembaga (Suriono, 2021).

Adapun peluang yang muncul dari diadakanya pemanfaatan ecommerce pada Batik Istiqomah diantaranya yaitu :

1. Kemudahan akses. kemudahan akses informasi yang didapat dengan adanya WiFi dapat membantu batik istiqomah dalam menciptakan inovasi baru dalam pemasaran maupun produk yang dijual. Dan juga membantu dalam mengeksplorasi dalam upload upload ke media sosial lebih stabil dan cepat.
2. Menjual di e-commerce. Inovasi pemasaran yang dihasilkan adalah dengan menjual produk produk dari Batik Istiqomah ke e-commerce sebagai usaha dalam mendapatkan konsumen konsumen baru dan memperluas pasar.
3. Mencari ide baru. Dengan adanya kemudahan akses internet yang tersedia dapat menjadikan pintu bagi ide ide baru yang didapat dari internet yang luas.
4. Pemberdayaan warga sekitar. adanya kekurangan SDM ketika ada pesanan yang banyak menjadikan Batik Istiqomah mangajak turut andil orang orang disekitar rumah usaha dalam membantu proses pematikan.
5. Keinginan berkembang. Setiap usaha yang didirikan pasti ada harapan untuk berkembang besar dan menghasilkan keuntungan sebesar besarnya. Dibuktikan dengan adanya usaha terus dalam menciptakan

inovasi inovasi dalam usaha Batik Istiqomah ini. Dan ditunjukkan pula dengan usaha dalam pemenuhan keinginan konsumen.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti mendapati temuan bahwa analisis SWOT terhadap peluang pada pemanfaatan ecommerce pada Batik Istiqomah adalah kemudahan akses internet, melakukan penjualan secara online pada ecommerce, ide baru dalam usaha, pemberdayaan warga sekitar, dan juga keinginan dalam mengembangkan usaha.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Harisno & Pujadi (2009) dengan judul penelitian *“E-Business Dan E-Commerce Sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan”* kesamaan temuan yaitu menjadikan ecommerce sebagai ide baru dalam usaha sebagai bentuk keinginan dalam bersaing pada usaha yang dijalankan.

4.3.3.4 Analisis SWOT Terhadap Ancaman Pada Pemanfaatan E-commerce di Batik Istiqomah

Ancaman (Threats) adalah faktor-faktor yang berada di luar manajemen, tetapi bila muncul akan mengancam hidup organisasi tersebut (Fajar,2019). Ancaman merupakan penghalang utama bagi organisasi dalam mencapai posisi saat ini atau posisi yang diinginkan. Adapun ancaman yang ditemukan pada pemanfaatan ecommerce di batik Istiqomah yaitu :

1. Keterbatasan biaya. Modal menjadi salah satu permasalahan dalam melakukan usaha. Pada Batik Istiqomah keterbatasan biaya ini menghambat pada usaha dalam mencoba sesuatu baru kemudian jika terjadi kegagalan maka menyebabkan kerugian.

2. Kurangnya SDM. Hampir semua kegiatan proses pengerjakan batik ini dilakukan oleh Informan F maka jika ada pesanan dalam jumlah besar Batik Istiqomah mengalami sedikit kewalahan dan juga memerlukan sedikit tambahan waktu dalam memenuhi permintaan konsumen.
3. Kesibukan lain. Kesibukan lain ini menghambat pengerjakan pembuatan batik apalagi jika keperluan itu mendadak menjadikan pesanan bisa jadi selesai tidak tepat waktu.
4. Kesiapan menghadapi masalah. Namun dengan adanya hambatan hambatan diatas Batik Istiqomah selalu berusaha dalam memenuhi permintaan konsumen sebagai bentuk tanggung jawab sebagai pengusaha.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti mendapati temuan bahwa analisis SWOT terhadap ancaman pada pemanfaatan ecommerce pada Batik Istiqomah adalah keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia dan kesibukan lain.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis Adeliyani dkk (2023) dengan judul *“Analisis Inovasi Dan Kualitas Produk Pada Usaha Batik Di Kota Jambi”*. Persamaanya adalah kurangnya sumber daya manusia dan keterbatasan modal dalam membuat suatu inovasi baru. Dalam membuat suatu inovasi baru harus mempunyai modal yang cukup besar dan sumber daya manusia yang harus ada dalam memproduksi suatu produk.

4.3.3.5 Analisis SWOT dengan Strategi SO (Strenght-Opportunity) Terhadap Pemanfaatan E-commerce di Batik Istiqomah

Strategi SO merupakan strategi yang ditetapkan berdasarkan jalan pikiran organisasi yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Nizak, 2013)). Strategi ini dilakukan untuk memanfaatkan kekuatan perusahaan guna menangkap peluang yang dimiliki organisasi (Alexandro, 2020). Strategi SO terhadap pemanfaatan ecommerce yaitu :

1. Dengan adanya kecepatan internet dan kemudahan akses diperlukannya keberanian dalam mengeksplorasi ide ide baru yang ada pada internet.
2. Meningkatkan dan mengembangkan penjualan di e-commerce agar dapat bersaing dengan usaha batik lain.
3. Terus berkontribusi pada pemberdayaan warga sekitar dengan penuh tanggungjawab.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Moch Novan Zamaludin Sholeh dan Deddy Suhardi (2023) dengan judul *“Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Desa Gempol Kecamatan Pusakanagara Kabupaten Subang”* memiliki kesamaan temuan yaitu dilakukannya pemanfaatan ecommerce sebagai bentuk upaya cipta daya saing dalam melakukan usaha.

4.3.3.6 Analisis SWOT dengan Strategi WO (Weakness-Opportunity) Terhadap Pemanfaatan E-commerce Batik Istiqomah

Strategi WO adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada (Istiqomah,

dkk, 2018). Strategi ini diterapkan pada saat adanya peluang yang dimiliki perusahaan guna mengatasi ancaman usaha (Alexandro,2020). Strategi WO terhadap pemanfaatan e-commerce yaitu :

1. Kemudahan akses internet dengan menjadwalkan dengan konsisten dalam mengelola e-commerce.
2. Memaksimalkan dan memprioritaskan pemanfaatan e-commerce dengan terus menjual produk di e-commerce.
3. Berkolaborasi dengan usaha batik lainnya dalam memenuhi kebutuhan SDM dan juga memberikan pelatihan kepada SDM yang ada agar dapat memunculkan ide dalam pemasaran maupun produk baru.
4. Mengoptimalkan kinerja yang ada didalam usaha agar usaha dapat terus berkembang.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Sam'un Jaja Raharja (2019) dengan judul penelitian *“Kolaborasi Sebagai Strategi Bisnis Masa Depan”* ditemukannya kesamaan kolaborasi sebagai bentuk strategi bisnis dalam mengupayakan keberlanjutan bisnis.

4.3.3.7 Analisis SWOT dengan Strategi ST (Strenght-Threath) Terhadap Pemanfaatan E-commerce Batik Istiqomah

Strategi ST adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi ancaman (Fajar, 2016). Strategi ini diterapkan dimana kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman yang mungkin dapat dihadapi batik istiqomah. Strategi ST terhadap pemanfaatan e-commerce yaitu :

1. Mencari investor dalam pemenuhan modal untuk membayar WiFi dapat kemudahan kecepatan akses internet, dan pemenuhan SDM.
2. Mengoptimalkan kinerja dan fokus dalam menjalankan e-commerce dengan penuh tanggung jawab agar dapat bersaing dan dapat mengembangkan usaha lebih baik lagi dan mempersiapkan strategi dalam menghadapi masalah yang akan muncul.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Sopa Martina (2013) dengan judul *“Strategi Inovasi Produk Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Minat Berkunjung Wisatawan Ke Grama Tirta Jatiluhur Purwakarta”*. Persamaannya adalah untuk memperbaiki pertumbuhan penjualan diperlukan investasi dari pihak lain.

4.3.3.8 Analisis SWOT dengan Strategi WT (Weakness-Threath) Terhadap Pemanfaatan E-commerce Batik Istiqomah

Strategi WT adalah strategi yang ditetapkan berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Fajar, 2016). Strategi ini diterapkan saat perusahaan harus mampu mengatasi kelemahan yang dimiliki perusahaan agar terhindar dari ancaman usaha yang akan dihadapi (Alexandro, 2020). Strategi WT pada pemanfaatan ecommerce yaitu :

1. Perlunya melakukan manajemen waktu dan keuangan agar mampu bertahan menghadapi permasalahan waktu dan biaya.
2. Mengajak warga sekitar bekerja sama dalam melakukan usaha dan mencari informasi mengenai pelatihan pelatihan yang mendorong kemajuan dan perkembangan pada usaha batik secara optimal.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis oleh Antonius Atosökhi Gea (2014) dengan judul *“Time Management: Menggunakan Waktu Secara Efektif Dan Efisien”* sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh peneliti dimana pentingnya manajemen waktu dalam usaha sebagai bentuk konsistensi dan tanggungjawab dalam menjalankan usaha.

4.3.4 Analisis SWOT Terhadap Penerapan Inovasi Pada Batik Istiqomah

4.3.4.1 Analisis SWOT Terhadap Kekuatan Pada Penerapan Inovasi di Batik Istiqomah

Strengths (kekuatan), adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

Adapun kekuatan dari adanya inovasi yang ada pada Batik Istiqomah yaitu dari pengcodingan yang telah dilakukan peneliti melihat bahwa informan memberikan pandangan mengenai kekuatan inovasi pada usaha Batik Istiqomah, yaitu :

1. Turut andil. Hampir semua kegiatan dalam proses pembuatan batik dilakukan oleh Informan N dan F selaku pemilik sebagai bentuk keturut andilan dalam melakukan inovasi yang ada pada Batik Istiqomah. Dengan begitu muncul beberapa kelebihan kelebihan dari diciptakan inovasi tersebut.

2. Warna. Ciri khas pada warna yang bagus untuk kain batik. Batik istiqomah juga dikenal melalui pewarnaan yang bagus pada batiknya. Seperti penggunaan warna merah yang menjadi daya tarik konsumen.
3. Bahan halus. Bahan yang digunakan seperti kain katun yang baik untuk pembatikan, dan tetap menggunakan bahan dengan harga terjangkau oleh konsumen.
4. Motif. Motif khas batik istiqomah batanghari dan angso duo. Pada motif ini juga menjadi ciri khas batik Jambi. Tidak hanya itu, tentunya terdapat motif lain yang diciptakan oleh batik istiqomah.
5. Menjual di e-commerce. Pada saat ini menjual produk yang dimiliki ke e-commerce merupakan salah satu bentuk usaha dalam menginovasikan pemasaran pada sebuah kegiatan usaha. Dan dalam hal ini Batik Istiqomah sedang mengupayakan inovasi pemasaran ini.
6. Mengembangkan bisnis. Dengan melakukan inovasi produk dan pemasaran Batik Istiqomah memiliki keinginan dalam mengembangkan bisnisnya agar dapat terus bertahan mengikuti perkembangan jaman yang ada.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti mendapati temuan bahwa analisis SWOT terhadap kekuatan pada inovasi yang ada pada Batik Istiqomah adalah turut andil dalam menjalankan usaha, warna, bahan yang halus, motif, menjual di ecommerce dan mengembangkan bisnis.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang ditulis Asrifah, dkk (2023) dengan judul

“Pengembangan Pemasaran Batik Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Di UMKM Batik Art And Gallery Lochtara”. Persamaannya bahwa terdapat batik yang memiliki kualitas dan motif yang menjadi ciri khas mendominasi dalam batik tertentu. Disampaikan juga bahwa dengan adanya ciri khas pada batik ini akan menjadi suatu perbedaan dan masyarakat mengetahui bahwa batik itu mempunyai ciri khas tersendiri.

4.3.4.2 Analisis SWOT Terhadap Kelemahan Pada Penerapan Inovasi di Batik Istiqomah

Weakness (kelemahan), adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

Adapun kelemahan yang muncul dari adanya inovasi pada Batik Istiqomah yang ditemukan diantaranya :

1. Pengelolaan HP. Dalam mengelola e-commerce diperlukan waktu dan ketelatenan. Namun dikarenakan keterbatasan umur mengakibatkan kurang optimalnya dalam memahami seluk beluk mengenai e-commerce itu sendiri. Dan alasan lain yaitu dikarenakan kesibukan lain yang dianggap lebih penting yang didahulukan.
2. Kesulitan pemenuhan keinginan pasar. Keinginan pelanggan mengenai busana sangatlah beragam. Dalam hal ini kadang permintaan pelanggan tidak sesuai dengan Batik Istiqomah. Baik dalam segi warna motif maupun harga.

3. Kurang konsisten. Kurangnya konsistensi dalam mengelola e-commerce menyebabkan kurang optimalnya pemanfaatan e-commerce itu sendiri.
4. Keterbatasan biaya. Dikarenakan ketika mencoba ide ide baru diperlukan biaya maka ada pertimbangan dengan kebutuhan lain.
5. Peningkatan kualitas. Perlu diadakannya peningkatan kualitas dari Batik mengingat bahwa pesaing memiliki kelebihanannya masing masing.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti mendapati temuan bahwa analisis SWOT terhadap kelemahan pada inovasi yang ada pada Batik Istiqomah adalah pengelolaan perangkat seluler, kesulitan pemenuhan keinginan pasar, kurang konsistensi., keterbatasan biaya dan peningkatan kualitas.

.Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu ditulis Mutiara Nurani (2019) dengan judul penelitian *“Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi pada sentra umkm keripik pisang jalan za. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)”* dengan kesamaan temuan hambatan atau kelemahan pada usaha yang muncul akibat kesulitan dalam memenuhi keinginan pasar.

4.3.4.3 Analisis SWOT Terhadap Peluang Pada Penerapan Inovasi di Batik Istiqomah

Opportunities (peluang), adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecendrungan–kecendrungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

Adapun peluang yang muncul dari diadakanya inovasi pada Batik Istiqomah diantaranya yaitu :

1. Strategi baru. Dengan adanya strategi baru mengenai inovasi produk dan pemasaran maka diharapkan adanya peluang yang memunculkan keuntungan.
2. Mencoba ide baru. Perlunya mengeksplorasi dari ide ide yang ada dapat memunculkan peluang bersaing yang baik.
3. Munculnya produk baru. Dengan adanya produk baru yang tercipta maka diharapkan dapat memaksimalkan hasil dari inovasi inovasi yang telah dilakukan diawal.
4. Usaha dalam pemenuhan permintaan pasar. Dengan beragamnya permintaan pasar sudah seharusnya bagi Batik Istiqomah untuk berusaha dalam memahami pasar dan berusaha memenuhi permintaan pasar yang ada. Agar tidak ditinggalkan oleh para konsumen.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti mendapati temuan bahwa analisis SWOT terhadap peluang pada inovasi yang ada pada Batik Istiqomah adalah startegi baru., mencoba ide ide baru dalam usaha, munculnya produk baru dan usaha dalam memenuhi keinginan pasar.

.Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu ditulis Reiga Mawardi dkk (2021) dengan judul *“Inovasi Pemasaran Produk UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing”* dengan kesamaan pembahasan mengenai inovasi pemasaran sebagai strategi baru dalam meningkatkan daya saing dalam usaha.

4.3.4.4 Analisis SWOT Terhadap Ancaman Pada Penerapan Inovasi di Batik Istiqomah

Threats (ancaman), adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Adapun ancaman yang ditemukan oleh peneliti dengan adanya inovasi yang dilakukan oleh Batik Istiqomah yaitu :

1. Keterbatasan waktu. Keterbatasan waktu ini mengakibatkan kurang optimalnya pengelolaan e-commerce pada batik istiqomah.
2. Kesulitan pemenuhan permintaan pasar. Permintaan pelanggan yang beragam sangat sulit diikuti apalagi trend busana kian beragam. Mengingat batik merupakan busana formal jadi diperlukan keahlian khusus dalam menciptakan sebuah produk.
3. Harga murah. Permintaan harga murah merupakan permasalahan dalam berbisnis. Pelanggan yang tidak mau tau mengenai kualitas produk yang diberikan itu memerlukan biaya sedikit lebih mahal, kualitas tersebut yang dipertahankan oleh Batik Istiqomah.
4. Motif. Motif batik ini memerlukan waktu dalam mendesain dan juga menempaknya. Jadi memerlukan waktu dan biaya tambahan dalam mendapatkan motif baru.
5. Kerugian. Kerugian yang dimaksudkan dalam permasalahan ini ada kerugian waktu dan biaya dalam mencoba ide ide baru. Karena jika produk tersebut gagal maka produk tersebut tidak dapat dipasarkan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara serta olah data menggunakan aplikasi NVivo, peneliti mendapati temuan bahwa analisis SWOT terhadap ancaman pada inovasi yang ada pada Batik Istiqomah adalah keterbatasan waktu, kesulitan pemenuhan keinginan pasar, harga yang dianggap mahal, motif, dan kerugian.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu ditulis oleh Adeliyani dkk (2023) dengan judul “*Analisis Inovasi Dan Kualitas Produk Pada Usaha Batik Di Kota Jambi*”. Persamaannya adalah meningkatkan produksi dengan meningkatkan produk berkualitas tinggi dengan menyesuaikan motif, warna, desain inovasi model produk dengan mengikuti trend pada masa sekarang.

4.3.4.5 Analisis SWOT dengan Strategi SO (Strenght-Opportunity) Terhadap Penerapan Inovasi di Batik Istiqomah

Strategi SO merupakan strategi yang dilakukan dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Endarwita, 2021). Strategi SO terhadap penerapan inovasi yaitu :

1. Perlunya keikutsertaan pemilik dalam mencoba strategi baru agar memunculkan keunggulan produk baik dari warna, motif dan bahan agar dapat dijual di e-commerce.
2. Menciptakan produk baru yang dapat memenuhi permintaan pasar dan terus mengembangkan usaha agar dapat terus memproduksi batik.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu ditulis oleh Farah Husniar dkk (2023) dengan judul penelitian “*Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan*” dengan kesamaan temuan penelitian

strategi penciptaan produk baru dalam usaha guna peningkatan daya saing didalam berwirausaha agar usaha dapat berkembang.

4.3.4.6 Analisis SWOT dengan Strategi WO (Weakness-Opportunity) Terhadap Penerapan Inovasi Batik Istiqomah

Strategi ST merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang ada (Endarwita, 2021), strategi yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut:

1. Konsisten dalam melakukan pengelolaan e-commerce dan terus berupaya dalam memenuhi keinginan pasar dengan menciptakan ide ide baru maupun produk baru.
2. Selalu berupaya dalam mencoba strategi baru baik strategi pemasaran maupun strategi dalam mengelola permodalan agar dapat meningkatkan kualitas usaha dan produk yang diciptakan.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu ditulis oleh Sam Cay (2020) dengan judul penelitian *“Strategi Pemasaran E-commerce Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus UMKM di Kota Tangerang Selatan)”* ditemukan kesamaan pembahasan mengenai strategi pemasaran dengan melakukan penjualan online di ecommerce sebagai upaya dalam meningkatkan penjualan pada usaha yang dilakukan.

4.3.4.7 Analisis SWOT dengan Strategi ST (Strenght-Threath) Terhadap Penerapan Inovasi Batik Istiqomah

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada (Endarwita, 2021). Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain yaitu:

1. Membuat manajemen waktu dengan baik agar bisa turut andil dalam mengembangkan bisnis dengan menjual produk di e-commerce.
2. Selalu berupaya memenuhi permintaan pasar dengan mempertahankan kelebihan yang ada seperti warna, bahan dan motif yang dimiliki.
3. Efisiensi biaya dengan melakukan kerja sama dengan pembatik lain dan konsisten dalam memberikan kualitas dengan harga yang diberikan, agar konsumen merasa puas menikmati hasil produknya dan pengusaha dapat menikmati keuntungannya tanpa merasakan kerugian.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu ditulis oleh Nisa Khafifah Nurma (2023) dengan judul penelitian *“Pengaruh E-Commerce Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja UKM (Studi Kasus Ukm Sektor Makanan Dan Minuman Di Kabupaten Demak)”* ditemukan kesamaan pembahasan mengenai ecommerce dan pentingnya pengelolaan biaya dalam usaha agar tidak menghambat kinerja dalam berwirausaha.

4.3.4.8 Analisis SWOT dengan Strategi WT (Weakness-Threat) Terhadap Penerapan Inovasi Batik Istiqomah

Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman (Endarwita, 2021). Beberapa strategi yang dapat dilakukan antara lain yaitu :

1. Konsistensi dalam manajemen waktu dan keuangan dalam mengelola usaha.
2. Berdialog dengan konsumen ataupun mencari pertolongan ahli dalam menganalisis permintaan pasar.

3. Meningkatkan kualitas produk dan memberikan promo agar dapat memikat para konsumen baru namun dengan pertimbangan agar tidak merugi.

Dari hasil pembahasan, temuan peneliti memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu yaitu ditulis oleh Muhammad Sabiq Hilal Al Falih dkk dengan judul penelitian “*Pengelolaan Keuangan Dan Pengembangan Usaha Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Umkm Madu Hutan Lestari Sumbawa)*” dengan kesamaan pembahasan mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dalam usaha baik itu usaha kecil menengah maupun skala besar agar usaha dapat berkembang dan bertahan menuju keberlanjutan usaha yang baik.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari observasi yang dilakukan di Batik Istiqomah Seberang Kota Jambi mengenai pemanfaatan Ecommerce sebagai bentuk strategi inovasi dalam menjaga sustainability bussines dapat disimpulkan bahwa :

Pemanfaatan e-commerce pada Batik Istiqomah mempunyai kesamaan dengan usaha batik lain dengan adanya penggunaan WiFi sebagai alat bantu dalam mengakses internet lebih dan mudah cepat. Dan dengan adanya kemudahan informasi dapat menciptakan strategi dan ide baru dalam upaya meningkatkan promosi dalam pemasaran di ecommerce yang sedang diterapkan. Walaupun terdapat kekurangan pada sumber daya manusia Batik Istiqomah masih berusaha mampu bersaing dengan pengusaha batik sejenis dengan mampu bertanggungjawab dalam berfikir rasional dalam menjalankan usahanya. Dari rasa tanggungjawab didasari oleh keinginan mngembangkan usahanya agar tetap terus beroperasi memproduksi batik khas Seberang Kota Jambi.

Inovasi yang dilakukan oleh Batik Istiqomah merupakan salah satu dari upaya dalam menjaga keberlanjutan usaha. Dengan terus berupaya turut aktif andil dalam mengelola usahanya dan dengan begitu pula Batik Istiqomah dapat mengetahui langsung apa saja yang menjadi daya tarik konsumen dan berusaha untuk memenuhinya. Dengan tetap mempertahankan keunggulan produk yang dimilikinya seperti pada keunggulan warna, motif dan bahan yang halus. Inovasi yang dilakukan dimulai dari langkah kecil dengan menyadari perkembangan zaman yang serba online maka diperlukannya penjualan secara online di e-

commerce. Dalam penerapan inovasi yang dilakukan diperlukannya pula ambisi dari Batik Istiqomah agar berkomitmen dan konsisten dalam menjalankannya. Diperlukannya pula try/test/revise dalam usaha guna mengeksplorasi strategi baru yang dimiliki dan menciptakan produk produk baru dalam usahanya. Ambisi yang kuat dapat menjadi alasan yang kuat agar dapat berani dalam mengambil keputusan walaupun dihadapkan dengan yang mungkin dapat memicu kerugian.

5.2 Saran

Sesuai dengan pihak-pihak yang mendapat manfaat dari penelitian ini, maka diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Harus disadari bahwasanya bagi para pengusaha terutama Batik Istiqomah bahwa zaman semakin berkembang sistem jual beli saat ini sudah beralih kepada jual beli online oleh karena itu perlunya upaya dalam menjual produk yang dimiliki. Jadi sudah seharusnya sebagai pengusaha untuk berfikir terbuka untuk menginovasikan usahanya pada strategi strategi baru seperti strategi pemasaran yaitu dengan memanfaatkan ecommerce yang tersedia.
2. Diperlukannya manajemen dalam usaha agar usaha yang di jalan terstruktur dan dapat mengantisipasi kerugian yang akan terjadi. Baik manajemen waktu agar lebih usaha dapat berjalan dengan konsisten dan efektif. Dan manajemen keuangan agar dapat mengefisiensi pengeluaran agar tidak terjadinya kerugian finansial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. (2022). *Business Sustainability Concepts* (p. 7).
- Ahmad, M. Y. (2016). Pengaruh Karakteristik Inovasi Pertanian Terhadap Keputusan Adopsi Usaha Tani Sayuran Organik. *Journal of Agrosience*, 6(2), 1.
- Al-Tit, A. A. (2020). E-commerce drivers and barriers and their impact on e-customer loyalty in small and medium-sized enterprises (Smes). *Business: Theory and Practice*, 21(1), 146–157. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11612>
- Algamar, S. B. (2015). *Bahan Ajar Diklat Kepemimpinan Tingkat IV*. 111.
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan. *Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Amalia, F. R. (2020). Keberlanjutan usaha Dan Kontribusi Industri Kecil Kerajinan Sapu Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perajin Desa Kajongan Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purwalingga. *Skripsi*, 1–106.
- Ancok, D. (2017). Psikologi Kepemimpinan dan Inovasi. In *Penerbit Erlangga*. Erlangga.
- Aribawa, D. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlangsungan Umkm Di Jawa Tengah. *Siasat Bisnis*, 20(4), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s10006-013-0431-4>
- Basuki, Y., Kasmad, R., & Nasrullohaq, N. (2018). Tipologi Inovasi Sektor Publik (Inovasi Program Mobile Si-Cakep) Di Kabupaten Wajo). *Matra Pembaruan: Jurnal Inovasi Kebijakan*, 2(3), 207–216.
- Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160–170. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.132>
- Creswell, J. W. (2014). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Cyasmoro, V., & Talumantak, R. (2021). Inovasi Pemasaran dan Inovasi Kemasan Produk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Makanan dan Minuman di Pasar Lama Kota Tangerang. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10565–10557. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2666>
- Daga, R., Maddatuang, B., & Wahyuni, R. (2019). Faktor Penghambat Penggunaan E- Commerce pada Usaha Mikro Kecil di Kota Makassar. *Journal of Management*, 3(3), 115–127. <https://doi.org/10.37531/yum.v11.75>
- Dauda, P., Paris, P. P., Megawaty, M., Hendriadi, H., & Kausar, A. (2023). Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Kabupaten Gowa. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 6(1), 105.

<https://doi.org/10.35914/jemma.v6i1.1789>

- Efendi, M. N. (2021). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Kreativitas Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Melalui Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel In *Student Online Journal (SOJ)* <https://soj.umrah.ac.id/index.php/SOJFE/article/view/1283>
- Endarwita. (2021). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Linjuang Melalui Pendekatan Analisis SWOT*. 05(01), 641–652.
- Fahmi, I. (2013). *Manajemen Strategis*. Alfabeta.
- Fauzi, A. N. (2020). Pengaruh Pemanfaatan E-Commerce Terhadap Perilaku Berwirausaha Bagi Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah (Pls) Universitas Semarang (UNNES). *Universitas Negeri Semarang*, 1–120. <https://lib.unnes.ac.id/35923/>
- Fauzia, I. Y. (2016). Pemanfaatan e-commerce dan m-commerce dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan. *Journal of Business & Banking*, 5(2), 237. <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.705>
- Fitriya Fauzi, Abdul B. Dencik, D. I. A. (2019). *Metodologi Penelitian Untuk Manajemen Dan Akuntansi*. Salemba Empat.
- Gea, A. A. (2014). Time Management: Menggunakan Waktu Secara Efektif Dan Efisien. *Humaniora*, 5(2), 777–785.
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. *Journal of Cleaner Production*, 198, 401–416. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>
- Gumanti, T. A., Yunidar, S. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Mitra Wacana Media.
- Gunawan, F. O. (2017). Analisa Proses Inovasi Souvenir. *Universal Kristen Petra*, 2007, 5–17.
- Gunawan, I. (2014). *METODE PENELITIAN KUALITATIF : Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Gupta, S., Malhotra, N. K., Czinkota, M., & Foroudi, P. (2016). Marketing innovation: A consequence of competitiveness. *Journal of Business Research*, 69(12), 5671–5681. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.02.042>
- Gustina, L., Novita, W., & Triadi, Y. (2022). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 152–161. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.392>
- Halim, A. (2023). *Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce*. 2(1), 1–10.
- Hanafi, A. A. (2019). *Analisis Kinerja Keuangan Terhadap Keberlanjutan Usaha Pada PT. Makassar tene*.

- Harisno, H., & Pujadi, T. (2009). E-Business Dan E-Commerce Sebagai Trend Taktik Baru Perusahaan. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 3(2), 66. <https://doi.org/10.21512/commit.v3i2.516>
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.
- Husniar, F., Sari, T. R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–34. <https://doi.org/10.55606/jurima.v3i2.2156>
- Iman, A. N. (2021). *Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Ukm Kerupuk Ikan Di Kota Batam)*. 9–25.
- Jiwa, I. D. N. A., Arnawa, G., & Madiarsa, M. (2022). Analisis Kinerja Dan Keberlangsungan Bisnis Umkm Di Kecamatan Gerokgak Kabupaten Buleleng. *Jurnal Mitra Manajemen*, 6(2), 96–110. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v6i2.597>
- Jørgensen, Sveinung and Pedersen, L. J. T. (2019). Sustainable business model innovation. In *Sinergie Italian Journal of Management* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.7433/s109.2019.11>
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu. *Jurnal AKTUAL*, 15(2), 109. <https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Khairinal. (2018). *Penelitian Kualitatif*. Salim Media Indonesia.
- Lesmono, I. D. (2015). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Bagi Pengembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model. *Evolusi*, 3(1), 49–60.
- Lisbijanto, H. (2013). *batik*. Grahailmu.
- Lucius R. Christophera. (2018). Kajian Komposisi Warna Batik Pekalongan Studi Kasus Batik Produksi “Batik Ozzy.” *Jurnal Inosains*, 9, 1. <https://www.esaunggul.ac.id/wp-content/uploads/2019/02/5.-Artikel-Christopera-36-41.pdf>
- Mappasere, S. A., & Suyuti, N. (2019). Pengertian Penelitian Pendekatan Kualitatif. In *Metode Penelitian Sosial* (Vol. 33).
- Maros, F., Julian, E., Ardi, T., & Ernawati, K. (2016). Penelitian Lapangan (Field Research). *Ilmu Komunikasi*, 25.
- Moch Novan Zamaludin Sholeh, D. S. (2023). *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Desa Gempol Kecamatan Pusakanagara Kabupaten Subang*. 2(2), 639–648.
- Nisa Khafifah Nurma. (2023). *Pengaruh E-Commerce Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Kinerja Ukm (Studi Kasus Ukm Sektor Makanan Dan*

Minuman Di Kabupaten Demak).

- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cakra Books.
- Nurani, M. (2019). Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pambudi, D. (2021). *Pemberdayaan Pelaku Umkm Di Kelurahan Winongo Oleh Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu Koperasi Dan Usaha Mikro Kota Madiun Provinsi Jawa Timur*. 1–12.
- Pamungkas, A., Wahyono, G. B., & Kurniawan, M. Y. (2022). Pengaruh Perilaku Inovatif, Iklim Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Bri Cabang Mojokerto. *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)*, 8(1), 1–8. <https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/JRMM/article/view/7165>
- Pernando, E. J., Sunah, M. D. Al, & Qadarsih, A. M. (2021). Inovasi Pelayanan Publik Bidang Kesehatan Di Wilayah Kerja Puskesmas Rawang. *Jurnal Administrasi Nusantara Mahasiswa*, 3(6), 1–11.
- Pradana, D. (2022). *Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Kuliner Desa Bengkel Kecamatan Perbaungan Kabupaten Serdang Bedagai*.
- Pradipta, Y. G. A. (2018). *Penggunaan Internet Sebagai Media Promosi Umkm Harmoni Di Desa Kembangan Baki Sukoharjo*. 1–19. [http://eprints.ums.ac.id/64418/3/Naskah Publikasi.pdf](http://eprints.ums.ac.id/64418/3/Naskah%20Publikasi.pdf)
- Prasetyo, P. E. (2020). Sikap, Aspirasi dan Kemampuan Wirausaha: Dimensi Utama Kinerja Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 109–118. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i2.4174>
- Puspitaningtyas. (2017). Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability. *Seminar Nasional Kewirausahaan Dan Inovasi Bisnis VII*, 254–262.
- Puteri, M. A. N. (2022). *Pengaruh Penilaian Kesehatan Keuangan, Regulasi Pemerintah, Perilaku Pekerja, Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Keberlanjutan Koperasi Pada Koperasi Simpan Pinjam Bantul*.
- Raharja, S. J. (2019). Kolaborasi Sebagai Strategi Bisnis Masa Depan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 40–49.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI* (18th ed.). Gramedia Pustaka Utama.
- Reiga, Mawardi, A. I., Sholihatin, E., Aprilisanda, I. D., & Pembangunan. (2021). Inovasi Pemasaran Produk Umkm Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen TERAKREDITASI SINTA*, 4(1), 418–432. <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

- Riswandi. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce) : Peluang dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 13(April), 15–38.
- Rizki, A.G., Hidayat, K. and Rahma Devita, L. . (2019). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee Indonesia. (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce). *Administrasi Bisnis*, 49–56.
- Robert, B., & Brown, E. B. (2004). *Innovation and entrepreneurship*. 1, 1–14.
- Saputra, A. E. (2014). *Penerapan E-commerce Untuk Usaha Mikro (Studi Kasus pada PD. Sasmita)*. 1–66.
- Sari, A. D., Suharno, S., & Achmad, G. N. (2021). Pengaruh Inovasi Pemasaran terhadap Kinerja Inovatif dan Kinerja Pemasaran pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Bontang. *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(1), 23–28. <https://doi.org/10.56338/jsm.v8i1.1431>
- Satiti, E. N. (2013). Pengaruh Media Sosial Dan Teknologi Sebagai Strategi Pemasaran Yang Efektif Dalam Menarik Minat Wisatawan Pantai Nglambor Gunung Kidul. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 12–26.
- Septiya. (2020). *Analisis Program Inovasi Daerah Pada Pemerintahan Daerah Di Provinsi Lampung*. July, 1–23.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (24th ed.). Alfabeta.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 57. <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.992>
- Susanti, M. (2017). Pemanfaatan E-Commerce Untuk Mendukung UMKM Dalam Pemasaran. *Prosiding SISFOTEK*, 3584, 201–208. <http://www.seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/view/39%0Ahttps://www.seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/download/39/31>
- Tharob, G. F., Mingkid, E., & Paputungan, R. (2017). Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat. *“Acta Diurna,”* 6(2), 4.
- Vendhi Prasmoro, A., & Zulkarnaen, I. (2023). Peningkatan Sumber Daya Manusia Yang Kreatif Dan Inovatif Dalam Berwirausaha. *Prosiding*, 3, 86–93. <https://doi.org/10.59134/prosidng.v3i.342>
- Waliyanti, N. I., Jusni, J., & Diansari, P. (2022). Analisis Keberlanjutan Usaha Sayuran Hidroponik Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Makassar (Studi Kasus Di Green Top Farm). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 1298.

<https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7943>

Wardana, W. (2018). *Strategi Pemasaran*. Deepublish.

WD Tuti, R. (2020). Analisis Implementasi Kebijakan Work From Home Pada Kesejahteraan Driver Transportasi Online di Indonesia. *Transparansi : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 3(1), 73–85. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v3i1.890>

Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Keberlangsungan Usaha (Business Sustainability) Pada Umkm Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(2), 153. <https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1399>

Widya, S. (2020). *Analisis faktor-faktor yang menentukan keberlanjutan usaha pedagang pakaian di pasar induk pringsewu*.

Yulistyowati, R. (2019). *Strategi Bertahan Dengan Inovasi Pemasaran Home Industry Peralatan Masak Aluminium Dalam Persaingan Antar Usaha Di Desa Suci Kecamatan Panti Kabupaten Jember*.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Observasi

	KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI	
	UNIVERSITAS JAMBI	
	FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN	
	Kampus Pinang Masak Jalan Raya Jambi – Ma. Bulian, KM. 15, Mendalo Indah, Jambi Kode Pos. 36361, Telp. (0741)583453 Laman. www.fkip.unja.ac.id Email. fkip@unja.ac.id	
Nomor : 4070/UN21.3/DL.16/2023		19 Oktober 2023
Hal : Permohonan Izin Observasi		
Yth. Pengelola Batik Istiqomah Sebrang Kota Jambi di- Tempat		
Dengan hormat, Dengan ini diberitahukan kepada Saudara, bahwa mahasiswa kami atas nama:		
Nama	: Ilham Nurpambudi	
NIM	: A1A120027	
Program Studi	: Pendidikan Ekonomi	
Jurusan	: Ilmu Pendidikan	
Dosen Pembimbing Skripsi	: 1. Dr. Siti Syuhada, S.Pd., M.E. 2. Dr. Mayasari, S.Pd., M.Pd.	
akan melaksanakan observasi guna untuk penyusunan tugas akhir yang berjudul: "Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi dalam Menjaga Sustainability Business Pada Usaha Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang" .		
Untuk itu, kami mohon kepada Saudara untuk dapat mengizinkan mahasiswa tersebut mengadakan observasi ditempat yang Saudara pimpin.		
Observasi akan dilaksanakan pada hari, 22 Oktober s.d 13 November 2023		
Demikian atas bantuan dan kerjasamanya di ucapkan terima kasih		
a.n. Dekan Wakil Dekan BAKSI,		
 Delita Sartika, S.S., M.ITS., Ph.D NIP 198110232005012002		
		
 		

Lampiran 2 Surat Izin Penelitian


**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI**
UNIVERSITAS JAMBI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Kampus Pinang Masak Jalan Raya Jambi – Ma. Bulian, KM. 15, Mendalo Indah, Jambi
 Kode Pos. 36361, Telp. (0741)583453 Laman. www.fkip.unja.ac.id Email. fkip@unja.ac.id

Nomor : 4798/UN21.3/PT.01.04/2023
 Hal : **Permohonan Izin Penelitian**
28 November 2023

Yth. Pengelola Batik Istiqomah

Di
Tempat

Dengan hormat,
 Dengan ini diberitahukan kepada Saudara, bahwa mahasiswa kami atas nama

Nama : **Ilham Nurpambudi**
 NIM : **A1A120027**
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Jurusan : PIPS
 Dosen Pembimbing Skripsi : 1. Dr. Siti Syuhada, S.Pd., M.E
 2. Dr. Mayasari, S.Pd., M.Pd

akan melaksanakan penelitian guna penyusunan Skripsi yang berjudul:
“Pemanfaatan E-commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability Business Pada Usaha Batik Istiqomah Di Kecamatan Danau Teluk Seberang Kota Jambi”

Berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diizinkan melakukan penelitian ditempat yang Saudara pimpin dari tanggal **30 November - 10 Desember 2023**

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya di ucapkan terima kasih

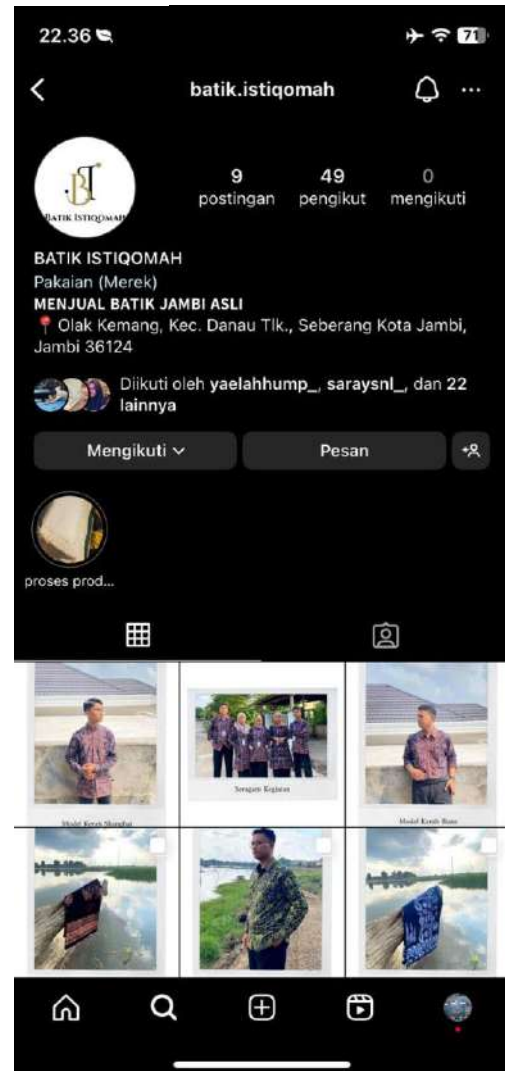
Wakil Dekan BAKSI,

Delita Sartika, S.S., M.ITS., Ph.D
 NIP. 198110232005012002






Lampiran 3 E-commerce Batik Istiqomah



Lampiran 4 Pedoman Wawancara**PERMOHONAN WAWANCARA PENELITIAN**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu

Di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka untuk menyelesaikan skripsi pada Program Studi S-1 Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu, agar berkenan untuk membantu saya memberikan jawaban atas pertanyaan wawancara yang telah saya buat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pemanfaatan E-Commerce Sebagai Solusi Inovasi Dalam Menjaga Sustainability business Pada Usaha Batik Istiqomah Di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang”.

Setiap jawaban/informasi yang Bapak/Ibu berikan akan sangat membantu penelitian ini. Bapak/Ibu berhak memberikan opini secara bebas sesuai dengan apa yang ada pada perusahaan. Informasi yang didapatkan akan digunakan dengan sebaik-baiknya hanya untuk kepentingan penelitian saja.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas kerjasama dan kesediaan Bapak.Ibu untuk menjawab form wawancara ini, saya ucapkan terima kasih.

Jambi, Desember 2023

(Ilham Nurpambudi)

Lampiran 5 Form Wawasan

1. Form wawancara pertama

Informan :

Nama :

Jabatan :

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
Bagaimana pemanfaatan <i>e-commerce</i> dapat menjadi solusi inovasi <i>sustainability business</i> (keberlanjutan bisnis) pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang?	Akses internet	S	Apakah dalam pemanfaatan <i>ecommerce</i> batik istiqomah memiliki keunggulan akses internet?
		W	apa yang menjadi hambatan dalam akses internet dalam pemanfaatan <i>ecommerce</i> ?
		O	Bagaimana batik istiqomah dapat melihat peluang dengan adanya akses internet dalam memanfaatkan <i>ecommerce</i> ?
		T	apa akses internet saat ini dapat menjadi ancaman dalam pemanfaatan <i>ecommerce</i> ?
	Kemudahan informasi	S	Apa usaha batik istiqomah dalam menciptakan keunggulan dengan adanya kemudahan informasi yang ada saat ini?
		W	Dengan adanya kemudahan informasi saat ini apa yang menjadi hambatan dalam memanfaatkan <i>ecommerce</i> ?
		O	Melihat adanya kemudahan informasi pada pemanfaatan <i>ecommerce</i> apakah ada ide yang dapat dijadikan peluang dalam menjaga bisnisnya?
		T	Bagaimana cara batik istiqomah menghadapi ancaman dalam pemanfaatan <i>ecommerce</i> dengan adanya kemudahan informasi?
	Kemampuan SDM	S	Apakah kemampuan SDM yang ada di batik istiqomah dapat bersaing dengan bisnis batik yang lain?
		W	apa yang menjadi kekurangan

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
			SDM dalam mengelola bisnis batik istiqomah?
		O	Peluang bisnis seperti apa yang diciptakan melalui kemampuan SDM pada bisnis batik istiqomah?
		T	apa kendala yang dialami para SDM pada bisnis batik istiqomah?
	Tanggung jawab manajerial	S	Apakah bapak merasa sudah cukup bertanggung jawab atas bisnis yang bapak jalani saat ini?
		W	Kekurangan apa yang bapak rasakan dalam tanggungjawab selaku pemilik bisnis batik istiqomah ini?
		O	Apakah bapak memiliki kemauan untuk meningkatkan tanggung jawab yang bapak miliki dalam menjalankan bisnis batik istiqomah ini?
		T	Melihat ancaman bisnis saat ini apakah bapak memiliki kesadaran bertanggungjawab dan kesiapan menghadapi masalah yang akan muncul?
Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
Bagaimana pemanfaatan <i>e-commerce</i> dapat menjadi solusi inovasi <i>sustainability business</i> (keberlanjutan bisnis) pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang?	<i>Be action oriented</i>	S	Apakah dalam inovasi pemasaran yang bapak lakukan bapak turut andil dari awal gagasan tersebut dikerjakan?
		W	Apakah hambatan dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?
		O	apakah dengan adanya penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan bapak melihat adanya peluang mendapatkan keuntungan?
		T	Selama turut andil dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan apakah ada ancaman yang bapak ketahui?
	Menghasilkan produk, proses, atau layanan yang simpel dan mudah	S	Apa keunggulan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?
		W	Apa kelemahan produk yang dihasilkan dari penerapan

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
			inovasi pemasaran yang bapak lakukan?
		O	Apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang dalam mendapatkan keuntungan?
		T	Ancaman seperti apa yang dihadapi dari produk yang dihasilkan?
	Dimulai dengan hal hal kecil	S	Tindakan kecil seperti apa yang bapak lakukan dalam inovasi pemasaran dalam menciptakan keunggulan produk?
		W	Dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?
		O	Peluang seperti apa yang muncul dari tindakan kecil yang bapak lakukan?
		T	Ancaman apa yang muncul dalam tindakan tindakan kecil yang bapak lakukan?
	Ambisi	S	Apa ambisi yang bapak miliki dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?
		W	Apa kelemahan dari ambisi yang bapak miliki?
		O	Peluang seperti apa yang bapak hasilkan dari adanya ambisi yang bapak miliki?
		T	Apa ancaman yang muncul dari adanya penerapan ambisi yang bapak miliki?
	<i>Try/Test/Revise</i>	S	Apakah ada keunggulan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?
		W	Apakah ada hambatan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?
		O	Apakah ada peluang yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?
		T	Apakah ada ancaman yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?

2. Form wawancara kedua

Informan :

Nama :

Jabatan :

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
Bagaimana pemanfaatan <i>e-commerce</i> dapat menjadi solusi inovasi <i>sustainability business</i> (keberlanjutan bisnis) pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang?	Akses internet	S	Apakah dalam pemanfaatan ecommerce batik istiqomah memiliki keunggulan akses internet?
		W	Apa yang menjadi hambatan dalam akses internet dalam pemanfaatan ecommerce?
		O	Bagaimana batik istiqomah dapat melihat peluang dengan adanya akses internet dalam memanfaatkan ecommerce?
		T	apa akses internet saat ini dapat menjadi ancaman dalam pemanfaatan ecommerce?
	Kemudahan informasi	S	Apa usaha batik istiqomah dalam menciptakan keunggulan dengan adanya kemudahan informasi yang ada saat ini?
		W	Dengan adanya kemudahan informasi saat ini apa yang menjadi hambatan dalam memanfaatkan ecommerce?
		O	Melihat adanya kemudahan informasi pada pemanfaatan ecommerce apakah ada ide yang dapat dijadikan peluang dalam menjaga bisnisnya?
		T	Bagaimana cara batik istiqomah menghadapi ancaman dalam pemanfaatan ecommerce dengan adanya kemudahan informasi?
	Kemampuan SDM	S	Apakah kemampuan SDM yang ada di batik istiqomah dapat bersaing dengan bisnis batik yang lain?
		W	apa yang menjadi kekurangan SDM dalam mengelola bisnis batik istiqomah?
		O	Peluang bisnis seperti apa yang diciptakan melalui kemampuan SDM pada bisnis

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
			batik istiqomah?
		T	apa kendala yang dialami para SDM pada bisnis batik istiqomah?
	Tanggung jawab manajerial	S	Apakah ibu melihat bapak sudah cukup bertanggung jawab atas bisnis yang jalani saat ini?
		W	Menurut ibu kekurangan apa yang bapak yang perlu diperbaiki bapak dalam tanggungjawab selaku pemilik bisnis batik istiqomah ini?
		O	Menurut ibu apakah bapak memiliki kemauan untuk meningkatkan tanggungjawab dalam menjalankan bisnis batik istiqomah ini?
		T	Melihat ancaman bisnis saat ini apakah ibu melihat bapak memiliki kesadaran bertanggungjawab dan kesiapan menghadapi masalah yang akan muncul?
Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
Bagaimana pemanfaatan <i>e-commerce</i> dapat menjadi solusi inovasi <i>sustainability business</i> (keberlanjutan bisnis) pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang?	<i>Be action oriented</i>	S	Apakah dalam inovasi pemasaran yang bapak lakukan ibu turut andil dari awal gagasan tersebut dikerjakan?
		W	Apakah hambatan dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?
		O	apakah dengan adanya penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan bapak ngadiman, ibu melihat adanya peluang mendapatkan keuntungan?
		T	Selama turut andil dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan apakah ada ancaman yang ibu ketahui?
	Menghasilkan produk, proses, atau layanan yang simpel dan mudah	S	Menurut ibu apa keunggulan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?
		W	Menurut ibu apa kelemahan

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
			produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?
		O	Apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang dalam mendapatkan keuntungan?
		T	Ancaman seperti apa yang dihadapi dari produk yang dihasilkan?
	Dimulai dengan hal hal kecil	S	Menurut ibu apakah tindakan kecil yang dilakukan bapak dalam inovasi pemasaran dalam menciptakan keunggulan produk?
		W	Menurut ibu dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan bapak ngadiman apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?
		O	Peluang seperti apa yang muncul dari tindakan kecil yang bapak lakukan?
		T	Ancaman apa yang muncul dalam tindakan tindakan kecil yang bapak lakukan?
	Ambisi	S	Apakah ibu melihat ambisi yang bapak miliki dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?
		W	Apa kelemahan dari ambisi yang bapak miliki?
		O	Peluang seperti apa yang bapak hasilkan dari adanya ambisi yang bapak miliki?
		T	Apa ancaman yang muncul dari adanya penerapan ambisi yang bapak miliki?
	<i>Try/Test/Revise</i>	S	Apakah ada keunggulan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?
		W	Apakah ada hambatan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?
		O	Apakah ada peluang yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?
		T	Apakah ada ancaman yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?

3. Form wawancara ketiga

Informan :

Nama :

Jabatan :

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
Bagaimana pemanfaatan <i>e-commerce</i> dapat menjadi solusi inovasi <i>sustainability business</i> (keberlanjutan bisnis) pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang?	Akses internet	S	Apakah akses internet yang dimiliki oleh batik istiqomah sudah baik?
		W	Apakah narasumber pernah mendengar keluhan kesulitan akses internet oleh bapak ngadiman ?
		O	Apakah narasumber melihat adanya kemampuan bersaing yang dimiliki oleh batik istiqomah dalam menjaga keberlanjutan bisnis ditinjau dari akses internetnya?
		T	Bentuk antisipasi apa yang bisa narasumber sarankan agar batik istiqomah dapat menuju keberlanjutan bisnis melalui akses internet yang ada?
	Kemudahan informasi	S	Sebagai pelanggan apakah narasumber merasakan kemudahan mendapatkan informasi yang disediakan oleh batik istiqomah?
		W	Apa yang perlu diperbaiki batik istiqomah dalam memberikan akses informasi mengenai bisnisnya?
		O	Dengan kemudahan akses informasi yang disediakan oleh batik istiqomah apakah narasumber melihat ini dapat menjadi peluang bersaing dengan bisnis yang lain?
		T	Apa ancaman yang muncul menurut pandangan narasumber mengenai kemudahan informasi yang dimiliki batik istiqomah ?
	Kemampuan SDM	S	Apakah narasumber melihat adanya kemampuan bersaing yang dimiliki oleh SDM yang ada di batik Istiqomah?
		W	Apa yang perlu ditingkatkan oleh batik istiqomah agar kemampuan SDM yang ada dapat berkembang?
		O	Apakah kemampuan SDM yang ada dapat menjadikan batik istiqomah dapat berkembang?
		T	Adakah saran yang narasumber dapat berikan untuk meningkatkan kemampuan SDM yang ada di batik Istiqomah?
	Tanggung jawab manajerial	S	Apakah narasumber melihat bapak ngadiman sudah cukup bertanggung jawab atas bisnis yang jalani saat ini?

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
		W	Menurut narasumber kekurangan apa yang bapak ngadiman yang perlu diperbaiki bapak dalam tanggungjawab selaku pemilik bisnis batik istiqomah ini?
		O	Menurut narasumber apakah bapak ngadiman memiliki kemauan untuk meningkatkan tanggungjawab dalam menjalankan bisnis batik istiqomah ini?
		T	Melihat ancaman bisnis saat ini apakah narasumber melihat bapak ngadiman memiliki kesadaran bertanggungjawab dan kesiapan menghadapi masalah yang akan muncul?

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
Bagaimana pemanfaatan <i>e-commerce</i> dapat menjadi solusi inovasi <i>sustainability business</i> (keberlanjutan bisnis) pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang?	<i>Be action oriented</i>	S	Apakah narasumber melihat dalam inovasi pemasaran yang diterapkan bapak ngadiman turut andil dari awal gagasan tersebut dikerjakan?
		W	Apakah hambatan dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?
		O	apakah dengan adanya penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan bapak ngadiman, narasumber melihat adanya peluang mendapatkan keuntungan?
		T	Selama turut andil dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan apakah ada ancaman yang narasumber ketahui?
	Menghasilkan produk, proses, atau layanan yang simpel dan mudah	S	Menurut narasumber apa keunggulan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak ngadiman lakukan?
		W	Menurut narasumber apa kelemahan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?
		O	Apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang dalam mendapatkan keuntungan?
		T	Ancaman seperti apa yang dihadapi dari produk yang dihasilkan?
	Dimulai dengan hal hal kecil	S	Menurut narasumber apakah tindakan kecil yang dilakukan bapak dalam inovasi pemasaran dalam menciptakan keunggulan produk?
		W	Menurut narasumber dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan bapak ngadiman apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?
		O	Peluang seperti apa yang muncul dari tindakan kecil yang bapak lakukan?

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
	Ambisi	T	Ancaman apa yang muncul dalam tindakan tindakan kecil yang bapak lakukan?
		S	Apakah narasumber melihat ambisi yang bapak miliki dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?
		W	Menurut narasumber apa kelemahan dari ambisi yang bapak ngadiman miliki?
		O	Peluang seperti apa yang bapak hasilkan dari adanya ambisi yang bapak ngadiman miliki?
		T	Menurut narasumber apa ancaman yang muncul dari adanya penerapan ambisi yang bapak ngadiman miliki?
	Try/Test/Revise	S	Menurut Narasumber apakah ada keunggulan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak ngadiman lakukan?
		W	Menurut narasumber apakah ada hambatan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak ngadiman lakukan?
		O	Menurut narasumber apakah ada peluang yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak ngadiman lakukan?
		T	Dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak ngadiman lakukan apa saran yang bisa bapak berikan?

		O	Menurut ibu apakah bapak sudah baik dalam menciptakan peluang dengan menggunakan teknologi dalam usaha bapak?
		T	Saran yang bisa ibu berikan kepada bapak dalam menghadapi ancaman yang bapak alami dalam menggunakan teknologi dalam mengelola usaha?
	Tenaga Kerja	S	Menurut ibu bagaimana bapak dalam mengelola tenaga kerja yang ada?
		W	Menurut ibu hambatan apa yang bapak miliki dalam mengelola tenaga kerja?
		O	Menurut ibu apakah dengan adanya tenaga kerja yang bapak miliki bapak dapat memunculkan peluang usaha?

		T	Saran yang bisa ibu berikan kepada bapak dalam ancaman yang muncul dengan adanya tenaga kerja yang bapak miliki?
--	--	---	--

Pertanyaan untuk Ketua RT atau pelanggan

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
Bagaimana pemanfaatan <i>e-commerce</i> dapat menjadi solusi inovasi <i>sustainability business</i> (keberlanjutan bisnis) pada Batik Istiqomah di Kecamatan Danau Teluk Jambi Kota Seberang?	Permodalan	S	Menurut narasumber apakah batik istiqomah memiliki keunggulan tersendiri dalam mengelola modal usaha?
		W	Menurut narasumber apakah batik istiqomah memiliki hambatan dalam pengelolaan modal usaha?
		O	Menurut narasumber bagaimana batik istiqomah melihat peluang usaha dalam mengelola permodalan usaha yang bapak miliki?
		T	Apakah narasumber memiliki saran untuk bapak dalam menghadapi ancaman yang muncul ketika batik istiqomah mengelola permodalan dalam usaha?
	Pemasaran	S	Menurut narasumber apa keunggulan yang batik istiqomah miliki dalam sistem pemasaran saat ini?
		W	Menurut narasumber apa kelemahan dari sistem pemasaran yang batik istiqomah terapkan saat ini?
		O	Menurut narasumber apakah strategi yang digunakan batik istiqomah dalam mengeksekusi peluang usaha yang muncul dalam pemasaran produk yang dimiliki sudah baik?
		T	Saran apa yang bisa narasumber berikan untuk batik istiqomah dalam menghadapi ancaman dari strategi pemasaran yang bapak terapkan saat ini?
	Teknologi	S	Menurut narasumber bagaimana pemanfaatan teknologi yang batik istiqomah gunakan dalam mengelola usaha?
		W	Menurut narasumber apakah hambatan yang batik istiqomah alami dalam menggunakan teknologi dalam mengelola usaha?
		O	Menurut narasumber apakah batik istiqomah sudah baik dalam menciptakan peluang dengan menggunakan teknologi dalam usaha?
		T	Saran yang bisa narasumber berikan kepada batik istiqomah dalam menghadapi ancaman yang bapak alami dalam menggunakan teknologi dalam mengelola usaha?

Rumusan masalah	Indikator	Analisis swot	Pertanyaan
	Tenaga Kerja	S	Menurut narasumber bagaimana batik istiqomah dalam mengelola tenaga kerja yang ada?
		W	Menurut narasumber hambatan apa yang batik istiqomah miliki dalam mengelola tenaga kerja?
		O	Menurut narasumber apakah dengan adanya tenaga kerja yang batik istiqomah miliki dapat memunculkan peluang usaha?
		T	Saran yang bisa narasumber berikan kepada batik istiqomah dalam menghadapi ancaman yang muncul dengan adanya tenaga kerja yang batik istiqomah miliki?

Lampiran 6 Hasil Wawancara

Identitas informan

Nama : Ngadiman

Inisial : N

Jabatan : Pemilik Usaha

ECOMMERCE

Pertanyaan	Jawaban
Apakah dalam pemanfaatan ecommerce batik istiqomah memiliki keunggulan akses internet?	Tidak ada keunggulan spesifik hanya saja disini ada WiFi
Apa yang menjadi hambatan dalam akses internet dalam pemanfaatan ecommerce?	Tidak ada hambatan dalam akses internet sepanjang ini
Bagaimana batik istiqomah dapat melihat peluang dengan adanya akses internet dalam memanfaatkan ecommerce?	Ya dengan adanya WiFi yang digunakan mungkin bisa mengakses informasi lebih cepat dan upload upload jadi gampang
apa akses internet saat ini dapat menjadi ancaman dalam pemanfaatan ecommerce?	Sepertinya tidak ada ancaman
Apa usaha batik istiqomah dalam menciptakan keunggulan dengan adanya kemudahan informasi yang ada saat ini?	Dengan adanya kemudahan informasi dibantu sama akses internet batik istiqomah sekarang mencoba menjual produknya diinternet
Dengan adanya kemudahan informasi saat ini apa yang menjadi hambatan dalam memanfaatkan ecommerce?	Sejauh ini karena baru mencoba belum ada hambatan yang ditemui
Melihat adanya kemudahan informasi pada pemanfaatan ecommerce apakah ada ide yang dapat dijadikan peluang dalam menjaga bisnisnya?	Ya dengan mencoba menjualnya di instagram sama shopee
Bagaimana cara batik istiqomah menghadapi ancaman dalam pemanfaatan ecommerce dengan adanya kemudahan informasi?	Dengan cara mencari informasi informasi yang ada diinternet dan mecobanya
Apakah kemampuan SDM yang ada di batik istiqomah dapat bersaing dengan bisnis batik yang lain?	Sebagai pengusaha harusnya saya bisa bersaing dengan bisnis lain buktinya dengan bertahan sampai saat ini
apa yang menjadi kekurangan SDM dalam mengelola bisnis batik istiqomah?	Ya karena yang kerja cuman saya dan dibantu istri ya banyak kurangnya apalagi kalo memproduksi jadi ya tidak bisa banyak banget paling banyak 50 lembar itupun kalau tidak ada kegiatan lainnya, kadang juga harus bayar orang untuk nembok kain batiknya
Peluang bisnis seperti apa yang diciptakan melalui kemampuan SDM pada bisnis batik	Kalau peluang bisnis paling kalo ada buat banyak bisa nolong orang orang disekitar dengan bayar untuk nembok kain batik

istiqomah?	
apa kendala yang dialami para SDM pada bisnis batik istiqomah?	Kendalanya karna cuman saya sama istri yang mengerjakan ya itu kalo produksi banyak memakan waktu sedikit lebih lama
Apakah bapak merasa sudah cukup bertanggung jawab atas bisnis yang bapak jalani saat ini?	Ya begitulah saya rasa sudah kalo ngga bertanggung jawab mungkin saya sudah melakukan bisnis batik ini seperti yang lain yang memakai cara cara kurang baik dalam menjalankan bisnis batik
Kekurangan apa yang bapak rasakan dalam tanggungjawab selaku pemilik bisnis batik istiqomah ini?	Tidak ada si saya rasa sudah cukup bertanggung jawab
Apakah bapak memiliki kemauan untuk meningkatkan tanggung jawab yang bapak miliki dalam menjalankan bisnis batik istiqomah ini?	Ya namanya manusia pasti ada keinginan untuk menjadi lebih baik untuk meningkatkan sesuatu itu pasti
Melihat ancaman bisnis saat ini apakah bapak memiliki kesadaran bertanggungjawab dan kesiapan menghadapi masalah yang akan muncul?	Ya pasti namanya juga pengusaha harus siap dalam menghadapi masalah

Pertanyaan	Jawaban
Apakah dalam inovasi pemasaran yang bapak lakukan bapak turut andil dari awal gagasan tersebut dikerjakan?	Ya karena saya pemilik usaha sekaligus karyawan siapa lagi yang mau mengerjakan kalo bukan saya
Apakah hambatan dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?	karna sudah tua (keterbatasan umur) jadi kalo untuk mengelola hp jadi agak susah, lama lama di hp juga tidak bisa karena harus memproduksi batiknya
apakah dengan adanya penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan bapak melihat adanya peluang mendapatkan keuntungan?	Dengan mencoba menjual produk di ecommerce menjadi peluang karena produk dari batik istiqomah tidak pernah dijual secara online
Selama turut andil dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan apakah ada ancaman yang bapak ketahui?	Ancaman yang terjadi paling kurangnya konsistensi karena kurang ulet dalam mengelola akun ecommerce
Apa keunggulan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?	Kalau keunggulan produk warna tahan dan tidak luntur, bahannya halus, untuk itu diharapkan dalam promosi yang dilakukan keunggulan yang ada bisa dipahami oleh pelanggan
Apa kelemahan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?	Kelemahannya mungkin kesulitan mengikuti permintaan pasar pada motif dan warna kalau dijual online kan mau tidak mau harus mengikuti trend jaman sekarang yang warnanya sulit
Apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang dalam mendapatkan keuntungan?	Setiap produk pasti memiliki peluang untuk terjual tapi balik lagi ke pemasarannya apakah bisa memikat pembelinya atau tidak
Ancaman seperti apa yang dihadapi dari produk yang dihasilkan?	Ancaman setelah pemasaran itu di pembeli minta harga murah sedangkan kualitas yang bagus

Tindakan kecil seperti apa yang bapak lakukan dalam inovasi pemasaran dalam menciptakan keunggulan produk?	Dengan mencoba menjual ke online, foto dan posting melalui wa ataupun ig yang ada
Dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?	Hambatannya ya kurang konsisten karna tidak bisa selalu memegang hp
Peluang seperti apa yang muncul dari tindakan kecil yang bapak lakukan?	Peluangnya biasanya dari orang orang yang disekitar itu jadi tau bahwa batik istiqomah masih produksi kadang ya kalau ada yang request bisa diusahakan
Ancaman apa yang muncul dalam tindakan tindakan kecil yang bapak lakukan?	Ancamannya yang paling tidak sempat megang hp dan upload upload karna kesibukan yang lain
Apa ambisi yang bapak miliki dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?	Ambisinya jelas untuk bisa mengembangkan batik istiqomah ini lebih besar dan mendapatkan keuntungan seperti masa kejayaan bahkan kalo bisa ya lebih
Apa kelemahan dari ambisi yang bapak miliki?	Penerapannya, namanya ambisi kadang itu diangan angan ketika mau praktek pasti ada hambatan yang datang
Peluang seperti apa yang bapak hasilkan dari adanya ambisi yang bapak miliki?	Peluangnya itu ide baru buat apa jadi misalnya ada pembeli request itu diusahakan dengan sepenuh hati
Apa ancaman yang muncul dari adanya penerapan ambisi yang bapak miliki?	Kalo ancaman ya tidak ada kayaknya
Apakah ada keunggulan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?	Inovasi, baik inovasi dalam produk maupun inovasi pemasaran jadi berkembang ide ide, kayak inovasi produk yang muncul bisa buat lacak, bantal kursi, kalau inovasi pemasaran ya dengan menjual ke ecommerce kayak lewat instagram dan shopee
Apakah ada hambatan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?	Hambatannya di modal dan waktu karena setiap mencoba coba sesuatu kan harus ada yang dikorban kalau gagal harus coba lagi
Apakah ada peluang yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?	Peluang yang muncul bisa dapat produk baru untuk dijual
Apakah ada ancaman yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?	Ancaman yang ada paling kerugian modal dan waktu karna kalau gagal gabisa dijual

Identitas informan

Nama : ibu fitri

Inisial : f

Jabatan : Istri Pemilik Usaha

ECOMMERCE

Pertanyaan	Jawaban
Apakah dalam pemanfaatan ecommerce batik istiqomah memiliki keunggulan akses internet?	Tidak ada mungkin disini hampir sama seperti yang lain ada WiFi
Apa yang menjadi hambatan dalam akses internet dalam pemanfaatan ecommerce?	Sepertinya tidak ada
Bagaimana batik istiqomah dapat melihat peluang dengan adanya akses internet dalam memanfaatkan ecommerce?	Kalau pakai WiFi ini kan kalau upload upload lebih stabil sama lebih cepet aja
apa akses internet saat ini dapat menjadi ancaman dalam pemanfaatan ecommerce?	Sepertinya tidak ada ancaman kalau pakai WiFi ini mungkin ancamannya tidak bisa bayar bulanan
Apa usaha batik istiqomah dalam menciptakan keunggulan dengan adanya kemudahan informasi yang ada saat ini?	Untuk sekarang lagi mencoba coba menjual produk lewat online biasanya cuman lewat wa sekarang mencoba lewat fb sama ig, dan juga sekarang lagi belajar memakai shopee
Dengan adanya kemudahan informasi saat ini apa yang menjadi hambatan dalam memanfaatkan ecommerce?	Karena baru belajar hambatannya mungkin keterbatasan waktu untuk prakteknya karena masih banyak kegiatan yang lain
Melihat adanya kemudahan informasi pada pemanfaatan ecommerce apakah ada ide yang dapat dijadikan peluang dalam menjaga bisnisnya?	Dengan menjual secara online seperti lewat instagram, facebook, wa, sama shopee tadi
Bagaimana cara batik istiqomah menghadapi ancaman dalam pemanfaatan ecommerce dengan adanya kemudahan informasi?	belajar lewat internet setelah itu dicoba coba praktek sendiri
Apakah kemampuan SDM yang ada di batik istiqomah dapat bersaing dengan bisnis batik yang lain?	Namanya juga usaha ya pasti ada kemampuan untuk bersaing walaupun disini yang bekerja aktif cuman bapak ngadiman sama saya sedikit sedikit membantu
apa yang menjadi kekurangan SDM dalam mengelola bisnis batik istiqomah?	Kekurangan mengelola itu tidak ada ya karena bisa dihandle bapak ngadiman sama saya, paling kalau keterbatasan dalam pengerjaan itu baru ada jadi bantu membayar orang sekitar dalam penembokan
Peluang bisnis seperti apa yang diciptakan melalui kemampuan SDM pada bisnis batik istiqomah?	Peluangnya paling memberi kesempatan orang orang sekitar ketika ada pesenan banyak untuk sekedar menembok jadi orang sekitar juga bisa menambah nambah uang saku anaknya
apa kendala yang dialami para	Kendalanya karena saya punya anak jadi mungkingtidak bisa

SDM pada bisnis batik istiqomah?	sepenuhnya membantu dalam produksi batik
Apakah ibu melihat bapak sudah cukup bertanggung jawab atas bisnis yang jalani saat ini?	Bertanggungjawab nyatanya hasilnya sampai sekarang masih memproduksi batik walaupun ada naik turun dalam pemesanan
Menurut ibu kekurangan apa yang bapak yang perlu diperbaiki bapak dalam tanggungjawab selaku pemilik bisnis batik istiqomah ini?	Tidak ada ya karna bapak juga kalau ada pesanan nota kosong juga menolak, bapak sudah bertanggungjawab dalam memilih konsumen dan berbisnis degan cara yang baik
Menurut ibu apakah bapak memiliki kemauan untuk meningkatkan tanggungjawab dalam menjalankan bisnis batik istiqomah ini?	Iya menurut ibu jelas adalah kemauan bapak dan pasti seiring dengan berjalannya waktu pasti meningkat tanggung jawabnya
Melihat ancaman bisnis saat ini apakah ibu melihat bapak memiliki kesadaran bertanggungjawab dan kesiapan menghadapi masalah yang akan muncul?	Iya pasti lah namanya usaha pasti ada masalah kalau bapak tidak siap dalam menghadapi permasalahan pasti bisnisnya tidak berjalan sampai saat ini

Pertanyaan	Jawaban
Apakah dalam inovasi pemasaran yang bapak lakukan ibu turut andil dari awal gagasan tersebut dikerjakan?	Turut andil lah tapi kalau bapak itu hanya mengerjakan segala macam produksi kalau pemasaran mungkin ketika kumpul bersama teman menawarkannya secara tradisional lah, untuk pemasaran online sesekali membantu kalau banyaknya saya menawarkan lewat WA
Apakah hambatan dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?	Hambatannya yang ibu alami karena kesibukan dalam mengurus rumah jadi untuk memasarkan itu masih dilingkungan WA yang untuk instagram dan shopee itu hanya sesekali
apakah dengan adanya penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan bapak ngadiman, ibu melihat adanya peluang mendapatkan keuntungan?	Kalau sekarang masih sebatas mencoba hal baru untuk menjualnya lewat online, semoga saja bisa berbuah hasil yang baik
Selama turut andil dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan apakah ada ancaman yang ibu ketahui?	Kalau ancamannya paling kurangnya konsistensi karena kurang ulet dalam mengelola akun ecommerce karena kesibukan tadi setelah itu juga keterbatasan kemampuan diumur ya
Menurut ibu apa keunggulan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?	Kalau keunggulan produk Batik istiqomah mempunyai ciri khas dari soal warna dan motif batik. Untuk warna digunakan dengan pewarnaan yang bagus untuk kain batik., untuk itu diharapkan dalam promosi yang dilakukan keunggulan yang ada bisa dipahami oleh pelanggan
Menurut ibu apa kelemahan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?	Kelemahannya Kurangnya tenaga kerja dalam memproduksi batik dan juga anggaran biaya yang sangat kurang memadai
Apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang dalam mendapatkan keuntungan?	Kalo peluang pasti ada lah tidak mungkin kami buat produk tapi tidak ada peluang passti ada pertimbangan untuk dijual, tapi semua balik lagi ke rezekinya
Ancaman seperti apa yang dihadapi dari produk yang dihasilkan?	Ancaman setelah pemasaran karna harus memenuhi keinginan pasar jadi Kendala nya adalah sulit menemukan ide dalam membuat motif baru

Menurut ibu apakah tindakan kecil yang dilakukan bapak dalam inovasi pemasaran dalam menciptakan keunggulan produk?	Dengan mencoba sistem pemasaran yang baru dengan memasarkan lewat online lewat kontak WA, Instagram
Menurut ibu dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan bapak ngadiman apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?	Hambatannya kekurangan waktu dalam mengelola waktu untuk mengelola ecommercenya
Peluang seperti apa yang muncul dari tindakan kecil yang bapak lakukan?	Peluangnya bisa mengenalkan produk batik istiqomah pelan pelan melalui pemasaran online
Ancaman apa yang muncul dalam tindakan tindakan kecil yang bapak lakukan?	Ancamannya kesibukan lain yang harus didahulukan jadi tidak optimal dalam mengelola ecommerce
Apakah ibu melihat ambisi yang bapak miliki dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?	Menurut saya, ambisi banget lah ya bapak bagaimana bisa mempertahankan bisnis batik ini dengan mencoba segala macam inovasi yang dilakukan
Apa kelemahan dari ambisi yang bapak miliki?	Ambisinya masih terhambat sama kemampuan bapak dalam mengelola waktu sama modal
Peluang seperti apa yang bapak hasilkan dari adanya ambisi yang bapak miliki?	Peluang yang muncul itu ide baru misalnya ada pembeli request itu diusahakan untuk memenuhinya
Apa ancaman yang muncul dari adanya penerapan ambisi yang bapak miliki?	Ancaman di biaya tadi si
Apakah ada keunggulan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?	Bisa menciptakan produk baru seperti bantal kursi kemarin
Apakah ada hambatan yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?	Hambatan masih sama ya di biaya sama membagi kesibukan
Apakah ada peluang yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?	Sama seperti jawaban bapak peluang yang muncul bisa dapat produk baru untuk dijual
Apakah ada ancaman yang muncul dari adanya <i>Try/Test/Revise</i> yang telah bapak lakukan?	Ancaman takut rugi sama takut gagal jadi produknya tidak bisa dijual

Identitas informan

Nama : Sakir

Inisial : S

Jabatan : Pak RT 08

ECOMMERCE

pertanyaan	jawaban
Apakah akses internet yang dimiliki oleh batik istiqomah sudah baik?	Sudah terdukung dengan adanya WiFi
Apakah narasumber pernah mendengar keluhan kesulitan akses internet oleh bapak ngadiman ?	Tidak ada sejauh ini
Apakah narasumber melihat adanya kemampuan bersaing yang dimiliki oleh batik istiqomah dalam menjaga keberlanjutan bisnis ditinjau dari akses internetnya?	Ada tapi tidak terlalu aktif hanya berfokus dalam promosi secara langsung dan sekarang sedang proses dalam promosi dengan media social seperti instagram dan juga ecommerce seperti shoope
Bentuk antisipasi apa yang bisa narasumber sarankan agar batik istiqomah dapat menuju keberlanjutan bisnis melalui akses internet yang ada?	Promosi lewat media social harus lebih ditingkatkan karna yang saya amati masih sangat kurang dalam penggunaan media social untuk promosi
Sebagai pelanggan apakah narasumber merasakan kemudahan mendapatkan informasi yang disediakan oleh batik istiqomah?	Baik banyak informasi yang diberikan batik istiqomah kepada pelanggan
Apa yang perlu diperbaiki batik istiqomah dalam memberikan akses informasi mengenai bisnisnya?	Penggunaan media social dalam melakukan promosi haruslah ditingkatkan dan digunakan dengan optimal
Dengan kemudahan akses informasi yang disediakan oleh batik istiqomah apakah narasumber melihat ini dapat menjadi peluang bersaing dengan bisnis yang lain?	Dapat menjadi peluang tapi harus tetap ditingkatkan dalam penggunaan media sosialnya karena sangat berguna untuk saat ini.
Apa ancaman yang muncul menurut pandangan narasumber mengenai kemudahan informasi yang dimiliki batik istiqomah ?	Pesaing sejenis yang lebih memiliki kualitas, dan promosi dengan media sosial
Apakah narasumber melihat adanya kemampuan bersaing yang dimiliki oleh SDM yang ada di batik Istiqomah?	ADA, SDM yang dimiliki batik istoqomah cukup baik
Apa yang perlu ditingkatkan oleh batik istiqomah agar kemampuan SDM yang ada dapat berkembang?	Pelatihan dalam bidang produksi batik dan promosi batik dengan penggunaan media sosial
Apakah kemampuan SDM yang ada dapat menjadikan batik istiqomah dapat berkembang?	Iya pastinya karna pengoptimalkan SDM dengan baik
Adakah saran yang narasumber dapat berikan untuk meningkatkan kemampuan SDM yang ada di batik Istiqomah?	Tingkatkan SDM yang berkopeten dan pengetahuan dalam melaukan promosi dengan media sosial
Apakah narasumber melihat bapak	Sudah dengan menyelesaikan semua pesanan yang diminta dengan

ngadiman sudah cukup bertanggung jawab atas bisnis yang jalani saat ini?	konsumen
Menurut narasumber kekurangan apa yang bapak ngadiman yang perlu diperbaiki bapak dalam tanggungjawab selaku pemilik bisnis batik istiqomah ini?	Lebih tepat waktu dalam proses pengerjaan
Menurut narasumber apakah bapak ngadiman memiliki kemauan untuk meningkatkan tanggungjawab dalam menjalankan bisnis batik istiqomah ini?	Ada dengan menyelesaikan semua pesanan yang diminta dengan konsumen
Melihat ancaman bisnis saat ini apakah narasumber melihat bapak ngadiman memiliki kesadaran bertanggungjawab dan kesiapan menghadapi masalah yang akan muncul?	Ada pastinya ada dengan menyelesaikan masalah masalah yang ada

Pertanyaan	Jawaban
Apakah narasumber melihat dalam inovasi pemasaran yang diterapkan bapak ngadiman turut andil dari awal gagasan tersebut dikerjakan?	Ada pemasaran pak ngadiman sudah mulai menggunakan media social seperti intagram
Apakah hambatan dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?	Kurangnya inovasi dari segi warna, produk baru
apakah dengan adanya penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan bapak ngadiman, narasumber melihat adanya peluang mendapatkan keuntungan?	Ada, Ada tapi tidak terlalu aktif hanya berfokus dalam promosi secara langsung dan sekarang sedang proses dalam promosi dengan media social seperti instagram dan juga ecommerce seperti shoope
Selama turut andil dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan apakah ada ancaman yang narasumber ketahui?	Inovasi pesaing yang lebih digemari oleh konsumen
Menurut narasumber apa keunggulan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak ngadiman lakukan?	Lebih banyak pilihan motif yang menarik konsumen untuk membeli produk batik istiqomah
Menurut narasumber apa kelemahan produk yang dihasilkan dari penerapan inovasi pemasaran yang bapak lakukan?	Warna dan kurang inovasi produk baru yang ditawarkan
Apakah produk yang dihasilkan memiliki peluang dalam mendapatkan keuntungan?	Iya pastinya karna membuka kesempatan untuk membuka peluang baru
Ancaman seperti apa yang dihadapi dari produk yang dihasilkan?	Produk tidak digemari konsumen karena selera konsumen yang semakin beragam
Menurut narasumber apakah tindakan kecil yang dilakukan	Motif yang cukup banyak menambah pilihan konsumen dalam membeli

bapak dalam inovasi pemasaran dalam menciptakan keunggulan produk?	
Menurut narasumber dari tindakan tindakan kecil yang dilakukan bapak ngadiman apa yang menjadi hambatan dalam penerapan inovasi produk?	Penggunaan warna yang kurang beragam harus lebih ditingkatkan
Peluang seperti apa yang muncul dari tindakan kecil yang bapak lakukan?	Menambah konsumen baru dan memberi potongan terhadap konsumen yang membeli dalam jumlah banyak
Ancaman apa yang muncul dalam tindakan tindakan kecil yang bapak lakukan?	Kurangnya daya saing dengan kompetitor
Apakah narasumber melihat ambisi yang bapak miliki dalam penerapan inovasi pemasaran yang telah dilakukan?	Ada pastinya dengan mencoba dengan motif dan kombinasi warna baru
Menurut narasumber apa kelemahan dari ambisi yang bapak ngadiman miliki?	Tidak ada
Peluang seperti apa yang bapak hasilkan dari adanya ambisi yang bapak ngadiman miliki?	Menambah tingkat konsumen dengan menambah motif dan keberagaman warna
Menurut narasumber apa ancaman yang muncul dari adanya penerapan ambisi yang bapak ngadiman miliki?	Tidak ada
Menurut Narasumber apakah ada keunggulan yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak ngadiman lakukan?	Iya ada
Menurut narasumber apakah ada hambatan yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak ngadiman lakukan?	Tidak ada
Menurut narasumber apakah ada peluang yang muncul dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak ngadiman lakukan?	Ada
Dari adanya Try/Test/Revise yang telah bapak ngadiman lakukan apa saran yang bisa bapak berikan?	Lebih ditingkatkan lagi dan lebih inovatif lagi

Lampiran 7 Tree Map

dalam	apakah	adanya	ancaman	menurut	ecommerce	indagima	keunggulan	dapat	tindakan	informasi	media	memiliki			
					mengelola	melihat	akses	ambisi	internete	muncul	banyak	dihiasi	ditingkat		
		pemasaran	inovasi	usaha			harus	karna	peman	revise	bagaimana	kemari	kerja		
	dengan				miliki	muncul		kecil	lewat	tenaga	cukur	jawa	masi	online	
bapak			produk	bisnis			karena								
		narasumber			penerapan	lebih		kemud	meng	orang	mend	motif	mung	palin	
			tidak	lakukan			menjad			sekar	perta	bers	diju	instake	
	istiqomah				telah	dilakuka		konsu	social		warna	tekn	keur	pen	secaturu
batik		peluang					promos	mencu	kur						
			untuk	seperti	hambatan	kalaupun	sudah	pasti	moda	kelem	wakt	mas	dim	men	per
										kur	andi	men	jawa	sara	sosi

Lampiran 8 Word Frequency



Lampiran 9 Foto Wawancara

1. Foto bersama Pak Ngadiman, Pemilik Usaha Batik Istiqomah



2. Foto bersama Ibu Fitri, Istri Pemilik Batik Istiqomah



3. Foto bersama Bapak Sakir, Ketua RT 08



Lampiran 10 Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP

Ilham Nurpambudi, anak laki laki yang dilahirkan pada 3 September 2002. Ia merupakan anak terakhir dari 5 bersaudara dari pasangan bapak Tumadi (Alm) dan ibu Nuryati. Menempuh pendidikan dasar pada SDN 73/VIII Perintis. Dilanjtkan dengan pendidikan menengah pada MTs dan SMKs Al-Inayah Rimbo Bujang Kabupaten Tebo. Lulus SD di tahun 2014, lulus MTs di tahun 2017 dan lulus SMK pada tahun 2020.

Ketika lulus Sekolah Menengah Kejuruan di tahun 2020, kegagalannya pada SNMPTN mengharuskannya ia mencoba mengikuti UTBK dan SBMPTN

untuk melanjutkan Pendidikan ke Perguruan Tinggi. Ia lulus SBMPTN pada pilihan pertama yaitu Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi. Program studi tersebut dipilihnya berdasarkan jurusan yang telah ia tempuh selama masa Sekolah Menengah Atas yaitu Akuntansi dan beberapa pertimbangan lain setelah melewati diskusi dengan keluarga maupun rekannya, oleh karena itu ia tertarik mengambil jurusan yang berkaitan dengan ekonomi namun masih dalam lingkup Pendidikan.

. Dikarenakan singkatnya masa perkuliahan yang ia miliki dikarena terpotong adanya penyebaran virus COVID 19, Selama masa perkuliahan ia tidak pernah mengikuti perlombaan bidang ekonomi ataupun organisasi, namun ia aktif dalam mengikuti beberapa kegiatan kepanitiaan pada organisasi IMA yaitu IMAKO atau Ikatan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. Namun diakhir masa perkuliahan ia bergabung dalam kegiatan Kampus Merdeka dalam program KKNT DLT di Seberang Kota Jambi. Sebagai upaya dalam menambah pengalaman dan juga relasi selama masa perkuliahan. Dari program tersebut ia mendapatkan penelitian yang dijadikan sebagai tugas akhir. Walaupun tugas akhir tersebut tidak sesuai dengan target yang dibuat diawal, namun tugas akhir tersebut dapat diselesaikan dengan baik.