



**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL  
MENENGAH *HANDICRAFT* DI DESA TUTUL, KECAMATAN BALUNG,  
KABUPATEN JEMBER**

*(Studi Kasus Pada Strategi Pengembangan UMKM Handicraft)*

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ekonomi Pada Minat Studi Ekonomi Pembangunan*

**Diajukan Oleh :**

**LELY NURUL AZIZAH FITRI**

**NIM : 1710407**

**PROGRAM EKONOMI PEMBANGUNAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA JEMBER**

**2021**



**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL  
MENENGAH *HANDICRAFT* DI DESA TUTUL, KECAMATAN BALUNG,  
KABUPATEN JEMBER**

(Studi Kasus Pada Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft*)

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ekonomi Pada Minat Studi Ekonomi Pembangunan*

**Diajukan Oleh :**

**LELY NURUL AZIZAH FITRI**

**NIM : 1710407**

**PROGRAM EKONOMI PEMBANGUNAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA JEMBER**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA JEMBER**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL  
MENENGAH *HANDICRAFT* DI DESA TUTUL, KECAMATAN BALUNG,  
KABUPATEN JEMBER**

(Studi Kasus Pada Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft*)

Telah dipertahankan tim penguji skripsi pada :

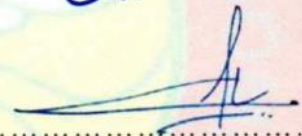
Hari/Tanggal : Kamis, 29 Juli 2021  
Jam : 09.30 – 10.30 WIB  
Tempat : *Zoom Meeting (Online)*

**Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi :**

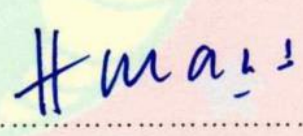
Drs. Farid Wahyudi, M.Kes  
NIDN: 0703036504  
**Ketua Penguji**



Mustofa, S.E.,M.Si  
NIDN: 0711017801  
**Sekretaris Penguji**



Drs. Suherman, MP  
NIDN: 0713055602  
**Anggota Penguji**



Mengetahui,

Ketua Program Studi,  
Ekonomi Pembangunan



Drs. Farid Wahyudi, M.Kes  
NIDN: 0703036504

Ketua,  
STIE Mandala Jember



Dr. Suwiguyo Widagdo S.E., M.M., M.P  
NIDN: 0702106701

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MANDALA JEMBER**

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL  
MENENGAH *HANDICRAFT* DI DESA TUTUL, KECAMATAN BALUNG,  
KABUPATEN JEMBER**

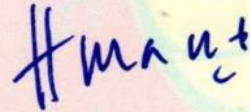
(Studi Kasus Pada Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft*)

Nama : Lely Nurul Azizah Fitri  
NIM : 17.10407  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Mata Kuliah Dasar : Ekonomi Industri

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Asisten



**Drs. Suherman, MP**  
NIDN: 0713055602



**Mustofa, S.E., M.Si**  
NIDN: 0711017801

Mengetahui,

Ketua Program Studi



**Drs. Fajri Wahyudi, M.Kes**  
NIDN: 0703036504



## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lely Nurul Azizah Fitri  
NIM : 17.10407  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Minat Studi : Ekonomi Industri

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah *Handicraft* Di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember merupakan hasil karya ilmiah yang saya buat sendiri.

Apabila terbukti pernyataan saya ini tidak benar maka saya siap menanggung resiko dibatalkannya skripsi yang telah saya buat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sejujurnya.

Jember, 02 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Lely Nurul Azizah Fitri

## **MOTTO**

Tetaplah menjadi dirimu sendiri, selemah apapun kamu tetaplah menjadi kuat. Bahkan kamu terjatuh sekalipun tetaplah kuat dan tunjukan kepada semua orang kalau kamu bisa bangkit. Dan Jangan pernah memperdulikan perkataan orang yang nantinya akan menjatuhkanmu.

*“Keep Strong, Be Brave and Be Patient.”*

(Penulis)

“Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap seimbang, kau harus terus bergerak.”

(Albert Einstein)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul **”Analisis Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember”**. Penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini terdapat banyak pihak yang memberikan bantuan moril dan materil, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Suwignyo Widagdo, SE., MM, MP selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.
2. Bapak Drs. Farid Wahyudi, M.Kes selaku Ketua Prodi Ekonomi Pembangunan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.
3. Bapak Dr. Suherman, M.P selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya.
4. Bapak Mustofa, M.Si selaku Dosen Pembimbing Asisten yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya.
5. Serta seluruh Dosen dan Akademika, beserta almamater Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala Jember.

6. Terima kasih kepada Kedua Orang Tuaku yang pertama kepada Ayah Mulyadi dan Ibu Tustriyani yang selalu memberi dukungan, selalu memberi semangat dan doa yang tidak pernah putus untuk anak-anaknya. Tentunya juga kepada Kakakku Chandra Adi Firmanzah, Adikku Ceysa Levia Triandini yang selalu memberikan dukungan dan doa terbaik untukku.
7. Terima kasih untuk seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa terbaik yang tiada hentinya.
8. Terima kasih untuk sahabatku Rosa Widya Safitri dan Fajar Imanni yang selalu memberi dukungan, pendapat, saling tukar pikiran, motivasi, dan kebersamaannya selama 4 tahun. Tentunya juga telah banyak membantu kepada peneliti yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu.
9. Terima kasih untuk teman-temanku grub “Keluarga Cemara” Marda, Akbar, Ulum, Rosa yang selalu memberi dukungan, cerita, suka, duka, canda tawa, dan kebersamaannya selama ini.
10. Terima kasih untuk teman-temanku “The Darkness” Icha, Rosa, Marda, Fajar, Ulum, Viko, Akbar, Edo, Erik yang selalu memberi pendapat, saran dan sudah mau bertukar pikiran.
11. Terima kasih untuk semua teman-teman kelas Ekonomi Pembangunan angkatan 2017 yang sudah membuat cerita kebersamaan dan kenangan selama kuliah 4 tahun.



12. Terima kasih untuk teman KKN Arjasa, Ayu, Rosa, Viko, dan Yunus atas segala suka dan duka yang dirasakan bersama selama KKN.
13. Terima kasih kepada Perangkat Desa Di Balai Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember yang telah membantu dan mendukung penelitian saya.
14. Terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM *Handicraft* yang sudah mampu bersedia dalam penelitian saya.

Pada akhirnya kepada seluruh kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat, Ridho dan Hidayah-Nya atas segala amal baiknya.

Demikian yang penulis dapat sampaikan, semoga bermanfaat dan menambah pengetahuan para pembaca. Penulis juga mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Sekian dari penulis, semoga bermanfaat bagi semuanya, khususnya agi penulis.

Jember, 02 Juli 2021

Penulis,

Lely Nurul Azizah Fitri

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	5
1.4    Manfaat Penelitian.....	6
1.5    Penelitian Terdahulu.....	6
1.6    Tinjauan Pustaka .....	18
1.6.1    Teori Strategi dan Pengembangan UMKM <i>Handicraft</i> .....	18
1.6.2    Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	23

1.6.3	Strategi Pengembangan UMKM .....	26
1.6.4	Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).....	27
1.6.5	<i>Handicraft</i> (Kerajinan Tangan).....	34
1.6.6	Penyerapan Tenaga Kerja .....	36
1.7	Batasan Masalah.....	37
BAB II METODE PENELITIAN .....		38
2.1	Pendekatan dan Strategi Penelitian .....	38
2.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	38
2.3	Metode Pengambilan Data .....	39
2.4	Pendekatan dalam Analisis Data .....	41
2.5	Keabsahan Penelitian .....	42
BAB III HASIL PENELITIAN .....		44
3.1	Orientasi Kancan Penelitian .....	44
3.1.1	Gambaran Umum Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah <i>Handicraft</i> .....	44
3.2	Pelaksanaan Penelitian .....	48
3.3	Temuan Penelitian .....	48
3.3.1	Analisis Internal dan Eksternal .....	58
3.3.2	Perumusan Strategi Analisis SWOT .....	64
BAB IV PEMBAHASAN.....		74
BAB V PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Implikasi.....	80

5.3	Saran.....	80
	DAFTAR PUSTAKA .....	82

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Jumlah Jenis Usaha Kerajinan Tangan ( <i>Handicraft</i> ) .....	46
Tabel 3.2 Jumlah Keseluruhan Pengrajin <i>Handicraft</i> .....	47
Tabel 3.3 Hasil Penelitian dari 5 Pengrajin <i>Handicraft</i> .....	47
Tabel 3.4 Matriks Strategi Faktor <i>IFAS</i> UMKM <i>Handicraft</i> .....	65
Tabel 3.5 Matriks Strategi Faktor <i>EFAS</i> UMKM <i>Handicraft</i> .....	68
Tabel 3.6 Penentuan Strategi Matriks SWOT .....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.7 Diagram Kuadran SWOT <i>Handicraft</i> .....	73
---	----



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Izin Pengambilan Data .....	84
Lampiran 2. Surat Rekomendasi Penelitian dari Kecamatan Balung .....	85
Lampiran 3. Hasil Wawancara .....	86
Lampiran 4. Dokumentasi Wawancara .....	87

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL  
MENENGAH *HANDICRAFT* DI DESA TUTUL, KECAMATAN BALUNG,  
KABUPATEN JEMBER**

(Studi Kasus Pada Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft*)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) *handicraft* yang berada di Desa Tutul Kecamatan Balung, Kabupaten Jember. Jenis penelitian ini adalah studi kasus pada UMKM *Handicraft*. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil wawancara berkaitan dengan strategi pengembangan UMKM *handicraft*. Hasil wawancara yang dianalisis menggunakan teknik analisis dekskriptif kualitatif dan *purposive sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan seluruh pelaku UMKM *handicraft* yang berada di Desa Tutul dengan 3 dusun yaitu Dusun Krajan, Dusun Kebon, dan Dusun Maduran menggunakan strategi fokus dalam menciptakan produk baru (*inovasi baru*) dan strategi diferensiasi. dan jenis strategi yang digunakan pemasaran yang menggunakan media sosial dan pameran. Selain itu untuk menentukan posisi perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT yang sesuai dengan situasi ada 4 yaitu kombinasi strategi *strenghts* dan *opportunities*, strategi *weakness* dan *opportunities*, strategi *strenghts* dan *threats*, dan strategi *weakness* dan *threats*.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, UMKM *Handicraft*, SWOT

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat dibutuhkan disetiap negara sebab dengan adanya peningkatan pertumbuhan ekonomi dapat menunjukkan kesejahteraan yang tercermin pada peningkatan output perkapita serta diikuti dengan daya beli masyarakat yang semakin meningkat. Melalui pertumbuhan ekonomi sebuah negara dapat mengubah kondisi perekonomiannya dengan lebih baik dalam suatu periode yang tertentu. Bahkan pertumbuhan ekonomi dapat ditandai dengan pertumbuhan sektor ekonomi masyarakat, dimana hal ini dapat dilihat dari perkembangan pertumbuhan nasional. Perekonomian dikatakan dapat mengalami pertumbuhan apabila dari jumlah jasa riilnya terhadap pengangguran faktor-faktor pada tahun tertentu lebih besar dari tahun sebelumnya. Dari data sebelumnya terdapat 1.057 usaha *handicraft* dan Kemudian dari hasil sumber data usaha *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember terdapat 1.836 usaha *handicraft* dari tahun 2012-2020. Dari salah satu contoh dalam perkembangan pertumbuhan di Indonesia yang dapat berkontribusi untuk memajukan negara yaitu Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha tersebut juga mempunyai peran yang sangat penting dalam strategis pembangunan ekonomi nasional, oleh karena itu tentunya selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi yang dapat berperan dalam pendistribusian.

Dengan adanya aspek ekonomi yang mempelajari tentang industri yaitu aspek pasar dan perusahaan. Tujuan dari ekonomi industri yaitu menerangkan

cara-cara perkembangan dalam sektor ekonomi. Ekonomi Industri adalah cabang dari ekonomi mikro yang mempelajari keterkaitan struktur industri, perilaku industry dan kinerja industry. Dengan adanya ekonomi industri yaitu dapat menjelaskan lebih jauh dari konsep-konsep dan metode yang dikembangkan untuk menganalisis perusahaan-perusahaan dalam industri (pasar), dengan pengembangan dan pembahasan kasus untuk masing-masing topik, baik di Indonesia maupun Negara lain. Ekonomi industri dapat menelaah struktur pasar dan perusahaan yang secara relatif lebih menekankan pada studi empiris faktor-faktor yang mempengaruhi struktur, perilaku dan kinerja pasar. Perilaku industri menganalisis tingkah laku serta penerapan strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam suatu industri untuk merebut pangsa pasar dan mengalahkan pesaingnya.

Maka dari itu industri kecil dapat menyumbang peran terhadap pembangunan dengan berbagai jalan, tentunya dengan menciptakan kesempatan kerja. Dan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah juga berkontribusi aktif untuk mengembangkan suatu daerah atau wilayah sehingga dapat meningkatkan usahanya serta dapat meminimalisir angka dalam suatu pengangguran di suatu daerah. Suatu usaha dapat dikembangkan dengan baik jika proses usaha dapat berjalan dengan lancar untuk memaksimalkan bagi pekerja dalam produktifitas yang di jalannya. Selain itu juga dalam suatu usaha perlu melakukan strategi dalam pengembangan usahanya untuk mencapai suatu sasaran sehingga dengan itu semua akan berjalan dengan baik. Dengan menggunakan strategi maka dari suatu badan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat berkembang

sesuai dengan harapan. Maka dari itu dalam strategi pengembangan, penyempurnaan, dan perbaikan dapat dilakukan atas produk yang dihasilkan meliputi bidang mutu, corak, penampilan, dan lain sebagainya. Dan pada umumnya kegiatan dalam strategi pengembangan terhadap UMKM ini mempunyai hubungan erat dengan kegiatan inovasi, sehingga dalam unsur-unsur teknologi dapat memegang peranan penting yang menentukan dalam strategi pengembangan UMKM tersebut.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Kemudian juga termasuk dalam kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Maka dari itu sudah menjadi kewajiban untuk melakukan penguatan kelompok UMKM yang melibatkan banyak kelompok. Kemudian dalam kriteria usaha yang termasuk dalam UMKM yang telah ditetapkan dalam dasar hukum, berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008.

Ada salah satu desa yang terletak di Kabupaten Jember yang telah dinobatkan sebagai desa terproduktif tingkat nasional yang dicanangkan dan diresmikan oleh Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia pada tanggal 19 Januari 2013. Kemudian dari hasil sumber data usaha *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember terdapat 1.836 usaha *handicraft* dari tahun 2012-2020.

Desa tersebut adalah Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, yang mana masyarakatnya telah melakukan upaya pengembangan masyarakat melalui potensi lokal yang dimiliki Desa Tutul tersebut. Dalam program desa produktif pencanangan pertama kali dilakukan di Desa Tutul, karena desa tersebut merupakan desa pertama yang dinilai telah memenuhi kriteria untuk menjadi desa produktif.

Desa Tutul, Kecamatan Balung sendiri ini merupakan desa pusat kerajinan tangan di Jember yang sudah menjadi ciri khas Desa Tutul yang dikerjakan secara tradisional dengan menggunakan bahan baku dari kekayaan alam seperti kayu, biji, batu, dan tulang. Kemudian yang diproduksi oleh sentra industri *handicraft* sebagai bahan baku dan produk yang dihasilkan seperti tasbih, kalung, gelang, hiasan dinding, peralatan dapur, dan lain sebagainya yang di desain secara unik dan kreatif mungkin. Dan kerajinan tangan (*handicraft*) ini sudah dikenal dan dipasarkan ke mancanegara, diantaranya Arab Saudi, Australia, dan Jepang. Dan untuk di pasar Nasional sendiri kerajinan tangan (*handicraft*) Desa Tutul telah memenuhi di kota Jakarta, Jogjakarta, Bali, Surabaya dan kota-kota lainnya.

Tidak hanya berhenti disitu saja, Desa Tutul, Kecamatan Balung ini juga merupakan pusat kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara saat mengunjungi Kabupaten Jember, dikarenakan wisatawan dapat melihat proses pembuatan kerajinan tangan (*handicraft*) dari manik-manik tersebut yang dilakukan secara manual oleh penduduk setempat. Maka dari itu wisatawan akan puas bila mengunjungi tempat pembuatan kerajinan tangan (*handicraft*) secara langsung.



Peneliti mencoba menganalisis menggunakan analisis SWOT kemudian dengan berdasarkan latar belakang yang diuraikan maka peneliti tertarik ingin meneliti lebih jauh dalam pengembangan UMKM di Desa Tutul yaitu dalam penelitian yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) *Handicraft* Di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang akan menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini :

1. Bagaimana strategi pengembangan UMKM kerajinan tangan (*Handicraft*) di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember ?
2. Faktor-faktor apakah yang menjadi kendala dalam pengembangan UMKM *Handicraft* di desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mendeskripsikan strategi pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang menjadi kendala dalam pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Sebagai latihan untuk menerapkan pengetahuan, pengalaman, serta wawasan tentang strategi pengembangan UMKM dalam suatu usaha tersebut.

2. Bagi Industri (UMKM)

Sebagai sumbangan pemikiran yang berkaitan dengan strategi pengembangan UMKM yang dilakukan dalam usaha yang dijalankan. Bagi Almamater

Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian khusus dan dapat memberikan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

#### 1.5 Penelitian Terdahulu

**Edy Suandi Hamid 1 dan Y. Sri Susilo (2011)**, Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan menyusun strategi yang operasional dan tepat untuk mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Profil UMKM juga perlu dikenali dan dianalisis. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari survei lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber publikasi. Metode analisis yang digunakan adalah pendekatan deskriptif.

Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi oleh UMKM, ada beberapa strategi untuk mengatasinya. Pengembangan UMKM tidak hanya oleh UMKM saja, tetapi juga harus didukung semua stakeholder. Dukungan diharapkan datang dari asosiasi bisnis, perguruan tinggi, dan instansi terkait di kabupaten/kota di DIY. Kebijakan pemerintah juga diperlukan untuk mendorong pengembangan UMKM. Pengembangan UMKM di DIY merupakan percepatan transformasi UMKM dari fase formasi menuju fase stabilisasi.

**Ayu Dwi Utari, Dra. Sri Wahyuni, M.Si, Drs. Umar HMS, M.Si (2015),** Pengembangan Produk Usaha Kecil Handycraft Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen. Keberhasilan suatu usaha baik usaha dalam skala kecil maupun skala besar dapat dilihat dari bagaimana perusahaan tersebut mampu mengembangkan produk yang dihasilkan, sehingga konsumen berminat dalam melakukan pembelian. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara perbaikan, penyempurnaan, atau menghasilkan produk baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan proses pengembangan produk baru dan modifikasi produk yang sudah ada dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumennya. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik sentra industri IMDA Handicraft. Metode pengumpulan data yang digunakan terdiri dari metode wawancara, observasi, dan dokumen. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember mampu

mengembangkan produk baru dan memodifikasi produk yang sudah ada dengan tujuan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

**Feti Fatimah** (2018), Strategi Kreatif UMKM Kerajinan Tangan di Era Digital Pada Wilayah Kabupaten Jember. Tujuan dalam penelitian ini adalah Identifikasi perilaku konsumen terhadap produk UMKM Kerajinan Tangan di wilayah Jember dan bagaimana strategi kreatif UMKM kerajinan tangan di era digital pada wilayah Kabupaten Jember. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 100 responden. Dalam penelitian ini menggunakan alat analisis data Importance-Performance Analysis, Diagram sebab-akibat (Fish Bone Diagram), Analisis SWOT. Hasil identifikasi perilaku konsumen terhadap produk UMKM adalah produk UMKM belum mampu mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli. Dibuktikan dengan nilai rata-rata pelaksanaan adalah 2,67. Nilai rata-rata harapan adalah 4,03. Variabel-variabel yang dipertimbangkan untuk identifikasi perilaku konsumen terhadap produk UMKM Kerajinan Tangan di wilayah Jember adalah Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologi. Strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan masyarakat adalah: Strategi SO: 1) Perbaiki kualitas produk dan pelayanan. 2) *Research and development*. Strategi WO: 1) Penggalan modal 2) Promosi 3) Pengembangan mutu SDM. 4) Meningkatkan semangat kerja SDM. Strategi ST: Optimalisasi kualitas pelayanan. Strategi WT: *Community development*. Strategi SO (*Strenghts-Opportunities*) merupakan alternatif strategi yang harus segera dilaksanakan oleh UMKM, hal ini dikarenakan alternatif strategi SO dapat meningkatkan kemampuan bersaing UMKM dengan cepat dan menanggulangi masalah-masalah penting yang

dihadapi oleh UMKM. Penggunaan alternatif strategi SO berarti pemanfaatan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh UMKM secara optimal. Kekuatan dan peluang yang dimiliki UMKM harus dimanfaatkan sebaik mungkin karena ini merupakan aset yang dimiliki oleh UMKM.

**Iqbal Fauzi** (2018), Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), (Studi Kasus pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Kecamatan Ajibarang Kabupaten Banyumas). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Untuk menjamin supaya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat berkembang dengan baik, maka pengembangan (UMKM) perlu di dahului oleh perusahaan. Oleh karena itu perlu adanya strategi pengembangan yang dilakukan perusahaan. Salah satu strategi yang bisa digunakan ialah melalui strategi pemasaran. Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa Pancasan Banyumas merupakan salah satu pengusaha yang berdiri dari tahun 1970 untuk mengembangkan usahanya agar dapat membantu pertumbuhan ekonomi maka perlu adanya strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan pembangunan di masyarakat. Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*). Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan dalam analisisnya, penulis menggunakan metode analisis SWOT yaitu metode analisis data yang menunjukkan pengembangan

usaha dapat ditentukan oleh kombinasi faktor eksternal dan internal yakni faktor kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui usaha apa saja yang dilakukan oleh pengusaha dalam pengembangan usaha dan kendala apa saja yang dihadapi oleh pengusaha Kerajinan Genteng UD. Genteng Pres Super Soka Masinal dalam mengembangkan usaha agar dapat meningkatkan usahanya.

**Alyas dan Muhammad Rakib** (2017) Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Subjek penelitian yaitu pemilik usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif dan analisis SWOT. Dimana analisis kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi sedangkan analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis serta merumuskan strategi suatu perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha kecil dalam penguatan ekonomi kerakyatan pada usaha Roti Maros di Kabupaten Maros yang dapat digunakan yaitu pengembangan pasar dan produk, serta penetrasi pasar secara intensif dengan meningkatkan promosi, kualitas, serta inovasi produk Roti Maros.



**Sylvia Nailuvary, Hety Mustika Ani, Sukidin** (2018) Strategi Pengembangan Produk pada *Handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai strategi pengembangan produk pada *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan untuk mengakses data digunakan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumen. Analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, verifikasi atau kesimpulan. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *handicraft* Citra Mandiri merupakan usaha kerajinan tangan yang melakukan pengembangan produk. Strategi pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan stabilitas penjualan. Usaha *handicraft* Citra Mandiri melakukan pengembangan produk dengan dua cara yakni secara diversifikasi produk dan strategi produk baru. Diversifikasi produk merupakan suatu strategi bagi *handicraft* Citra Mandiri untuk menambah jenis produk yang diproduksi, jenis produk yang diproduksi *handicraft* Citra Mandiri yaitu tasbih, gelang, kalung, dan tongkat. Industri *handicraft* Citra Mandiri dalam melakukan diversifikasi produk juga meningkatkan produk yang baru yang memiliki hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Strategi produk baru yaitu *handicraft* Citra Mandiri membuat produk baru yang diluncurkan untuk mengantisipasi kejenuhan pelanggan akan produk yang sudah ada. *Handicraft* ini dalam membuat produk barunya tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan tetapi berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut lain

yang melekat pada produk tersebut. *Handicraft* Citra Mandiri dalam membuat produknya berusaha memberikan kesan yang khas dimana produk yang dimiliki memiliki warna, motif, *labelling* yang berbeda.

**Yunida Tri Andari, Lutfi Aris Sasongko, Eka Dewi Nurjayanti (2019),** Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Sabut Kelapa Di Lkp Akas Kabupaten Kebumen. Sabut cocunut, sebagai produk sekunder kelapa, dapat diproses serat ramah lingkungan. Serat ini digunakan sebagai bahan baku kerajinan tangan. Ini penelitian bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal, serta merumuskan strategi alternatif untuk pengembangan bisnis kerajinan sabut kelapa di LKP AKAS Kabupaten Kebumen. Data menggunakan tipe primer dan sekunder. Metode analisis data dilakukan dengan menggunakan matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE), Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE), matriks *Internal External* (IE) dan Matriks SWOT. Analisis data menghasilkan faktor internal (*strenghts*) termasuk ketersediaan bahan baku yang melimpah, ketersediaan tenaga kerja lokal, pemasaran singkat saluran, pemasaran nasional dan internasional. Di sisi lain, faktor internal (kelemahan) termasuk kurangnya inovasi produk, struktur, tenaga kerja lama, ketersediaan pesanan tercatat, dan kurangnya promosi melalui website dan media sosial. Faktor eksternal (peluang) termasuk kemitraan dengan pemasok bahan baku, stabilnya harga bahan baku dan pesanan berulang, kurangnya pesaing dengan bahan yang sama, dari pemerintah daerah, dan permintaan pesanan pengiriman. Di sisi lain, faktor eksternal (*threaths*) termasuk risiko pasar (berbagai jenis kerajinan tangan dengan bahan yang berbeda), dan kehadiran industri kerajinan lainnya. Hasil analisis IE, LKP

AKAS terletak di zona I, yaitu tumbuh dan membangun. Strategi yang sesuai untuk area ini adalah penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Strategi alternatif yang dapat dilakukan adalah: (1) membuat rencana bisnis termasuk tata letak produksi, variasi produk (produksi) dan pemasaran untuk menambahkan pelanggan; (2) meringkas dan mengelola pesanan pelanggan di untuk memiliki evaluasi rutin terhadap kemajuan bisnis di masa depan; (3) produk yang dimodifikasi menjadi lebih bervariasi untuk dapat bersaing dengan produk kerajinan lainnya; dan (4) meningkatkan kegiatan promosi secara *online* (situs web dan media sosial) untuk menarik konsumen.

**Tabel 1.1 Analisis Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* Di Desa Tutul, Kecamatan Balung Kabupaten Jember.**

No	Nama Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	<b>Edy Suandi Hamid 1 dan Y. Sri Susilo</b> (2011)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	Ruang lingkup penelitian, yaitu dapat mengembangkan strategi pengembangan UMKM	Peneliti terdahulu meneliti menyusun strategi yang operasional dan tepat untuk mengembangkan UMKM di Provinsi Yogyakarta. Sedangkan penulis meneliti tentang strategi pengembangan UMKM <i>handicraft</i> di Desa Tutul, Kec.Balung, Kab.Jember.
2.	<b>Ayu Dwi Utari, Dra. Sri Wahyuni, M.Si, Drs. Umar HMS, M.Si</b> (2015)	Pengembangan Produk Usaha Kecil <i>Handicraft</i> untuk meningkatkan Loyalitas Konsumen	Ruang lingkup penelitian, yaitu strategi pengembangan UMKM <i>Handicraft</i>	Peneliti terdahulu meneliti yang bertujuan untuk mendeskripsikan proses pengembangan produk baru yang sudah ada dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen. Sedangkan penulis meneliti tentang strategi pengembangan UMKM <i>Handicraft</i> dan dapat mendeskripsikan pengembangan UMKM <i>handicraft</i> .

**Tabel 2.1 Analisis Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* Di Desa Tutul, Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Lanjutan**

No	Nama Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
3.	<b>Feti Fatimah</b> (2018)	Strategi Kreatif UMKM Kerajinan Tangan di Era Digital Pada Wilayah Kabupaten Jember	Ruang lingkup penelitian, yaitu melakukan strategi pengembangan UMKM <i>Handycraft</i>	Peneliti terdahulu meneliti tentang Identifikasi perilaku konsumen terhadap produk UMKM Kerajinan Tangan di wilayah Jember dan bagaimana strategi kreatif UMKM kerajinan tangan di era digital pada wilayah Kabupaten Jember. Sedangkan penulis meneliti tentang strategi pengembangan UMKM <i>handycraft</i> dan dapat mengembangkan atau menciptakan kembali inovasi baru agar mendapatkan peningkatan terhadap sentra industri kerajinan tangan ( <i>handicraft</i> ).
4.	<b>Iqbal Fauzi</b> (2018)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), (Studi Kasus pada UD. Genteng Pres Super Soka Masinal Desa	Ruang lingkup penelitian yaitu tentang strategi pengembangan UMKM	Peneliti terdahulu meneliti Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat. Selain

**Tabel 3.1 Analisis Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* Di Desa Tutul, Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Lanjutan**

No	Nama Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
		Pancasan		berperan dalam
4.	<b>Iqbal Fauzi</b> (2018)	Kecamatan Aji barang Kabupaten Banyumas).		pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Sedang penulis meneliti tentang pendeskripsian tentang strategi pengembangan UMKM <i>handicraft</i> dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang berpendidikan rendah. Sehingga dapat mengembangkan UMKM tersebut.
5.	<b>Alyas dan Muhammad Rakib</b> (2017)	Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros).	Ruang lingkup peneliti yaitu strategi pengembangan UMKM	Peneliti terdahulu meneliti untuk menganalisis kualitatif menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi sedangkan analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis serta merumuskan strategi suatu perusahaan. Sedangkan penulis menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif dan menggunakan analisis SWOT yang akan merumuskan pada strategi

**Tabel 4.1 Analisis Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* Di Desa Tutul, Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Lanjutan**

No	Nama Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
				pengembangan UMKM <i>handicraft</i> .
6.	<b>Sylvia Nailuvary, Hety Mustika Ani, Sukidin</b> (2018)	Strategi Pengembangan Produk pada <i>Handicraft</i> Citra Mandiri di Desa tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.	Ruang lingkup peneliti yaitu strategi pengembangan UMKM <i>handycraft</i>	Peneliti terdahulu meneliti untuk mendeskripsikan mengenai strategi pengembangan produk pada <i>handycraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Sedangkan penulis meneliti untuk mendeskripsikan strategi pengembangan UMKM <i>handycraft</i> Di Desa Tutul, Kec.Balung, Kab.Jember
7.	<b>Yunida Tri Andari, Lutfi Aris Sasongko, Eka Dewi Nurjayanti</b> (2019)	Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Tangan Sabut Kelapa Di Lkp Akas Kabupaten Kebumen	Ruang lingkup Strategi Pengembangan dalam Usaha Kerajinan dan Menggunakan alat analisis SWOT	Peneliti terdahulu meneliti untuk menganalisis faktor internal dan eksternal, serta merumuskan strategi alternatif untuk pengembangan bisnis kerajinan sabut kelapa di LKP AKAS Kab.Kebumen.Sedangkan penulis meneliti untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM <i>Handicraft</i> Di Desa Tutul.

## **1.6 Tinjauan Pustaka**

### **1.6.1 Teori Strategi dan Pengembangan UMKM *Handicraft***

#### **1.6.1.1 Definisi**

Untuk mempertahankan serta meningkatkan perkembangan atau kebutuhan produk *handicraft* tentunya perlu melakukan strategi yaitu strategi pengembangan terhadap produk *handicraft*. Karena dengan adanya melakukan strategi pengembangan produk merupakan strategi untuk perusahaan itu sendiri sehingga dapat menciptakan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan penghasilan yang baik yaitu dapat berkembang baik dalam bentuk, model, ukuran, warna, kemasan maupun kualitas keunikan yang lebih disempurnakan. Selain itu dengan adanya perkembangan produk *handicraft* bertujuan untuk mengantisipasi dari kejenuhan akan suatu produk tertentu, sehingga dengan adanya beberapa perubahan maka dari pelanggan akan memilih produk tersebut daripada produk yang dihasilkan oleh pesaing.

Kotler dan Amstrong (1997) mengemukakan bahwa pengembangan produk baru merupakan usaha perbaikan produk perusahaan meliputi pengembangan produk asli, perbaikan produk, inovasi baru dan modifikasi produk. Yang melalui usaha departemen penelitian dan pengembangan perusahaan itu sendiri. Jadi pengembangan produk tidak harus menciptakan produk yang benar-benar baru saja, tetapi juga dapat melalui perbaikan dan modifikasi produk yang sudah ada ataupun mengubah merek dari itu sendiri.



### 1.6.1.2 Pengertian Strategi

Menurut Kuncoro (2005), Strategi adalah cara pemimpin bisnis perusahaan merealisasikan filosofinya. Pengertian ini lebih menekankan pada strategi seharusnya berkaitan dengan keputusan besar yang dihadapi individu atau organisasi dalam melakukan bisnis yaitu keputusan yang menentukan kegagalan dan kesuksesan individu atau organisasi.

Menurut Sudaryanto, dkk., (2011) Secara umum strategi merupakan pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan ide/gagasan, perencanaan, dan pelaksanaansuatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik lebih menuntut adanya koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi juga merupakan perangkat luas rencana organisasi untuk mengimplementasikan keputusan yang diambil demi mencapai tujuan organisasi. Strategi menjadi tiga kelompok yang dapat dipertimbangkan untuk diterapkan dalam suatu perusahaan yaitu: (1) Strategi perusahaan (*corporate strategy*), (2) Strategi bisnis atau strategi persaingan, dan (3) Strategi fungsional.

Kemudian dalam strategi juga terdapat jenis-jenis produk :

#### 1. Strategi Produk

Yaitu produk yang dapat mencakup benda fisik, jasa, prestise, tempat, organisasi maupun idea. Produk yang berwujud biasa disebut jasa. Berdasarkan

pengertian produk tersebut, terdapat tiga aspek dari produk yang perlu diperhatikan dalam memahami strategi produk, antara lain :

a. Produk Inti

Produk inti merupakan manfaat inti yang dapat ditampilkan ke suatu produk kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya. Misalnya, kerajinan tangan (*handicraft*) yaitu salah satunya seperti peralatan dapur yang memiliki produk inti yang berupa kemampuannya untuk digunakan sebagai alat memasak bagi masyarakat.

b. Produk yang diperluas

Produk yang diperluas dapat mencakup berbagai tambahan yang bermanfaat sehingga dapat dinikmati oleh konsumen dari produk inti yang dibelinya. Tambahan yang manfaat yaitu dapat berupa pemasangan instalasi, pemeliharaan, pemberian garansi serta pengirimannya.

c. Produk formal

Produk yang merupakan penampilan atau perwujudan dari produk inti maupun perluasan produknya. Dalam ini ada 5 komponen yang terdapat pada produk formal, yaitu : bentuk atau coraknya, daya tahan atau mutunya, daya tarik atau keistimewaan, pengemasan, nama merek.

Sehingga strategi produk formal dapat dilakukan oleh suatu perusahaan atau UMKM untuk melakukan inovasi dan kreasi dalam produknya dapat dilakukan dengan pengembangan produk. Pengembangan produk yaitu dapat menciptakan produk baru (inovasi) atau mengganti produk yang sudah ada (*modifikasi*).

Dalam penyebaran produk yaitu dapat melakukan strategi penyebaran produk yang dapat digunakan untuk mengelola persaingan dalam sebuah industri dan melawan masuknya pesaing-pesaing baru. Maka sehubungan dengan hal itu, mendapat kesempatan untuk mengembangkan strategi pengembangan produk baru dari sebuah persaingan industri yang stabil yang didasarkan diferensiasi produk, atau persaingan bukan dalam harga lagi yang didasarkan pada pengembangan produk-produk baru. Karena persaingan antar perusahaan didasarkan oleh kualitas atau keunikan produk yang dapat dipersepsikan orang, dan bukan atas dasar harga.

## 2. Strategi promosi

Dari alat-alat yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk yaitu terdapat:

- a. Iklan merupakan alat utama bagi pengusaha untuk mempengaruhi. Iklan ini dapat dilakukan oleh pengusaha lewat surat kabar, radio, majalah, televisi, pameran galeri ataupun dalam bentuk poster-poster yang dipasang dipinggir jalan atau tempat-tempat yang strategis.
- b. Kemudian promosi penjualan merupakan kegiatan perusahaan untuk mempromosikan produk yang akan dipasarkannya sedemikian rupa sehingga konsumen akan mudah untuk melihatnya dan bahkan dengan mencari penempatan dan pengaturan tertentu maka produk tersebut akan menarik perhatian konsumen.
- c. Terdapat publikasi, merupakan cara yang biasa digunakan juga oleh pengusaha untuk membentuk pengaruh secara tidak langsung kepada konsumen agar mereka menjadi tahu pada produk yang akan dipasarkan.

Publikasi dilakukan dengan cara memuat berita tentang produk atau perusahaan yang menghasilkan produk tersebut di media masa. Dan ada personal selling, yang merupakan kegiatan perusahaan untuk melakukan kontak langsung dengan konsumennya.

### 3. Strategi Penjualan

Penjualan (sales) adalah aktivitas atau bisnis dalam menjual produk atau jasa. Aktivitas penjualan adalah hal yang sangat penting bagi perusahaan, terutama untuk meraih keuntungan. Pengertian penjualan secara umum adalah kegiatan jual beli dijalankan oleh dua belah pihak atau lebih dengan alat pembayaran yang sah. Penjualan ini dapat dilakukan dengan berbagai metode, seperti penjualan langsung serta agen penjualan. Tujuan utama penjualan adalah mendatangkan keuntungan dari produk atau barang yang dijual.

#### **1.6.1.3 Strategi Pengenalan dan Pengembangan Produk**

Dari perusahaan yang dapat lepas dari pengaruh kemajuan teknologi dan munculnya produk-produk baru, cepat atau lambat hampir dari semua produk yang sudah ada saat ini akan hilang dari pasar dan digantikan dengan produk-produk lain sehingga pertumbuhan dan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang akan tergantung dari kebijaksanaan produk yang didefinisikannya. Sehingga dalam kondisi saat ini, perkembangan pasar sangat dinamis dan penuh persaingan, sehingga perusahaan akan sulit untuk mempertahankan eksistensinya jika hanya bertahan pada produknya yang sekarang. Oleh karena itu, pengembangan produk baru merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan.

Dalam proses pengembangan produk baru juga disertai dengan berbagai resiko kegagalan. Untuk memperkecil resiko-resiko kegagalan tersebut, produk baru perlu diciptakan berdasarkan konsep produk yang sesuai dengan keinginan. Selanjutnya proses pengembangan menuju produk baru yaitu perlu proses pembaruan, yang melibatkan peluang yang ada di pasar dengan penemuan teknologi dan pengetahuan tentang teknologi baru.

### **1.6.2 Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Menurut Afifuddin (2010), Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan mengemukakan bahwa pengembangan UMKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi.

Menurut Tambunan (2009), Pengaruh dari pengembangan UMKM di Indonesia dan melihat peran serta pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia memiliki hasil positif, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Hafsah (2004), Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diperlukan upaya hal-hal seperti :

- a. Penciptaan iklim usaha yang kondusif,
- b. Bantuan Permodalan,

- c. Perlindungan Usaha,
- d. Pengembangan Kemitraan,
- e. Pelatihan,
- f. Mengembangkan Promosi, dan
- g. Mengembangkan kerja sama yang setara.

#### **1.6.2.1 Pendekatan dalam Pengembangan Produk**

Dalam proses pengembangan produk seperti yang telah dijelaskan menunjukkan aktivitas penting yang perlu diperhatikan untuk menemukan, mengembangkan dan memperkenalkan produk baru. Dalam Kotler (2008) menjelaskan ada tiga pendekatan yang dilakukan secara berurutan yaitu :

- a. Pengembangan produk yang baru berpusat pada pelanggan

Yaitu pengembangan produk baru yang berfokus pada menemukan cara baru untuk memecahkan masalah pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih memuaskan pada pelanggan.

- b. Pengembangan produk baru berdasarkan tim

Yaitu dalam sebuah pendekatan untuk mengembangkan produk baru dimana berbagai departemen bekerja sama secara erat, melewati beberapa tahapan dalam proses pengembangan produk baru untuk menghemat waktu dan meningkatkan efektivitas.

- c. Pengembangan produk baru yang sistematis

Selanjutnya, proses pengembangan produk baru harus secara holistik dan sistematis dari pada secara acak. Untuk menghindari sedikitnya ide yang terserap maka perusahaan dapat memasang system manajemen

inovasi untuk mengumpulkan, meninjau, mengevaluasi, dan mengatur ide produk baru.

### **1.6.2.2 Inovasi dalam pengembangan produk**

Pengembangan produk harus menjadi salah satu aktifitas bisnis paling dinamis. Dalam melakukan suatu pengembangan produk yang diperlakukan adanya inovasi baru dari produk. Inovasi produk difokuskan pada tingkat produk, namun inovasi produk sulit dipertahankan dan banyak produk baru menjadi komoditas sebelum mereka meraih pasar. Menurut Fisk (2006) ada tiga tingkatan inovasi :

- a. Perubahan kosmetik merupakan tingkat paling rendah dari inovasi, umumnya meliputi beberapa modifikasi terhadap produk atau jasa
- b. Perubahan konteks merupakan tingkat inovasi yang lebih cerdas pada tema yang sudah dengan mengubah konteks pasar seperti membawa produk yang sudah ada ke pasar yang baru.
- c. Perubahan konsep tingkat inovasi yang lebih jauh dengan memikirkan kembali model bisnis yang ada mendefinisikan bagaimana sesuatu terjadi.

Dalam pasar pengembangan cepat, peluncuran produk yang telah telah ada dikembangkan merupakan awal dari pengembangan kesuksesan. Hal tersebut dapat dilihat dalam fase-fase pengembangan produk yang diungkapkan oleh Fisk (2006). Pertama, pengguna awal (*early adopter*) selalu menjadi tantangan untuk dipuaskan dan sering kali menjadi pelajaran untuk melakukan perbaikan. Kedua, pengaplikasian produk akan lebih berguna bagi pelanggan, dan memiliki dampak

terbesar terhadap produk baru tersebut. Ketiga, pasarnya sendiri harus dikembangkan untuk memiliki produk baru dalam pengetahuan dan kapabilitas, distribusi dan struktur pendukung dengan produk dan jasa yang berhubungan jika produk tersebut sukses.

### **1.6.3 Strategi Pengembangan UMKM**

Strategi pengembangan UMKM merupakan pilihan tentang apa yang ingin dicapai oleh sebuah organisasi dimasa mendatang dan bagaimana dalam mencapai keadaan yang telah diinginkan tersebut. Secara konseptual strategi pengembangan dalam konteks industri adalah upaya untuk melakukan analisis terhadap kondisi pasar kawasan baik internal yang meliputi kelemahan dan kekuatan dan kondisi pasar eksternal yaitu peluang dan ancaman yang akan dihadapi, kemudian diambil alternatif untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Analisis pasar internal merupakan suatu proses untuk menilai faktor-faktor keunggulan strategis perusahaan atau organisasi untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahannya, sehingga penyusunan strategi dapat dimanfaatkan secara efektif, kesempatan pasar dan menghadapi hambatannya, mengembangkan profil sumber daya dan keunggulan, membandingkan profil tersebut dengan kunci sukses, dan mengidentifikasi kekuatan utama dimana industry dapat membangun strategi untuk mengeksplorasi peluang dan meminimalisir kelemahan dan mencegah kegagalan. Maka dari itu semakin banyaknya pelaku UMKM, menuntut mereka untuk selalu melakukan inovasi. Strategi khusus tentunya harus mereka miliki supaya produk-produk mereka bisa selalu diminati dan dikenal banyak orang bahkan hingga mancanegara. Dan upaya untuk mengembangkan atau



mempertahankan dari sasaran dan sumber daya perusahaan dengan peluang-peluang pasar yang selalu berubah sehingga dapat menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang sangat baik.

#### **1.6.4 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)**

Pengertian UMKM secara umum adalah singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Yang mana ini merupakan satu model baru dalam kegiatan perniagaan atau perdagangan. Ada juga yang mengartikan bahwa UMKM adalah suatu usaha perniagaan yang pengelolaannya dilakukan oleh individu atau perorangan serta badan usaha dengan lingkup kecil yang lebih dikenal dengan istilah mikro.

Menurut Rudjito, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang membantu perekonomian Indonesia. Sebab melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru dan meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha. Pada umumnya, Pengertian UMKM adalah peluang usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur oleh Undang-Undang No 20 Tahun 2008.

Adapun definisi Usaha Menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan

Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang tersebut.

#### **1.6.4.1 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Di dalam Undang-Undang tersebut, UMKM didefinisikan juga berdasarkan kriteria nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan seperti yang tercantum dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 6, sebagai berikut:

- a. Usaha mikro, yaitu usaha dengan kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000 atau menghasilkan penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.
- b. Usaha kecil, yaitu usaha dengan kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000 sampai dengan paling banyak Rp500.000.000 atau menghasilkan penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000.
- c. Usaha menengah, yaitu usaha dengan kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000 atau menghasilkan penjualan lebih dari Rp 5.000.000 sampai dengan paling banyak Rp10.000.000 atau menghasilkan penjualan lebih dari Rp2.500.000.000 sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000 selama satu tahun.

Menurut Badan Pusat Statistik suatu industri dikelompokkan besar atau kecil berdasarkan pada banyaknya jumlah tenaga kerja yang dimiliki, yaitu :

- 1) Industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1-4 orang.
- 2) Industri kecil, dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai dengan 9 orang.
- 3) Industri menengah/sedang, memiliki tenaga kerja antara 10 hingga 99 orang.
- 4) Industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang.

#### **1.6.4.2 Ciri-ciri Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Selanjutnya, kita akan membahas tentang ciri-ciri dari UMKM. Berikut ini ciri-ciri dari UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah):

- a. Jenis komoditi atau barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu
- b. Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu
- c. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan.
- d. Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni
- e. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah
- f. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank.
- g. Pada umumnya belum punya surat ijin usaha atau legalitas, termasuk NPWP.

### **1.6.4.3 Keunggulan, Kelebihan dan Kelemahan UMKM**

Dengan ukurannya yang kecil dan tentunya fleksibilitas yang tinggi, usaha kecil menengah memiliki berbagai kelebihan, terutama dalam segi pembentukan dan operasional. UMKM memiliki kontribusi besar bagi bergulirnya roda ekonomi suatu negeri, bukan hanya karena ia adalah benih yang memungkinkan tumbuhnya bisnis besar, melainkan juga karena ia menyediakan layanan tertentu bagi masyarakat yang bagi bisnis besar dinilai kurang efisien secara biaya.

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dibandingkan dengan usaha besar (Partomo dan Rachman, 2002) antara lain:

- a. Inovasi dalam teknologi yang dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
- b. Hubungan kemanusiaan yang akrab di dalam perusahaan kecil
- c. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibandingkan dengan perusahaan berskala yang pada umumnya birokratis
- d. Terdapat dinamisme manajerial dan peranan kewirausahaan.

Berikut adalah beberapa kelebihan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) :

#### **a. Fleksibilitas Operasional**

Usaha kecil menengah biasanya dikelola oleh tim kecil yang masing-masing anggotanya memiliki wewenang untuk menentukan keputusan. Hal ini membuat UMKM lebih fleksibel dalam operasional kesehariannya.

Kecepatan reaksi bisnis ini terhadap segala perubahan (misalnya: pergeseran selera konsumen, trend produk, dll.) cukup tinggi, sehingga bisnis skala kecil ini lebih kompetitif.

**b. Kecepatan Inovasi**

Dengan tidak adanya hirarki pengorganisasian dan kontrol dalam UMKM, produk-produk dan ide-ide baru dapat dirancang, digarap, dan diluncurkan dengan segera. Meski ide cemerlang itu berasal dari pemikiran karyawan bukan pemilik - kedekatan diantara mereka membuat gagasan tersebut cenderung lebih mudah didengar, diterima, dan dieksekusi.

**c. Struktur Biaya Rendah**

Kebanyakan usaha kecil menengah tidak punya ruang kerja khusus di kompleks-kompleks perkantoran. Sebagian dijalankan di rumah dengan anggota keluarga sendiri sebagai pekerjanya. Hal ini mengurangi biaya ekstra (*overhead*) dalam operasinya. Lebih jauh lagi, usaha menengah kecil juga menerima sokongan dari pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan bank dalam bentuk kemudahan pajak, donasi, maupun hibah. Faktor ini berpengaruh besar bagi pembiayaan dalam pembentukan dan operasional mereka.

**d. Kemampuan Fokus di Sektor yang Spesifik**

UKM tidak wajib untuk memperoleh kuantitas penjualan dalam jumlah besar untuk mencapai titik balik (Break Even Point – BEP) modal mereka. Faktor ini memungkinkan usaha kecil menengah untuk fokus di sektor produk atau pasar yang spesifik. Contohnya: bisnis kerajinan rumahan bisa

fokus menggarap satu jenis dan model kerajinan tertentu dan cukup melayani permintaan konsumen tertentu untuk bisa mencapai laba.

Berbeda dengan industri kerajinan skala besar yang diharuskan membayar biaya sewa gedung dan gaji sejumlah besar karyawan sehingga harus selalu mampu menjual sekian kontainer kerajinan untuk menutup biaya operasional bulannya saja. Di atas adalah 4 (empat) Kelebihan UMKM yang bisa dijadikan sumber motivasi dan selalu dipertahankan oleh para pengelola usaha kecil menengah.

Adapun kelemahan yang dimiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), (Tambunan, 2002) adalah sebagai berikut :

- a. Kesulitan pemasaran,
- b. Keterbatasan finansial,
- c. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM),
- d. Masalah bahan baku,
- e. Keterbatasan teknologi.

Menurut Badan Pusat Statistik suatu industri dikelompokkan besar atau kecil berdasarkan pada banyaknya jumlah tenaga kerja yang dimiliki yaitu:

- a. Industri rumah tangga, memiliki jumlah tenaga kerja antara 1-4 orang.
- b. Industri kecil, dengan jumlah tenaga kerja antara 5 sampai dengan 9 orang.
- c. Industri menengah atau sedang, memiliki tenaga kerja antara 10 hingga 99 orang.

- d. Industri besar, memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang.

#### **1.6.4.4 Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah telah mampu membuktikan eksistensinya dalam perekonomian di Indonesia. Ketika badai krisis moneter melanda Indonesia di tahun 1998 usaha berskala kecil dan menengah yang relatif mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis.

UMKM telah mampu membuktikan diri sebagai salah satu solusi pertumbuhan angkatan kerja baru di Indonesia yang sangat tinggi. Sifat – sifat intrinsik usahanya yang semi atau bahkan non formal membuat UMKM sangat efektif sebagai peran untuk memperkuat stabilitas nasional. Kedudukan strategis tidak hanya tercermin pada jumlah UMKM yang besar. Namun, UMKM juga tidak pernah menimbulkan masalah dan memberatkan beban masyarakat dalam perekonomian nasional.

#### **1.6.4.5 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah**

Dalam perspektif perkembangannya, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang memiliki kontribusi paling besar dalam perekonomian nasional, UMKM dapat diklasifikasikan menjadi empat kelompok yaitu :

- a. *Livelihood Activities*, merupakan UMKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal.
- b. *Micro Enterprise*, merupakan UMKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- c. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.
- d. *Fast Moving Enterprise*, merupakan UMKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB).

#### **1.6.5 Handicraft (Kerajinan Tangan)**

*Handicraft* merupakan salah satu produk UMKM yang cukup diminati pasar domestic maupun pasar luar negeri. Berbagai upaya dilakukan pemerintah untuk memberdayakan pelaku UMKM *Handicraft* merupakan salah satu produk UMKM yang cukup diminati pasar domestik maupun pasar luar negeri. Berbagai



upaya dilakukan pemerintah untuk memberdayakan pelaku UMKM *Handicraft* agar berorientasi ekspor. Dalam buku *Word Book Multimedia Encyclopedia*, pendapat tentang “*craft*” adalah sebagai benda kriya yang diciptakan untuk keperluan dekorasi, atau sebagai sarana ungkapan imajinasi pembuat atau ekspresi seni (Lois Moren, 1977). Pada “kriya” atau “*kria*” yang berasal dari kata “*creat*” ini, dalam bahasa Sanskerta berarti “*kerja*” dan bahasa Jawa disebut “*pakaryan*” serta masyarakat pada umumnya menyebut sebagai “kerajinan”. Kriya memiliki fleksibilitas yang tinggi, bias berupa kecenderungan-kecenderungan, berada ditengah-tengah dan tergantung dari kedudukan dan wawasan yang dipergunakan, yang bisa berada di wilayah atau kubu dari seni murni atau seni pakai atau seni produk (seni terapan desain). Benda-benda hasil kerja perajin yang selama ini biasa disebut hasil kerajinan, sesungguhnya adalah juga benda-benda kriya. Beberapa sumber menyebutkan konsep *kriya* memiliki arti yang sama dengan *craft*.

Istilah tersebut dipergunakan untuk menyebutkan suatu cabang seni yang mengutamakan keterampilan tangan dibanding ekspresi (Edun Burk Fledan, (1967). Kerajinan memiliki ciri sebagai pekerjaan tangan (*handicraft*) yang termasuk kriya (*craft*). Menurut pendapat Feldman Burk, kerajinan tangan memiliki ciri-ciri antara lain bahwa: (1) Suatu objek buatan tangan, biasanya direncanakan dan dikerjakan oleh orang yang sama. hal ini biasa dilakukan oleh perajin seniman, akan tetapi banyak desa kerajinan dengan ekonomi pra-industri, pembagian kerja terjadi, sehingga seniman mungkin menggerakkan desain yang diciptakan oleh orang lain dan tenaga kerja anggota keluarga melaksanakan dengan sedikit

pengulangan. (2) Perajin tidak hanya melaksanakan sendiri seluruh karya, tetapi juga menamba dan mengatur (menyempurnakan) desainnya menurut kebutuhan nasabah atau pelanggannya. Oleh karena itu karakteristik kerajinan tangan mencakup tanggung jawab yang utuh terhadap penciptaan objek dan penyesuaian desain dan pelaksanaan bagi kebutuhan individu patron (3) Keunikan objek kerajinan tangan mungkin didasarkan pada keistiewaan teknik perajin atau keinginan tertentu dari patron.

#### **1.6.6 Penyerapan Tenaga Kerja**

Dalam membangun loyalitas konsumen memang tidak semudah yang dibayangkan. Terserapnya penduduk bekerja disebabkan oleh adanya permintaan akan tenaga kerja. Oleh karna itu penyerapan tenaga kerja dapat dikatakan sebagai permintaan tenaga kerja. Penyerapan tenaga kerja dalam penelitian ini adalah jumlah atau banyaknya orang yang bekerja atau pekerjaan. Dalam penelitian ini penyerapan tenaga kerja dapat dikatakan sebagai permintaan tenaga kerja yang diminta oleh perusahaan.

Permintaan tenaga kerja adalah keseluruhan hubungan antara berbagai tingkat upa dan jumlah orang yang diminta untuk dipekerjakan. Jumlah tenaga kerja yang diminta lebih ditujukan pada kuantitas atau banyaknya permintaan tenaga kerja pada suatu tingkat upah tertentu (Rejekiningsih, 2004).

## 1.7 Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini tidak melebar dan hanya terfokus dengan masalah yang ada, maka penelitian ini mempunyai batasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember, yang dimulai untuk penelitian pada bulan Februari-Mei.
2. Penelitian ini menggunakan data primer untuk mengetahui pengembangan dalam strategi pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

## **BAB II**

### **METODE PENELITIAN**

#### **2.1 Pendekatan dan Strategi Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2011), jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengungkapkan kejadian atau fakta, keadaan, fenomena, variabel, dan keadaan yang terjadi pada saat penelitian berlangsung dengan menyugukan apa yang sebenarnya terjadi. Dan peneliti juga memaparkan hasil penelitiannya menggunakan kata-kata. Untuk penelitian ini subyek penelitiannya yaitu kepada para UMKM *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

Strategi dalam penelitian ini menggunakan strategi naratif dimana yang menurut Creswell (2007), Studi Naratif yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi, kemudian penceritaan kembali cerita tentang pengalaman individu.

#### **2.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan sampel bertujuan atau *purposive sample*. Menurut Arikunto (2006), *purposive sample* adalah pengambilan sampel dengan cara mengambil suatu subjek bukan didasarkan atas strata, random, atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Pengambilan sampel dengan cara *purposive sample* yang bertujuan ini cukup baik karena sesuai dengan pertimbangan peneliti sendiri sehingga dapat mewakili populasi.

Menurut Sugiyono (2017) *Purposive Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Jadi dalam pengambilan sampel yang berdasarkan dengan ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dapat dilihat dengan hubungan yang sudah diketahui sebelumnya.

Karakteristik yang muncul dalam penelitian ini yaitu para Pengrajin UMKM *Handicraft* yang berada di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember. Sampel dalam penelitian ini 5 *handicraft*. Kemudian dari sampel ini nantinya akan diketahui jawaban dan pertanyaan yang diberikan kepada pemilik atau pengrajin *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

### **2.3 Metode Pengambilan Data**

Untuk memperoleh data yang valid, maka ada beberapa metode dalam pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu sebagai berikut :

#### **1. Wawancara**

Untuk mendapatkan data yang akurat diperoleh dengan pengumpulan data yang melalui metode wawancara mendalam (*indepth interview*) yaitu dapat digunakan untuk memperoleh informasi yang lebih dalam dan akurat yang dibutuhkan peneliti. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pemilik atau karyawan sentra industri *handicraft*. Dan wawancara ini dilakukan dalam penelitian ini dengan cara berdialog secara langsung dengan subjek maupun informan penelitian. Kemudian sebelum melakukan wawancara peneliti membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu agar dalam proses wawancara terarah dan lancar.

## 2. Observasi

Menurut W. Gulo (2002) Observasi merupakan aktivitas penelitian dalam rangka mengumpulkan data yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui proses pengamatan langsung di lapangan. Peneliti berada ditempat itu, untuk mendapatkan bukti-bukti yang valid dalam laporan yang akan diajukan. Observasi adalah metode pengumpulan data dalam peneliti mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian. Teknik dalam pengumpulan data ini dilakukan dengan cara mengamati suatu fenomena yang ada dan terjadi. Observasi yang dilakukan diharapkan dapat memperoleh data yang sesuai atau relevan dengan topik penelitian. Hal yang akan diamati yaitu dalam Analisis Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

## 3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015) Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah dengan baik.

## 2.4 Pendekatan dalam Analisis Data

Analisis data yang biasa digunakan dalam penelitian kualitatif metode studi kasus adalah analisis tematik. Menurut Braun dan Clarke (2006) menjelaskan analisis tematik merupakan metode untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola-pola tema dalam data. Metode ini bias digunakan peneliti untuk berfokus pada analisis rinci dari aspek-aspek tertentu dari data yang paling relevan dengan pertanyaan penelitian atau memberikan deskripsi yang kaya terhadap data secara keseluruhan. Analisis tematik ini memungkinkan peneliti untuk terlibat dengan teori untuk mendapatkan analisis yang lebih mendalam.

Dan untuk melengkapi data agar hasil yang signifikan juga melakukan metode Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam usaha mencapai tujuan, yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*), baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang.

Istilah analisis SWOT seringkali kita temukan dalam ruang lingkup ekonomi dan bisnis. Metode analisis ini tujuannya adalah untuk menggambarkan situasi dan kondisi yang sedang dihadapi dan bukan merupakan alat analisis yang dapat memberikan solusi terhadap masalah yang tengah dihadapi.

Analisis SWOT menurut Philip Kotler diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu

strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil Selanjutnya dengan merumuskan analisis strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada *Handicraft* di Dusun Tutul Kecamatan Balung, Kabupaten Jember dengan menggunakan matriks SWOT untuk mendapatkan beberapa alternatif strategi.

## **2.5 Keabsahan Penelitian**

Dalam penelitian ini untuk pengujian keabsahan data dilakukan secara validitas (*credibility*). Validitas ini sangat penting dalam sebuah penelitian, karena istilah validitas dimaknai sebagai kredibilitas, yaitu kepastian bahwa suatu kriteria telah diukur sesuai dengan yang dimaksudkan oleh peneliti. Kemudian kredibilitas data dapat dicapai dengan cara triangulasi, baik dari segi sumber data, peneliti, metode dan teori, serta dilengkapi dengan melakukan pengecekan ulang antara data dengan informan. Dan teknik validitas (*credibility*) merupakan penelitian kualitatif yaitu teknik Triangulasi.

Menurut Sugiyono (2011), Triangulasi terdiri dari tiga jenis, yaitu Triangulasi sumber data, Triangulasi teknik, dan Triangulasi waktu. Triangulasi yang dilakukan peneliti ini adalah Triangulasi sumber data.



Trianggulasi sumber data yaitu dimana peneliti menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bias menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, arsip, dokumen, catatan resmi catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (*insights*) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran handal.

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **3.1 Orientasi Kancan Penelitian**

Desa Tutul merupakan desa yang terletak di wilayah Kecamatan Balung Kabupaten Jember, tepatnya berada di selatan Kota Jember. Jarak tempuh Desa Balung Tutul ke Ibu Kota Kecamatan adalah 3 km, yang dapat ditempuh dengan waktu sekitar 45 menit, jarak tempuh ke Ibu Kota Provinsi adalah 215 km, sedangkan jarak tempuh ke Ibu Kota Negara adalah 1017 km dan untuk penunjuk arah lokasi daerah sasaran tersebut juga sudah ditunjukkan dengan media elektronik atau teknologi yang saat ini sudah canggih untuk mencari lokasi tersebut misalnya *google maps* yaitu penunjuk arah lokasi. Dan jumlah penduduk kurang lebih sebanyak 25.000 jiwa. Desa tutul terdiri 4 dusun yaitu Dusun Krajan, Dusun Kebon, Dusun Maduran, dan Dusun Karok.

##### **3.1.1 Gambaran Umum Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah *Handicraft***

Usaha UMKM *handicraft* yang ada di desa tutul ini merupakan usaha *handicraft* (kerajinan tangan) terproduktif tingkat nasional yang telah dicanangkan dan diresmikan oleh Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia. Dengan pengembangan masyarakat ini dapat dijadikan sebagai solusi strategis yang mampu menciptakan perubahan atas nilai tambah dalam kehidupannya. Pengembangan masyarakat melibatkan berbagai kelompok warga untuk berpartisipasi dan berperan aktif dalam memecahkan suatu masalah mereka sendiri

mencoba untuk memenuhi kebutuhan sendiri, dan saling bekerja sama dan memberdayakan antar anggota masyarakat guna menciptakan kesejahteraan bersama melalui pengembangan ini diharapkan masyarakat dapat menemukan peluang dalam setiap menangani permasalahan yang terjadi di sekitar mereka termasuk kemiskinan dan pengangguran. Dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Maka dari itu usaha kerajinan tangan (*handicraft*) ini adalah mata pencaharian bagi masyarakat di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

Selain itu di Desa Tutul tempat usaha UMKM *Handicraft* juga mempunyai komunitas atau grub Pengrajin *Handicraft*, yang dijadikan satu dalam komunitas tersebut yang terdiri 4 Dusun yaitu Dusun Krajan, Dusun Kebon, Dusun, Maduran dan Dusun Karok. Kemudian dalam usaha tersebut para masyarakat tidak sembarangan untuk menciptakan sebuah kerajinan baik inovasi baru maupun diferensiasi produk yang akan mereka hasilkan, tentunya sebuah kerajinan yang dapat kepuasan dari konsumen. Selain mengembangkan inovasi baru, tentunya juga akan mengencarkan promosi melalui publikasi pada media massa untuk menarik para pangsa *handicraft*. Dengan begitu diharapkan akan terjalinnya jejaring yang akan terbentuk. Dan itulah cara untuk mendapatkan solusi para pengrajin untuk meningkatkan usahanya dalam strategi pengembangan usaha *handicraft* yang dapat berkembang dengan baik. Kemudian juga ada beberapa dari pengrajin

usaha *handicraft* juga melakukan kecurangan yang menyebabkan kerugian ke pengrajin lainnya. Penyebab kerugian tersebut ialah persaingan harga, dari harga normal yang harganya sudah pasaran dengan harga aslinya bahkan pesaing lainnya menurunkan harga pasaran yang jauh lebih murah.

**Tabel 3.1**

**Jumlah Jenis Usaha Kerajinan Tangan (*Handicraft*) Di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember**

<b>NO</b>	<b>Kerajinan Tangan</b>	<b>JUMLAH</b>
1.	Tasbeh	317
2.	Desain Tasbeh	264
3.	Manik-manik	250
4.	Peralatan Dapur	350

*Sumber: Daftar nama pengrajin handicraft di Desa Tutul dari tahun 2012-2020.*

Berdasarkan data diatas adalah Jumlah jenis usaha dari Kerajiinan Tangan (*handicraft*) yang berada di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember sebanyak 1.181.

Tabel 3.2

**Jumlah Keseluruhan Pengrajin *Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung,  
Kabupaten Jember**

NO	Dusun	Jumlah
1.	Kebon	311
2.	Krajan	274
3.	Maduran	243
4.	Karok	229

*Sumber : Data dari Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember Tahun 2020.*

Berdasarkan data diatas adalah jumlah dusun usaha *handicraft* yang berada di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember sebanyak 1.057 pengrajin *handicraft*.

Tabel 3.3

**Hasil Penelitian dari 5 Pengrajin *Handicraft* Di Desa Tutul,  
Kecamatan Balung, Kabupaten Jember**

No Informan	Dusun/RT/RW	Jenis Usaha
Informan 1	Dusun Kebon/RT 02/RW 13	Aksesoris dan Pipa Rokok
Informan 2	Dusun Krajan/RT 03/ RW 10	Perlengkapan Dapur, Tasbeh, Pipa Rokok,
Informan 3	Dusun Kebon RT 01/RW 15	Tasbeh, Manik-Manik, Gelang
Informan 4	Dusun Krajan RT 01/RW 13	Perabotan Rumah Tangga
Informan 5	Dusun Maduran RT 02/RW 04	Pengrajin Tasbeh, Manik- Manik

Berdasarkan data diatas adalah jumlah hasil informan berdasarkan pengrajin usaha *Handicraft* yang telah saya wawancarai di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember. Dimana dari beberapa orang yang saya wawancarai 95% memiliki jawaban yang tidak jauh beda dari peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan.

### **3.2 Pelaksanaan Penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada kurun waktu 2021. Untuk karakteristik informan dalam penelitian ini yaitu Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung, Kabupaten Jember. Dengan dilakukannya penelitian ini saya mengambil 5 Informan (responden) usaha pengrajin *handicraft* (kerajinan tangan) di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

### **3.3 Temuan Penelitian**

Pada hasil penelitian ini peneliti akan memaparkan hasil mengenai temuan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan. Temuan penelitian ini merupakan deskripsi hasil penelitian dari data yang diperoleh dalam pengumpulan data di lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah melakukan beberapa tahapan dalam penelitian, kemudian akan dilakukan pembahasan dalam analisis yang mengenai Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember. Dan peneliti juga menemukan sebuah peneltian tentang kerja samanya pelaku usaha *handicraft* yang bekerja sama dengan pihak koperasi yang disebut dengan komunitas dalam usaha *handicraft* yang dapat mengembangkan kerajinan tangan di Desa Tutul, agar dapat

menciptakan karya atau inovasi-inovasi baru yang akan mengembangkan kerajinan tersebut. Dengan adanya temuan penelitian ini peneliti dapat mengetahui lebih jauh bahwa hasil dari perkembangan kerajinan tangan (*handicraft*) selalu mendapat peningkatan atau pertumbuhan dengan baik dalam perkembangan UMKM *handicraft* tersebut.

Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada para pengrajin UMKM *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

Ibu Nur *menyatakan* bahwa mempunyai usaha UMKM *handicraft* (Kerajinan Tangan) yaitu Aksesoris, Kalung Masker (*strap mask*) dan Pipa Rokok. Beliau memulai usaha kerajinan tersebut mulai dari tahun 1994 sampai sekarang, yang memiliki tenaga kerja kurang lebih 5 orang. Dengan memulai usaha *handicraft* Ibu Nur juga melakukan strategi dalam usahanya tersebut, walaupun sudah lama memulai usahanya Ibu Nur tetap belajar untuk menguasai dalam pembuatan kerajinannya, kemudian juga selalu mencari informasi dengan secara *online* untuk mengetahui pemasaran dan modal. Kemudian dengan perkembangan tingkat pengelolaan usaha *handicraft* tersebut Ibu Nur mengikuti komunitas pengrajin *handicraft* yang berada di Desa Tutul dan juga mengikuti pameran yang dilaksanakan bersama Pemkab, sehingga dengan adanya perkembangan tersebut dalam pengelolaannya dapat peningkatan yang lebih baik dalam usahanya. Upaya yang dilakukan dalam UMKM *handicraft* agar pengelolaan usaha tersebut dapat berkembang lebih baik dan dilakukan dengan terus mencari informasi baik dari perorangan dan secara *online*, dan menekuni

usaha kerajinannya baik dari aksesoris dan pipa rokok, sementara itu saat ini Ibu Nur lebih fokus ke usaha pipa rokok dikarenakan saat ini pipa rokok adalah kerajinan yang banyak diminati oleh konsumen. Dari harganya pun dijual secara grosir baik aksesoris seperti kalung, dream kecer, gelang, manik-manik, tasbeh, dan pipa rokok. Harga dari aksesoris sendiri mulai dari seharga Rp.1.000 sampai Rp.100.00, kemudian harga kalung masker (*strap mask*) dimulai dari harga Rp.2.000-20.000 dan untuk pipa rokok sendiri dimulai dari harga sesuai ukuran kecil besarnya pipa rokok dengan seharga Rp.3.000 sampai Rp.20.000. Untuk penjualannya pun tidak hanya di Jember saja tetapi juga melakukan pengiriman ke luar kota seperti ke Jakarta, Bali karena peminatnya lebih banyak.

Selain itu Ibu Nur juga harus mengetahui minat konsumen terhadap produk usaha *handicraft* yaitu dengan cara menerima saran, masukan dari konsumen agar dalam pembuatan kerajinannya dapat berkembang tumbuh dengan baik dan dapat menciptakan produk baru (*inovasi baru*). Selain itu dari pengrajin terdapat peluang dan ancaman yang berpengaruh pada perkembangan usahanya, sehingga peluang yang terdapat untuk usahanya yaitu terus menumbuhkan kreatifitas-kreatifitas yang tidak ada batasnya, tetapi dengan adanya kerajinan yang terus bertambah saat ini dalam kerajinan bagian aksesoris berkurang dan untuk produk pipa rokok terus meningkat karena jauh diminati oleh para konsumen. Dan untuk ancamannya adalah persaingan harga antar produsen. Begitupun dengan kekuatan dan kelemahan dalam pengrajin usaha yang berpengaruh pada perkembangan industri *handicraft* yaitu dengan kekuatannya harus tetap konsisten dan tetap menekuni produk baik produk lama dan terbaru.



Dan kelemahannya yaitu mengalami hambatan yang terhalang dengan pandemi saat ini sehingga mengalami penurunan baik dari aksesoris dan pipa rokok yang terbatas dengan pengiriman barang kerajinan tersebut. Kemudian dari pengrajin tidak berhenti untuk usahanya walaupun terhalang oleh pandemic, karena dengan cara mengatasi masalah tersebut bukan halangan untuk berhenti berkreasi dalam usahanya, karena pada sebelumnya sudah terbiasa dalam penanganan permasalahan yang terjadi dalam usaha kerajinan tangan (*handicraft*). Selanjutnya untuk prospek UMKM *handicraft* dimasa yang akan datang akan terus melakukan yang terbaik untuk usahanya yang terus konsisten dengan kerajinan agar terus menjadi lebih baik untuk kedepannya.

Bapak Edo *menyatakan* mempunyai usaha UMKM *handicraft* (Kerajinan Tangan) itu sendiri, yaitu peralatan dapur, tasbeih, dan pipa rokok, ia memulai bisnisnya sejak tahun 2020 akhir, baik dari berproduksinya dan menjual kerajinan. Dalam bisnisnya sendiri ia mempunyai 6 tenaga kerja yang ditempatkan pada setiap pekerjaan yang berbeda-beda. Seperti ada yang menghaluskan, membuat bentuk kerajinan, memotong kayu, bagian produksi, packing dan administrasi. Selain itu dalam usaha kerajinan ia menggunakan bahan produksi kayu mahoni, kayu jati dan kayu nangka yang bias didapat dari perhutani dan limbah meuble. Kemudian dengan alat produksinya menggunakan dinamo, gergaji, mesin bubut, bor, grenda, dan lain-lain. Dengan hasil produksinya ia menjual harga per item dari harga Rp. 1.500 sampai Ratusan Ribu Rupiah yang tergantung dengan bahan, bentuk dan kualitasnya.

Strategi yang digunakan dalam usaha tersebut yaitu dalam pemasarannya dengan promosi *online*, dan kerja sama dengan teman-teman pembisnis lainnya. Dengan perkembangan tingkat pengelolaan usaha *handicraft* yaitu dengan mengambil bahan kayu-kayu ke orang lain, kemudian ia mengembangkan usahanya dengan baik yaitu dengan cara mengolah dan memproduksi kerajinan sendiri. Kemudian dalam upaya yang dilakukan UMKM *handicraft* tersebut dalam pengelolaan usahanya dapat berkembang lebih baik yaitu dari bahan baku, stok bahan-bahan yang baru, kualitas produk, promosi dan harga. Dengan adanya produk terbaru (*inovasi baru*) dari *handicraft* yang digeluti Bapak Edo saat ini yaitu Pipa rokok, mangkok masker, tetapi ia juga masih jauh memfokuskan ke bagian kerajinan peralatan dapur karena sering dijumpai oleh para konsumen. Dari berjalannya usaha *handicraft* yang berjalan sampai saat ini, diusahanya juga timbul adanya kekuatan dan kelemahan yang dihadapi dalam usaha *handicraft* yang berpengaruh pada perkembangan industri *handicraft*. Dimana kekuatannya dalam usaha *handicraft* yaitu pembuatannya handmade dan menyesuaikan permintaan dari konsumen agar hasil kerajinannya dapat diterima oleh kalangan masyarakat dengan baik. Dan untuk kelemahannya dari Sumber Daya Manusia karena tenaga yang kurang terampil. Kemudian untuk peluang dan ancaman dari luar yang berpengaruh pada perkembangannya yaitu dengan peluangnya yang masih jarang dan sedikit untuk produksi kerajinan tangan di Indonesia. Begitupun dengan ancamannya adalah persaingan harga antar distributor kerajinan tangan (*handicraft*). Dengan timbulnya hambatan yang paling utama bagi industry UMKM *handicraft* yang digeluti yang masih sama dengan kurangnya Sumber

Daya Manusia, kreativitas dan *quality control*. Begitupun cara mengatasi permasalahan usaha tersebut yaitu dari hambatan para pengrajin akan melemparkan orderan yang sudah *overload* ke pekerja lain tetapi dengan kualitas yang sama agar konsumen tetap merasa puas dengan hasil usaha *handicraft*. Maka dari prospek industri UMKM *handicraft* dimasa yang akan datang akan terus menumbuhkan perembangan yang natural dan menjadi lebih baik untuk usaha *handicraft* tersebut.

Ibu Alfi *menyatakan* mempunyai usaha UMKM *handicraft* (Kerajinan Tangan) itu sendiri, yaitu Tasbih, Gelang, Kalung. Ibu alfi memulai bisnis usahanya sudah berjalan selama 2 tahun sampai sekarang, ia memulai usahanya dari penjualan *offline* dimana bagi para konsumen yang berdatangan ke rumah Ibu Alfi untuk membeli dari usaha kerajinan tangan tersebut, yang tentunya bahan dan kualitasnya sangat bagus dan memuaskan bagi para konsumen. Selain itu dengan berkembangnya teknologi saat ini sudah mulai mengirim barang kerajinan tangan ke kota Bali, Jakarta, bahkan sudah menerima pesanan online ke luar jawa yang setiap ngirim dengan 25 kg. Strategi yang digunakan dalam usaha *handicraft* sendiri yaitu dengan menekuni dari usaha kerajinan tangan yang digeluti dengan sangat baik, dan mempromosikan usahanya dengan strategi penjualan secara *online*. Kemudian dalam pembuatan produksinya ia tidak sendirian, jadi Ibu Alfi membuka peluang kepada masyarakat yang bekerja ke Ibu Alfi. Dengan perkembangan tingkat pengelolaan usaha *handicraft*. Dengan perkembangan tingkat pengelolaan usahanya saat ini dimasa pandemi yang terus dimulai secara *online* dimana yang sedikit demi sedikit seminggu sekalibaru mendapatkan

orderan sehingga kebutuhan penambahan produk bertambah. Sehingga dengan adanya upaya yang dilakukan UMKM *handicraft* agar pengelolaan usaha perkembangannya dapat berkembang dengan baik yaitu dari penjualan yang dilakukan secara online walaupun saingan diluar sangat banyak. Tetapi Ibu Alfi tetap yakin karena hasil produksi kerajinan tangan yang ia geluti untuk kualitas lebih baik dan berbeda dari yang lainnya. Dari penjualan kerajinan tangan tasbih dijual mulai seharga Rp. 50.000 sampai Rp. 200.000, Kemudian untuk gelang dan kalung dimulai dengan harga Rp.25.000 sampai Rp.70.000, dan untuk pipa rokok dimulai harga Rp.6.000 sampai 20.000 dengan harga yang berbeda yaitu tergantung dari ukuran yang diminta oleh para konsumen. Pembuatan bahan-bahannya terbuat dari kayu-kayu bertuah seperti secah, kemuning. Strategi dari Ibu Alfi agar par konsumennya tidak pindah ke tempat lain ia selalu menerima saran, masukan (*request*) dari para konsumen.

Untuk peluang dan ancaman dari luar yang berpengaruh pada perkembangan usaha *handicraft* yang digeluti Ibu Alfi untuk peluang tidak ada, dan untuk ancamannya yaitu dari diri sendiri jika dalam pembuatannya tidak konsisten dengan hasil sebelumnya makan akan berdampak buruk pada usahanya sendiri. Begitu juga ada kekuatan yang harus ditekuni dalam berproduksinya kerajinan tersebut yang harus tetap konsisten dan kelemahan dari usaha yang berpengaruh pada perkembangan industri kerajinan tangan yaitu persaingan antar distributor pengrajin *handicraft* dan menurunnya harga dimasa pandemi saat ini. Dan hambatannya sendiri adalah dari para pegawai yang jarang masuk sehingga terkendala dalam pembuatan kerajinan tersebut. Sehingga dari permasalahan yang

terjadi dari pengrajin yaitu dapat mengatasi masalah tersebut dengan membangun dan menciptakan sendiri dalam pembuatan kerajinan tersebut. Dari prospek industri UMKM *handicraft* dimasa yang akan datang akan tetap produksi apapun masalahnya yang terjadi pada kerajinannya dan akan terus berkembang baik.

Ibu Lasmi *menyatakan* mempunyai usaha UMKM *handicraft* (Kerajinan Tangan) sendiri yaitu perabotan rumah tangga. Ibu Lasmi memulai usahanya sejak tahun 2016 sampai sekarang yang sudah berjalan selama 5 tahun. Dalam usahanya ia masih melakukan penjualannya secara *offline* dan belum melakukan secara *online* karena masih takut untuk menghadapi sesuatu hal yang tidak diinginkan jika nantinya dapat merugikan usahanya. Maka dari itu ia tetap melakukan penjualannya secara langsung ke para konsumen yang jauh lebih pasti untuk membeli hasil karya kerajinan tersebut. Dari perkembangan tingkat pengelolaan usaha *handicraft* seperti dibagian pembuatannya yang sudah diterima oleh orang-orang ditempat-tempat tertentu yang sudah bekerja sama dengan Ibu Lasmi untuk penjualan kerajinan tersebut. Kemudian upaya yang dilakukan UMKM *handicraft* agar pengelolaan usahanya berkembang dengan baik yaitu dapat dilakukan dengan model bahan seperti mengikuti jaman dan mengikuti keinginan konsumen, agar hasil kerajinan *handicraft* nya dapat diterima dengan baik oleh para konsumen. Dari sekian produk yang Ibu Lasmi kerjakan saat ini ia memiliki produk terbaru yaitu mangkok dari kayu mahoni dan mangkok masker saat ini ia masih terus belajar dan menggeluti karyanya. Begitupun jika ingin mengetahui minat konsumen terhadap produk *handicraft* dari Ibu Lasmi sendiri selalu menerima saran dan kritik dari para konsumen.

Untuk peluang dan ancaman dari luar yang berpengaruh pada perkembangan usaha *handicraft* yaitu yang dihadapi dari peluang tidak ada dan ancaman yang selalu terjadi kepada usahanya adalah persaingan harga yang tidak sama dengan harga-harga lainnya karena yang dirusak oleh beberapa pengrajin yang tidak konsisten dengan harga sebelumnya. Dari Ibu Lasmi sendiri masih tetap konsisten dan sama untuk harga yang sudah ditentukan sebelumnya dan tetap menjual barang yang sangat berkualitas agar tidak mengecewakan para konsumen. Selain itu dari kekuatan dan kelemahan usaha yang berpengaruh pada perkembangan industri *handicraft* tersebut dari kekuatannya yang berpengaruh dalam pekerjaannya yaitu tenaga, dan kelemahannya yang menjadi hambatan dalam berproduksinya yaitu jika bahan dari kayu datangnya telat sehingga menyebabkan terhambatnya reproduksi kerajinan tersebut. Untuk bahan kayunya yaitu ada kayu aren, mahoni dan jati. Dan peralatan dalam pembuatannya yaitu dari dynamo. Maka dari itu ada cara untuk mengatasi masalah yang terjadi terhadap kerajinan tersebut yaitu harus tau tentang kualitas karena jika kualitas bagus akan terus dicari oleh para konsumen. Kemudian prospek industry UMKM *handicraft* dimasa yang akan datang ialah ingin para pekerjanya selalu kompak, agar bisa terus mengembangkan produksi kerajinannya dengan baik.

Ibu Bunawi *menyatakan* mempunyai usaha UMKM *handicraft* (Kerajinan Tangan) itu sendiri, yaitu pengrajin tasbeh, manik-manik dan pipa rokok adalah produk terbaru. Yang memulai bisnis usahanya sejak tahun 2013 sampai sekarang, yang mempunyai beberapa tenaga kerja dalam usaha kerajinan tangan tersebut. Dalam strategi yang digunakan dalam usaha *handicraft* yaitu harus tetap konsisten

dengan usahanya dan belajar dalam menggeluti usaha kerajinan tersebut dengan terus menciptakan produk baru (*inovasi baru*). Kemudian dalam perkembangan tingkat pengelolaan usaha *handicraft* harus terus aktif dalam mengikuti komunitas yang sudah diselenggarakan oleh koperasi di Desa Tutul tersebut, dengan mencari pameran untuk mempromosikan usaha *handicraft*. Baik upaya yang dilakukan UMKM *handicraft* agar pengelolaan usaha berkembang baik dengan mencari informasi baik *online* maupun *offline* dan mempromosikan usaha kerajinan tangan. Dari cara mengetahui minat konsumen dari pengrajin tetap menerima masukan dan saran dari konsumen dengan baik, karena masukan dari para konsumen dapat membuka untuk menciptakan dari produk baru atau modifikasi baru dalam usaha kerajinan tangan tersebut.

Untuk peluang dan ancaman dari luar yang berpengaruh pada perkembangan usaha *handicraft* yaitu bagi peluang untuk pengrajin harus tetap berkeaktifan dalam usaha tersebut. Dan ancaman yang sering terjadi ialah persaingan harga. Dengan berjalannya usaha juga ada kekuatan dari tenaga kerja dan tetap menggeluti karyanya dengan baik dan kelemahan dalam usaha yang berpengaruh pada perkembangan industri kerajinan tangan yaitu menurunnya hasil penjualan dimasa pandemi sekarang sehingga dapat merugikan kepada para pengrajin lainnya. Sehingga ada hambatannya yang terkendala seperti bahan kayu, karena jika kayunya belum datang akan menyebabkan terhambatnya dalam pembuatan produksi kerajinan tangan tersebut, begitupun juga kurangnya

kreativitas. Untuk prospek industry UMKM *handicraft* di masa yang akan datang ingin usahanya menjadi lebih baik, sehingga dapat berkembang pesat.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan dengan menganalisis dalam strategi pengembangan UMKM *handicraft* dan faktor apa yang menjadi kendala dalam pengembangan UMKM *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember dengan menggunakan Analisis SWOT.

### **3.3.1 Analisis Internal dan Eksternal**

Dalam perumusan strategi ini dimulai dengan menganalisis strategi pengembangan UMKM *handicraft* dan faktor-faktor yang menjadi kendala dengan penentuan faktor internal yang ada dalam industri baik secara langsung maupun tidak langsung yang menimbulkan kekuatan dan kelemahan yang terjadi kepada industri *handicraft*, kemudian dengan faktor eksternal yang dapat menimbulkan suatu kejadian diluar industri sehingga terjadi pada peluang dan ancaman terhadap industri *handicraft*. Meski demikian dengan adanya faktor strategis IFAS dan faktor strategis EFAS dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terjadi dalam studi kasus strategi pengembangan UMKM *handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

Faktor internal terdiri dua komponen dasar yaitu kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Kekuatan adalah faktor kondisi yang dapat mengoptimalkan keuntungan yang lebih maksimal terhadap perusahaan tersebut, sedangkan kelemahan adalah faktor kondisi yang dapat mengurangi keuntungan



bisnis perusahaan. Faktor eksternal juga terdiri dua komponen yaitu peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Peluang adalah situasi dari kondisi yang dapat meningkatkan keuntungan terhadap perusahaan. Sedangkan ancaman merupakan suatu kendala yang menyebabkan terhambatnya bisnis sehingga dapat menyebabkan kerugian dan ancaman bagi perusahaan. Dari deskripsi penjelasan faktor internal dan faktor eksternal dari semua sektor industri dapat diuraikan sebagai berikut :

### 1) Analisis Faktor Internal

Deskripsi faktor-faktor internal dapat mengidentifikasi untuk kekuatan dan kelemahan pada perkembangan *handicraft* tasbeh yang ada di Desa Tutul Kecamatan Balung yaitu antara lain :

#### a. Kekuatan (*Strenght*)

##### (1) Kualitas Produk

Produk yang berkualitas dapat meningkatkan suatu keuntungan terhadap produk kerajinan dalam perusahaan yang mampu mempertahankan eksistensinya dengan menciptakan suatu produk yang tetap konsisten dalam pengolahannya, agar hasil dari kerajinan *handicraft* tetap berkualitas dengan baik.

##### (2) Bahan Baku

Dari persediaan bahan baku yang membantu untuk menghasilkan produk tasbeh dalam *handicraft* tentunya adalah sumber persediaan bahan baku dalam pengolahan kerajinan tangan yang benar-benar dibutuhkan oleh pengrajin.

### (3) Promosi

Promosi merupakan strategi dalam bentuk usaha untuk mempengaruhi serta mengajak konsumen untuk menggunakan produk yang ditawarkan kepadanya. Dengan adanya promosi ini usaha dari UMKM *handicraft* bisa dikenali oleh seluruh masyarakat baik dari dalam maupun luar negeri. Promosi yang dilakukan dengan cara menyebarkan brosur atau informasi usahanya menggunakan *media social*, dan banner disekitar desa atau kota, memasukkan ke media cetak (koran), dan promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh pelanggan *handicraft* yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, sehingga merekomendasikannya kepada pelanggan lain.

### (4) Ketersediaan terhadap Tenaga Kerja dan Keterampilan

Dengan adanya ketersediaan tenaga kerja dan keterampilan adalah sumber tenaga atau kekuatan bagi pengrajin *handicraft* yang dapat menghasilkan suatu kreativitas dalam pengolahan *handicraft* bagi perusahaan industry tersebut, meski demikian tidak hanya tenaga kerja yang dibutuhkan tetapi keterampilan dan pengalaman yang dimiliki oleh pengrajin dalam pengolahan produksi *handicraft* untuk hasil yang lebih baik dan berkualitas.

### (5) Strategi Produk baru

Dalam suatu usaha yang tentunya perlu dengan strategi baik dalam produk baru, modifikasi produk atau bahkan difrensiasi produk adalah suatu keunggulan yang dapat meningkatkan keinginan atau minat dari konsumen.

(6) Memiliki pelanggan tetap

Dengan adanya pelanggan tetap dari setiap konsumen yang menjadi pelanggan tetap adalah nilai plus untuk perusahaan, karena dengan adanya pelanggan tetap merupakan kunci dalam setiap perusahaan atau pengrajin untuk tetap bertahan dengan baik bagi perusahaannya.

**b. Kelemahan (*Weakness*)**

(1) Menurunnya harga jual

Dimasa pandemi saat ini penghasilan yang didapat bagi pengrajin mengalami penurunan sehingga harga jual mulai menurun atau tidak stabil dalam penjualannya. Dan penyebabnya terdapat dalam persaingan harga.

(2) Sumber Daya Manusia

Kurangnya sumber daya manusia terhadap tenaga kerja yang kurang terampil dalam pengolahan kerajinan tangan. Karena keterampilan dalam usaha pengrajin adalah kunci yang menentukan perkembangan dalam perusahaan tersebut.

(3) Pengetahuan Teknologi yang Rendah

Dengan kurangnya pengetahuan teknologi yang canggih saat ini, sebagian dari masyarakat pengrajin kurang pengetahuan dari alat teknologi yang dapat mengembangkan usahanya. Dengan keterbatasan pengetahuannya dari sebagian pengrajin melakukan promosinya secara langsung.

## 2) Analisis Faktor Eksternal

### a) Peluang (Opportunities)

#### (1) Kreativitas

Bagi para pengrajin untuk menciptakan suatu karya bukanlah halangan untuk menemukan inovasi baru. Dengan kurangnya sumber daya manusia para pengrajin tetap menggeluti dan terus belajar dalam pembuatan pengolahan kerajinan tersebut dengan baik. Agar dapat menemukan hal baru dan mendapatkan kepuasan bagi para konsumen.

#### (2) Perkembangan teknologi dan informasi

Dengan adanya teknologi dan informasi tentunya dapat membantu mempromosikan kerajinan tangan yang dihasilkan oleh pengrajin *handicraft* di Desa Tutul, sehingga dapat meningkatkan hasil industry ke pasar yang lebih luas dan perkembangan usaha UMKM *handicraft* tersebut dapat berkembang pesat dengan baik.

#### (3) Loyalitas konsumen

Dengan peningkatan loyalitas konsumen yang sangat penting bagi para usaha *handicraft* untuk meningkatkan permintaan produk. Karena untungnya konsumen bagi para pengrajin apabila jika melakukan pembelian secara teratur dapat membangun kesetiaan pelanggan terhadap UMKM *handicraft* di Desa Tutul tersebut.

#### (4) Pemberian Upah

Dari usahanya para pegawai yang sudah berusaha untuk melakukan pembuatan dan pengolahan dari kreativitas *handicraft* baik dari segi desain atau menciptakan karya kerajinannya.

#### b) Ancaman (*Threat*)

##### (1) Persaingan harga antar produsen

Dengan timbulnya ancaman persaingan harga yang dialami oleh para pengrajin *handicraft* saat ini, sehingga menyebabkan penjualan terhadap perbedaan harga yang tidak konsisten atau tidak sama dari setiap pengrajin usaha *handicraft*. Meski demikian dengan adanya pesaing yang menjadi ancaman bagi pengrajin merupakan tantangan dari dulu sampai sekarang, sehingga dengan adanya ancaman tersebut para pengrajin tetap mempertahankan hasil dari produk, kualitas, dan bahan.

##### (2) Persaingan harga produk lokal dengan produk luar negeri

Dengan adanya persaingan antar Negara yang meniru produk Indonesia, dapat menimbulkan suatu ancaman bagi para pengrajin lokal, karena dari produk luar negeri menjual harga pasaran dengan harga yang jauh lebih murah.

##### (3) Terlambatnya proses produksi

Dalam proses pembuatan *handicraft* juga mengalami kelemahan dalam pemroduksian kerajinannya, dikarenakan yang terhalangi oleh terlambatnya bahan baku seperti kayu maahoni, kayu jati dan lain-lainnya. Meski demikian juga terjadi kepada pekerja yang kurang menggeluti dalam proses pembuatan *handicraft*, sehingga dalam proses pembuatannya begitu sangat lama.

### 3.3.2 Perumusan Strategi Analisis SWOT

#### a. Matriks Strategi Faktor Internal IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah dari faktor-faktor strategi internal UMKM *handicraft* diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka *Strengths* dan *Weakness*. Faktor internal dapat diperoleh dari hasil wawancara faktor kekuatan dan kelemahan, dan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik UMKM *handicraft* yang berada di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

Dari pemberian bobot internal berdasarkan pada perhitungan kategori nilai penilaian (*rating*) terhadap setiap faktor strategis perusahaan, dari sini dapat dilihat mana yang akan mempunyai pengaruh paling besar dan pengaruh terkecil untuk memberikan penilaian. Fungsi dari pembobotan dan *rating* adalah untuk mengetahui dari faktor strategis perusahaan yang dapat memberikan dampak positif dan negative. Dampak positif dapat menjadi faktor kekuatan, sedangkan dampak negatif menjadi kelemahan. Berikut ini adalah tabel 3.4 berkaitan dengan perhitungan faktor-faktor strategi internal UMKM *handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

Tabel 3.4

**Matriks Strategi Faktor *Internal Factors Analysis Summary (IFAS)* UMKM  
Handicraft Di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember**

Faktor – Faktor Internal		Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
<b>Kekuatan</b>					
1	Kualitas Produk	0,20	4	0,8	Sangat penting dan harus ditingkatkan
2	Bahan Baku	0,20	4	0,8	Sangat penting bagi kebutuhan UMKM <i>handicraft</i>
3	Promosi	0,15	3	0,45	Penting dan harus ditingkatkan
4	Ketersediaan Tenaga Kerja dan Keterampilan	0,08	2	0,16	Penting dan harus diperhatikan
5	Strategi Produk Baru	0,18	4	0,54	Penting dan harus ditingkatkan
6	Memiliki Pelanggan tetap	0,20	4	0,8	Menjadi kunci sukses dan harus dipertahankan
<b>Sub Total Skor Kekuatan</b>		<b>1,01</b>	<b>21</b>	<b>3,55</b>	-
<b>Kelemahan</b>					
1	Menurunnya harga jual	0,16	2	0,16	Kurang diperhatikan oleh para distributor
2	SDM	0,15	3	0,45	
3	Pengetahuan teknologi yang rendah	0,16	3	0,48	Penting tetapi masih kurang dilakukan
<b>Sub Total Skor Kelemahan</b>		<b>0,47</b>	<b>8</b>	<b>1,09</b>	-
<b>Total Skor</b>		<b>1,48 %</b>	<b>29</b>	<b>4,64</b>	

(Sumber: Data primer, 2021)

Kriteria Bobot :

Paling Penting : 0,16 – 0,20

Penting : 0,11 – 0,15

Cukup Penting : 0,06 – 0,10

Kurang Penting : 0,01 – 0,05

Kriteria Rating :

Sangat Baik : 4

Baik : 3

Cukup Baik : 2

Kurang Baik : 1

Keterangan :

Perhitungan bobot :

1. Faktor Kekuatan

$$\begin{aligned}\text{Bobot} &= \frac{\text{rating}}{\text{total rating}} \\ &= \frac{4}{29} \\ &= 0,14\end{aligned}$$

2. Faktor kelemahan

$$\begin{aligned}\text{Bobot} &= \frac{\text{rating}}{\text{total rating}} \\ &= \frac{2}{29} \\ &= 0,068\end{aligned}$$

Hasil perhitungan diatas bahwasanya faktor kekuatan lebih besar dari faktor kelemahan. Maka dari itu kekuatan yang dimiliki oleh pelaku UMKM *handicraft* mempunyai pengaruh besar terhadap UMKM *handicraft* yang berdampak positif.



**b. Matriks Strategi Faktor Eksternal EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)**

Setelah faktor-faktor strategis eksternal UMKM *handicraft* (kerajinan tangan) diidentifikasi oleh suatu tabel EFAS yang disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis eksternal tersebut dalam rangka *Opportunities* dan *Threats*. Faktor eksternal diperoleh dari peluang dan ancaman yaitu hasil dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha UMKM *handicraft* yang berada di Desa Tutul tersebut.

Pemberian bobot eksternal didasarkan pada perhitungan kategori nilai penilaian (*rating*) terhadap setiap faktor strategis perusahaan, dari sini dapat dilihat mana yang mempunyai pengaruh paling besar dan pengaruh paling kecil untuk memberikan penilaian terhadap perusahaan tersebut. Fungsi dari pembobotan dan *rating* ini adalah untuk mengetahui faktor strategis perusahaan dan dapat memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positif dapat menjadikan faktor peluang, dan sedangkan dampak negative menjadikan faktor ancaman. Berikut ini ada di tabel 3.5 yang berkaitan dengan perhitungan faktor-faktor strategi eksternal UMKM *handicraft* yang berada di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember.

Tabel 3.5

**Matriks Strategi Faktor *Eksternal Factors Analysis Summary* (EFAS) UMKM  
Handicraft Di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember**

Faktor – Faktor Internal		Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
<b>Peluang</b>					
1	Kreativitas	0,16	4	0,64	Penting dan harus dipertahankan
2	Perkembangan teknologi dan informasi	0,18	2	0,36	Penting dan harus diperhatikan
3	Loyalitas konsumen	0,11	3	0,22	Penting dan harus diperhatikan
4	Pemberian upah	0,11	2	0,22	Menjadi prioritas dn faktor semangat untuk karyawan
<b>Sub Total Skor Peluang</b>		<b>0,56</b>	<b>11</b>	<b>1,44</b>	-
<b>Ancaman</b>					
1	Persaingan harga antar produsen	0,09	3	0,27	Suatu tantangan dan harus bersaing
2	Persaingan harga produk lokal dan produk luar	0,09	2	0,18	Suatu tantangan dan harus bersaing
3	Terlambatnya proses produksi	0,18	3	0,54	Harus ditingkatkan dan diperhatikan
4	Kenaikan harga bahan baku	0,05	3	0,15	Perlu hati-hati
<b>Sub Total Skor Kelemahan</b>		<b>0,41</b>	<b>11</b>	<b>1,14</b>	-
<b>Total Skor</b>		<b>0,97</b>	<b>22</b>	<b>2,58</b>	

(Sumber: Data Primer diolah, 2021)

Kriteria Bobot :

Paling Penting : 0,16 – 0,20

Penting : 0,11 – 0,15

Cukup Penting : 0,06 – 0,10

Kurang Penting : 0,01 – 0,05

Kriteria Rating :

Sangat Baik : 4

Baik : 3

Cukup Baik : 2

Kurang Baik : 1

Keterangan :

Perhitungan bobot :

1. Faktor Peluang

$$\begin{aligned}\text{Bobot} &= \frac{\text{rating}}{\text{total rating}} \\ &= \frac{3}{22} \\ &= 0,13\end{aligned}$$

2. Faktor Ancaman

$$\begin{aligned}\text{Bobot} &= \frac{\text{rating}}{\text{total rating}} \\ &= \frac{2}{22} \\ &= 0,09\end{aligned}$$

Hasil perhitungan diatas bahwasanya faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman. Maka dari itu peluang yang dimiliki oleh pelaku UMKM *handicraft* mempunyai faktor strategis yang berpengaruh besar terhadap UMKM *handicraft* yang berdampak positif.

**c. Matriks SWOT UMKM *Handicraft* Di Desa Tutul, Kecamatan Balung Kabupaten Jember**

Setelah matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Strategy Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factors Analysis Strategy Summary*), selanjutnya hasil yang diperoleh dari faktor internal dan faktor eksternal yang dimasukkan ke dalam tabel strategi matriks SWOT. Alternatif strategi diperoleh berdasarkan dari kombinasi kekuatan dan peluang, kelemahan dan peluang, kekuatan dan ancaman, serta kelemahan dan ancaman. Dari hasil kombinasi tersebut diperoleh 9 (Sembilan) alternatif strategi pengembangan. Berikut adalah gambar 3.6 tabel penentuan strategi matriks SWOT.

Tabel 3.6 Penentuan Strategi Matriks SWOT

<b>IFAS</b>	<p><b>S-Strength (Kekuatan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk</li> <li>2. Bahan baku</li> <li>3. Promosi</li> <li>4. Ketersediaan terhadap Tenaga Kerja dan Keterampilan</li> <li>5. Strategi produk baru</li> <li>6. Memiliki pelanggan tetap</li> </ol>	<p><b>W-Weakness (Kelemahan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menurunnya harga jual</li> <li>2. Sumber Daya Manusia</li> <li>3. Pengetahuan Teknologi yang rendah</li> </ol>	
<b>EFAS</b>	<p><b>O-Opportunities (Peluang)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kreativitas</li> <li>2. Perkembangan teknologi dan Informasi</li> <li>3. Loyalitas konsumen</li> <li>4. Pemberian upah</li> </ol>	<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menghasilkan produk baru <i>handicraft</i> yang berkualitas dengan harga terjangkau dipasaran dan meningkatkan pemberian upah kepada karyawan</li> <li>2. Dapat memanfaatkan teknologi baru untuk melakukan promosi di media social.</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Dapat mengikut sertakan SDM (karyawan) yang dimiliki ke dalam pelatihan untuk meningkatkan kemampuan kreativitasnya.</li> <li>4. Meningkatkan tingkat strategi dalam pengembangan <i>handicraft</i> dengan cara mewujudkan permintaan dari konsumen kepada distributor pengrajin <i>handicraft</i> dengan menciptakan suatu kreativitas/inovasi baru.</li> </ol>
<p><b>T-Threats (Ancaman)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan harga antar produsen</li> <li>2. Persaingan harga antara produk lokal dan produk luar</li> <li>3. Terlambatnya proses produksi</li> </ol>	<p><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Menciptakan inovasi <i>handicraft</i> terus menerus agar dapat bersaing secara sehat dengan UMKM <i>handicraft</i> lainnya.</li> <li>6. Menghasilkan <i>handicraft</i> dengan desain yang unik dari pembuatan kerajinan yang jauh lebih berkualitas.</li> <li>7. Menyediakan stok bahan baku misalnya kayu jati, kayu mahoni, dan lain-lain untuk mengantisipasi</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Memberikan pelatihan antar sesama pelaku UMKM <i>handicraft</i> yang diadakan oleh ketua koperasi dalam sentra industry <i>handicraft</i> di desa tutul agar bisa jauh lebih memahami dalam pembuatan <i>handicraft</i> untuk hasil yang terbaik dan berkualitas.</li> <li>9. Dari pelaku usaha <i>handicraft</i> untuk mengembangkan usahanya agar tidak bersaing dengan</li> </ol>	

	dalam proses produksi pembuatan agar tidak terlambat.	pengrajin lainnya dan harus tetap memberikan pelatihan ke karyawannya baik dalam pengolahan atau penjualan dalam harga dengan menghasilkan karya yang unik dengan ciri khas masing-masing untuk bersaing dengan sesama UMKM <i>handicraft</i> yang lain.
--	---	--

(sumber: Data primer diolah, 2021)

#### d. Diagram Kuadran SWOT

Pada tahap selanjutnya total skor yang sudah diperoleh dari pengusaha dan karyawan dalam tabel strategis internal dan fakto strategis eksternal disetiap industry, maka posisi strategis dianalisis menggunakan matriks posisi, sehingga akan menghasilkan titik koordinat (x,y) yaitu dengan cara melakukan perhitungan antara jumlah total faktor kekuatan (S) dengan faktor kelemahan (W), dan faktor peluang dengan ancaman (T). perolehan penjumlahan antara faktor kekuatan (S) dengan (W) akan menjadi titik sumbu X.

a) Koordinat Analisis Internal

$$\text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} = 3,55 - 1,09 = 2,46$$

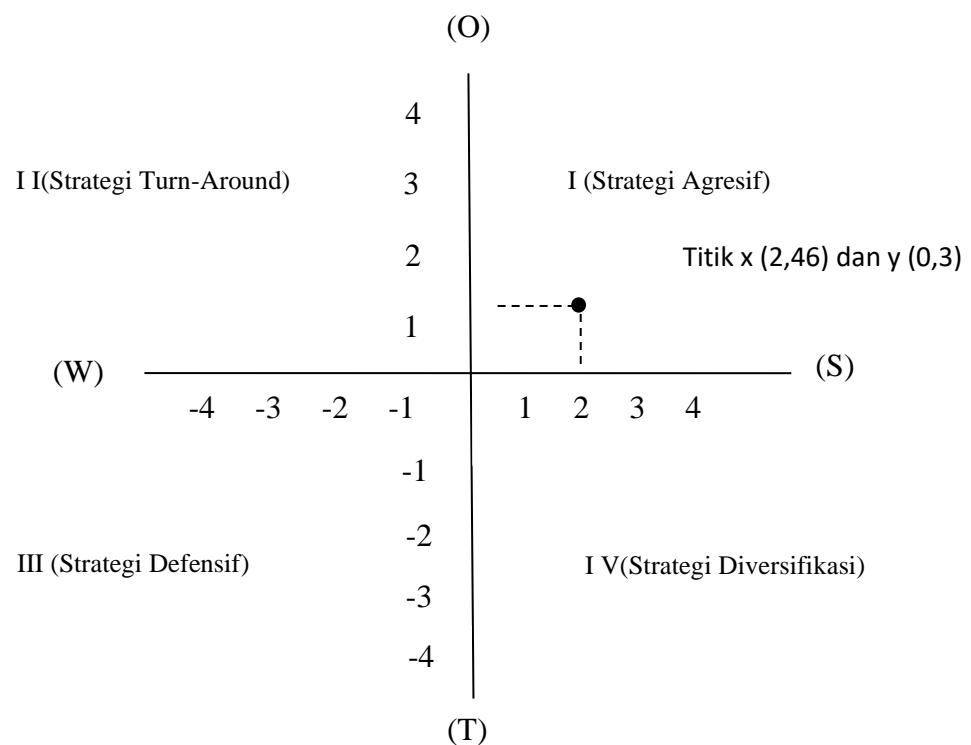
b) Koordinat Analisis Eksternal

$$\text{Peluang} - \text{Ancaman} = 1,44 - 1,14 = 0,3$$

Jadi titik koordinatnya (x,y) terletak pada titik x (2,46) dan y (0,3)

Hasil perhitungan diatas bahwasanya faktor kekuatan lebih besar dari faktor kelemahan dan pengaruh dari faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman. Oleh karena itu, posisi industry tasbih berada pada kuadran I yang berarti pada posisi agresif. Kuadran I adalah situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang. Strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan dan perkembangan secara agresif. Posisi kuadran I dapat ditunjukkan pada gambar 3.7 sebagai berikut :

**Gambar 3.7 Diagram Kuadran SWOT *Handicraft***



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### 1. Strategi pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap strategi pengembangan yang digunakan oleh UMKM *Handicraft* yang berada di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember diketahui dari beberapa pelaku usaha *handicraft* (sebanyak 5 pelaku usaha pengrajin *handicraft*) yang berada di empat desa tersebut menggunakan strategi pengembangan yaitu fokus dalam kombinasi *cost leadership* dan strategi diferensiasi produk. Meskipun strategi pengembangan yang digunakan oleh masing-masing pelaku usaha *handicraft* beragam, misalnya strategi pengembangan dalam inovasi produk dan diferensiasi produk, strategi dalam pemasaran baik media social dan pameran, dan proses produksi tersebut termasuk ke dalam fokus strategi pengembangan UMKM *handicraft*. Alasannya karena kombinasi strategi pengembangan lebih memperhatikan keragaman jenis produk tetapi juga memperhatikan kualitas produk, biaya produk dari *handicraft* yang diunggulkan agar dapat bersaing sesuai dengan segmentasi yang diharapkan oleh masing-masing pelaku UMKM *handicraft*.



Berikut penjelasan masing-masing dalam strategi pengembangan UMKM *Handicraft* yang berada di Desa Tutul.

1) Strategi pengembangan dalam inovasi produk dan diferensiasi produk

Strategi ini dapat menciptakan sesuatu yang berbeda dengan pelaku usaha pengrajin UMKM *handicraft* lainnya, tentunya dengan menciptakan inovasi baru dengan hasil yang unik dapat menarik perhatian dari konsumen untuk memilih produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha. Oleh sebab itu, menciptakan sesuatu yang berbeda dengan produk *handicraft* dengan produsen lainnya sangatlah penting agar dapat memenangkan persaingan dalam bidang bisnis. Bagi konsumen juga mampu untuk melihat dengan jelas produk pembeda diantara beragam jenis produk yang sama. Walaupun diferensiasi produk adalah pembeda antara produk sejenis, baik dengan pengrajin lainnya atau dengan produk inti yang kami miliki. Berbeda bukan berarti aneh, tetapi perbedaan ini untuk membuat produk yang lebih unik dan menarik, tentunya dapat memenuhi kebutuhan dari konsumen. mengembangkan UMKM *handicraft*.

2) Strategi pengembangan dalam pemasaran (*promosi*) baik media sosial dan pameran

Strategi pengembangan dalam mempromosikan usaha *handicraft* adalah salah satu usaha yang dapat mengembangkan usaha kerajinannya yang dikenali banyak orang, tentunya untuk menarik perhatian masyarakat, strategi ini dilakukan dengan berbagai macam cara misalnya,

pemasaran yang dilakukan secara langsung, menggunakan media sosial (*Instagram, Facebook*, atau web yang berbayar). Sebelum adanya kemajuan dalam teknologi, para pengrajin *handicraft* memasarkan produk kerajinannya dengan cara *mouth to mouth*, yang memberikan contoh kerajinannya dengan berbagai jenis produk *handicraft* ke instansi-instansi tertentu, dan menjalin relasi dengan orang-orang. Dengan adanya hubungan komunikasi baik antara pengrajin dan konsumen dapat membawa pengaruh besar terhadap keberhasilan suatu produk. Pemasaran secara langsung juga dapat dilakukan dengan mengikuti pameran yang diadakan dari event tertentu. Keunggulan dengan mengikuti pameran *handicraft* ialah dapat mengenalkan hasil kerajinan tangan (*handicraft*) dengan berbagai macam jenis dan bentuk kepada masyarakat luas baik domestik maupun internasional.

2. Faktor apa yang menjadi kendala dalam pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan beberapa faktor-faktor yang menjadi kendala terhadap pengembangan UMKM *Handicraft* ialah :

- 1) Terhambatnya proses produksi dalam pengolahan *handicraft*, karena terhambat oleh terlambatnya pengiriman bahan baku misalnya kayu jati, kayu mahoni dan lain-lain sehingga menjadi kendala bagi pengrajin

*Handicraft*. Walaupun demikian juga terkendala dengan adanya pemadaman listrik yang dapat menghambat pekerjaan dalam pembuatan kerajinan, karena dalam pembuatan kerajinan ada yang beberapa menggunakan peralatan listrik misalnya dynamo, bor, grenda dan lain-lain, jika terjadi pemadaman maka pekerjaan yang dilakukan akan terhenti untuk sementara. Strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha adalah membeli bahan baku lebih banyak seperti kayu-kayu yang dibutuhkan oleh pelaku usaha agar tidak terjadi keterlambatan dalam memproduksi kerajinan tangan (*handicraft*) tersebut.

- 2) Terjadinya penurunan harga, saat ini perkembangan UMKM *handicraft* terkendala dengan menurunnya harga jual, karena dari beberapa pelaku usaha menjual dengan harga murah yang tidak sesuai dengan ketetapan harga yang sudah disetujui dari sentra industry, walaupun dijual dengan harga murah tetapi untuk ketetapan kualitas produk masih ada yang abal-abal tidak sesuai kualitas yang baik. Strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha adalah tetap konsisten dengan produk sendiri walaupun harga lebih mahal tetapi untuk kualitas tetap yang terbaik dan meyakinkan kepada konsumen untuk memilih produk yang jauh berkualitas.
- 3) Dari beberapa hasil penelitian juga ada dari beberapa pengrajin yaitu kurangnya sumber daya manusia yang kurang kreatif dalam bidang pembuatan kerajinan dan dalam pengolahan *handicraft* yang susah, karena kurangnya *quality control* sehingga masih ada yang mengolah

kerajinan dengan hasil yang biasa saja dengan ala kadarnya. Strategi yang digunakan untuk mengatasi kendalanya ialah mewajibkan bagi para pelaku usaha dan karyawan untuk mengikuti pelatihan agar dapat mengembangkan hasil kreativitas dengan baik dan tetap konsisten dengan pengolahan kerajinannya.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap beberapa faktor yang berasal baik dari dalam kekuatan dan kelemahan maupun dari luar usaha peluang dan ancaman, yang diketahui bahwa posisi strategi pengembangan UMKM *handicraft* yang berada di Desa Tutul Kecamatan Balung, Kabupaten Jember berada dalam tahap perkembangan dalam industry. Hal ini berdasarkan perhitungan pembobotan yang menunjukkan total skor faktor strategis internal adalah sebesar 4,64 dan total skor faktor eksternal adalah sebesar 2,58.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Setelah proses analisis, berikut ini dibuat kesimpulan mengenai pencapaian dalam penelitian ini dan kemudian diberikan saran yang dapat digunakan dalam pelaksanaan strategi yang dilakukan.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember, maka dapat disimpulkan

1. Bahwa strategi pengembangan yang digunakan pada industri UMKM *handicraft* yang berada di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember tetap fokus melakukan strategi pengembangannya dengan promosi produk, inovasi baru, diferensiasi produk. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan perkembangan UMKM *handicraft* yang memperhatikan dari keragaman jenis produk, bentuk produk bahkan kualitas bahan yang tetap konsisten dengan hasil dan kreasi *handicraft*. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak merasa jenuh dan tetap memiliki daya tarik untuk membeli produk yang ditawarkan dengan pemasaran secara langsung atau secara *online* melalui *website* dan berbagai jejaring sosial. Dan strategi ini dapat keragaman dari produk *handicraft* menjadi hal yang sangat diunggulkan karena dapat bersaing dengan segmentasi dan pasar sasaran yang diharapkan oleh masing-masing pelaku UMKM *handicraft*.

2. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT bahwa hasil perhitungan diatas bagi faktor kekuatan dan peluang lebih besar dari faktor kelemahan dan ancaman. Maka dari itu faktor kekuatan dan peluang mempunyai faktor strategis yang sangat berpengaruh positif bagi pelaku UMKM *handicraft* dalam strategi pengembangan UMKM *Handicraft*. Strategi ini tentunya bertujuan untuk mencapai suatu perkembangan baik dalam penjualan, promosi, menambah kualitas produk dengan mengembangkan produk baru dan meningkatkan akses pasar yang lebih luas.

## **5.2 Implikasi**

Dari hasil penelitian tentang Analisis Strategi Pengembangan UMKM *Handicraft* di Desa Tutul, Kecamatan Balung, Kabupaten Jember dapat dilihat dengan adanya dampak dimasa pandemi sekarang mengalami penurunan terhadap penjualan produk *handicraft* baik penjualan secara *online* maupun *offline*. Kemudian dengan adanya strategi pengembangan dapat lebih meningkatkan penjualannya dengan berkembang lebih baik.

## **5.3 Saran**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Saran Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya perlu diteliti strategi pengembangan dalam meningkatkan kreatifitas yang dimiliki dengan memunculkan ide-ide kreatif untuk menghasilkan sebuah produk *handicraft* yang dapat menarik minat konsumen terhadap pembelian produk. Kemudian dapat mengatur dengan

meningkatkan pendapatan pelaku UMKM *handicraft* agar tidak terjadinya persaingan harga terhadap setiap pelaku UMKM.

Dan dalam kegiatan produksi untuk kedepannya dapat mengembangkan dalam penggunaan *media social* tentunya dapat meningkatkan strategi dalam pengembangan UMKM *Haandicraft* dengan perkembangan tahap promosi dengan hasil kerajinannya tentunya dengan penambahan di bidang promosi online yang menggunakan *media social* agar dapat dikenal lebih banyak baik Nasional maupun Internasional. Dan harapan peneliti semoga untuk perkembangan kerajinan tangan (*handicraft*) dapat berkembang dengan pesat dan dapat mengembangkannya dibidang teknologi dan Sumber Daya Manusia.

## 2. Saran Praktis

Bagi pelaku UMKM harus lebih meningkatkan dalam tahap penjualannya dengan terus menciptakan produk terbaru atau bahkan dengan cara diferensiasi produk dengan baik. Dan bagi ketua koperasi yang bertanggung jawab terhadap pengrajin *handicraft* agar tidak terjadinya kecurangan dalam penjualan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Dwi Utari, Dra. Sri Wahyuni, M.Si, Drs. Umar HMS, M.S. 2015. *Pengembangan Produk Usaha Kecil Handicraft Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember)* Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jember (UNEJ)
- Badan Pusat Statistik Tahun 2003 tentang “Usaha Mikro Kecil dan Menengah”. Basuki, Sulistyono. 2006 *Metode Penelitian*. Jakarta : Wedatama Widya Sasra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- Menurut I Made Winartha. 2006. *Jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, metode analisis deskriptif kualitatif* . Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Diah Nur Fadliilah, Hastarini Dwi Atmanti. 2012. *Analisis Penyerapan Tenaga Kerja pada Industri Kecil*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Menurut Ilmu Ekonomi. 2019. *Pengertian Diferensiasi Produk, Strategi dan Dampaknya bagi Usaha*.
- Badan Pusat Statistik Tahun 2019 Tentang “Kabupaten Jember, Kecamatan Balung tahun 2019”  
<https://jemberkab.bps.go.id/publication/2019/09/27/8b84253dfc8f7f67016622a9/kecamatan-balung-dalam-angka-2019.html>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mandala, *Pedoman Penyusunan Tugas Akhir Dengan Pendekatan Kualitatif*. Jember. 2021.
- Bank Indonesia, 2018. *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jakarta; Bank Indonesia



Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*  
VI. Jakarta : Rineka Cipta

Moleong, Lexy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja  
Rosda Karya.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:  
Alfabeta.

John W.Creswell. 2018. *Keterampilan Esensial untuk Peneliti Kualitatif*.

## SURAT REKOMENDASI BANKESBANGPOL



### PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN JEMBER BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK

Jalan Letjen S Parman No. 89 ☎ 337853 Jember

Kepada  
Yth. Sdr. Camat Balung Kab. Jember  
di -  
JEMBER

#### SURAT REKOMENDASI

Nomor : 072/225/415/2021

Tentang

#### **PENGAMBILAN DATA**

- Dasar : 1. Permendagri RI Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan atas Permendagri RI Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi penelitian  
2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerbitan Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember
- Memperhatikan : Surat Wakil Ketua STIE Mandala Jember tanggal 11 Januari 2021 Nomor : 18/STIE.Mand/Q/2021 perihal Rekomendasi

#### MEREKOMENDASIKAN

- Nama / NIM. : Lely Nurul Azizah Fitri / 1710407
- Instansi : STIE Mandala Jember
- Alamat : Jl. Sumatera No. 118 - 120 Jember
- Keperluan : Mengadakan pengambilan data untuk skripsi yang berjudul :  
"Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember"
- Lokasi : Kantor Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember
- Waktu Kegiatan : Pebruari 2021 s/d Selesai

Apabila tidak bertentangan dengan kewenangan dan ketentuan yang berlaku, diharapkan Saudara memberi bantuan tempat dan atau data seperlunya untuk kegiatan dimaksud.

1. Kegiatan dimaksud benar-benar untuk kepentingan Pendidikan
2. Tidak dibenarkan melakukan aktivitas politik
3. Apabila situasi dan kondisi wilayah tidak memungkinkan akan dilakukan penghentian kegiatan.

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Jember

Tanggal : 15-02-2021

An. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK  
KABUPATEN JEMBER  
Kabid. Kajian Strategis dan Politis



- Tembusan :  
Yth. Sdr. : 1. Ketua STIE Mandala Jember;  
2. Yang Bersangkutan.

## SURAT REKOMENDASI KECAMATAN BALUNG



### PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER CAMAT BALUNG

Jln. Rambipuji Nomor 124 Telp/Fax.0336 6210003 Balung 68161

Balung, 16 Pebruari 2021

Nomor : 070/86 /35.09.10/2021  
Sifat : Penting  
Lampiran :-  
Perihal : **Rekomendasi**

Kepada  
Yth.Sdr.Kades Tutul  
di- J e m b e r

Memperhatikan surat dari Kepala Bakesbang dan Politik Kabupaten Jember tanggal 15 Pebruari 2021 perihal permohonan Rekomendasi, bersama ini kami merekomendasi bahwa:

Nama : **Lely Nurul Azizah Fitri**  
NIM : 1710407  
Instansi : STIE Mandala Jember  
Keperluan : Penelitian untu data skripsi dengan judul  
*"Analisis strategi pengembangan usaha mikro kecil menengah handicraft"*  
Lokasi/tempat : Desa Tutul  
Waktu kegiatan : Pebruari 2021 s/d selesai

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

  
**WIDAYANA.SH., MSi**  
 Kepala Tingkat 1  
 NIP. 19650307 199203 1 010

## WAWANCARA

Nama :

Alamat :

Usaha UMKM :

No. Informan :

### **Pertanyaan :**

1. Upaya apa saja yang dilakukan UMKM *handicraft* agar pengelolaan usaha tersebut dapat berkembang lebih baik ?
2. Bagaimana perkembangan tingkat pengelolaan usaha *handicraft* ?
3. Apakah kekuatan dan kelemahan dari dalam perusahaan/usaha yang berpengaruh pada pertumbuhan/perkembangan industri kerajinan tangan (*handicraft*) ?
4. Apakah peluang dan ancaman dari luar yang berpengaruh pada pertumbuhan/perkembangan usaha *handicraft* ?
5. Apa hambatan yang paling utama bagi industri UMKM *handicraft* yang Bapak/Ibu geluti ?
6. Bagaimana cara mengatasi masalah yang terjadi terhadap kerajinan tangan/*handicraft* tersebut ?
7. Bagaimana prospek industri UMKM *handicraft* dimasa yang akan datang ?
8. Bagaimana cara mengetahui minat konsumen terhadap produk *handicraft* ?
9. Strategi apa yang digunakan dalam usaha *handicraft* ?
10. Apa saja produk terbaru (*Inovasi baru*) UMKM *handicraft* ?



## DOKUMENTASI

Wawancara bersama para Informan Pelaku UMKM *Handicraft*





**Produk Kerajinan Tangan (*Handicraft*)**







