



**PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL *HANDICRAFT*
UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan
Balung Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

Oleh:

AYU DWI UTARI

NIM 110210301058

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

2015



**PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL *HANDICRAFT*
UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan
Balung Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

Oleh :

**AYU DWI UTARI
110210301058**

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

2015



**PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL *HANDICRAFT*
UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN
(Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan
Balung Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Pendidikan Ekonomi (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Pendidikan

Oleh :

**AYU DWI UTARI
110210301058**

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

2015

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, karya ilmiah ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Ibunda Elys Yulianti dan Ayahanda Lamijo, penyemangat dalam hidup yang selalu mendoakan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai saat ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan, perlindungan dan membalas semua yang kalian berikan selama ini dan semoga apa yang kalian berdua harapkan kepada ananda dapat tercapai;
2. Kakakku Ika Puspita Anggraeni S.Pd yang tiada hentinya memberikan semangat serta doa selama ini;
3. Bapak/Ibu guru di tingkat SD, SMP, dan SMA, dan Bapak/Ibu Dosen di Pendidikan Ekonomi - FKIP - Universitas Jember, serta semua orang yang telah memberikan pengetahuan dan pengalaman dengan penuh keikhlasan;
4. Almamater tercinta Pendidikan Ekonomi - FKIP - Universitas Jember.

MOTTO

*“Kualitas bukanlah suatu kebetulan; kualitas selalu berasal dari usaha yang cerdas”
(John Ruskin)*

*“Kemuliaan paling besar bukanlah karena kita tidak pernah terpuruk, tapi karena kita selalu mampu bangkit setelah terjatuh”
(Oliver Goldsmith)*

*“Seberapa besar kesuksesan Anda bisa di ukur dari seberapa kuat keinginan Anda, setinggi apa mimpi-mimpi anda, dan bagaimana Anda memperlakukan kekecewaan dalam hidup Anda”
(Robert Kiyosak)*

<https://ibenxs.wordpress.com/other/kata-kata-mutiara-dan-bijak-dari-para-pakar/>
[diakses 22 Mei 2015]

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Dwi Utari

NIM : 110210301058

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL *HANDICRAFT* UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember)”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa tekanan dan paksaan serta bersedia mendapat sanksi akademik jika di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 07 Juli 2015

Yang menyatakan,

Ayu Dwi Utari

NIM. 110210301058

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL *HANDICRAFT* UNTUK
MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

**(Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung
Kabupaten Jember)**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana
Strata Satu Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan
Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Nama Mahasiswa : Ayu Dwi Utari
NIM : 110210301058
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2011
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 08 Agustus 1993

Disetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Drs. Umar HMS, M.Si
NIP. 19621231 198802 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL *HANDICRAFT* UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember)”** telah diuji dan disahkan pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 09 Juli 2015

Tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji :

Ketua,

Sekretaris,

Dra. Sri Wahyuni, M.Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Drs. Umar HMS, M.Si
NIP. 19621231 198802 1 001

Anggota I,

Anggota II,

Drs. Bambang Suyadi, M.Si
NIP. 19530605 198403 1 003

Drs. Pudjo Suharso, M.Si
NIP. 19591116 198601 1 001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

“PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL *HANDICRAFT* UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember)”. Ayu Dwi Utari; 110210301058; 2015; 67 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Keberhasilan suatu usaha baik usaha dalam skala kecil maupun besar dapat dilihat dari bagaimana perusahaan tersebut mampu menciptakan produk yang dihasilkan, sehingga konsumen berminat dan melakukan pembelian. Untuk dapat menarik konsumen agar membeli produk yang dihasilkan, maka suatu perusahaan harus mampu memutuskan apa dan bagaimana strategi yang akan digunakan untuk mengembangkan produknya. Penetapan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan dipasar adalah kunci kesuksesan perusahaan dalam mengembangkan produksi barang yang dimilikinya. Salah satu usaha kecil yang memiliki keunggulan dalam hal keunikan produknya adalah sentra industri *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Sehingga dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pengembangan produk yang dilakukan oleh sentra industri *IMDA Handicraft* di desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam meningkatkan loyalitas konsumen.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Tempat penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive area* yang dilakukan di sentra industri *IMDA Handicraft* Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi dan dokumen. Sedangkan metode analisis data yang digunakan melalui tiga tahap, pertama adalah reduksi data yang dilakukan dengan cara merangkum dan memilih hal-hal pokok yang akan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

Tahap kedua adalah penyajian data yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, sehingga mudah untuk dipahami. Dan tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan, yaitu menyimpulkan hasil dari penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat diketahui bahwa sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang kerajinan tangan yang melakukan pengembangan produk dalam upaya meningkatkan loyalitas konsumen. Dalam usahanya, sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember melakukan pengembangan produk yang bertujuan untuk memberikan kepuasan baru kepada konsumen sehingga konsumen tidak merasa jenuh dengan produk yang ditawarkan oleh sentra industri IMDA Handicraft. Produk yang dikembangkan merupakan produk yang sebelumnya telah ada kemudian dimodifikasi menjadi produk yang lebih bervariasi. Dalam proses pengembangan produk yang dilakukan, sentra industri IMDA Handicraft terlebih dahulu melihat seperti apa *handicraft* yang saat ini sedang trend dan banyak diminati konsumen, dengan begitu produk yang dihasilkan akan dapat diterima dipasaran. Pengembangan produk yang dilakukan juga selalu dijaga kualitas produknya supaya konsumen merasa puas dengan produk yang telah dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft yaitu dengan menggunakan bahan baku sesuai dengan *handicraft* yang akan di buat sehingga dapat menghasilkan model *handicraft* yang terlihat unik.

Kata Kunci: Pengembangan Produk, Usaha Kecil, dan Loyalitas Konsumen

PRAKATA

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah yang berupa skripsi dengan judul **“PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL *HANDICRAFT* UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember)”**. karya tulis ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Dr. Sukidin, M.Pd, selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Titin Kartini, S.Pd, M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Dra. Sri Wahyuni, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Drs. Umar HMS, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi, serta Drs. Bambang Suyadi, M.Si selaku dosen penguji I dan Drs. Pudjo Suharso, M.Si selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan pada skripsi ini;
5. Semua dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu selama penulis melakukan study di Universitas Jember;
6. Pemilik sentra industri *IMDA Handicraft* Bapak M. Imron Pribadi dan Ibu Ida Giawati yang telah mengizinkan melakukan penelitian pada senta industrinya serta meluangkan waktunya;

7. Adikku Daif Ivo Al Farizi Ikwan, yang tidak ada hentinya memberikan dukungan serta semangat. Terima kasih atas segalanya;
8. Sahabat-sahabatku : Anis, Ana, dan Alvin yang telah memberikan semangat dan terima kasih atas pengalaman hidup yang kalian berikan selama ini;
9. Teman-teman baikku : Dwi, Evi, Dian Ika, Indah Kurnia, Yulita, Deni, Mas Hisyam dan Mas Dany yang hadir dalam hidupku, kalian teman terbaik, terima kasih atas kebersamaannya selama ini;
10. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2011, terima kasih untuk kebersamaan dan kekompakan selama ini;
11. Seluruh pihak yang telah membantu demi kelancaran penelitian ini.

Kritik dan saran penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ilmiah berupa skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, 07 Juli 2015

Penulis

DAFTAR ISI

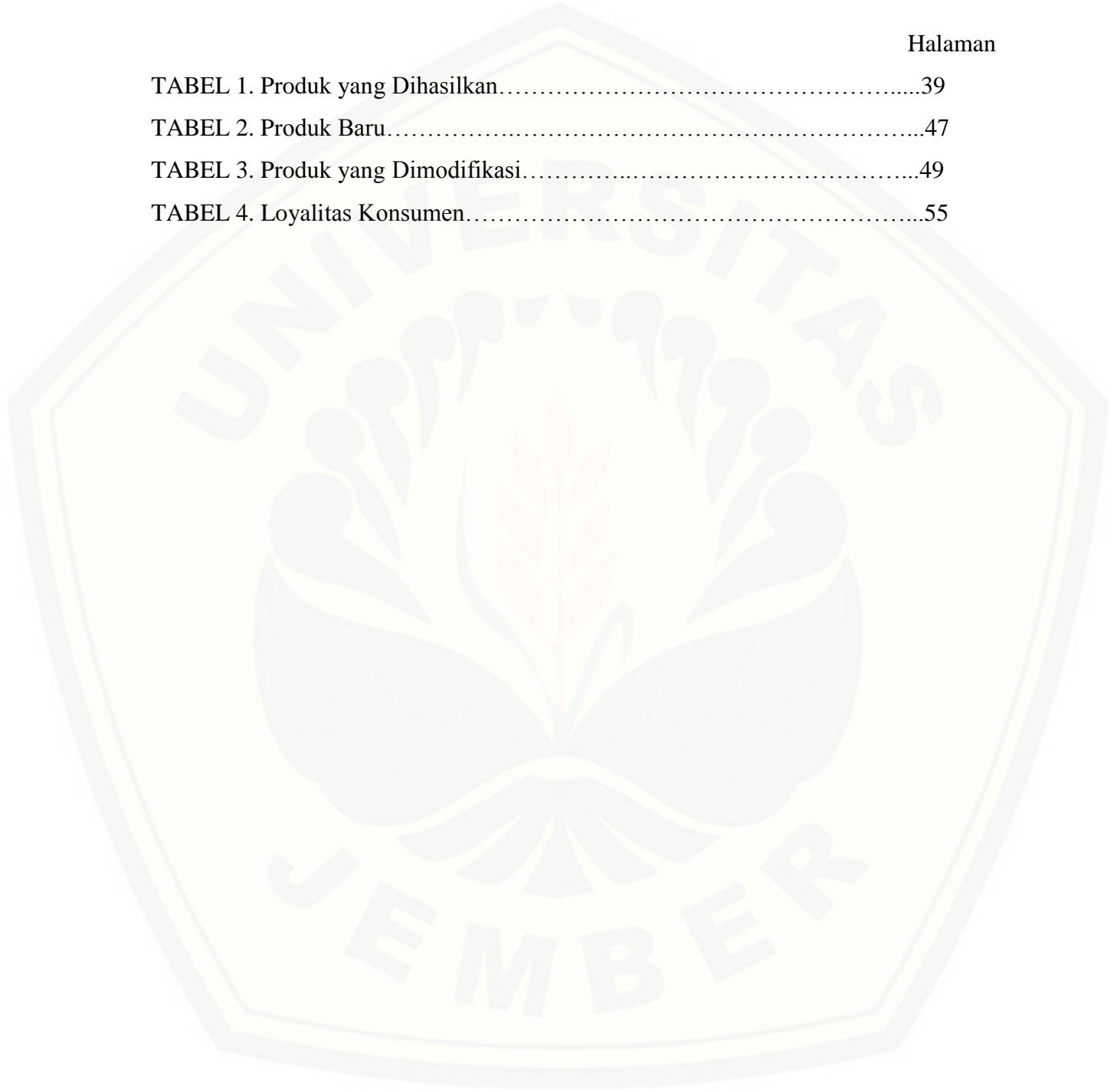
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Teori Pengembangan Produk.....	9
2.2.2 Teori Usaha Kecil <i>Handicraft</i>	20
2.2.3 Teori Loyalitas Konsumen.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	26
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Rancangan Penelitian	27

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	27
3.3 Metode Penentuan Lokasi	28
3.4 Subjek dan Informan Penelitian	28
3.5 Definisi Operasional Konsep.....	28
3.6 Jenis Data dan Sumber Data	29
3.6.1 Jenis Data.....	29
3.6.2 Sumber Data	30
3.7 Metode Pengumpulan Data	30
3.7.1 Metode Wawancara	30
3.7.2 Metode Observasi	31
3.7.3 Metode Dokumen	31
3.8 Analisis Data.....	32
3.8.1 Reduksi Data.....	32
3.8.2 Penyajian Data	32
3.8.3 Penarikan Kesimpulan	33
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	34
4.1.1 Sejarah dan Profil sentra industri IMDA Handicraft	34
4.1.2 Hari dan Jam Kerja.....	37
4.1.3 Ruang Lingkup Kegiatan sentra industri IMDA Handicraft.....	37
4.2 Data Utama	38
4.2.1 Produk yang Dihasilkan Sentra Industri IMDA Handicraft	39
4.2.2 Tujuan Pengembangan Produk Sentra Industri IMDA Handicraft.....	40
4.2.3 Pengembangan Produk Handicraft	41
4.2.3.1 Strategi Produk Baru	43
4.2.3.2 Proses Modifikasi Produk	48
4.2.3.3 Tata Letak Mesin.....	50

4.3 Analisis Pengembangan Produk Sentra Industri IMDA Handicraft	51
4.3.1 Loyalitas Konsumen dalam Pengembangan Produk Sentra Industri IMDA Handicraft	54
4.4 Pembahasan	58
BAB 5. PENUTUP.....	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR BACAAN.....	68
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70

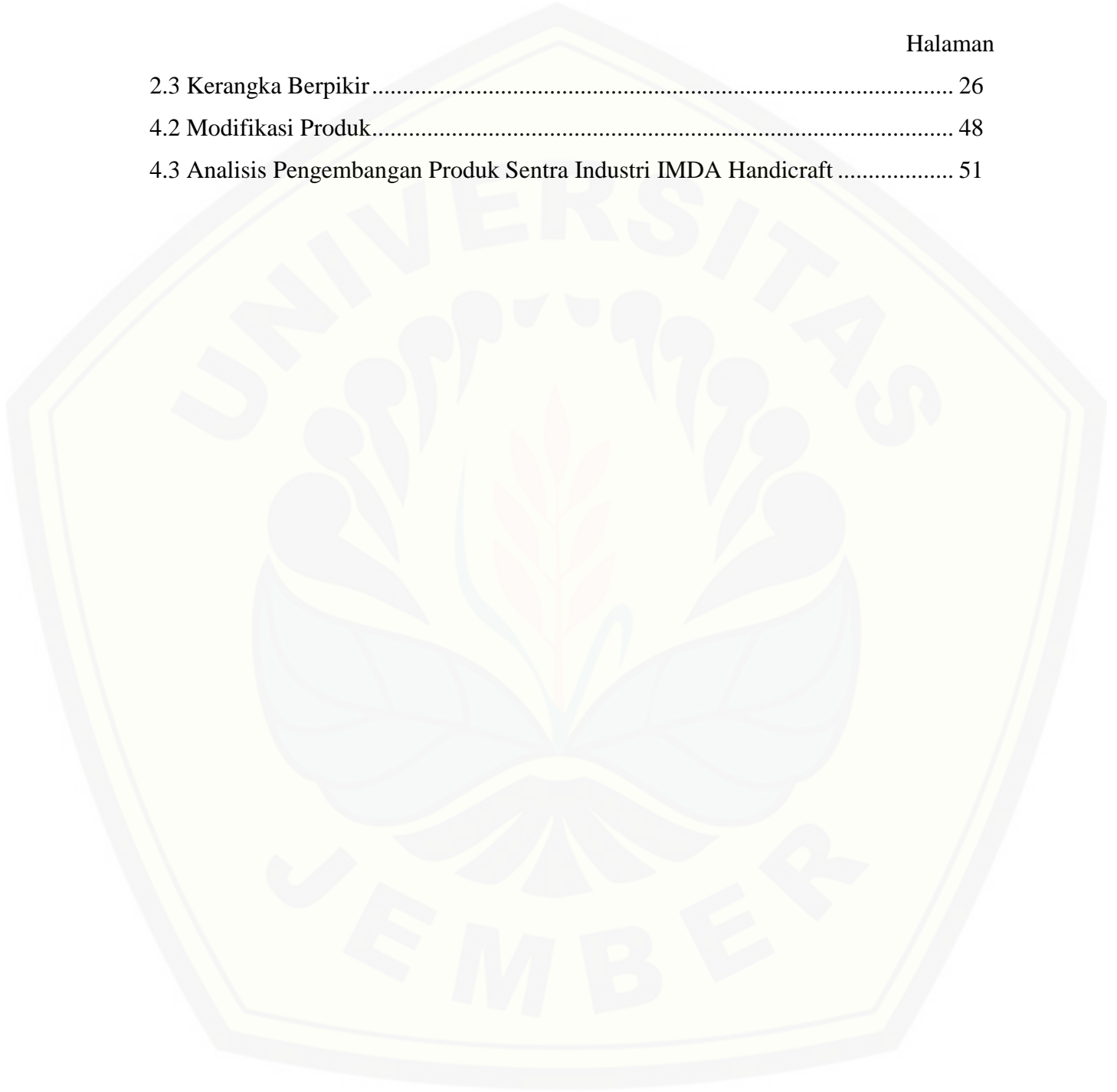
DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1. Produk yang Dihasilkan.....	39
TABEL 2. Produk Baru.....	47
TABEL 3. Produk yang Dimodifikasi.....	49
TABEL 4. Loyalitas Konsumen.....	55



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.3 Kerangka Berpikir.....	26
4.2 Modifikasi Produk.....	48
4.3 Analisis Pengembangan Produk Sentra Industri IMDA Handicraft	51



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A. Matriks Penelitian	70
LAMPIRAN B. Pedoman Penelitian	72
LAMPIRAN C. Pedoman Wawancara	74
LAMPIRAN D. Transkrip Wawancara	77
LAMPIRAN E. Daftar Riwayat Hidup	94
LAMPIRAN F. Foto Produk Sentra Industri IMDA Hanciraft	95
LAMPIRAN G. Foto Penelitian.....	103
LAMPIRAN H. Surat Ijin Observasi	107
LAMPIRAN I. Surat Ijin Penelitian	108
LAMPIRAN J. Surat Keterangan Melakukan Penelitian	110
LAMPIRAN K. Lembar Konsultasi Skripsi	111

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha skala kecil di Indonesia merupakan objek diskusi dan menjadi perhatian pemerintah. Selain jumlahnya yang banyak dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia, usaha kecil berpotensi membuka kesempatan kerja. Para ahli ekonomi sudah lama menyadari bahwa sektor industri kecil adalah salah satu karakteristik keberhasilan dan pertumbuhan ekonomi. Industri kecil menyumbang peran terhadap pembangunan dengan berbagai jalan. Menciptakan kesempatan kerja, memperluas angkatan kerja, menurunkan laju urbanisasi dan menyediakan fleksibilitas kebutuhan serta inovasi dalam perekonomian secara keseluruhan.

Usaha kecil menengah (UKM) boleh dikatakan merupakan salah satu solusi masyarakat untuk tetap bertahan dalam menghadapi krisis yaitu dengan melibatkan diri dalam aktivitas usaha kecil terutama yang berkarakteristik informal. Persoalan pengangguran sedikit banyak dapat tertolong dan implikasinya adalah juga dalam hal pendapatan. Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai salah satu alternatif bagi penyerapan tenaga kerja dan peningkatan perekonomian di pedesaan dapat mengurangi arus urbanisasi ke kota. Usaha kecil menengah (UKM) pada hakekatnya merupakan sektor informal yang sangat disenangi masyarakat sebagai langkah transformasi dari sektor pertanian kearah nonpertanian guna meningkatkan dan memenuhi kebutuhan keluarga sebaik mungkin, hal ini disebabkan karena usaha kecil menengah merupakan lapangan pekerjaan yang dapat dimasuki oleh lapisan masyarakat ekonomi lemah dan pendidikan rendah. Pertumbuhan industri skala kecil dan menengah berkembang mewarnai perekonomian di daerah. Mulai dari industri

makanan, kerajinan, mebel, hingga konveksi atau tekstil, dimana keberadaannya menjadi salah satu solusi dalam mengatasi angka pengangguran sekaligus menggerakkan roda perekonomian daerah.

Keberhasilan suatu usaha baik usaha dalam skala kecil maupun besar dapat dilihat dari bagaimana perusahaan tersebut mampu menciptakan produk yang dihasilkan, sehingga konsumen berminat dan melakukan pembelian. Untuk dapat menarik konsumen agar membeli produk yang dihasilkan, maka suatu perusahaan harus mampu memutuskan apa dan bagaimana strategi yang akan digunakan untuk mengembangkan produk. Pengembangan produk perlu dilakukan oleh setiap perusahaan karena untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri dan dengan pengembangan produk dapat diterima atau sesuai dengan selera konsumen. Hal tersebut terjadi karena masing-masing perusahaan ingin menjadi paling unggul dibandingkan dengan perusahaan lain.

Perusahaan di dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dan *share* pasarnya, perlu melakukan pengembangan produk yaitu dengan cara melakukan perbaikan, penyempurnaan atau menghasilkan produk baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas serta daya tarik yang lebih besar. Pengembangan produk menyangkut penawaran produk baru atau produk yang diperbaiki/disempurnakan untuk pasar yang telah tersedia. Dengan mengadakan perkembangan produk, perusahaan dapat memahami kebutuhan atau perubahan ciri-ciri khusus/tertentu dari produk, menciptakan beberapa tingkat kualitas/mutu, atau menambah tipe maupun ukuran untuk lebih dapat memuaskan pasar yang telah tersedia.

Loyalitas konsumen merupakan hal penting yang harus diciptakan oleh perusahaan apabila ingin tetap bertahan dalam persaingan. Kondisi yang ada akan menyebabkan kemampuan untuk menciptakan loyalitas konsumen yang bermanfaat untuk menjaga tingkat penjualan, karena konsumen tetap melakukan pembelian pada perusahaan yang bersangkutan meskipun ada pesaing. Hal ini dapat meningkatkan

loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sentra industri IMDA Handicraft mengembangkan produk yang akan dihasilkan seperti berbagai *accessories*, *souvenir*, *handicraft* dan kerajinan rumah tangga, serta berbagai *home industri* dari mitra kerja hingga rekanan kerja dalam satu unit *business* secara *online-offline* yang tidak menutup kemungkinan juga siap untuk memasarkan produk-produk unggulan dalam kemitraan.

Usaha yang dilakukan untuk mendapatkan konsumen yang loyal dengan cara memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Perusahaan yang telah mampu memuaskan konsumen dan memiliki konsumen yang setia cenderung akan mampu bertahan dalam perubahan kondisi ekonomi. Kepuasan konsumen tersebut dapat di tunjukkan dengan kondisi dimana harapan konsumen mampu terpenuhi oleh produk yang telah ditawarkan. Pengembangan produk, penyempurnaan, dan perbaikan dapat dilakukan atas produk yang dihasilkan meliputi bidang mutu, corak, penampilan, dan lain sebagainya. Pada umumnya kegiatan pengembangan produk mempunyai hubungan erat dengan kegiatan inovasi, sehingga unsur-unsur teknologi memegang peranan yang menentukan dalam kegiatan pengembangan produk. Salah satu usaha kecil yang memiliki keunggulan dalam hal keunikan dan mampu memasarkan produk hingga ke luar negeri adalah sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

Desa Tutul merupakan desa yang berada di Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Masyarakat Desa Tutul adalah salah satu daerah yang memiliki potensi akan kreatifitas pada bidang produksi kerajinan tangan (*handicraft*) khas desa tutul yang di kerjakan secara tradisional dengan menggunakan bahan baku dari kekayaan alam seperti kayu, biji, tulang dan batu. Bahan baku tersebut di produksi oleh sentra industri IMDA Handicraft sebagai bahan baku pembuatan tasbih, kalung, gelang, cincin, keris, tongkat, pipa rokok, sabuk, bahkan hiasan dinding yang di desain secara unik. Dalam memproduksi kerajinan tangan tentunya dibutuhkan jiwa seni dan kreatifitas yang tinggi. Pemahaman terhadap peluang usaha ini tidaklah mudah, tetapi

juga bukanlah hal yang rumit. Tahun 2010 sampai dengan awal tahun 2015 setiap kelompok industri rumahan masyarakat ini memiliki tingkat produktivitas yang selalu meningkat, dengan di buktikannya dapat mengekspor produk kerajinan tangan sampai ke luar negeri.

Pertumbuhan pengrajin pada IMDA Handicraft di Desa Tutul terus meningkat seiring dengan ramainya pariwisata di berbagai kota. Bahkan usaha kerajinan yang awalnya hanya sampingan kini telah menjadi mata pencaharian pokok mayoritas masyarakat Desa Tutul. Sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember mengalami kemajuan dalam perkembangan produk yang sangat baik dalam perjalanan bisnis sehingga Desa Tutul disebut sebagai desa kerajinan tangan yang menjadi pusat kerajinan, terutama manik-manik di Jember. Pertumbuhan yang pesat, pasar yang terbatas, jenis produksi yang sama dan tuntutan memenuhi kebutuhan yang semakin sulit membuat perajin harus tetap mempertahankan ekstensinya dengan cara mengembangkan kreatifitasnya sebagai pengrajin agar pemenuhan kebutuhan konsumen yang semakin variatif akan selalu terpenuhi dan dengan terpenuhinya kebutuhan konsumen dapat meningkatkan loyalitas konsumen dari berbagai kota bahkan sampai ke luar negeri.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL *HANDICRAFT* UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dirumuskan permasalahannya adalah :

1. Bagaimana proses pengembangan produk baru yang dilakukan sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk meningkatkan loyalitas konsumen?
2. Bagaimana proses modifikasi produk yang dilakukan sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk meningkatkan loyalitas konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Mendeskripsikan proses pengembangan produk baru yang dilakukan sentra industri IMDA handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk meningkatkan loyalitas konsumen.
2. Mendeskripsikan proses modifikasi produk yang dilakukan sentra industri IMDA handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh diantaranya sebagai berikut :

a. Bagi Peneliti

Sebagai latihan untuk menerapkan pengetahuan, pengalaman, serta wawasan tentang proses pengembangan produk pada suatu usaha.

b. Bagi Industri/UKM

Sebagai sumbangan pemikiran yang berkaitan dengan proses pengembangan produk yang akan dilakukan dalam usaha yang dijalankan.

c. Bagi Perguruan Tinggi Negeri

Sebagai perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya dalam bidang penelitian. Serta sebagai tambahan bahan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab tinjauan pustaka ini peneliti menggambarkan tentang landasan teori yang berkaitan dengan judul penelitian. Adapun konsep kajian pustaka dalam penelitian ini meliputi tinjauan penelitian terdahulu, teori pengembangan produk, teori usaha kecil *handicraft*, teori loyalitas konsumen, dan kerangka berpikir.

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan studi pustaka yang telah dilakukan, peneliti mengutip penelitian sejenis yang kemudian dijadikan sebagai acuan. Penelitian tersebut dilakukan oleh Eko Harifi Andrianto tahun 2012 dengan judul “Strategi pengembangan produk olahan coklat dalam upaya diversifikasi produk pada perusahaan Aneka Food KOPKAR “SEKAR” Jember”. Dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan bahwa rencana strategis yang digunakan adalah proses pengembangan produk dengan memfokuskan pada perbaikan produk sehingga produk yang akan ditawarkan kepada konsumen lebih kreatif. Tujuan dari pengembangan produk yang diteliti oleh peneliti adalah untuk menghasilkan produk yang kreatif sehingga perusahaan tersebut dapat mempertahankan eksistensinya dalam persaingan usaha olahan coklat. Pengembangan produk atau inovasi yang dilakukan perusahaan Aneka Food KOPKAR “SEKAR” Jember terhadap produknya yaitu dengan mengeluarkan produk baru berupa penambahan rasa dan bertambahnya produk olahan coklat seperti nata decoco dan sabun coklat.

Selain itu penelitian ini juga mengacu pada penelitian yang pernah dilakukan oleh Diah Sofiana Setiawan tahun 2011 dengan judul “Strategi Pengembangan Produk dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Pengrajin Perak Desa Pulo pada Sentra Industri Logam di Kecamatan Tempeh Kabupaten

Lumajang”. Strategi yang digunakan oleh pengrajin di Desa Pulo Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang adalah dengan memfokuskan pada strategi pengembangan produk, yaitu dengan melakukan pengembangan produk untuk menciptakan produk baru. Pengembangan yang dilakukan adalah upaya dalam menyesuaikan dinamika pasar yang berubah-ubah dengan kebutuhan konsumen. Sasaran pengembangan produk yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk menciptakan produk baru dengan memodifikasi produk lama menyesuaikan permintaan konsumen.

Penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh *home industry* dengan tujuan melakukan pengembangan produk dengan cara menciptakan produk baru dan memperbaiki produk lama sehingga dapat memenuhi permintaan konsumen. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang terletak pada jenis objek yang diteliti, dan penelitian yang dilakukan oleh Eko Harifi Andrianto mengenai strategi pengembangan produk dengan tujuan menambah produk yang lebih kreatif sehingga dapat mempertahankan eksistensinya, dan penelitian yang dilakukan oleh Diah Sofiana Setiawan adalah strategi pengembangan produk dalam upaya mempertahankan eksistensi pengrajin perak. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini adalah pengembangan produk yang memfokuskan penelitian pada proses pengembangan produk di sentra industri IMDA handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember yang akan menghasilkan produk baru dan memperbaiki produk lama dengan tujuan meningkatkan loyalitas konsumen, dimana dengan adanya perbaikan produk lama dan penciptaan produk baru konsumen akan merasa puas dan lebih tertarik untuk membeli secara berulang terhadap produk yang ditawarkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Pengembangan produk

Semakin kompleksnya kebutuhan konsumen saat ini, menuntut perusahaan untuk dapat menyediakan produk yang harus selalu diimbangi dengan pengembangan yang dinamis. Agar dapat mempertahankan serta meningkatkan loyalitas pelanggan ditengah persaingan yang semakin ketat ini, perusahaan perlu melakukan strategi yaitu strategi pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menciptakan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Pengembangan produk dilakukan agar produk yang dihasilkan selalu berkembang baik dalam model, ukuran, warna, kemasan, maupun kualitas yang lebih disempurnakan. Selain itu pengembangan produk bertujuan untuk mengantisipasi kejenuhan akan suatu produk tertentu. Sehingga dengan adanya beberapa perubahan maka pelanggan akan tetap memilih produk tersebut daripada produk yang dihasilkan oleh pesaing.

Kotler dan Armstrong (1997:312) mengemukakan bahwa pengembangan produk baru merupakan usaha perbaikan produk perusahaan meliputi pengembangan produk asli, perbaikan produk, modifikasi produk dan merek baru melalui usaha departemen penelitian dan pengembangan perusahaan itu sendiri. Jadi pengembanganan 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 produk itu sendiri. Sedangkan menurut Widjaja (2004:76) pengembangan produk adalah salah satu cara agar konsumen tidak merasa bosan dan mau terus-menerus membeli produk yang sudah ada. Untuk itu pemasar perlu mengetahui kunci-kunci sukses pengembangan produk baru seperti:

1. *Relative advantage* yaitu pengembangan produk baru harus lebih baik dibanding dengan yang sudah ada.
2. *Complexity* yaitu produk yang dikembangkan tidak terlalu kompleks.
3. *Trialibility* yaitu produk baru harus di uji coba terlebih dahulu sebelum dipasarkan.
4. *Observability* yaitu pengembangan produk baru harus selalu di awasi agar apabila terjadi kekurangan dapat segera diperbaiki.

Simamora (2004:84) juga mengemukakan bahwa produk baru merupakan barang dan jasa yang pada dasarnya berbeda dari yang telah dipasarkan sebelumnya oleh perusahaan. Pengembangan produk baru (*new product development*) adalah proses pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya ke dalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial. Produk baru mencakup dari produk baru di dunia (*new-to-the-world products*) yang menciptakan pasar yang baru, pengembangan minor pada produk, maupun revisi pada produk yang ada (Kotler, 2009:97). Booz, Allen & Hamilton dalam Kotler (2000:114) mengidentifikasi bahwa terdapat enam kategori produk baru, yaitu:

1. Produk baru dengan penciptaan pasar yang baru (*new to the world products*)
2. Produk baru dengan pertama kali memasuki pasar yang sudah ada untuk produk semacam (*new product lines*)
3. Produk baru hasil modifikasi produk lama (*additions to existing product lines*)
4. Produk baru untuk menggantikan produk yang ada untuk meningkatkan kinerja dan nilai (*improvements and revisions to existing products*)
5. Produk yang ada yang ditargetkan untuk pasar baru atau segmen baru (*repositionings*)
6. Produk baru dengan harga lebih rendah (*cost reductions*)

Sedangkan menurut Cooper (2001:79), dua kategori produk baru yang paling populer dikalangan perusahaan adalah lini produk baru (*new product lines*) dan perbaikan pada produk yang sudah ada (*improvements in revisions to existing products*). Produk yang baru bagi dunia (*new products to the world*) dan lini produk baru bagi perusahaan (*new product lines*) hanya berkontribusi 30% dari semua produk yang dipasarkan, tetapi mempresentasikan 60% sebagai produk yang dipandang paling berhasil. Setelah meluncurkan produk baru, pemilik perusahaan tentunya juga berkeinginan bahwa produknya dapat diminati dalam jangka panjang walaupun perusahaan tidak berharap bahwa produk tersebut dapat dijual selamanya, tetapi tentunya perusahaan juga ingin mendapatkan laba yang tinggi untuk menutup semua jerih payah dan risiko di tanggung ketika

meluncurkan produknya. Dalam proses perbaikan produk lama, ada lima tahap berbeda yang akan dilalui:

1. Pengembangan produk mulai ketika perusahaan menemukan dan mengembangkan suatu gagasan produk baru.
2. Introduksi adalah periode pertumbuhan penjualan yang lambat ketika produk diperkenalkan di pasar.
3. Pertumbuhan merupakan periode penerimaan pasar dan peningkatan laba yang pesat.
4. Menjadi dewasa adalah periode pertumbuhan penjualan yang menurun karena produk telah diterima oleh sebagian besar pembeli potensial.
5. Menurun adalah periode ketika penjualan turun dan laba menurun.

Dari penjelasan yang telah dipaparkan oleh beberapa ahli mengenai pengembangan produk, maka ada beberapa faktor yang juga akan mempengaruhi dalam pengembangan produk. Beberapa faktor yang mempengaruhi pengembangan produk menurut Swastha (1997:187) yaitu :

1. Tidak stabilnya posisi persaingan
Dengan semakin banyaknya produk sejenis yang ditawarkan maka situasi persaingan semakin tajam, apalagi para pengusaha sejenis telah memperbaiki produk untuk lebih disesuaikan.
2. Munculnya persaingan
Suatu barang yang terjual dengan baik di pasaran dan dapat menghasilkan keuntungan, akan mendorong pengusaha lain untuk memproduksi barang yang sedang laku tersebut bahkan dengan kualitas yang lebih baik.
3. Banyaknya variasi penggunaan barang
Dengan semakin banyak variasi penggunaan suatu produk maka hal ini akan mendorong perusahaan untuk mengembangkan hasil produksinya, sehingga produk tersebut akan mempunyai bermacam-macam kegunaan.

4. Pemanfaatan kapasitas produksi yang efektif

Faktor lain melaksanakan pengembangan produk adalah memanfaatkan kapasitas produksi, karena pada umumnya perusahaan belum memproduksi pada kapasitas penuh.

Produsen *handicraft* pada sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember perlu untuk memahami faktor-faktor yang terkait dengan pengembangan produk yang telah dilakukan, agar kegiatan tersebut dapat sesuai dengan perencanaan dan situasi pasar yang ada. Selain memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan produk tersebut, perlu juga menetapkan sasaran pengembangan agar dapat berjalan secara efektif.

2.2.1.1 Sasaran Pengembangan Produk

Dalam memberikan arah yang jelas bagi perusahaan untuk mengambil keputusan terhadap pengembangan produk, tentu sasaran usaha pengembangan harus ditetapkan dengan jelas. Guitinan (1994:189) mengemukakan secara spesifik, ada empat jenis yang menjadi sasaran pokok pengembangan produk, yaitu:

1. Program Modifikasi Lini Produk

Modifikasi dari produk lama umumnya dipilih dengan sasaran meningkatkan penjualan dari lini produk yang ada. Program modifikasi produk dapat dilakukan dengan merancang ulang (*redesign*) atau merumuskan kembali (*reformulate*) produk untuk merubah manfaat baru atau menyempurnakan mutu produk atau dengan menggunakan banyak macam kemasan untuk mengurangi peluang pesaing.

2. Program Perluasan Lini Produk

Sasaran dari perluasan lini produk adalah untuk menjangkau suatu segmen baru dipasar. Artinya program ini diterapkan untuk menjaring pelanggan pesaing dalam segmen dimana perusahaan ini tidak mempunyai produk untuk ditawarkan atau merangsang permintaan di antara bukan pemakai bentuk produk. Untuk memasuki kondisi tersebut harus diciptakan produk yang sama sekali baru dengan karakteristik produk yang berbeda dengan produk yang

ada sekarang. Perluasan lini tersebut karena produk-produk tersebut mempunyai fungsi serupa.

3. Program Produk Komplementer

Produk komplementer dikembangkan untuk meningkatkan penjualan produk yang sudah ada ataupun untuk memantapkan pertumbuhan penjualan dipasar yang bersangkutan. Produk komplementer dapat diperkenalkan dengan memanfaatkan merek, citra atau armada penjualan perusahaan dalam membangkitkan peluang pertumbuhan.

4. Program Diversifikasi

Arti diversifikasi sebenarnya adalah suatu kebijakan penambahan produk baru guna melayani pasar yang baru pula. Program diversifikasi pada umumnya dirancang untuk mendirikan perusahaan baru guna mencapai sasaran seperti peluang pertumbuhan baru atau stabilitas penjualan.

Dalam pengembangan produk yang dilakukan, sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember menjalankan empat sasaran pengembangan produk yang akan dilakukan. Kegiatan ini dilakukan supaya sentra industri IMDA Handicraft dapat mengurangi peluang pesaing, dapat menjangkau suatu segmen pasar baru, dapat meningkatkan penjualan produk, dan juga dapat menstabiliskan penjualan produk yang telah ditawarkan oleh sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

2.2.1.2 Proses Pengembangan Produk

Proses adalah urutan langkah-langkah yang berkesinambungan untuk mengubah apa yang disebut input menjadi output. Pengembangan produk memiliki suatu alur proses yang berkesinambungan dari tahapan awal sampai akhir. Menurut Kotler (2008:310) mengemukakan bahwa proses pengembangan produk merupakan proses atau tahapan yang berfungsi untuk menemukan dan mengembangkan produk baru yang terdiri dari delapan tahapan yaitu :

1. Penggalian Gagasan

Penggalian gagasan dapat juga disebut pemunculan ide. Proses pengembangan produk baru berawal dari pencarian ide. Ide produk dapat berasal dari banyak sumber antara lain: konsumen, ilmuwan, pesaing, karyawan, saluran pemasaran, dan manajemen. Hippel (dalam Kotler 2001:423) menunjukkan bahwa presentase terbesar ide-ide produk baru berasal dari konsumen. Konsep pemasaran memandang bahwa kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan tempat yang logis untuk mencari ide produk baru. Hal ini karena setiap produk yang diluncurkan adalah produk yang diluncurkan dipasar harus mampu untuk memuaskan keinginan konsumen (*customer oriented*) selain untuk mendapatkan laba (*profit oriented*).

2. Penyaringan Gagasan

Dari penggalian gagasan yang ada maka langkah selanjutnya adalah dengan melakukan penyaringan gagasan. Tujuan dari penyaringan gagasan adalah mengenali gagasan yang baik dan mengesampingkan yang jelek sedini mungkin.

3. Mengembangkan dan Pengujian Konsep

Pengembangan merupakan tahap dalam proses pengembangan produk dimana suatu prototype dikembangkan dan strategi pemasaran ditetapkan. Sedangkan pengujian konsep adalah menguji konsep baru dengan sekelompok konsumen untuk mengetahui apakah konsep tersebut mempunyai daya tarik yang kuat bagi konsumen.

4. Pengembangan Strategi Pemasaran

Yaitu dengan merancang strategi pemasaran awal untuk produk baru berdasarkan pada konsep produk.

5. Analisis Bisnis

Mengenai tinjauan ulang penjualan, biaya, dan proyeksi laba dari produk baru untuk mengetahui apakah faktor-faktor ini akan memenuhi sasaran perusahaan.

6. Pengembangan Produk

Merupakan strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang, dengan mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.

7. Uji Pemasaran

Tahap pengembangan produk baru ketika produk dan program pemasaran diuji dalam keadaan pasar yang lebih realistis.

8. Komersialisasi

Tahapan dimana memperkenalkan produk ke pasar. Uji pasar menyajikan informasi yang memadai untuk memutuskan apakah jadi atau tidak meluncurkan produk baru. Keputusan-keputusan yang perlu dipertimbangkan secara matang dalam tahap komersialisasi meliputi kapan (timing) memperkenalkannya, dimana saja wilayah pemasarannya (strategi geografi), kepada siapa (prospek pasar sasaran), dan bagaimana caranya (strategi pengenalan pasar).

Pengembangan produk baru ini harus dilakukan secara cermat karena tidak ada jaminan bahwa produk baru pasti akan sukses bila perusahaan telah sukses meluncurkan beberapa produk sebelumnya. Umumnya ada empat faktor utama penyebab kegagalan pengembangan produk baru seperti yang dikemukakan oleh Tjiptono (2002:131), yaitu:

1. Target pasar yang dituju terlampaui kecil, sehingga penjualannya tidak dapat menutupi biaya riset dan pengembangan, biaya produksi, dan biaya pemasaran.
2. Kualitas produk yang tidak baik.
3. Perusahaan tidak memiliki akses ke distributor dan pasar, misalnya kalah bersaing dalam mendapatkan tempat (*space*) dalam rak-rak supermarket atau toko pengecer.
4. Timingnya tidak tepat, artinya produk baru yang diluncurkan terlalu cepat, terlalu lambat, atau bahkan pada saat konsumen telah berubah secara drastis.

Meskipun demikian, jika dikelola dengan baik, pengembangan produk baru bisa berhasil dengan memuaskan. Ada beberapa faktor keberhasilan utama dalam pengembangan produk baru, yaitu:

1. Produk superior yang unik (misalnya kualitas yang lebih baik, kemampuan baru, nilai guna (*value in use*) yang lebih tinggi, dan lain-lain).
2. Konsep produk yang didefinisikan dengan baik sebelum pengembangan, dimana perusahaan secara cermat menentukan dan menilai pasar sasaran, persyaratan produk, dan manfaatnya sebelum meneruskan usaha pengembangan.
3. Sinergi teknologi dan pemasaran, kualitas pelaksanaan dalam semua tahap, dan daya tarik pasar.

Disamping itu keberhasilan peluncuran produk baru akan semakin besar seiring dengan semakin tingginya pemahaman akan kebutuhan konsumen semakin awal produk tersebut diluncurkan dan semakin besar dukungan manajemen puncak.

2.2.1.3 Strategi Pengenalan dan Pengembangan Produk

Hampir tidak ada perusahaan yang dapat lepas dari pengaruh kemajuan teknologi dan munculnya produk-produk baru. cepat atau lambat, hampir semua produk yang 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. Dalam kondisi saat ini, dimana perkembangan pasar sangat dinamis dan penuh persaingan, perusahaan akan sulit mempertahankan eksistensinya jika hanya bertahan pada produknya yang sekarang. Oleh karena itu, pengembangan produk baru merupakan suatu hal yang penting bagi perusahaan. Pengembangan produk tersebut meliputi penciptaan produk baru atau penyempurnaan dari produk yang sudah ada.

Proses pengembangan produk baru juga disertai dengan berbagai resiko kegagalan. Untuk memperkecil resiko kegagalan tersebut, produk baru perlu diciptakan berdasarkan konsep produk yang sesuai dengan keinginan dan

kebutuhan konsumen serta dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Pengembangan produk atau jasa akan melalui suatu tahap yang dikenal dengan *invention*. *Invention* merupakan proses menemukan suatu teknologi dari yang tidak ada menjadi ada. Selanjutnya proses pengembangan menuju *innovation*, yaitu proses menuju pembaruan. *Innovation* melibatkan peluang yang ada di pasar dengan penemuan teknologi dan pengetahuan tentang teknologi baru.

2.2.1.4 Pendekatan dalam Pengembangan Produk

Proses pengembangan produk seperti yang telah dijelaskan menunjukkan aktivitas penting yang perlu diperhatikan untuk menemukan, mengembangkan dan memperkenalkan produk baru. Namun, pengembangan produk baru membutuhkan lebih dari sekedar melewati beberapa tahapan. Perusahaan perlu mengambil pendekatan yang menyeluruh untuk mengatur proses tersebut. Dalam Kotler (2008:321) dijelaskan ada tiga pendekatan yang dilakukan secara berurutan yaitu:

1. 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.

2. Pengembangan produk baru berdasarkan tim

Yaitu 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.

3. Pengembangan produk baru yang sistematis

Selanjutnya, proses pengembangan produk baru harus secara holistik dan sistematis daripada secara acak. Untuk menghindari sedikitnya ide yang terserap maka perusahaan dapat memasang sistem manajemen inovasi untuk mengumpulkan, meninjau, mengevaluasi dan mengatur ide produk baru. Pendekatan ini menghasilkan dua manfaat. Pertama, pendekatan ini membantu menciptakan budaya perusahaan yang berorientasi inovasi. Kedua, pendekatan

ini akan memberikan ide produk dalam jumlah banyak, beberapa diantaranya sangat istimewa.

Suatu pendekatan yang sistematis merupakan upaya yang penting dalam melaksanakan kegiatan pengembangan produk. Pendekatan yang terdiri dari beberapa tahap ini pada dasarnya dapat membantu dalam mengkoordinasikan bagian-bagian yang terdiri dari kebutuhan konsumen dengan tim pengrajin *handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember agar produk yang dihasilkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen.

2.2.1.5 Modifikasi Produk

Modifikasi produk merupakan proses perbaikan produk yang sudah ada menjadi produk yang lebih bervariasi dari produk yang sebelumnya. Modifikasi produk dilakukan dengan mengubah sifat dari karakteristik produk agar dapat menarik konsumen baru dan menawarkan manfaat baru kepada konsumen untuk mendorong pembelian yang lebih banyak dari sebelumnya serta dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Modifikasi produk dilakukan dalam bentuk :

a. Strategi perbaikan kualitas

Strategi perbaikan kualitas dapat membantu meningkatkan fungsi dari produk tersebut, seperti keawetan, kecepatan, dan keiritan. Strategi ini akan tercapai apabila produk yang dimodifikasi berhasil meningkatkan kualitasnya serta dapat menarik kepercayaan pembeli bahwa produk yang dimodifikasi benar-benar memiliki kualitas yang tinggi yang akan memberikan manfaat yang lebih tinggi dari sebelumnya.

b. Strategi perbaikan keistimewaan

Perbaikan keistimewaan produk (*product feature improvement*) merupakan strategi dalam upaya menambah, meningkatkan keamanan, kepraktisan suatu produk, ukuran, berat, bahan pokok baru, bahan pelengkap, dan sebagainya. Dilakukannya strategi perbaikan keistimewaan bertujuan untuk:

- a. Meningkatkan image perusahaan sebagai pemimpin pasar yang progresif
- b. Merebut kesetiaan segmen pasar tertentu
- c. Memberikan publisitas Cuma-Cuma bagi perusahaan, dan

- d. Mendorong antusiasme pada wiraniaga dan distributor. Perubahan ini dapat dilakukan dengan fleksibel tanpa adanya tambahan biaya.

- c. Strategi perbaikan style-model

Strategi ini dirancang untuk mendorong terciptanya identitas yang khas di pasar serta kesetiaan pada merek. Perbaikan style-model menjadi baru untuk menambah daya tarik keindahan pada produk, seperti gaya, model, kemasan dan sebagainya, tetapi juga harus memperhatikan selera dan kebutuhan konsumen agar tidak menurunkan loyalitas konsumen yang ada.

2.2.1.6 Inovasi dalam Pengembangan Produk

Pengembangan produk harus menjadi salah satu aktifitas bisnis paling dinamis. Dalam melakukan suatu pengembangan produk diperlukan adanya terobosan-terobosan baru atau disebut dengan inovasi produk. Inovasi produk mempunyai manfaat dalam mempertahankan suatu produk di pasar. Inovasi produk difokuskan pada tingkat produk, namun inovasi produk sulit dipertahankan dan banyak produk baru menjadi komoditas sebelum mereka meraih pasar. Menurut Fisk (2006:211) 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 ada 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 untuk mendefinisikan bagaimana sesuatu terjadi.

Dalam pasar pengembangan cepat, peluncuran produk yang telah ada dikembangkan merupakan awal dari pengembangan kesuksesan. Hal tersebut dapat dilihat dalam fase-fase pengembangan produk yang diungkapkan oleh Fisk (2006:213). 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 dimasuki produk baru dalam pengetahuan dan kapabilitas, distribusi dan struktur pendukung dengan produk dan jasa yang berhubungan jika produk tersebut sukses.

2.2.2 Teori Usaha Kecil *Handicraft*

Menurut UU No. 9/1995 (2002:225) menyatakan, bahwa usaha kecil merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan total kekayaan maksimal Rp. 600 juta, tidak termasuk tanah dan jumlah yang ditempati. Sedangkan menurut Rofik (2013:98), suatu usaha dikatakan sebagai usaha kecil apabila memenuhi kriteria sebagai suatu bentuk usaha perseorangan atau badan usaha bukan afiliasi usaha menengah/besar dengan kekayaan bersih (tidak termasuk tanah dan bangunan) mencapai Rp. 50 juta-500 juta. Usaha kecil yang dimaksud disini meliputi usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Adapun usaha kecil informal adalah berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum, seperti petani penggarap, industry rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, dan pedagang kaki lima. Sedangkan usaha kecil tradisional merupakan usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun, dan atau berkaitan dengan seni budaya. Secara umum, sektor usaha kecil memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Sistem pembukuan yang relative sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar.
2. Sumber daya manusia (SDM) sudah lebih maju, rata-rata berpendidikan SMA dan sudah ada pengalaman usahanya.
3. Modal terbatas.
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas.
5. Tenaga kerja yang dipekerjakan antara 5-19 orang.

Sedangkan menurut Biro Statistik (dalam Cahyono, 2005:15), kriteria usaha kecil menengah jumlah karyawannya 5-19 orang. Jika kurang dari 5 orang

karyawan di golongkan dalam usaha rumah tangga, dan usaha menengah terdiri dari atas 20-99 karyawan.

Adapun menurut Soedjono (dalam Cahyono, 2005:15), usaha kecil atau industri rumah tangga memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Struktur usaha yang sangat sederhana.
2. Tanpa staf yang berlebihan.
3. Pembagian kerja yang kendur.
4. Memiliki hierarki yang pendek
5. Aktifitas yang formal, dan sedikit menggunakan proses perencanaan.
6. Kurang membedakan asset pribadi dan perusahaan.

Pengelompokan usaha kerajinan tangan (*handicraft*) berdasarkan besar kecilnya usaha kerajinan yang ada di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, menurut Bpk. M. Imron Pribadi (pemilik sentra industri IMDA Handicraft) yaitu :

1. Pengrajin Rumahan adalah pengrajin manik-manik, yang memproduksi manik-manik tidak menggunakan pekerja lain atau yang bekerja adalah anggota keluarga sendiri, yang terdiri dari 1 sampai 2 orang.
2. Pengrajin Kecil adalah pengrajin manik-manik, yang memproduksi manik-manik dengan menggunakan pekerja anggota keluarga sendiri dan orang lain sebagai pekerja, yang terdiri dari 2-5 orang pekerja.
3. Pengrajin Besar adalah pengrajin manik-manik yang memproduksi manik-manik dengan menggunakan banyak pekerja yaitu 5-20 orang pekerja.

Dapat disimpulkan bahwa kategori perajin kerajinan tangan (*handicraft*) di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah usaha kecil. Sebab tidak ada struktur jelas, pembagian kerja yang kendur, aktifitas tidak formal, dan sedikit menggunakan proses perencanaan serta tidak jelas dan detail dalam membedakan asset pribadi dengan perusahaan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2000:501) kerajinan adalah suatu keterampilan yang dihubungkan dengan suatu pembuatan barang yang harus dikerjakan secara rajin dan teliti, biasanya oleh tangan. Menurut Dewan Kerajinan

Nasional Indonesia (Cahyono 2005:13), pada rumusan pembukaan anggaran dasar disebutkan bahwa: "...kerajinan termasuk segi kebudayaan dan merupakan usaha yang dapat dikembangkan sebagai industri rumah tangga dalam upaya peningkatan kesejahteraan rakyat serta memelihara kelestarian dan perkembangan seni budaya bangsa". Kerajinan merupakan lapangan kerja yang perlu digiatkan, sebagai sumber pendapatan baru yang memerlukan sistem perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, peningkatan dan pengendalian mutu, desain dan bantuan permodalan.

Menurut Sulaiman (dalam Cahyono, 2005:360), apabila ditinjau sejarah lama dari kebudayaan manusia dalam masyarakat pertanian yang pertama, seni kerajinan merupakan kegiatan yang khas, walaupun harus di akui, bahwa di jaman itu hubungan antara seni kerajinan dan seni umumnya tidak dapat dipisahkan, seperti jaman sesudahnya. Seni kerajinan merangkum banyak kegiatan yang merupakan suatu subyek dengan evaluasi estetik dan merupakan pemenuhan yang *eksklusif* dari kegunaan praktis. Hasil seni kerajinan adalah benda-benda yang berguna dan dekoratif, yang dibuat dengan tangan atau dengan alat-alat lain oleh seorang yang mempunyai pengamatan langsung akan hasilnya, selama seluruh tahap pembuatan. Jadi Kerajinan adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan (kerajinan tangan), kerajinan yang dibuat biasanya terbuat dari berbagai bahan. Dari kerajinan ini menghasilkan hiasan atau benda seni maupun barang pakai. Biasanya istilah ini diterapkan untuk cara tradisional dalam membuat barang-barang. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Kerajinan>).

Arti lain dari kerajinan adalah suatu usaha yang dilakukan secara terus menerus dengan penuh semangat ketekunan, kecekatan, kegigihan, berdedikasi tinggi dan berdaya maju yang luas dalam melakukan suatu karya (Kadjim 2011:10). Maka dapat disimpulkan bahwa sentra industri IMDA Handicraft yang terletak di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember merupakan sentra industri kecil yang memproduksi berbagai macam kerajinan tangan khas Desa Tutul yang mampu memenuhi permintaan konsumen hingga keluar negeri.

2.2.3 Teori Loyalitas Konsumen

Membangun loyalitas konsumen memang tidak semudah yang dibayangkan. Namun pada saat situasi yang *hiper*, perusahaan harus mulai memperhatikan untuk mempertahankan konsumen atau pelanggan yang sudah ada (*exciting costumers*) dari pada harus mencari pelanggan baru yang terus menerus memerlukan biaya yang cukup besar. Oliver dalam Kotler and Keller (2007:175) mendefinisikan loyalitas konsumen sebagai komitmen yang dipegang kuat untuk membeli lagi atau untuk berlangganan lagi bagi produk atau jasa tertentu dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan pengalihan perilaku. Sebagaimana diketahui bahwa tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan. Terciptanya kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis sehingga memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya kesetiaan terhadap merek serta membuat suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan (Tjiptono, 2000:105).

Menurut Tjiptono (2000:110) loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.

Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah mereka yang sangat puas dengan produk dan pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pelanggan yang loyal akan memperluas kesetiaan mereka pada produk lain buatan produsen yang sama sehingga mereka adalah konsumen yang setia pada produsen atau perusahaan tertentu untuk selamanya. Philip Kotler (2001:213) menyatakan bahwa loyalitas tinggi adalah pelanggan

yang melakukan pembelian dengan prosentasi makin meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain. Dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan harus mendapatkan prioritas yang lebih besar dibandingkan untuk mendapatkan pelanggan baru. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan berdasarkan kepuasan murni dan terus-menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan.

Menurut Griffin (2002:31) konsumen yang loyal merupakan aset penting perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, konsumen yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*)
2. Membeli diluar lini produk atau jasa (*purchase across product and service line*)
3. Merekomendasikan produk kepada orang lain (*refers to others*)
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis yang dihasilkan pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*)

Loyalitas konsumen hendaknya tidak hanya mengamati kebiasaan konsumen dalam melaksanakan pembelian ulang dari seorang konsumen, tetapi juga harus mempelajari dimana, bagaimana cara membelinya, serta dalam kondisi yang bagaimana barang dan jasa tersebut harus dibeli. Pelanggan atau konsumen yang dianggap loyal adalah pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang selama jangka waktu tertentu, pelanggan tersebut merupakan para grosir yang membeli secara partai. Pelanggan yang loyal sangat berarti bagi perusahaan karena biaya untuk mendapatkan pelanggan baru lebih mahal dari pada memelihara pelanggan lama.

Konsumen yang loyal terhadap produk yang di tawarkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dicerminkan dari kebiasaannya dalam melakukan pembelian produk secara terus-menerus, sehingga hal ini harus diperhatikan oleh pemilik sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk selalu mengembangkan produknya. Dengan demikian pemilik sentra industri IMDA Handicraft perlu memperhatikan permintaan konsumen dalam memenuhi

keinginan dan kebutuhan konsumen. Sehingga loyalitas konsumen akan terbangun dengan adanya kepuasan konsumen yang tinggi dengan membentuk citra positif bagi sentra industri IMDA Handicraft dan akan berdampak buruk apabila terjadi sebaliknya. Hasil evaluasi tersebut selanjutnya dijadikan dasar oleh sentra industri IMDA Handicraft untuk perbaikan kualitas produk serta menciptakan produk baru dalam rangka meningkatkan loyalitas terhadap produk *handicraft*-nya.

2.2.3.1 Pengukuran Loyalitas Konsumen

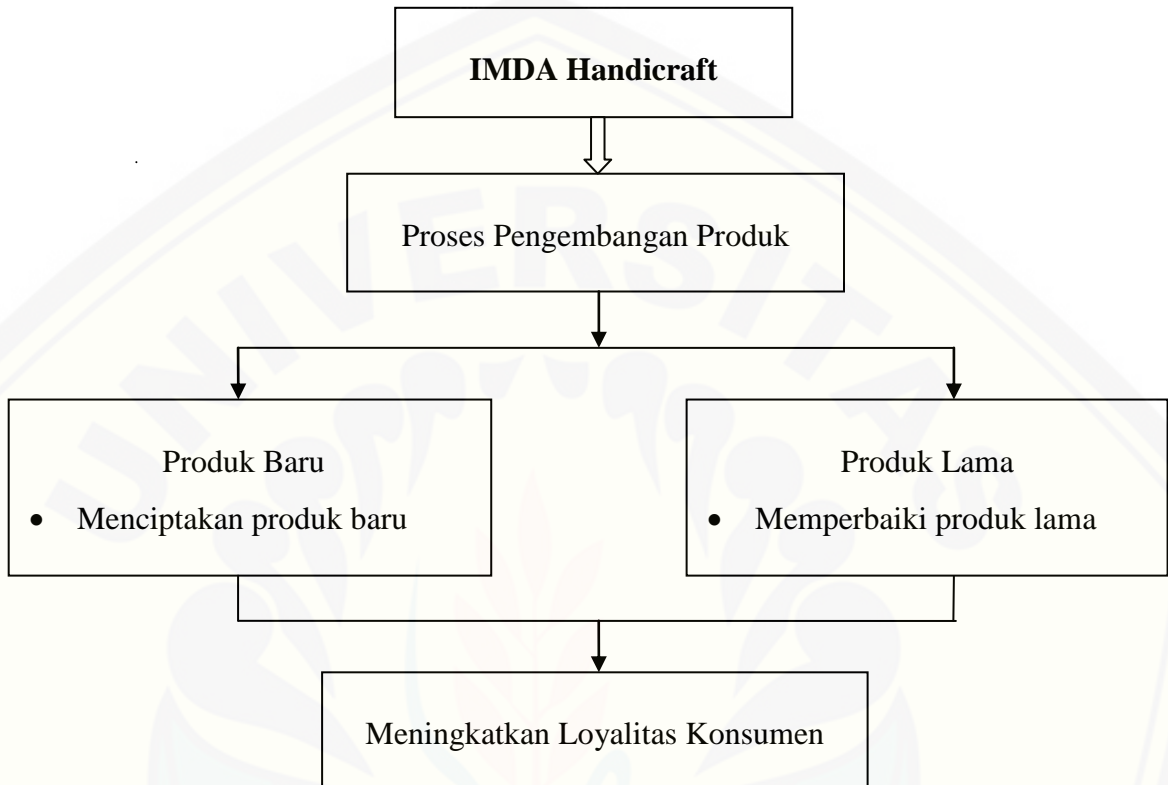
Pengukuran loyalitas konsumen dapat dilakukan dengan melakukan pengukuran terhadap sesuatu yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam melakukan pembelian.

1. Pembelian produk atau penggunaan jasa berulang, yang dilakukan diantaranya: berapa kali pelanggan membeli produk atau menggunakan jasa. Hal ini dapat dihitung dengan menggunakan persatuan waktu.
2. Pembelian produk atau penggunaan jasa lain, yang dilakukan diantaranya: berapa kali pelanggan membeli produk lain yang sejenis dari perusahaan lainnya atau berapa kali mempergunakan jasa lain yang sejenis dari perusahaan lainnya.
3. Merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain, yang dilakukan diantara: apakah pelanggan pernah merekomendasikan produk atau jasa yang digunakan, dan berapa jumlah teman atau kolega yang diberi rekomendasi.

Konsumen dalam melakukan pembelian akan berkeinginan untuk berkomunikasi langsung dengan perusahaan, dan juga konsumen akan meminta respon balik dari perusahaan tersebut. Melalui saluran komunikasi konsumen, perusahaan akan memperoleh umpan balik langsung dari konsumen, umpan balik ini sangat penting dan akurat dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Sebuah survey konsumen berkala (*periodic*) merupakan survey yang bertujuan untuk mengukur kepuasan dan loyalitas konsumen pada periode waktu tertentu (biasanya setiap enam bulan sampai satu tahun).

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hasil studi pustaka yang telah dilakukan oleh peneliti, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :



Keterangan :

Berdasarkan skema di atas, dijelaskan bahwa peneliti melakukan suatu penelitian pada sentra industri IMDA Handicraft melalui pengembangan produk dengan dilihat dari proses dalam pengembangan produk yaitu lebih memfokuskan penciptaan/penambahan produk baru ataupun memperbaiki produk lama. Sehingga dapat dilakukan analisis data untuk mengolah data-data yang diperoleh peneliti terkait dengan proses pengembangan produk yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dengan tujuan agar konsumen lebih loyal dalam membeli produk yang ditawarkan.

BAB 3. METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Metode dalam penelitian ini meliputi rancangan penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, metode penentuan lokasi, subjek dan informan penelitian, definisi operasional konsep, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, serta analisis data.

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian pada penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan berupa penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode penentuan lokasi penelitian yaitu metode *purposive area*. Selain itu, sumber data yang diperoleh berupa data primer dan data sekunder, metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumen. Untuk menganalisis datanya yaitu menggunakan metode analisis data berupa reduksi data, *display* data, serta kesimpulan dengan metode triangulasi yang tujuan untuk mengkroscek data yang telah diperoleh.

3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu penelitian dengan mengumpulkan data, kemudian di olah menjadi informasi dari kejadian di lapangan mengenai proses pengembangan produk usaha kecil *handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan

proses pengembangan produk yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft dalam usahanya untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

3.3 Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi menggunakan metode *purposive area*, karena dalam penelitian ini peneliti menentukan daerah penelitian atas dasar kesengajaan dan pertimbangan serta disesuaikan dengan tujuan penelitian. Lokasi yang digunakan peneliti adalah sentra industri IMDA Handicraft yang terletak di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dengan pertimbangan karena sentra industri IMDA Handicraft mampu memproduksi kerajinan tangan yang dianggap menjadi kerajinan khas Desa Tutul yang mampu memenuhi permintaan konsumen hingga ke luar negeri.

3.4 Subjek dan Informan Penelitian

Subjek dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive*, yang ditentukan secara sengaja oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik dari sentra industri IMDA Handicraft yaitu Bapak M. Imron Pribadi. Untuk lebih menguatkan informasi yang diperoleh, maka dibutuhkan informan yang merupakan karyawan dan pelanggan dari sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

3.5 Definisi Operasional Konsep

Definisi operasional adalah uraian terbatas pada setiap istilah atau frasa kunci yang digunakan dalam penelitian dengan makna tunggal dan terukur (Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, 2011:23). Definisi operasional memberikan gambaran variabel-variabel yang akan diukur dan bagaimana cara pengukurannya serta indikator-indikator sebagai penjabar variabel.

a. Pengembangan produk

Pengembangan produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses perbaikan produk perusahaan meliputi pengembangan produk asli, perbaikan produk, modifikasi produk dan merek baru dari sentra industri IMDA Handicraft yang akan ditawarkan kepada konsumen.

b. Usaha Kecil *Handicraft*

Usaha kecil yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah usaha kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil, seperti usaha yang berada pada sentra industri IMDA Handicraft. Usaha kecil yang dilakukan berupa usaha *handicraft*. *Handicraft* sendiri memiliki arti suatu keterampilan yang dihubungkan dengan suatu pembuatan barang yang harus dikerjakan secara rajin dan teliti, biasanya oleh tangan.

c. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki komitmen kuat untuk membeli lagi atau untuk berlangganan lagi bagi produk yang ditawarkan oleh sentra industri IMDA Handicraft dimasa depan meskipun ada pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan pengalihan perilaku. Pelanggan yang loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh sentra industri IMDA Handicraft merupakan para grosir yang membeli secara partai.

3.6 Jenis Data dan Sumber Data

3.6.1 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Dalam penelitian ini data primer yang dimaksud adalah berupa informasi langsung berupa wawancara langsung kepada pemilik sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

b. Data Sekunder

Dalam penelitian ini data sekunder yang dimaksud adalah berupa catatan pribadi, baik dalam bentuk gambar maupun tulisan yang dianggap relevan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh dari observasi awal yang dilakukan dengan pemilik sentra industri IMDA Handicraft yaitu Bapak M. Imron Pribadi.

3.6.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari :

- a. Informan kunci (Subjek Penelitian) yaitu Bapak M. Imron Pribadi.
- b. Informan pendukung : karyawan dan pelanggan sentra industri IMDA Handicraft.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan data yang berasal dari kenyataan-kenyataan yang berlaku, dan diperoleh dalam praktik di lapangan. Data-data tersebut diperoleh melalui wawancara, observasi serta dokumen.

3.7.1 Metode Wawancara

Data yang akurat diperoleh melalui pengumpulan data melalui metode wawancara mendalam (*Indepth interview*). Metode ini digunakan untuk memperoleh dan informasi yang lebih dalam dan akurat yang dibutuhkan peneliti. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan pemilik sentra industri IMDA Handicraft yaitu Bapak M. Imron Pribadi, serta karyawan sentra industri IMDA Handicraft yaitu Bapak Hendro, Bapak Eko dan Ibu Wati.

Wawancara ini dilakukan dalam penelitian ini dengan cara berdialog secara langsung dengan subjek maupun informan penelitian. Sebelum melakukan wawancara, peneliti membuat daftar pertanyaan terlebih dahulu agar dalam proses wawancara terarah dan lancar.

Wawancara dilakukan dengan alat bantu perekam suara melalui handphone, dan buku catatan sebagai alat wawancara untuk membantu peneliti merekam dan mencatat hasil wawancara dengan subjek maupun informan penelitian. Rekaman tersebut kemudian diputar kembali kemudian peneliti mencatat hal-hal yang penting yang dibutuhkan. Data yang ingin diperoleh peneliti dari metode wawancara adalah berupa informasi tentang pengembangan produk usaha kecil *handicraft* yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft. Informasi yang diperoleh nantinya akan digunakan sebagai data primer dalam penelitian ini.

3.7.2 Metode Observasi

Metode observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi secara langsung terhadap objek yang diteliti. Alasan peneliti menggunakan metode observasi secara langsung, dikarenakan peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi yang relevan. Data yang ingin diperoleh melalui kegiatan Observasi adalah kondisi umum sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember serta pengembangan produk yang dilakukan.

3.7.3 Metode Dokumen

Metode dokumen dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan dokumen resmi berkaitan dengan pengembangan produk usaha kecil *handicraft* pada sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Dokumen yang dimaksud mencakup surat-surat, data-data sejarah perusahaan, serta jenis produk yang dikembangkan oleh sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

3.8 Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan cara menganalisa temuan serta data yang ada di lapangan, selanjutnya hasil yang diperoleh disusun secara sistematis dengan cara mengorganisasikan data kedalam beberapa kategori sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, memilih data dan informasi yang penting kemudian membuat kesimpulan.

Jenis analisis data yang digunakan dengan mengikuti konsep yang diberikan oleh Miles and Huberman dengan langkah-langkah sebagai berikut:

3.8.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data adalah meringkas, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak diperlukan, serta menelaah data yang telah didapatkan. Reduksi data yang peneliti lakukan dalam penelitian ini adalah dengan menyeleksi data-data yang didapatkan, serta disesuaikan dengan apa yang menjadi pokok bahasan penelitian, kemudian dirangkum dan difokuskan pada pengembangan produk usaha kecil *handicraft* untuk meningkatkan loyalitas konsumen pada sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Sedangkan data yang tidak sesuai dengan pokok bahasan penelitian ini dihilangkan.

3.8.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Setelah melakukan reduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplay data. Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dalam bentuk uraian atau deskripsi yang komperhensif. Dalam penelitian ini data-data mengenai pengembangan produk usaha kecil *handicraft* yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember akan dijabarkan, serta dikategorisasikan baik berupa uraian deskriptif, diagram maupun tabel. Sehingga, akan lebih memudahkan peneliti untuk memahami serta memudahkan dalam penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.

3.8.3 Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing / Verification*)

Langkah yang terakhir yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dalam penelitian ini dituangkan dalam bentuk paparan deskriptif mengenai permasalahan yang diteliti yang sebelumnya masih kurang jelas, sehingga setelah dilakukan penelitian akan menjadi jelas. Kesimpulan dalam penelitian ini diuraikan secara deskriptif serta berurutan atau naratif. Dalam menarik kesimpulan, peneliti melakukan penafsiran terhadap data yang sudah disesuaikan dengan sumber data yang ada yaitu dengan metode triangulasi. Metode triangulasi ini merupakan kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan prespektif yang berbeda. Tujuan peneliti menggunakan metode triangulasi adalah menyesuaikan data yang telah dijabarkan serta disimpulkan dengan sumber data dari sentra industri IMDA Handicraft dengan tujuan meningkatkan loyalitas konsumen dalam membeli produk *handicraft* pada sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 ini peneliti akan memaparkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang dilakukan pada sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Adapun hasil penelitian dan pembahasannya adalah sebagai berikut :

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Profil Sentra Industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember merupakan salah satu sentra industri kecil yang bergerak dalam kegiatan usaha produksi kerajinan tangan. Pada awalnya, pemilik sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember membuka usaha dengan berasaskan Makrifat Liberal yang menjadi idie awal dalam mendirikan sebuah usaha tersebut. Pada esensinya Makrifat Liberal adalah suatu pola bentuk pemikiran bebas dengan dasar irodahNya dalam diri untuk memakrifati hakekatNya. Ketika berusia 35 tahun, pemilik menyadari bahwasanya saat itu hanya bekerja sebagai team sales dan marketing yang notabennya bukanlah suatu pekerjaan yang bisa diwariskan kepada anak istri ketika pemilik meninggal nanti. Makrifat Business sebagai pondasi awal untuk memakrifati setiap *unit business* apapun bentuk dan model dalam aktifitasnya selalu dan senantiasa mengedepan unsurNya sebagai nafas dan irodahNya. Maka tertuanglah satu idie pemilik untuk membuat goresan kecil di sebuah blog <http://www.makrifatbusiness.blogspot.com>. Dengan blog itu pemilik

mulai berkreasi untuk mengisi blognya dengan berbagai produk *handicraft* khas Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

Mengingat blog yang dimiliki oleh pemilik saat itu masih belum terkenal di karenakan *domain* dan *hosting* masih *free*, selanjutnya pemilik mencoba untuk membuka toko online dengan nama website <http://www.makrifatbusiness.com>. Karena promosi di tempat pemilik kurang produktif dan kurang bebas berkreasi maka pemilik sentra industri IMDA Handicraft tidak memperpanjang *domain* dan *hosting*. Sehingga *website* tersebut saat ini telah dimiliki oleh orang lain dan tidak bisa lagi di ambil. Belajar dari pengalaman tersebut, akhirnya pemilik mengembangkan blogspotnya dengan membeli domain di google untuk merubahnya menjadi <http://www.makrifatbusiness.net>. Untuk mengembangkan usaha *online* tersebut, pemilik juga membuka program-program *trade promo* hingga *consumer promo*. Dimana *trade promo* yang dijalankan memfokuskan pada *team reseller* dan toko *offline makrifat business*. Disamping itu pemilik juga membuat toko *online* dibergai lapak *online* seperti toko bagus, kaskus, dinomarket, ebay, alibaba, indonetwork dll.

Makrifat Business sebagai usaha Online-Offline memberikan service, konsultasi, sharring serta menjual berbagai produk dan jasa melalui cara Online-Offline. Makrifat Business ini pada esensinya merupakan salah satu daur hidup yang dimiliki sentra industri IMDA Handicraft yang dilalui dengan proses bersyukur, ikhtiar, beramal sebagai wujud dari setiap nilai keimanan, dengan kata lain bekerja yang senantiasa berupaya mengingat dan menyertakannya dalam setiap usaha dan apapun model bentuk pekerjaan dan usaha yang dijalankan.

Secara empiris pemilik besar dalam dunia marketing praktis yaitu sebagai sales distribusi dari berbagai company besar seperti Mayora, Gudang garam, Lotte, Garudafood, Columbia dll. Dengan Makrifat Business pada awalnya pemilik hanya memasarkan hasil kerajinan tangannya dari desa ke desanya sendiri, dimana teknik dan metode pemasaran yang dilakukan masih secara universal dan mayoritas masih secara konvensional. Sehingga hal ini cenderung para pengrajin di rugikan dari banyak sisi, bahkan sering menjadi permainan dari pasar itu sendiri. Dengan strategi

yang dijalankan, pemilik berusaha mewujudkan mimpinya yaitu Desa Tutul menuju *Go International*. Sehingga pemilik melakukan pemasaran produk *handicraft*nya secara *online*. Seiring berjalannya waktu dan secara bertahap pemilik memperbaiki *system online* hingga terciptanya jaringan distribusi, pemasaran, kepercayaan, *brand image*, *brand awerness* dari Makrifat Business Handicraft Khas Desa Tutul yang memiliki *project plan conceptual* kedepan dengan berusaha untuk menawarkan beberapa produk dari rekanan, mitra kerja serta tidak menutup kemungkinan hasil karya atau produksi dari daerah lain yang terjalin kerja sama.

Makrifat Business Online-Offline Gallery Handicraft Khas Desa TUTUL yang dirintis sejak akhir tahun 2010 hanya bermodal niat, action, dan modal saat itu sekitar Rp. 500.000,- pemilik membeli tasbih murah, kemudian dari tasbih tersebut di desain, sortir, agar lebih menarik dengan menambah berbagai pernik-pernik. Dari *handicraft* tasbih, IMDA Handicraft terus mengembangkan dan memasarkan produk-produk lain seperti kalung, gelang, cincin, tongkat, dll. Ketika pemilik mulai memasarkan lebih jauh, komplain pelanggan terhadap peningkatan kualitas selalu bermunculan. Saran, kritik, baik yang bersifat membangun maupun cacian makian telah banyak yang masuk. Hingga beberapa bulan berjalan, pemilik kemudian memulai usaha *online*. Ternyata hasil kebanyakan *handicraft* yang diproduksi masyarakat saat itu terlalu monoton dan tidak ada peningkatan kualitas serta kreatifitas. Dengan kondisi situasi seperti itu pemilik yakin tidak akan bisa bersaing dengan produksi Martapura Kalimantan Selatan, Bali, Jepara, Surabaya, Kediri, hingga Mancanegara. Akhirnya pemilik memutuskan harus memproduksi sendiri. Selanjutnya Untuk membedakan antara produksi dan distribusi, maka pemilik juga membentuk usaha rumah produksi yang bernama "IMDA Handicraft". IMDA adalah nama yang di ambil dari anaknya yang bernama Ade Imda Firmansyah. Kata IMDA ini diambil dari nama Imron dan Ida.

4.1.2 Hari dan Jam Kerja

Setiap sentra industri mempunyai jadwal kegiatan kerja, karena sangat diperlukan sebagai acuan para karyawan untuk melakukan tugasnya masing-masing sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan oleh pemilik sentra industri. Hari dan jam kerja juga dapat dikerjakan sebagai sarana untuk mengetahui tingkat kedisiplinan karyawan dan prestasi kerja. Jam kerja di sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah pukul 08.00-16.00 setiap hari, sedangkan jadwal libur karyawan bisa menyesuaikan dengan kebutuhan dan waktu luang dari masing-masing karyawan. Hal ini dikarenakan sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember merupakan perusahaan berskala kecil dengan kegiatan kerja yang memang relatif lebih santai dan tidak mengikat karyawan sebagai pekerja tetap.

4.1.3 Ruang Lingkup Kegiatan Sentra Industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Sentra Industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember merupakan sentra industri kecil yang bergerak dalam bidang kerajinan tangan yang dilakukan secara kreatif dengan menghasilkan keunikan yang khas. Yang membedakan *handicraft* di sentra industri IMDA Handicraft dengan *handicraft* lain yaitu dari desain dan hasil kreatifitasnya yang dapat memberikan kesan khas dari Desa Tutul tersebut. Sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember berusaha memberikan model *handicraft* yang unik sehingga mampu memberikan kepuasan kepada konsumen untuk meningkatkan loyalitasnya terhadap pembelian produk *handicraft* yang di hasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft serta memberikan pelayanan melalui penerimaan pesanan konsumen terhadap desain dan model yang akan di hasilkan.

Kegiatan pemasaran pada sentra industri IMDA Handicraft di desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember terancang dalam komputerisasi yang didalamnya terdapat data yang berisikan tentang berapa banyak penjualan yang

diistilahkan sebagai order pada setiap produk *handicraft* yang dihasilkan baik dalam setiap bulannya maupun dalam pertahunnya. Digunakannya komputerisasi dalam pemsan produk pada sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember ini dengan tujuan untuk memudahkan dalam melihat dan mengevaluasi setiap kegiatan usaha yang dijalankan. Selain itu sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember juga memanfaatkan media sosial (*online*) dalam memasarkan produknya hingga dikenal diberbagai kota bahkan sampai luar negeri, hal tersebut yang nantinya akan memudahkan konsumen lebih mudah dalam pembelian produk yang dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

4.2 Data Utama

Data utama yang dikumpulkan merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap subjek penelitian dan informan tambahan, yaitu pemilik dan karyawan yang terkait dengan kegiatan produksi *handicraft* di IMDA Hndicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Data-data tersebut merupakan data yang berkaitan dengan pengembangan produk yang dilakukan sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa proses pengembangan produk yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember yaitu pengembangan produk dalam upaya menciptakan produk baru dan memperbaiki produk yang sudah ada. Di bawah ini akan dijelaskan mengenai pengembangan produk yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, yaitu:

4.2.1 Produk yang Dihasilkan Sentra Industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember merupakan sebuah sentra industri yang bergerak dalam kegiatan usaha produksi *handicraft* khas desa tutul dengan berbagai bahan dasar yang dapat menghasilkan bermacam-macam produk *handicraft* yang di desain secara unik dan variatif yang dapat memberikan kesan khas dari desa tutul sehingga dapat mendatangkan berbagai konsumen dari luar kota bahkan sampai luar negeri. Hal itulah yang melatar belakangi sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk memproduksi berbagai model *handicraft* dalam bentuk dan jumlah yang tidak sedikit. Para pengrajin di sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember selalu berupaya untuk menawarkan produk-produk *handicraft* yang dihasilkan dengan berbagai macam bentuk yang unik, menarik dan variatif sesuai kebutuhan konsumen atau masyarakat.

Adapun bahan baku dan produk yang dihasilkan sentra industri IMDA Handicraft dapat di sebutkan dalam tabel sebagai berikut :

Bahan Baku	Produk yang Dihasilkan
Kayu	<ul style="list-style-type: none"> • Kalung • Gelang • Cincin • Tongkat • Pipa Rokok • Sabuk • Peralatan Dapur • Hiasan Dinding • Tasbih
Batu	<ul style="list-style-type: none"> • Kalung

	<ul style="list-style-type: none"> • Gelang • Hiasan Dinding • Tasbih
Biji	<ul style="list-style-type: none"> • Kalung • Gelang • Tasbih
Tulang	<ul style="list-style-type: none"> • Kalung • Gelang • Pipa Rokok

Sumber: Pemilik Sentra Industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. (*Imron, 42 tahun*)

4.2.2 Tujuan Pengembangan Produk Sentra Industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember melakukan pengembangan produk yaitu dengan menghasilkan produk yang lebih bervariasi. Dalam melakukan pengembangan produk sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember mempunyai tujuan-tujuan tertentu yang ingin dicapai. Tujuan tersebut antara lain:

- a. Sentra Industri IMDA Handicraft ingin memenuhi kebutuhan konsumen dengan menawarkan produk yang unik dan variatif sehingga kepuasan konsumen dapat dicapai. Seperti yang diungkapkan bapak Imron selaku pemilik IMDA Handicraft:

“kami ya pastinya berharap produk ini selalu diminati konsumen mbak, karena kami berharap konsumen lebih loyal setiap tahunnya mbak. Ini juga demi bertahannya dan perkembangan usaha yang kami jalankan.”

- b. Dapat membuka pasar baru untuk produk *handicraft* yang dihasilkan. Seperti yang diungkapkan bapak Imron selaku pemilik IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember:

“Kami selalu berusaha dan berharap agar kerajinan kami ini paling unggul dari lainnya mbak. Supaya dapat menjadi contoh produk yang punya kesan unik yang dapat menjadi contoh untuk pesaing lainnya mbak”.

- c. Produk *handicraft* yang dikembangkan dapat memberi keuntungan lebih bagi Sentra Industri IMDA Handicraft. Seperti yang di ungkapkan bapak Edy selaku karyawan sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, yang menyatakan bahwa:

“Saya sebagai keryawan disini pastinya berharap produk ini menjadi unggul mbak, agar dapat meningkatkan omset penjualannya juga yang nantinya juga akan dapat membantu meningkatkan pendapat kami setiap harinya.”

- d. Menjaga keberlangsungan pemilik usaha khususnya yang berkompeten dalam menciptakan produk baru dan meningkatkan loyalitas konsumennya agar tidak kalah bersaing dengan sentra industri *handicraft* lainnya. Seperti yang diungkapkan oleh bapak Imron selaku pemilik IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember :

“Tentunya kami berharap dan selalu beraharap usaha yang kami jalankan ini terus menerus dapat memberikan produk-produk yang diinginkan konsumen mbak, sehingga kami tidak kalah dalam hal persaingan didunia usaha.”

4.2.3 Pengembangan Produk *Handicraft*

Pada dasarnya produk adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Produk merupakan segala sesuatu yang dihasilkan oleh suatu usaha baik usaha dalam skala kecil maupun besar yang ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan segala kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam menghasilkan suatu produk, semua usaha perlu memperhatikan jenis produk apa yang sedang dibutuhkan oleh konsumen. Begitu pula dengan bentuk

produk yang juga memiliki andil besar dalam menarik perhatian dan minat konsumen, terutama pada usaha di bidang *handicraft*. Di bawah ini merupakan pendapat yang diungkapkan oleh pemilik sentra industri IMDA Handicraft saat dilakukan wawancara:

“Sebelum kami membuat kerajinan ini mbak, ya kami lebih dulu mencari tahu kira-kira apa saja yang sekarang ini trend dipasar. Karena kalau misalkan kami tidak cari tahu dulu, itu akan membuat produk-produk yang saya hasilkan nanti tidak laku terjual. (Imron, 42 Tahun).

Produk yang dihasilkan oleh suatu usaha terutama usaha kecil seperti halnya sentra industri IMDA Handicraft perlu memperhatikan apa saja yang dibutuhkan dan akan diminati oleh konsumen, sehingga pada akhirnya akan menguntungkan bagi pihak yang terkait, baik bagi pemilik maupun konsumen itu sendiri. Setelah mengetahui kebutuhan masyarakat, maka pemilik sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember juga perlu memunculkan ide-ide kreatif dalam mengembangkan produk *handicraft* yang akan menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut.

Berbagai macam bentuk *handicraft* mampu dihasilkan dalam waktu yang cukup singkat oleh tangan-tangan terampil masyarakat Desa Tutul terutama pemilik dan karyawan di sentra industri IMDA Handicraft. Dengan cekatan mereka mampu merancang *handicraft* dari model sederhana hingga model yang sangat rumit. Hal ini dibuktikan dengan produk yang dihasilkan tidak hanya pada satu jenis saja melainkan berbagai macam jenis produk. Produk *handicraft* yang dihasilkan oleh IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember memiliki ciri khas khusus yang membedakan dengan produk kerajinan lain. Hal tersebut didukung oleh pernyataan karyawan sentra industri IMDA Handicraft yang menyatakan :

“ide kreatif tidak harus dari pemilik saja mbak, tapi ya kadang-kadang juga di ambil dari konsumen dan karyawan disini mbak. Yang pastinya ya tujuannya agar bisa mendapatkan hasil kerajinan berbeda dari pesaing mbak. Biasanya kami kalau memproduksi kerajinan yang memadukan antara bahan baku dengan model dan motif yang khas mbak sehingga sesuai dengan pesanan konsumen.” (Karim, 50 tahun)

Dari pernyataan yang dikemukakan oleh pemilik dan karyawan tersebut, diketahui bahwa produk *handicraft* Desa Tutul memiliki ciri khas khusus yang membedakan dengan kerajinan daerah lain. Ciri tersebut terletak pada model dan bentuk kerajinan yang dihasilkan. Salah satu kelebihan produk sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah terletak pada kemampuan dalam menghasilkan produk *handicraft* yang setiap harinya dapat memproduksi dalam jumlah yang besar dan dapat memenuhi pesanan konsumen dari berbagai kota hingga luar negeri. Dalam hal ini IMDA Handicraft berupaya penuh untuk memenuhi semua pesanan dalam jumlah yang tidak sedikit dan membuat hasil produknya sekreatif mungkin.

4.2.3.1 Strategi Produk Baru

Produk baru merupakan hasil dari pengembangan produk. Produk baru diluncurkan untuk dapat mengantisipasi tingkat kejenuhan konsumen akan produk yang sudah ada. Dari berbagai macam wujud pengembangan produk tidak harus produk yang benar-benar baru melainkan juga meliputi modifikasi atau perbaikan dari produk yang telah ada. Bentuk pengembangan produk yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk menciptakan produk baru adalah dengan cara mengasilkan produk yang bervariasi.

Sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam mengembangkan produknya tidak terlepas dari pertimbangan-pertimbangan tertentu, antara lain adalah:

a. Permintaan pasar yang jelas

Adanya permintaan pasar yang jelas merupakan salah satu pertimbangan dari sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam melakukan pengembangan produk. Permintaan pasar seringkali menjadi inisiatif bagi perusahaan untuk menciptakan produk baru. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Imron selaku pemilik sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, yang menyatakan bahwa :

“Permintaan konsumen kami digunakan sebagai pertimbangan untuk melakukan pengembangan produk mbak kami berusaha untuk membuat konsumen agar tidak jenuh dengan produk kami.”

- b. Produk yang dikembangkan sesuai dengan fasilitas produksi, tenaga kerja dan management yang ada.

Walaupun fasilitas produksi yang digunakan masih sederhana dan hanya mengandalkan kreativitas, namun hal ini yang membuat produk sentra industri IMDA Handicraft menjadi Khas Desa Tutul yang banyak diminati karena teknik pengerjaan yang masih asli (tradisional). Tenaga kerja yang digunakan juga terbagi dalam kelompok-kelompok sesuai dengan keahliannya, sehingga produk *handicraft* yang dihasilkan lebih berkualitas.

- c. Pengembangan produk memberi keuntungan.

Pengembangan produk yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember mampu memberikan pertimbangan untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan begitu keuntungan yang didapatkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember juga akan bertambah. Saat ini trend atau model yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah motif lama yang lebih orisinal dengan hiasan batuan-batuan. Meskipun motif yang digemari oleh konsumen kembali ke motif asli namun tetap ada variasi, misalnya cincin yang terbuat dari batu akik.

4.2.3.1.1 Proses Pengembangan Produk Sentra Industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Proses merupakan langkah-langkah atau tahapan-tahapan berkelanjutan dari awal sampai akhir yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam pengembangan produk. Dalam mengembangkan produknya, sentra industri IMDA Handicraft melalui proses berikut:

a. Penggalian Gagasan

Penggalian gagasan dalam proses pengembangan produk *handicraft* di sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember yaitu dengan cara mencari ide-ide yang akan digunakan. Ide-ide ini berasal dari berbagai sumber. Namun sebagian besar ide pengembangan produk didapat dari kreativitas pemilik sentra industri IMDA Handicraft sendiri yang juga memperhatikan dari permintaan berbagai konsumen mengenai motif yang di pesan. Dengan adanya pelayanan dalam pemesanan motif produk, maka sentra industri IMDA Handicraft dapat dengan mudah dalam proses pengembangan produk *handicraft*. Saran tentang ide yang akan mendukung dilakukannya pengembangan produk, disampaikan konsumen melalui kritik dan saran yang telah disediakan oleh pemilik sentra industri IMDA Handicraft pada saat melakukan uji pemasaran melalui online. Dari hal tersebut konsumen ikut serta dalam menyumbangkan ide kreatifnya untuk produk *handicraft* yang di kembangkan.

b. Penyaringan Gagasan

Setelah kegiatan penggalian ide dilakukan, selanjutnya adalah penyaringan gagasan. Ide-ide yang telah dimiliki pemilik sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember serta yang di dapatkan dari berbagai konsumen, selanjutnya dimusyawarahkan untuk di ambil suatu keputusan dengan menyesuaikan ciri khas dari perusahaan berupa model dan variasi yang dihasilkan. Dalam memenuhi permintaan konsumen yang telah ditentukan sebelumnya, sentra industri IMDA Handicraft membuat dan menyesuaikan dengan ciri khas dari motif yang dimiliki oleh sentra industri IMDA Handicraft itu sendiri. Dalam hal ini sentra industri IMDA Handicraft terlebih dahulu mencoba membuat motif atau model yang akan dikreasikan.

c. Pengembangan dan pengujian konsep

Dalam tahap ini sentra industri IMDA Handicraft sudah mulai mengembangkan produknya. Sebelum mengembangkan produknya lebih lanjut, sentra industri

IMDA Handicraft melakukan pengujian produksi. Dimana produk yang dihasilkan tersebut mencoba dipasarkan melalui media online untuk melihat bagaimana respon konsumen terhadap produk yang dikembangkan. Setelah melakukan pertimbangan antara permintaan dari pasar, keuntungan yang dicapai dan ketersediaan bahan baku yang menurun untuk menciptakan produk baru, jika respon konsumen positif maka kegiatan pengembangan produk tersebut akan dilanjutkan.

d. Analisis bisnis

Analisis bisnis yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah dengan melihat keadaan pesaing dan hasil penjualan yang telah dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft.

e. Pengembangan produk

Pada tahapan ini sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember sudah mulai mengembangkan produk dengan mempertimbangkan pada hasil dari tahap pengujian konsep yang telah dilakukan, serta ketersediaan bahan baku yang akan digunakan dalam mengembangkan produk. Sentra industri IMDA Handicraft berupaya untuk selalu memenuhi permintaan pasar akan produk yang diminta. Diharapkan dengan pengembangan produk ini juga mampu meningkatkan loyalitas konsumen sehingga dapat menghasilkan laba bagi sentra industri IMDA Handicraft ini sendiri. Pengembangan produk yang dilakukan pada sentra industri IMDA Handicraft yang paling menonjol dilakukan adalah pada pengembangan produk baru dengan menyesuaikan trend yang sedang ramai, serta pengembangan produk dengan memodifikasi produk yang sudah ada melalui perbaikan produk untuk menghasilkan produk variatif.

f. Komersialisasi

Merupakan tahap akhir dimana sentra industri IMDA Handicraft mendisplay produk baru dengan motif *handicraft* yang lebih bervariasi sehingga memiliki

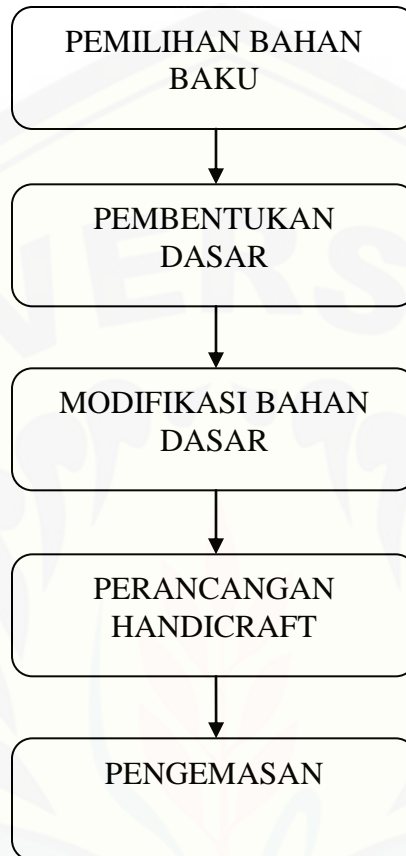
keunikan yang khas dari produk yang dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Pada tahun ini sentra industri IMDA Handicraft mulai memproduksi *handicraft* secara massal dan dipasarkan ke konsumen ataupun distributor yang ada. Tidak ada yang berubah dari komersialisasi sebelum adanya produk baru, produk tersebut yang dihasilkan penjualannya sama dengan produk yang akan diperbaiki, yaitu dengan melakukan penjualan secara langsung melalui penjualan online.

Dalam proses pengembangan produk baru yang telah dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, ada beberapa produk *handicraft* yang telah berhasil diciptakan, diantaranya dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut :

Bahan Baku	Produk yang Dihasilkan
Kayu	<ul style="list-style-type: none">• Tas
Batu	<ul style="list-style-type: none">• Cincin Akik• Liontin Akik• Tasbih
Akar	<ul style="list-style-type: none">• Gelang
Tulang	<ul style="list-style-type: none">• Sabuk
Gigi/Taring	<ul style="list-style-type: none">• Kalung

Sumber : Sentra Industri IMDA Handicraft

4.2.3.2 Proses Modifikasi Produk



Gambar 1.2 Proses pembuatan *handicraft* pada sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember (Sumber: Imron, 42 tahun)

Dalam pembuatan *handicraft* pada sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember terdapat beberapa tahapan seperti pada gambar diatas. Penjelasan nya adalah sebagai berikut:

1. Pemilihan bahan baku adalah langkah pertama dalam pembuatan *handicraft* yaitu proses dimana setiap produk *handicraft* akan berbeda bahan bakunya. Sehingga dengan penyesuaian bahan baku yang digunakan, hasil *handicraft* juga akan bagus dan menarik.
2. Pembentukan dasar yaitu proses pembentukan bahan baku yang telah dibentuk sesuai dengan ukuran dan jenis *handicraft* yang akan dibuat.

3. Modifikasi bahan dasar merupakan proses setelah bahan baku tersebut dibentuk, kemudian diberikan pewarnaan atau motif lainnya yang akan memberikan kesan khas dari produk itu sendiri.
4. Perancangan *handicraft* merupakan tahapan setelah pembentukan dan modifikasi selesai, bahan baku yang sudah bermotif atau didesain sesuai dengan produk yang akan dirancang, misalnya perancangan kalung, gelang, sabuk, dan lain sebagainya.
5. Pengemasan merupakan langkah terakhir dari pembuatan *handicraft* ini. Pengemasan untuk produk IMDA Handicraft dikemas secara sederhana sesuai dengan fungsi dari masing-masing produk *handicraft* tersebut.

Adapun Produk Handicraft yang telah di Modifikasi oleh sentra industri IMDA Handicraft dapat disebutkan dalam tabel sebagai berikut :

Bahan Baku	Jenis Handicraft	Hal-Hal yang Di Modifikasi			
		Variasi	Warna	Bentuk	Model
Kayu	Kalung	✓	✓	✓	✓
	Gelang	✓	✓	✓	✓
	Cincin		✓	✓	
	Sabuk				✓
	Hiasan Dinding	✓	✓	✓	✓
	Tasbih		✓	✓	
Batu	Kalung	✓	✓	✓	✓
	Gelang		✓	✓	
	Hiasan Dinding			✓	
	Tasbih		✓	✓	
Biji	Kalung	✓	✓		
	Gelang		✓		
	Tasbih		✓		
Tulang	Kalung	✓	✓	✓	✓

	Gelang		✓	✓	
--	--------	--	---	---	--

Sumber : Sentra Industri IMDA Handicraft

4.2.3.3 Tata Letak Mesin

Semua fasilitas untuk produksi baik mesin maupun peralatan lainnya harus ditempatkan pada tempatnya masing-masing dengan tujuan agar dapat bekerja dengan baik. Penyusunan mesin ini dapat berpengaruh terhadap :

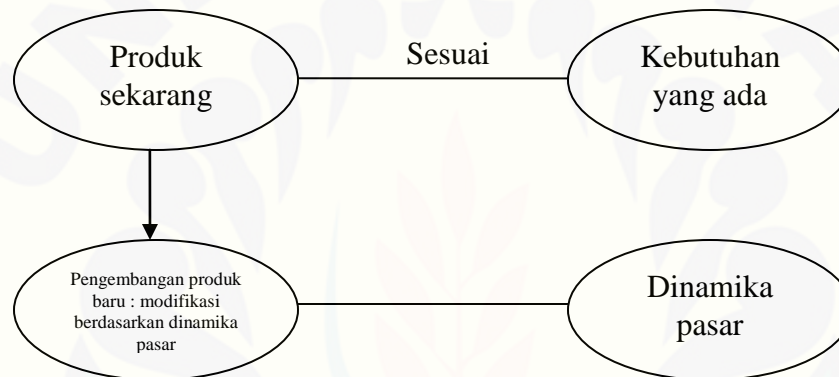
- a. Efisiensi pegawai
- b. Keuangan perusahaan
- c. Kelangsungan perkembangan perusahaan

Tata letak yang baik dapat diartikan sebagai penyusun yang teratur dan efisien dari semua fasilitas yang berhubungan dengan proses produksi, tujuan dari tata letak yang baik adalah :

- a. Meminimalisasi biaya material *handling* dan *finishing good*
- b. Melancarkan frekuensi arus pekerjaan
- c. Menciptakan ruangan yang lebih luas dan efektif
- d. Lebih menjamin keselamatan kerja

4.3 Analisis Pengembangan Produk Sentra Industri IMDA Handicraft

Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi barang berwujud (*tangible*) dan barang tak berwujud (*intangibile*). Produk yang ditawarkan oleh produsen ada berbagai macam mulai dari barang kebutuhan yang paling mendasar sampai barang kebutuhan pelengkap. Sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember merupakan salah satu produsen yang memproduksi produk *handicraft* yang umumnya banyak diminati dan dapat menarik minat konsumen karena keunikannya.



Gambar 1.3 Alur pengembangan produk

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa produk yang ada telah sesuai dengan kebutuhan konsumen tetapi sebagai produsen, sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam menghasilkan produknya selalu disesuaikan dengan dinamika pasar agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar dan yang paling utama adalah dapat memenuhi keinginan konsumen yang berbeda-beda. Perubahan konsumen menuntut adanya produk-produk yang baru. Salah satu cara yang digunakan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan yaitu dengan cara mengembangkan produk. Pengembangan produk akan selalu menjadi kegiatan yang paling dinamis dalam upaya menghasilkan produk yang selalu dapat memuaskan keinginan

konsumen. Bentuk pengembangan produk yang dilakukan sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten adalah dengan menciptakan produk *handicraft* yang lebih bervariasi.

Sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam melakukan pengembangan produk, peran pemilik sentra industri sangat dominan, tetapi juga memperhatikan masukan-masukan dari karyawan bagian produksi dan juga konsumen. Hal tersebut telah disampaikan oleh Bapak Imron selaku pemilik dari sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, yaitu:

“Selain ide dari saya sendiri mbak, saya biasanya ya juga melihat masukan dari karyawan dan konsumen tentang modelnya, tujuannya ya itu mbak agar hasil produknya tidak menjenuhkan konsumen..”

Berdasarkan hasil penelitian, adanya produk-produk baru yang ditawarkan merupakan bukti bahwa sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember terus-menerus melakukan pengembangan produk yang sebagian besar dikembangkan dengan cara membuat model *handicraft* yang unik dan variatif, yang awalnya hanya terdiri dari beberapa model dan jenis produk *handicraft* kemudian di kembangkan lagi sehingga menjadi produk yang lebih bervariasi dan dapat menarik minat konsumen. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember mempunyai kemampuan dalam mengembangkan produknya. Kemampuan dalam mengembangkan produk ini didukung oleh beberapa faktor, yaitu :

- a. Sumber daya manusia, yang berarti sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember mempunyai keterampilan (*skill*) yang cukup kompeten dalam menghasilkan produk. Selain itu ide kreatif dapat menciptakan produk yang unik dan bervariasi sehingga ada upaya dari sentra industri itu sendiri untuk selalu mengembangkan produknya akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

- b. Dalam hal teknologi, walaupun peralatan yang digunakan merupakan peralatan yang sederhana namun ternyata dapat menghasilkan produk *handicraft* yang banyak diminati oleh konsumen.

Dengan adanya unsur-unsur yang mendukung tersebut, maka pengembangan produk akan selalu menjadi upaya sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, pengembangan produk juga memberikan keuntungan berupa laba (*profit*) dari penjualan dan keuntungan jangka panjang yang dapat di rasakan yaitu loyalitas konsumen karena upaya sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember selalu berusaha menghasilkan produk yang bervariasi.

Dalam memasarkan produknya, produsen tidak terlepas dari persaingan yang ada dipasar. Dalam pemasaran modern, pesaing memang dibutuhkan sebagai stimulus untuk tetap dapat mengembangkan produk yang telah ada. Keberadaan pesaing juga penting untuk mengetahui keunikan atau pembeda dari produk yang dihasilkan. Dalam lini produk yang sama, produk *handicraft* yang dihasilkan akan menjadi penentu utama dalam peningkatan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Untuk daerah pengrajin *handicraft* sendiri, tidak sedikit pesaing, namun keberadaan pesaing ini bukan merupakan pesaing bagi IMDA Handicraft melainkan sebagai mitra kerja yang berada dalam lingkup sentra. Pasar utama bagi produk yang dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember tidak hanya dari dalam kota saja, melainkan sampai ke luar negeri. Keberadaan konsumen ini sudah menjadi pasar yang paling loyal. Hal ini tentu akan memberi dampak ekonomis, salah satunya adalah meningkatnya loyalitas konsumen terhadap pembelian produk *handicraft* yang ditawarkan.

4.3.1 Loyalitas Konsumen dalam Pengembangan Produk sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Loyalitas konsumen merupakan salah satu sasaran untuk mencapai tujuan suatu usaha. Sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember melakukan peningkatan loyalitas konsumen dalam hal penciptaan produk yang lebih variatif dalam upaya untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu *profit oriented* dengan menghasilkan produk yang unik dan variatif, serta tujuan perusahaan saat ini adalah lebih diorientasikan pada perluasan wilayah pemasarannya karena pesaing sudah mulai memenuhi pasar yang dituju. Disamping itu, perluasan wilayah pemasaran diharapkan juga dapat meningkatkan penjualan akan produk *handicraft* yang di hasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Hal ini sesuai dengan pendapat yang telah disampaikan oleh pemilik sentra industri IMDA Handicraft (Bapak Imron), yaitu:

“Harapan kedepannya mbak, dengan melihat perkembangan teknologi, pastinya kami ingin memperluas lagi untuk wilayah pemasarannya agar produk yang kami hasilkan dapat dikenal para konsumen lebih luas lagi.”

Dengan adanya perluasan pasar maka sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember ini akan memiliki sedikit pesaing dan penerapan pengembangan usaha yang digunakan dalam mengasilkan produk yang variatif. Adapun usaha peningkatan loyalitas konsumen dalam menciptakan produk baru dan perbaikan produk lama yaitu pada alokasi sumber daya. Dimana setiap kegiatan dalam pengembangan usaha membutuhkan biaya begitu juga dengan kegiatan pemasaran, karena dengan biaya tersebut maka perusahaan harus menetapkan anggaran, alokasi sumber daya tersebut didasarkan pada presentase dari jumlah laba terhadap barang yang diproduksi.

Pengukuran loyalitas konsumen yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Kabupaten Jember yang pertama yaitu pengukuran yang dilakukan melalui pembelian produk atau penggunaan jasa berulang, dengan melihat berapa kali konsumen tersebut membeli produk atau

menggunakan jasa. Pengukuran yang ke dua yaitu pembelian produk atau penggunaan jasa lain dengan melihat berapa kali pelanggan membeli produk lain yang sejenis dari perusahaan lainnya atau berapa kali mempergunakan jasa lain yang sejenis dari perusahaan lainnya. Sedangkan pengukuran yang terakhir yaitu dengan merekomendasikan produk atas jasa kepada orang lain, dengan melihat apakah pelanggan pernah merekomendasikan produk atau jasa yang digunakan, dan berapa jumlah teman atau kolega yang diberi rekomendasi.

Konsumen dalam melakukan pembelian akan berkeinginan untuk berkomunikasi langsung dengan perusahaan, dan juga konsumen akan meminta respon balik dari perusahaan tersebut. Melalui saluran komunikasi konsumen, perusahaan akan memperoleh umpan balik langsung dari konsumen, umpan balik ini sangat penting dan akurat dalam mempertahankan loyalitas konsumen. Sebuah survey konsumen berkala (periodic) merupakan survey yang bertujuan untuk mengukur kepuasan dan loyalitas konsumen pada periode waktu tertentu (biasanya setiap enam bulan sampai satu tahun).

Adapun data konsumen yang loyal dalam melakukan pembelian di sentra industri IMDA Handicraft dapat disebutkan dalam tabel berikut :

No	Nama Konsumen	Alamat	∑ Pembelian Secara Grosir		
			2012	2013	2014
1	Wibawa	Bali	4 kali	2 kali	4 kali
2	Hari Santoso	Bandung	2 kali	2 kali	4 kali
3	Dwi Admini	Magelang	3 kali	3 kali	2 kali
4	Billy	Bali	8 kali	4 kali	5 kali
5	James	Malang	2 kali	2 kali	4 kali
6	Hari Pujiyanto	Kudus	2 kali	4 kali	2 kali
7	Tedi Dwi J.P	Surabaya	2 kali	1 kali	4 kali
8	Andi Jaya Motor	Jakarta Barat	3 kali	4 kali	4 kali

9	Hendra	Samarinda	2 kali	2 kali	4 kali
10	Yunita	Kebayoran Lama	2 kali	3 kali	4 kali
11	Kurnianto Laksono	Madiun	3 kali	3 kali	2 kali
12	Muhardani Anshar	Kalimantan Timur	1 kali	3 kali	2 kali
13	Mr. Lie	Bali	2 kali	2 kali	3 kali
14	Indra Wahyudi	Samarinda	4 kali	3 kali	4 kali
15	Nur/Martono	Sampang	2 kali	1 kali	4 kali
16	Indah	NTB	11 kali	6 kali	8 kali
17	Juanda Asri	Jakarta Barat	3 kali	2 kali	2 kali
18	Hary	Bogor	2 kali	2 kali	4 kali
19	Villa Vidya	Malang	2 kali	3 kali	3 kali
20	Susan Alansyah	Bandung	3 kali	2 kali	4 kali
21	Ahmad Sugianto	Jakarta	2 kali	2 kali	4 kali
22	Noman Raseet	Pakistan	2 kali	4 kali	2 kali
23	Arta Latief	Surabaya	2 kali	2 kali	3 kali
24	Sabirin	Kalimantan Barat	2 kali	1 kali	3 kali
25	Fathurrahman	Surabaya	2 kali	3 kali	3 kali
26	M. Rizal	Jawa Barat	4 kali	5 kali	4 kali
27	Jhon	Bali	2 kali	4 kali	2 kali
28	Ari Yanto	Surabaya	4 kali	4 kali	5 kali
29	Yusan	Bandung	4 kali	3 kali	3 kali
30	Safriel	Sleman	2 kali	4 kali	2 kali
31	M. Syah Sinarombee	Sumatra Utara	3 kali	3 kali	-
32	Eko	Bandung	3 kali	4 kali	2 kali

33	Adi	Jakarta Selatan	-	2 kali	1 kali
34	Saminan	Banten	4 kali	2 kali	4 kali
35	Alex	Surabaya	4 kali	2 kali	3 kali
36	Husain	Bali	2 kali	2 kali	4 kali
37	Fuad	Palu	2 kali	4 kali	2 kali
38	Andre Winanto	Bogor	4 kali	2 kali	5 kali
39	Sunardi	Bogor	2 kali	3 kali	3 kali
40	Wariso	Bandung	2 kali	2 kali	-
41	Susanto	Magelang	2 kali	3 kali	1 kali
42	Sony	Jakarta	4 kali	3 kali	5 kali
43	Aming	Jakarta Barat	3 kali	4 kali	4 kali
44	M. Amin	Jakarta	2 kali	4 kali	-
45	Iwan Tato	Jakarta Utara	4 kali	5 kali	5 kali
46	Dedi	Jawa Barat	3 kali	2 kali	1 kali
47	Ning Pei	Kal. Selatan	1 kali	3 kali	3 kali
48	William S	Surabaya	2 kali	4 kali	4 kali
49	I Made Ardikayasa	NTB	3 kali	2 kali	2 kali

Sumber: Sentra Industri IMDA Handicraft (tahun 2015)

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen melakukan pembelian secara berulang pada produk yang ditawarkan oleh sentra industri IMDA Handicraft disetiap tahun. Konsumen yang dianggap loyal dalam melakukan pembelian pada sentra industri IMDA Handicraft tidak hanya dari dalam kota melainkan dari berbagai kota bahkan sampai luar negeri. Konsumen yang loyal merupakan konsumen yang melakukan pembelian secara grosir.

4.4 Pembahasan

Pembahasan pada penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hasil penelitian deskriptif kualitatif yang dilakukan di sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Sesuai uraian yang telah dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember telah melakukan proses pengembangan produk dalam usaha meningkatkan loyalitas konsumennya. Adapun aspek dalam pengembangan produk yang dilakukan adalah penciptaan produk baru dan perbaikan produk yang sudah ada. Melalui pengembangan produk ini, sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember berupaya untuk meningkatkan loyalitas konsumen dengan cara menciptakan produk baru dan memperbaiki produk yang sudah ada sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar konsumen tidak merasa jenuh dan tetap memiliki daya tarik untuk membeli produk yang dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft.

Aplikasi nyata yang dilakukan sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk menarik minat konsumen yaitu dengan pengembangan produk yang dilakukan, sehingga dengan adanya pengembangan produk ini konsumen tidak jenuh dengan produk yang ada. Pengembangan produk yang dilakukan juga tidak lepas dari peran konsumen, karyawan dan pemilik sentra industri IMDA Handicraft untuk menghasilkan produk yang benar-benar sesuai dengan selera pasar.

Tahapan yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam kegiatan pengembangan produknya antara lain yaitu pengembangan yang berpusat pada pelanggan, dimana IMDA Handicraft menerima order dan pelanggan boleh memberikan ide kreatifnya kepada IMDA Handicraft tanpa menghilangkan ciri khas. Dengan sumbangan ide dari pelanggan, IMDA Handicraft dapat dengan baik dalam mengembangkan produknya yang bertujuan untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Kedua, pengembangan produk berdasarkan tim, pembagian kelompok yang sesuai dengan keahlian masing-

masing sehingga kualitas dan detail dari produk *handicraft* yang dihasilkan dapat terjamin dan yang ke tiga adalah pengembangan produk yang sistematis dilakukan dengan cara mendiskusikan masing-masing dari jenis produk baru yang dihasilkan oleh IMDA Handicraft.

Produk yang dihasilkan sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember tidak hanya memberikan kesan unik, tetapi juga memberikan produk yang memiliki khas desa itu sendiri yang di desain sesuai dengan model yang diinginkan. Hal ini dilakukan karena IMDA Handicraft melakukan pengembangan produk dengan upaya modifikasi dan mengkombinasikan model sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen. IMDA Handicraft juga melakukan pengembangan produk agar produk yang dihasilkan lebih bervariasi, lebih menarik, dan tetap memuaskan konsumen sehingga konsumen lebih loyal dalam membeli produk *handicraft* yang ditawarkan. *Output* yang dihasilkan dari kegiatan pengembangan produk ini adalah variasi model. Pengembangan yang difokuskan pada produk ini dilakukan dengan cara menerima pesanan yang sesuai dengan permintaan konsumen serta sesuai dengan kreatifitas yang akan dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

Banyak para pelanggan atau konsumen sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember yang menginginkan produk *handicraft* yang ditawarkan oleh IMDA Handicraft memiliki kualitas yang khas dibandingkan dengan produk *handicraft* yang lain. Beberapa jenis *handicraft* yang dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember diantaranya adalah kalung, gelang, cincin, tongkat, pipa rokok, sabuk, peralatan dapur, hiasan dinding, dan tasbih. Dalam usahanya, sentra industri IMDA Handicraft mampu mengembangkan produknya dengan menciptakan produk baru dan modifikasi produk yang sudah ada. Pada pengembangan produk baru, sentra industri IMDA Handicraft telah menggunakan kayu, tulang, gigi/taring, batu dan akar sebagai bahan baku pembuatan *handicraft* yang dapat menghasilkan tas, sabuk, kalung, gelang serta *handicraft* yang saat ini sedang ramai dipasaran sehingga mampu menarik minat

konsumen dalam melakukan pembelian yaitu cincin akik dan liontin akik. Sedangkan dalam pengembangan produk melalui proses modifikasi, sentra industri IMDA Handicraft telah mampu mengembangkan kreatifitasnya dengan memodifikasi produk *handicraft* yang sudah ada dengan cara menambahkan variasi dari bahan baku yang ada dengan bahan baku yang lain serta mengkombinasikan warna dan bentuk baru untuk menghasilkan produk *handicraft* dengan model yang dapat terlihat lebih menarik.

Produk yang dihasilkan oleh IMDA Handicraft telah dikenal sebagai *handicraft* khas Desa Tutul yang berkualitas di mata dunia. Hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan loyalitas dari berbagai bahkan sampai ke luar negeri dengan menggunakan pemasaran *online* melalui *website* dan berbagai jejaring sosial. Melalui akses pasar global tersebut, produk *handicraft* dapat menciptakan konsumen yang loyal. Dengan faktor pendorong dalam perkembangan produk yang dihasilkan, produk IMDA Handicraft memang memiliki daya tarik produk yang khas yang unik dan detail model semakin membuat konsumen tertarik. Produk *handicraft* yang dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember juga mampu berkembang dikarenakan dalam setiap produknya selalu mengikuti perkembangan jaman dari tahun ke tahun (*up to date*).

Perubahan model juga ikut memberikan kontribusi kepada sentra industri IMDA Handicraft desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk selalu melakukan pengembangan produk terutama pada produk *handicraft*. Karena trend yang telah ada akan mengalihkan perhatian konsumen, dengan begitu loyalitas konsumen tidak akan meningkat. Dengan upaya mengikuti trend yang ada di pasaran, sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember telah berhasil membuka pasar baru dan juga meningkatkan loyalitas konsumen bukan hanya dari berbagai kota, bahkan sampai ke luar negeri misalnya Cina, Singapore dan Malaysia.

Pengembangan produk mempunyai strategi, sentra industri IMDA Handicraft dalam melakukan pengembangan produk melakukan riset dan pengembangan sendiri

seperti menampung ide yang berasal dari karyawan dan juga konsumen. Pengembangan produk yang dilakukan sentra industri IMDA Handicraft adalah melalui beberapa tahap antara lain penggalan gagasan seperti ide yang didapat dari pihak internal maupun eksternal akan di bahas, disaring dengan melihat kondisi pesaing, bahan baku, dan keuangan dari sentra industri IMDA Handicraft. Pengembangan dan pengujian konsep dilakukan dengan membuat contoh *handicraft* yang dipasarkan melalui *website* atau jejaring sosial untuk melihat minat konsumen akan produk tersebut.

Pengembangan produk pada proses ini, sentra industri IMDA Handicraft mulai mengembangkan produknya hanya pada produk *handicraft* tasbih, selanjutnya bertambah ke *accessories* diantaranya adalah gelang, kalung, dan cincin yang merupakan *handicraft* yang dalam proses produksinya mulai menggunakan bantuan mesin dalam proses pembentukan dasar dan yang selanjutnya adalah komersialisasi dimana produk sudah diproduksi dan dijual ke konsumen. Pendekatan yang dilakukan dalam pengembangan produk dilakukan menyeluruh yaitu pengembangan produk yang berpusat pada pelanggan yaitu dalam menghasilkan produk baru sentra industri IMDA Handicraft mempertimbangkan selera konsumen dan hal ini akan memberikan ide bagi pengembangan produk baru. Pengembangan produk baru yang sistematis, sebagai contoh ide yang didapat dari konsumen melalui kritik dan saran yang akan dimusyawarahkan sebelum melakukan proses produksi. Pengembangan produk mempunyai manfaat mempertahankan suatu produk dipasar, sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember melakukan modifikasi terhadap produk yang dihasilkan yaitu melalui variasi produk *handicraft* yang dihasilkan sehingga terlihat unik dan berbeda dengan produk *handicraft* yang dihasilkan oleh pesaing.

Produk yang dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft antara lain tasbih, kalung, gelang, cincin, sabuk, tongkat, pipa rokok, dan hiasan dinding. Dari beberapa produk *handicraft* tersebut mempunyai perbedaan yaitu warna, model, dan juga bahan baku yang digunakan. Jaminan dari produk yang dihasilkan oleh sentra

industri IMDA Handicraft adalah bila ada kerusakan atau ketidak sesuaian produk maka sentra industri IMDA Handicraft akan mengganti dengan produk baru. Tanggapan dari konsumen mengenai masalah bahan baku yang akan digunakan yang pada akhirnya akan divariasikan dengan bahan baku yang lainnya untuk menghasilkan produk *handicraft* yang lebih unik dan memiliki kesan berbeda dengan yang sebelumnya. Sentra industri IMDA Handicraft dalam melakukan proses pengembangan produk tidak melalui tahap pengembangan strategi pemasaran dan uji pemasaran. Hal ini karena sentra industri IMDA Handicraft tidak pernah merubah gaya pemasaran yang dilakukan yaitu pemasaran melalui online. Pengembangan strategi dan uji pemasaran dianggap akan merubah pasar yang telah ada, sehingga pemasaran yang dilakukan tetap dengan gaya pemasaran yang dilakukan sebelumnya agar tidak membatasi pasar yang ada.

Sedangkan pada proses modifikasi produk *handicraft* yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember melalui beberapa tahapan. Dimana tahap pertama yang dilakukan dalam proses ini adalah pemilihan bahan baku yang akan digunakan. Bahan baku yang akan digunakan sebagai bahan dasar dalam pembuatan *handicraft* harus sesuai dengan jenis *handicraft* yang akan dibuat. Sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember memilih bahan baku kayu sebagai *handicraft* yang akan menghasilkan kalung, gelang, cincin, tongkat, pipa rokok, sabuk, peralatan dapur, hiasan dinding, dan tasbih. Sedangkan bahan baku batu, biji-bijian, dan tulang biasanya hanya digunakan sebagai bahan baku dalam pembuatan *handicraft* kalung, gelang, cincin dan tasbih. Hal ini dikarenakan sifat kayu lebih ringan dan lebih mudah dibentuk, sehingga kayu dapat menghasilkan produk *handicraft* yang lebih bervariasi dari pada bahan baku batu, biji-bijian, dan tulang. Setelah melakukan pemilihan bahan baku, sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember melakukan tahap pembentukan dasar dari bahan baku yang telah dipilih. Selanjutnya akan dimulai proses modifikasi dari bahan baku yang telah dibentuk untuk dapat menghasilkan model manik-manik yang akan dirancang untuk

menghasilkan *handicraft*. Pada tahap berikutnya, setelah proses modifikasi selesai dilakukan, IMDA Handicraft mulai merancang manik-manik tersebut menjadi sebuah produk *handicraft* yang didesain secara unik dan variatif sehingga dapat menghasilkan produk *handicraft* khas Desa Tutul. Proses terakhir yang dilakukan adalah tahap pengemasan yang dikerjakan secara sederhana dengan cara memilih *handicraft* yang siap untuk di pasarkan sesuai dengan jenis yang telah dihasilkan sebagai produk sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

Pada kenyataannya kreativitas dari IMDA Handicraft lebih diminati dan mempunyai peningkatan penjualan karena dari produk yang dihasilkan terkesan keunikan akan produk-produk yang ditawarkan. Hal tersebut menjadi daya tarik tersendiri dari produk *handicraft* yang dihasilkan sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember untuk membidik pasar lebih besar lagi sehingga *handicraft* ini mampu berkembang di pasar dunia. Pernyataan tersebut diperkuat oleh pemilik sentra industri IMDA Handicraft:

“Konsumen sekarang itu mbak, lebih mengerti produk mana yang unik dan memiliki kesan khas. Mangkannya kami berusaha agar mereka dapat menilai kalau produk yang kami tawarkan benar-benar memiliki khas dari hal model dan keunikannya”.

Ciri yang dianggap menjadi khas dari produk sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah terdapat pada modelnya yang memiliki kesan unik. Tingkat ketelitian dan kehati-hatian dalam proses pengembangan produk adalah faktor utama bagi IMDA Handicraft sendiri dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Selain itu kreativitas berinovasi dalam menciptakan atau memodifikasi berbagai model, dengan mengkreasikan bahan baku yang membuat produk *handicraft* akan lebih terkesan menarik dan terlihat berbeda dengan produk *handicraft* yang ditawarkan oleh pesaing. Namun dalam proses pengembangan produk yang dihasilkan sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, kreativitas karyawan masih tergantung pada pemilik dan juga saran dari konsumen. Sehingga hal tersebut masih sulit untuk

dijalankan tanpa adanya pengarahan dari yang dianggap ahli. Apalagi sistem kerja yang digunakan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah masih tidak terjadwal dan masih dalam hitungan harian.

Sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam menentukan target pasar juga mengacu pada karakteristik produk yang dihasilkan. Sehingga *handicraft* yang dihasilkan benar-benar dijaga kualitasnya, dimana pemilik sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember ikut berperan dalam mengawasi dan memberikan ide pada proses pembuatan produknya. Konsumen merupakan sasaran utama terhadap proses pengembangan produk di sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dimana konsumen merupakan penentu dari target yang diharapkan. Sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam mengembangkan usahanya selalu ingin mencapai target yang tentunya dapat meningkatkan loyalitas konsumennya sehingga produk yang ditawarkan berkembang sampai ke mancanegara. Peningkatan target yang dicapai tersebut dipicu oleh ketertarikan dari konsumen dalam membeli produk dari *handicraft* yang ditawarkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

Setelah melakukan evaluasi terhadap tujuan dari pengembangan produk yang dilakukan, sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember mampu mencapai target yang diinginkan dalam pengembangan usahanya, tidak hanya memperoleh peningkatan keuntungan tetapi juga mampu memasarkan produk *handicraftnya* hingga ke mancanegara. Target yang diinginkan ini tentunya tidak semata-mata dapat dicapai dengan mudah, melainkan dengan berbagai ide kreatif serta profesionalitas yang tinggi dalam memproduksi *handicraft* yang bermutu serta berkualitas yang tinggi. Seperti yang telah diungkapkan oleh Swastha (1997:192) bahwa perusahaan tradisional yang memiliki tugas untuk berusaha menghasilkan kombinasi barang-barang yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari beberapa ciri dimana konsumen dari sentra

industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember sangat merespon positif terhadap beberapa produk *handicraft* yang ditawarkan sehingga memiliki ketertarikan untuk membeli. Respon tersebut dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap pembelian dari *handicraft* yang dihasilkan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, serta pertumbuhan produksi dari sentra industri IMDA Handicraft desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dapat memadai dari waktu ke waktu.

Hasil yang diperoleh oleh sentra industri IMDA Handicraft desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dari pertama kali mendirikan usahanya hingga saat ini mampu memasarkan produk *handicraftnya* hingga ke luar negeri, menunjukkan bahwa sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dapat memperoleh target yang diinginkan secara optimal, dengan meningkatkan loyalitas konsumen dari waktu ke waktu. Seperti yang diungkapkan oleh Tjiptono (2002:19) bahwa setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada sasarannya karena kelangsungan hidup perusahaan sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Hal lain yang telah mampu dicapai oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah dengan semakin dikenalnya produk *handicraft* khas Desa Tutul tidak hanya pada konsumen didalam negeri, akan tetapi juga dikenal oleh konsumen luar negeri dan memungkinkan produk *handicraft* Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dapat dikenal, diminati, dicintai hingga ke seluruh dunia khususnya para pecinta *handicraft*.

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti kepada subjek penelitian mengenai pengembangan produk usaha kecil *handicraft* pada sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, maka dapat disimpulkan bahwa sentra industri IMDA Handicraft melakukan pengembangan produk dengan melakukan penciptaan produk baru dan perbaikan produk lama. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar konsumen tidak merasa jenuh dan tetap memiliki daya tarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Produk yang dihasilkan oleh IMDA Handicraft telah dikenal sebagai *handicraft* khas Desa Tutul yang berkualitas di mata dunia. Tingkat ketelitian dan kehati-hatian dalam proses pengembangan produk adalah faktor utama bagi IMDA Handicraft sendiri dalam menghasilkan produk yang berkualitas. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan loyalitas dari berbagai kota bahkan sampai ke luar negeri dengan menggunakan pemasaran *online* melalui *website* dan berbagai jejaring sosial. Melalui akses pasar global tersebut menunjukkan bahwa sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dapat memperoleh target yang di inginkan secara optimal, dengan meningkatkan loyalitas konsumen dari waktu ke waktu.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini maka dapat diberikan saran pada sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dalam mengembangkan produknya sebagai berikut :

1. Terkait dengan produk, sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kreatifitas yang dimiliki dengan memunculkan ide-ide kreatif untuk menghasilkan sebuah produk *handicraft* yang akan menarik minat konsumen sehingga loyalitas konsumen terhadap pembelian produk yang ditawarkan akan meningkat.
2. Sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember harus dapat memperluas tempat pemasaran sebagai saluran distribusi yang akan memudahkan dalam menyalurkan produk sampai ke tangan konsumen di berbagai kota hingga ke luar negeri.
3. Promosi yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember yang dilakukan melalui pemasaran online perlu dipertahankan untuk dapat meningkatkan loyalitas konsumen dalam membeli produk *handicraft* yang dihasilkan.

DAFTAR BACAAN

❖ **Buku**

- Arikunto. 2005. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif :Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Budaya*. Jakarta: Kencana Premana Media Group.
- Cahyono. 2005. *Manajemen Pengembangan Usaha*. Bandung: Tarsito.
- Cooper, R.G. 2011. *Winning at the new product creating value though innovation: four edition*. New York: Basic Book.
- Depatemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2000. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi kedua. Jakarta: Balai Pustaka.
- Fisk, P. 2006. *Marketing Jenius*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- Gultinan, J. S. Paul, GW. & Maulana, A. 1994. *Manajemen Pemasaran. Strategi dan Program*. Jakarta: Erlangga.
- Guntur, E. M. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CV. Sagung Seto.
- Kadjim. 2011. *Kerajinan Tangan dan Kesenian*. Semarang: Adiswara.
- Kotler, P dan Amstrong, G. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. 2000. *Managemen Pemasaran: Edisi Millenium Jilid I*. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2001. *Klasifikasi Produk*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller K. 2007. *Manajemen Pemasaran : Edisi Kedua Belas Jilid I*. Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, P. dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2 edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin, L Keller. 2009. *Marketing Management International Edition*. New Jersey: Pearson.
- Moleong, L.J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Resdakarya.
- Rofik, Aunur. 2013. *Kemajuan Ekonomi Indonesia*. Bogor: IPB Press.
- Simamora, Balson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Swasatha, B, DH. 1997. *Azas-azas Marketing. Edisi ke III*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandi. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: J & J Learning.
- Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Universitas Jember. 2001. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: Badan Penerbit Universitas Jember.
- Widjaja, J. 2004. *Marketing Management Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan*. Edisi ke II. Malang: Banyu Media Publishing.

❖ Skripsi

- Ardianto, Eko H. 2012. *Strategi Pengembangan Porduk Olahan Cokelat dalam Upaya Diversifikasi Produk pada Perusahaan Aneka Food KOPKAR "SEKAR" Jember*. Skripsi. Jurusan Ilmu Administrasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
- Setiawan, Diah S. 2011. *Strategi Pengembangan Produk dalam Upaya Mempertahankan Eksistensi Pengrajin Perak Desa Pulo pada Sentra Industri Logam di Kecamatan Tempeh Kabupaten Lumajang*. Skripsi. Jurusan Ilmu Administrasi Niaga. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

❖ Internet

- Faktor yang mempengaruhi Pengembangan Produk* : (<http://jurnal-sdm-blogspot.com/2009/09/pengembangan-produk-bentuk-tahap-dan.html>). (Diakses pada tanggal 29 Januari 2015)
- Pengertian Kerajinan Tangan* : (<http://id.wikipedia.org/wiki/kerajinan>). (Diakses pada tanggal 09 Januari 2015)



LAMPIRAN

LAMPIRAN A

MATRIK PENELITIAN

Judul	Rumusan Masalah	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian
PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL <i>HANDICRAFT</i> UNTUK MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada <i>IMDA Handicraft</i> di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember).	Bagaimana proses pengembangan produk usaha kecil <i>IMDA Handicraft</i> di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember?	Proses Pengembangan Produk	Poses pengembangan produk <i>handicraft</i> untuk meningkatkan loyalitas konsumen dengan cara : a. Menciptakan produk baru b. Memperbaiki/modifikasi produk lama	a. Data primer yaitu data yang dikumpulkan dari hasil wawancara dan observasi langsung dengan subjek yaitu pemilik dan karyawan <i>IMDA Handicraft</i> Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. b. Data sekunder yaitu data yang berupa foto/gambar dan lembar tertulis sebagai data	a. Rancangan penelitian : penelitian deskriptif kualitatif b. Lokasi penelitian : dilaksanakan di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dengan menggunakan metode <i>purpose area</i> c. Subjek dan informan penelitian d. Definisi operasional konsep e. Metode pengumpulan data: • Wawancara mendalam • Observasi

				pelenhkap yang diperoleh dari Sentra <i>IMDA Handicraft</i> Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.	<ul style="list-style-type: none">• Dokumen f. Analisis data : <ul style="list-style-type: none">• Mereduksi data• Penyajian data• Penarikan kesimpulan
--	--	--	--	---	---

LAMPIRAN B

PEDOMAN PENELITIAN

1. WAWANCARA MENDALAM

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Pengembangan Produk Usaha Kecil <i>Handicraft</i> untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada <i>IMDA Handicraft</i> di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.	Informan penelitian yaitu pemilik sentra industri <i>IMDA Handicraft</i> di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

2. OBSERVASI

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Produk yang dihasilkan oleh sentra industri <i>IMDA Handicraft</i> di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember sejak pertama berdiri, perkembangan produk, dan proses pengembangan produk yang dilakukan.	Pemilik sentra industri <i>IMDA Handicraft</i> di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

3. DOKUMEN

No.	Data yang diraih	Sumber data
1.	Sejarah berdirinya sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.	Data dari sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung
2.	Data perkembangan sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember selama tiga tahun terakhir.	Kabupaten Jember.
3.	Data mengenai aneka jenis produk yang dikembangkan.	
4.	Kegiatan produksi yang dilakukan oleh sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.	

LAMPIRAN C

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman Wawancara Secara Mendalam untuk Mengetahui Proses Pengembangan Produk Usaha Kecil Handicraft untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen yang Dilakukan Oleh Sentra Industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember

Pedoman Wawancara Informan Penelitian

I. Identitas Informan Penelitian

Nama :
Umur :
Jabatan :
Alamat :

II. Pengembangan Produk Usaha Kecil *Handicraft* untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen pada IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

A. Gambaran umum sentra industri *handicraft*

- a. Sejarah sentra industri *handicraft*
 - Bagaimana awal mula adanya sentra industri IMDA Handicraft?
 - Apa kendala dan kesuksesan yang di alami oleh sentra industri IMDA Handicraft?
 - Seperti apa perubahan perekonomian yang dirasakan dengan adanya sentra industri IMDA Handicraft?
- b. Siapa pemilik/pendiri sentra industri IMDA Handicraft?

- c. Karyawan yang ada di sentra industri IMDA Handicraft
 - Berapa karyawan yang dimiliki oleh sentra industri IMDA Handicraft?
 - Bagaimana perkembangan kreatifitas yang dimiliki oleh karyawan pada sentra industri IMDA Handicraft?

B. Pemasaran sentra industri *handicraft*

- a. Lokasi pemasaran
 - Seperti apa jenis sasaran pasar yang dibidik untuk produk *handicraft*?
 - Bagaimana pengaruh lokasi pemasaran terhadap produk yang ditawarkan oleh IMDA Handicraft?
- b. Kondisi persaingan *handicraft*
 - Bagaimana tingkat persaingan yang terjadi untuk produk *handicraft*?
 - Seperti apa posisi produk *handicraft* dari IMDA Handicraft dibandingkan dengan produk *handicraft* lainnya?
- c. Proses pemasaran sentra industri *handicraft*
 - Bagaimana perencanaan yang disusun untuk pemasaran produk *handicraft*?
 - Kemanakah saluran distribusi *handicraft* tersebut?
 - Berapa harga *handicraft* yang ditawarkan?
 - Bagaimana cara melayani minat dan keinginan konsumen yang berbeda-beda?

C. Deskripsi permasalahan sentra industri *handicraft*

- a. Produk *handicraft*
 - Seperti apa kreasi/inovasi model yang dihasilkan untuk produk *handicraft*-nya?
 - Bagaimana respon konsumen mengenai produk *handicraft* yang dihasilkan?
 - Bagaimana pengemasan untuk produk *handicraft* yang dihasilkan?

- Bagaimana kualitas *handicraft* yang dihasilkan oleh IMDA Handicraft?
 - Bagaimana pelayanan/servis yang diberikan oleh IMDA Handicraft untuk pemeliharaan produknya?
 - Labeling yang dilakukan seperti apa?
- b. Pengembangan produk
- Siapa yang berwenang dalam penetapan kreasi untuk mengembangkan produk *handicraft*?
 - Faktor apa saja yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk mengembangkan produk *handicraft*?
 - Apa yang menjadi pertimbangan dalam mengembangkan produk *handicraft*?
 - Apa tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan melakukan pengembangan produk *handicraft* ini?
 - Kendala apa saja yang dihadapi dalam pengembangan produk *handicraft*?
- c. Proses pengembangan produk sentra industri IMDA Handicraft
- Darimana ide/gagasan yang dihasilkan untuk proses pengembangan produk *handicraft*?
 - Bagaimana teknologi yang digunakan dalam proses pengembangan produk *handicraft*?
 - Output apa yang dihasilkan dalam proses pengembangan produk *handicraft*?
 - Berapa lama proses yang diperlukan dalam mengembangkan produk *handicraft*?

LAMPIRAN D

TRANSKRIP WAWANCARA

Berikut ini adalah hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Bapak Imron 42 tahun pemilik sentra industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Balung.

Peneliti : Asalamualaikum pak, maaf mengganggu waktunya sebentar.

Narasumber : *Walaikum salam. Iya mbak silahkan.*

Peneliti : Bagaimana awal mula adanya sentra industri handicraft yang bapak dirikan ini?

Narasumber : *Awalnya saya bekerja hanya sebagai sales mbak, disalah satu perusahaan rokok. Karena saya berfikir saya hanya mendapatkan gas pas-pasan, saya akhirnya berkeinginan untuk memiliki suatu usaha sendiri. Pada waktu itu saya berbekal dengan membeli sebuah tasbih dengan modal 500.000. lalu saya berkeinginan untuk memodifikasi tasbih yang sudah saya beli tadi. Akhirnya saya mempunyai ide untuk membuat produk tasbih. Dan dengan berkembangnya waktu dan kemampuan yang saya miliki. Akhirnya saya juga mengembangkan produk lainnya seperti accessories dan benda-benda unik mbak.*

Peneliti : Kendala apa yang bapak alami dalam mengembangkan usaha bapak ini?

Narasumber : *Banyak mbak, tetapi hal itu membuat saya semakin ingin mengembangkan lagi usaha ini. Kendalanya biasanya pada tenaga kerja mbak. Kualitas produk saya juga ditentukan oleh tenaga kerjanya, karna karyawan disini kerjanya masih harian dan sesuai dengan kebutuhan mereka saja, jadi kalau mereka sibuk dan merasa*

tidak butuh mereka tidak masuk kerja. Apalagi mbak, usaha seperti yang saya miliki ini juga tergolong mudah untuk keluar masuk karyawan. Kebanyakan karyawan yang sudah merasa bisa, mereka mengembangkan kahliannya dengan membuka usaha kecil-kecilan dirumahnya.

Peneliti : Seperti apa perubahan perekonomian yang bapak rasakan setelah adanya usaha ini?

Narasumber : *Perubahan perekonomiannya yang pasti membaik mbak, karena saya ini kan tujuannya memang berbisnis. Jadi pasti juga memikirkan omset yang akan didapat. Apalagi dengan perkembangan yang ada yang awalnya kami hanya memasarkan dengan cara tradisional sampai bisa hingga melalui online seperti sekarang ini.*

Peneliti : Siapa pemilik pertama usaha ini pak?

Narasumber : *Untuk pemiliknya masih saya sendiri mbak, jadi ide ini tidak tertuang dari siapapun bukan dari orang tua. Jadi usaha ini benar-benar saya yang mendirikan mbak.*

Peneliti : Berapa banyak karyawan yang bapak miliki?

Narasumber : *Untuk karyawan tetapnya masih sekitar 15-25 orang saja mbak. Tapi saya juga memiliki rekan kerja kemitraan, jadi dengan minimnya karyawan saya masih bisa terbantu dengan rekan kemitraan yang ada mbak.*

Peneliti : Menurut bapak bagaimana perkembangan kemampuan karyawan disini dalam pengembangan produknya?

Narasumber : *Alhamdulillah mbak, untuk perkembangan kreatifitasnya selalu stabil. Tapi ya itu mbak, juga tergantung dari kesulitan produk yang akan dibuat. Jadi saya harus pandai-pandai membagi pekerjaan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki masing-masing karyawan disini mbak.*

Peneliti : Seperti apa jenis sasaran pasar yang dibidik untuk produk yang bapak hasilkan?

Narasumber : *Jenis pasar yang kami bidik itu masih terbuka mbak, jadi siapa saja bisa menjadi konsumen kami, baik pengecer maupun grosir. Karena untuk mencari konsumen juga harus dimulai dari pengecer yang setia.*

Peneliti : Seperti apa hari dan jam kerja para karyawan di sentra industri ini?

Narasumber : *Untuk jam kerjaya kami mulai jam 8 pagi sampai jam 4 sore mbak. Kalau untuk harinya kami setiap hari. Tetapi para karyawan kami bekerja hanya sebatas kebutuhannya saja. Ada yang karyawan tetap dan ada juga karyawan yang tidak tetap mbak.*

Peneliti : Bagaimana pengaruh lokasi pemasaran terhadap produk yang ditawarkan oleh usaha bapak?

Narasumber : *Saya merasa masih sama dengan yang sudah ditawarkan oleh pesaing mbak. Harapannya ya kami selalu bisa mengembangkan usaha kami. Jadi untuk lokasi pemasaran pastinya juga harus berbagi dengan pesaing lainnya. Tapi dengan ini kami jadi mendorong dan bersemangat untuk selalu mengembangkan produk kami agar tidak kalah saing mbak.*

Peneliti : Bagaimana tingkat persaingan yang terjadi untuk produk handicraft yang bapak hasilkan?

Narasumber : *Untuk tingkat persaingannya saya rasa masih stabil mbak, apalagi untuk usaha seperti ini. Hanya mungkin dari cara memasarkannya saja yang berbeda.*

Peneliti : Menurut bapak, bagaimana posisi produk yang bapak hasilkan dibandingkan dengan produk pesaing?

Narasumber : *Kalau menurut saya masih sama dengan produk-produk pesaing lainnya, mungkin dari hasil produk yang kreatifnya yang berbeda sehingga konsumen tidak merasa jenuh mbak.*

Peneliti : Bagaimana perencanaan yang disusun untuk memasarkan produk handicraft yang bapak hasilkan?

Narasumber : *Dari awal memproduksi mbak, kami berusaha mendesain produk yang benar-benar bisa menarik minat konsumen. Setelah itu kami memasarkannya melalui website. Jadi bisa dipesan secara online dari berbagai kota bahkan sampai luar negeri mbak.*

Peneliti : Kemanakah saluran distribusi produk handicraft yang bapak hasilkan?

Narasumber : *Ya pastinya ke seluruh pasar yang ada mbak, jadi kami tidak membatasi saluran ditribusi. Karna kan yang kami utamakan pemasaran online mbak.*

Peneliti : Berapa harga produk handicraft yang ditawarkan?

Narasumber : *Untuk harga dari masing-masing produk bermacam-macam mbak. Kalau harga jual ecer dengan grosirnya pastinya berbeda. Untuk menentukan harga kami melihat dari bahan baku yang digunakan mbak. Kalau untuk eceran biasanya kami menentukan harga dari 5.000; sampai 300.000; bahkan sampai lebih dari itu mbak tergantung handicraftnya. Berbeda lagi dengan grosir mbak, untuk grosir kami menjual paket kilo.*

Peneliti : Bagaimana melayani minat dan permintaan konsumen yang berbeda-beda?

Narasumber : *Dalam melayani konsumen saya rasa baik mbak, karena kan kami melayani pemesanan dan pemasaran produk secara online. Jadi misalnya ada produk yang tidak sesuai dengan pesanan yang sudah ditawarkan, konsumen bisa melakukan retur sesuai dengan perjanjian sebelumnya mbak.*

Peneliti : Seperti apa kreasi/inovasi model yang dihasilkan usaha bapak?

Narasumber : *Untuk kreasi produk yang dihasilkan Alhamdulillah sudah bermacam-macam mbak, jadi tidak hanya itu-itu saja yang kami*

produksi, kami berusaha mengembangkan produk sesuai dengan trend yang ada saat ini mbak.

Peneliti : Bagaimana respon konsumen mengenai produk handicraft yang dihasilkan?

Narasumber : *Saya rasa ya responnya baik mbak, dan konsumen merasa puas dengan produk kami. Karena untuk produk yang tidak sesuai dan misalnya dalam pengiriman ada kerusakan, masih bisa di retur mbak.*

Peneliti : Bagaimana pengemasan untuk produk handicraft yang bapak hasilkan?

Narasumber : *Kami masih mengemas produk kami secara sederhana mbak, jadi masih standart dan masih belum ada label mbak.*

Peneliti : Bagaimana kualitas handicraft yang dihasilkan oleh usaha bapak?

Narasumber : *Kualitas produk kami untuk kedepannya selalu membaik mbak, karena kami terus melakukan perbaikan terutama pada produk yang kami pikir peminatnya sedikit.*

Peneliti : Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh usaha bapak untuk pemeliharaan produk yang dihasilkan?

Narasumber : *Pelayanan yang kami berikan sangat memuaskan mbak, itu bisa kami rasakan dari meningkatnya permintaan konsumen setiap waktu. Kami tidak pernah merasa pasar sepi. Jadi kami selalu berusaha bagaimana agar konsumen juga bisa mendapatkan pelayanan yang sesuai dari kami. Ya supaya kami tetap dapat mempertahankan kesetiaan mereka dalam membeli produk kami mbak.*

Peneliti : Labeling yang dilakukan dalam penemasan produk ini seperti apa?

Narasumber : *Saat ini masih belum ada label pada produk kami. Kami masih kesulitan untuk mendapatkan label mbak. Tetapi usaha kami sudah masuk ke data sentra industri di disperindag.*

Peneliti : Siapa yang berwenang dalam menetapkan kreasi dalam mengembangkan produk ini?

- Narasumber : *Ya kebanyakan saya mbak, tetapi saya juga termotivasi dari kritik dan saran konsumen. Jadi apabila konsumen tidak tertarik dengan produk yang kami tawarkan, kami berusaha untuk memodifikasi produk tersebut mbak, supaya konsumen kami tidak akan merasa jenuh dengan produk yang kami tawarkan.*
- Peneliti : Faktor apa saja yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan untuk mengembangkan produk handicraft?
- Narasumber : *Banyaknya produk baru yang bermunculan mbak. Karena untuk produk seperti yang kami hasilkan juga harus mengikuti trend yang ada. Sehingga kami selalu mencoba untuk menyesuaikan dari model dan desain yang saat ini sedang diminati banyak konsumen.*
- Peneliti : Apa yang menjadi pertimbangan dalam mengembangkan produk pada usaha bapak?
- Narasumber : *Terutama permintaan konsumen mbak. Biasanya konsumen kan selera nya berbeda-beda, jadi kami harus selalu mempertimbangkan hasil produk yang akan kami buat.*
- Peneliti : Apa tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan melakukan pengembangan produk handicraft ini?
- Narasumber : *Tujuan utama dari sebuah bisnis yang kami jalankan yaitu meningkatkan provit margin (omset) mbak, dengan cara meningkatkan loyalitas konsumennya.*
- Peneliti : Kendala apa saja yang bapak hadapi selama proses pengembangan produk?
- Narasumber : *Kendala yang paling utama saat ini ya peralatan mbak. Karena peralatan yang modern juga harganya tidak murah. Kami masih menggunakan alat-alat teknologi yang masih tradisional. Tetapi juga sebagian sudah menggunakan peralatan yang modern mbak. Tergantung kesulitan handicraft yang akan dibuat.*

Peneliti : Seperti apa posisi teknologi yang digunakan dalam proses pengembangan produk yang bapak hasilkan?

Narasumber : *Masih terbatas mbak, masih sesuai dengan keperluan produksi.*

Peneliti : Output apa yang dihasilkan dalam proses dalam proses pengembangan produk handicraft?

Narasumber : *Tergantung mbak, kalau konsep yang dilakukan bagus, hasilnya pasti bagus mbak. Tetapi juga terkadang ada produk gagal yang harus diperbaiki lagi, jadi dengan adanya produk gagal kami lebih tertantang lagi dalam proses pengembangan produk ini mbak.*

Peneliti : Berapa lama proses yang diperlukan dalam mengembangkan produk handicraft?

Narasumber : *Untuk proses pengembangannya kami tidak mendeadline mbak, namun kami berusaha memaksimalkan hasil yang akan diperoleh setiap harinya.*

Peneliti : Mungkin sudah cukup ini saja. Terima kasih pak utnuk informasi yang bapak berikan.

Narasumber : *Oh.. iya mbak sama-sama semoga informasinya bermanfaat untuk penelitian yang mbak lakukan.*

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENELITIAN

Nama : Bapak Karim

Umur : 50 Tahun

Informan : Karyawan

Peneliti : Assalamualaikum pak?

Karyawan : *Walaikumsalam mbak.*

Peneliti : Maaf menggagu waktunya sebentar pak?

Karyawan : *Iya gak apa apa mbak.*

Peneliti : Sudah berapa lama bapak bekerja disini?

Karyawan : *Saya bekerja sudah lumayan lama mbak. Sudah 3 tahunan.*

Peneliti : Apa tanggapan bapak mengenai produk yang dihasilkan?

Karyawan : *menurut saya, untuk produk yang dihasilkan sangat memuaskan konsumen mbak. Karena proses produksi yang dilakukan memang benar-benar teliti dan kami sangat mengutamakan kualitas dari desai produk yang akan dihasilkan mbak.*

Peneliti : Menurut bapak kesulitan apa saja yang bapak alami saat melakukan proses produksi?

Karyawan : *selama ini yang kami rasakan mungkin dalam hal modifikasi mbak. Karena ide kreatif yang kami terima hanya berupa contoh gambar dan hasil jadi dari bapak imron (pemilik).*

Peneliti : Apakah produk yang dihasilkan selalu sesuai dengan permintaan konsumen?

Karyawan : *insya allah iya mbak. Karena selama ini kami memproduksi kerajinan ini juga karena permintaan konsumen.*

Peneliti : Apa tanggapan bapak terhadap pengembangan produk yang dilakukan?

Karyawan : *menurut saya, pengembangan produk yang dilakukan ini sangat sesuai dengan permintaan dari setia konsumen mbak. Sehingga konsumen tidak merasa bosan dan selalu mau mengorder produk handicraft dari usaha bapak imron ini.*

Peneliti : *setelah melakukan pengembangan produk, bagaimana tanggapan bapak mengenai perubahan yang terjadi di sentra industry ini?*

Karyawan : *kami merasakan dalam peningkatan kualitas produk yang dihasilkan mbak, dan teknologi yang digunakan semakin modern. Dengan peningkatan penjualan pastinya pemilik juga akan mengalami peningkatan omset, dengan begitu karyawan disini juga akan terjamin dalam proses pembuatan produknya.*

Peneliti : *oh begitu ya pak, terima kasih untuk informasinya pak.*

Karyawan : *Iya mbak sama-sama.*

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENELITIAN

Nama : Bapak Mahruz

Umur : 37 Tahun

Informan : Karyawan

Peneliti : Assalamualaikum pak?

Karyawan : *Walaikum salam mbak*

Peneliti : permissi pak. Maaf menggagu waktunya sebentar pak?

Karyawan : *Iya mbak.*

Peneliti : Sudah berapa lama bapak bekerja disini?

Karyawan : *Saya bekerja disini masih sekitar 1 tahunan mbak, jadi masih baru dianggap kurang mahir dalam memproduksi.*

Peneliti : Apa tanggapan bapak mengenai produk yang dihasilkan?

Karyawan : *produk yang dihasilkan usaha ini menurut saya baik ya mbak. Terus hasil produknya juga mengesankan. Karena desain produknya di buat unik yang bisa menghasilkan produk khas mbak.*

Peneliti : Menurut bapak kesulitan apa saja yang bapak alami saat melakukan proses produksi?

Karyawan : *kalau pada posisi pekerjaan saya mbak, mungkin penggunaan alat mesinnya. Karena kan kami untuk penggunaan mesin produksinya sebagian masih tradisional mbak. Untuk hal lain mungkin pada karakter dari setiap bahan baku juga. Karena yang digunakan tidak hanya satu bahan baku mbak, tetapi kita mencoba memadukan bahan baku satu dengan lainnya dengan tujuan menghasilkan bahan yang memang unik untuk menarik minat konsumen.*

Peneliti : Apakah produk yang dihasilkan selalu sesuai dengan permintaan konsumen?

Karyawan : *iya mbak. Karena untuk memulai pengembangan produk ini kami juga melihat kondisi pasar. Kerajinan apa yang saat ini trend dan akan di minati banyak konsumen. Jadi untuk produk yang dihasilkan tidak sia-sia nantinya.*

Peneliti : Apa tanggapan bapak terhadap pengembangan produk yang dilakukan?

Karyawan : *bagus mbak. Karena produk yang dihasilkan sesuai dengan trend yang ada saat ini.*

Peneliti : setelah melakukan pengembangan produk, bagaimana tanggapan bapak mengenai perubahan yang terjadi di sentra industry ini?

Karyawan : *kami merasakan dalam peningkatan kualitas produk yang dihasilkan mbak, dan teknologi yang digunakan semakin modern. Sehingga hasil dari proses pengembangan produknya semakin cepat.*

Peneliti : Terima kasih informasinya pak.

Karyawan : *Iya sama-sama mbak.*

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENELITIAN

Nama : Ibu Ernik
Umur : 42 Tahun
Informan : Karyawan

Peneliti : Assalamualaikum bu?

Karyawan : *Walaikum salam mbak*

Peneliti : Maaf menggagu waktunya sebentar bu?

Karyawan : *Iya mbak. Tidak apa-apa.*

Peneliti : Sudah berapa lama bapak bekerja disini?

Karyawan : *Saya bekerja sudah lumayan lama mbak. Sudah sekitar 1 tahunan. Tapi ya begitu, saya keluar masuk kerja disini. Karena saya kan ya harus mengurus anak dirumah mbak.*

Peneliti : Apa tanggapan ibu mengenai produk yang dihasilkan?

Karyawan : *untuk kualitas yang dihasilkan bagus mbak, dengan mendesain produk yang memang benar-benar unik. Sehingga konsumen selama ini merasa tertarik dengan produk kerajinan ini.*

Peneliti : Menurut ibu kesulitan apa saja yang bapak alami saat melakukan proses produksi?

Karyawan : *kalau saya mungkin perancangan mbak. Karena untuk merancang bahan yang sudah di olah juga harus memperhatikan apa nanti akan terlihat kreatif atau tidak. Karna kalau tidak, produk yang dihasilkan akan terlihat sama dengan yang sebelumnya.*

Peneliti : Apakah produk yang dihasilkan selalu sesuai dengan permintaan konsumen?

Karyawan : *iya pastinya mbak. Karena kami selalu mendahulukan permintaan konsumen mbak. Jadi kami melihat bagaimana desain yang konsumen*

pesan. Tetapi juga dipertimbangkan dengan bahan baku yang tersedia juga mbak.

Peneliti : Apa tanggapan ibu terhadap pengembangan produk yang dilakukan?

Karyawan : *selama ini untuk pengembangan produknya berjalan dengan baik mbak, karena dalam prosesnya, pemilik tidak menekan karyawannya untuk semua bisa membuat produk yang dipesan konsumen. Tetapi pemilik usaha ini bisa memahami masing-masing kemampuan yang dimiliki setiap karyawannya.*

Peneliti : setelah melakukan pengembangan produk, bagaimana tanggapan bapak mengenai perubahan yang terjadi di sentra industry ini?

Karyawan : *kami merasakan ada peningkatan pemesanan mbak. Jadi setiap harinya kami selalu berusaha untuk menghasilkan produk lebih banyak dari sebelumnya.*

Peneliti : terima kasih ya bu, untuk waktunya dan bersedia memberikan informasinya.

Karyawan : *Iya mbak, sama-sama.*

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENELITIAN

Nama : Ibu Nova
Umur : 32 Tahun
Informan : Pelanggan

Peneliti : Assalamualaikum Wr. Wb bu?
Pelanggan : *Walaikumsalam Wr.Wb Mbak..*
Peneliti : Maaf menggagu waktunya sebentar bu?
Pelanggan : *Iya gak apa apa mbak..*
Peneliti : Apa tanggapan saudara mengenai produk handicraft dari IMDA Handicraft desa tutul?
Pelanggan : *produknya unik mbak. Kualitasnya juga bagus. Selalu sesuai dengan yang saya pesan.*
Peneliti : Apa saudara memiliki keinginan untuk selalu mengorder produk yang dihasilkan IMDA Handicraft ini??
Pelanggan : *tergantung produk yang akan di tawarkan mbak, misalnya produknya memiliki daya tarik yang bagus pastinya saya selalu akan mengorder produk handicraft ini.*
Peneliti : Apakah promosi yang dilakukan IMDA Handicraft bisa diterima dengan baik oleh saudara?
Pelanggan : *Promosinya cukup baik dan mudah. Karena tanpa datang ke gallery (tempat produksi) kami bisa memesan melalui online mbak. Dan proses pengiriman juga cepat.*
Peneliti : Apa tanggapan Saudara mengenai distribusi produk handicraft ini?
Pelanggan : *Distribusinya pelayanannya bagus mbak, barang yang telah dipesan pengiriman barangnya bisa tepat waktu. Dan untuk kerusakan barang*

karena pengiriman atau karena tidak sesuai dengan pesanan, bisa di retur.

Peneliti : Apakah ibu salah satu dari pelanggan tetap sentra industry ini?

Pelanggan : *Bisa dibilang tetap juga bisa dibilang tidak mbak. Saya mengorder handicraft ini sesuai dengan kebutuhan para pengecer di pasar.*

Peneliti : Apa yang menjadi faktor pendorong anda untuk membeli produk handicraft disini?

Pelanggan : *Yang pastinya dari keunikan modelnya mbak. Saya melihat bahwa handicraft disini memiliki kualitas yang bagus dengan harga yang relative murah.*

Peneliti : Terima kasih untuk waktunya bu.

Pelanggan : *Sama-sama mbak.*

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN PENELITIAN

Nama : Bapak Heru

Umur : 34 Tahun

Informan : Pelanggan

Peneliti : Assalamualaikum Wr. Wb pak?

Pelanggan : *Waalaiikum salam Wr.Wb Mbak..*

Peneliti : Maaf menggagu waktunya sebentar pak?

Pelanggan : *Iya gak apa apa mbak..*

Peneliti : Apa tanggapan saudara mengenai produk handicraft dari IMDA Handicraft desa tutul?

Pelanggan : *produknya bagus mbak. Saya suka. Karena selalu mengikuti trend yang ada. sehingga saya senang menjual produk yang dihasilkan milik bapak imron ini.*

Peneliti : Apa saudara memiliki keinginan untuk selalu mengorder produk yang dihasilkan IMDA Handicraft ini??

Pelanggan : *iya mbak, karena selama saya menjadi pelanggan dari IMDA Handicraft ini, pemilik usaha selalu bisa melayani keinginan yang saya pesan. Sehingga saya selalu tertarik dengan barang-barang akan di produksi.*

Peneliti : Apakah promosi yang dilakukan IMDA Handicraft bisa diterima dengan baik oleh saudara?

Pelanggan : Promosinya sangat baik mbak, tidak menyulitkan pelanggan dalam pemesanan. Jadi setiap ada produk baru pemilik selalu share foto-foto hasil produknya. Dan saya bisa langsung memesang melalui pengiriman online mbak.

Peneliti : Apa tanggapan Saudara mengenai distribusi produk handicraft ini?

Pelanggan : *pelayanannya bagus mbak, memuaskan saya. Sehingga saya yakin kalau barang yang telah dipesan pengiriman barangnya bisa tepat waktu dan selalu sesuai dengan apa yang saya pesan.*

Peneliti : Apakah ibu salah satu dari pelanggan tetap sentra industri ini?

Pelanggan : *iya mbak saya selalu mengorder produk handicraft disini. Karena saya dirumah membuka toko essecories.*

Peneliti : Apa yang menjadi faktor pendorong anda untuk membeli produk handicraft disini?

Pelanggan : *untuk para grosir seperti saya, harganya terjangkau mbak. Handicraftnya juga bagus-bagus. Selalu menyesuaikan trend yang sekarang ini sedang dikenal masyarakat.*

Peneliti : Terima kasih untuk waktunya pak.

Pelanggan : *Sama-sama mbak.*

LAMPIRAN E

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas

1. Nama : Ayu Dwi Utari
2. Tempat, tanggal lahir : Jember, 08 Agustus 1993
3. Agama : Islam
4. Nama Ayah : Lamijo
5. Nama Ibu : Elys Yuliati
6. Alamat : Jln. Garuda No.19 Rt.002/Rw.002 Karangrejo Gumukmas Jember (Kode Pos. 68165)

B. Pendidikan

NO.	NAMASEKOLAH	TEMPAT	TAHUN LULUS
1.	SDNU BAGOREJO III	Gumukmas-Jember	2005
2.	MTs NEGERI KENCONG	Kencong-Jember	2008
3.	SMAN 1 KENCONG	Kencong-Jember	2011
4.	UNIVERSITAS JEMBER	Jember	2015

LAMPIRAN F

**Produk Sentra Industri IMDA Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung
Kabupaten Jember**

A. Produk yang di Modifikasi



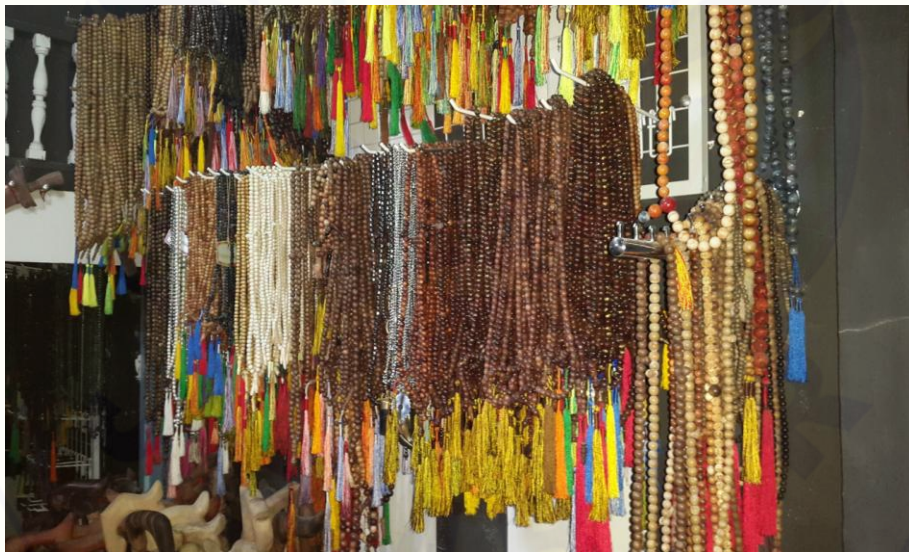
Gambar 1. Kalung berbahan baku kayu



Gambar 2. Kalung berbahan baku tulang



Gambar 3. Gelang berbahan baku kayu



Gambar 4. Tasbih berbahan baku kayu



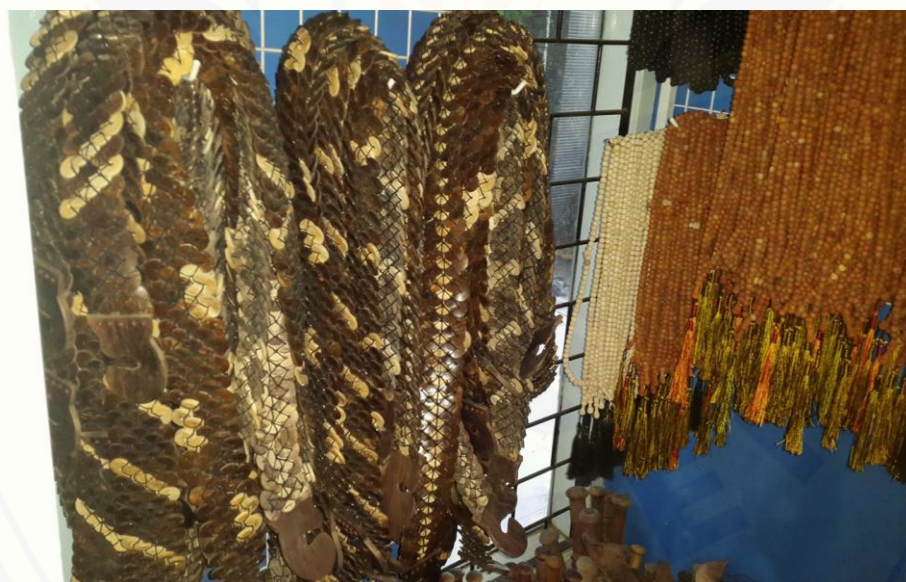
Gambar 5. Hiasan dinding



Gambar 6. Peralatan dapur



Gambar 7. Tongkat



Gambar 8. Sabuk

B. Produk Baru









LAMPIRAN G

FOTO PENELITIAN



Gambar A. Rumah Galery IMDA Handicraft



Gambar B. Suasana Didalam Rumah Galery IMDA Handicraft



Gambar C. Wawancara dengan Pemilik IMDA Handicraft



Gambar D. Wawancara dengan Karyawan IMDA Handicraft



Gambar E. Wawancara dengan Karyawan IMDA Handicraft



Gambar F. Wawancara dengan Karyawan IMDA Handicraft




Gambar G. Wawancara dengan Karyawan IMDA Handicraft



Gambar H. Wawancara dengan Konsumen IMDA Handicraft

LAMPIRAN H

SURAT IJIN OBSERVASI

 KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor : 0705/UN25.1.5/LT/2015
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Observasi

03 FEB 2015

Yth. Sentra Industri IMDA Handicraft
MAKRIFAT BUSINESS ONLINE-OFFLINE
Di Tutul Balung - Jember


Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.

Nama : AYU DWI UTARI
NIM : 110210301058
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan observasi di Sentra Industri Kecil *IMDA Handicraft* yang Saudara pimpin dengan judul: "Strategi Pengembangan Produk Usaha Kecil *Handicraft* (Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember)".


Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.


Dekan
Dekan I,
Dr. Sukatman, M.Pd
NIP 19640123 199512 1 001

LAMPIRAN I

SURAT IJIN PENELITIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: 0331-334988, 330738 Fax: 0331-334988
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor : 2372 /UN25.1.5/LT/2015
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

20 APR 2015

Yth. Pemilik Sentra Industri IMDA Handicraft
MAKRIFAT BUSINESS ONLINE-OFFLINE
Di Tutul Balung - Jember

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa FKIP Universitas Jember di bawah ini.


Nama : AYU DWI UTARI
NIM : 110210301058
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di Sentra Industri Kecil *IMDA Handicraft* yang Saudara pimpin dengan judul: "Pengembangan Produk Usaha Kecil *Handicraft* untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada *IMDA Handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember)".

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon Saudara berkenan memberikan izin dan sekaligus memberikan bantuan informasi yang diperlukan.

Demikian atas perkenan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Pembantu Dekan I,
Dr. Sukatman, M.Pd
NIP. 19640123 199512 1 001





PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Jalan Letjen S Parman No. 89 ☎ 337853 Jember

Kepada
 Yth. Sdr. 1. Kepala Dinas Perindustrian, Perdagangan
 dan ESDM Kabupaten Jember
 2. Camat Balung
 di -
 J E M B E R

SURAT REKOMENDASI

Nomor : 072/693/314/2015

Tentang

PENELITIAN

Dasar : 1. Peraturan Daerah Kabupaten Jember No. 15 Tahun 2008 tanggal 23 Desember 2008 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah
 2. Peraturan Bupati Jember No. 62 Tahun 2008 tanggal 23 Desember 2008 tentang Tugas Pokok dan Fungsi Badan Kesatuan Bangsa Politik dan Linmas Kab. Jember

Memperhatikan : Surat Dekan FKIP Universitas Jember tanggal 20 April Nomor : 2372/UN25.1.5/LT/2015 perihal Permohonan Penelitian.

MEREKOMENDASIKAN

Nama /NIM. : Ayu Dwi Utari 110210301058
 Instansi : Jurusan IPS / Prodi Pendidikan Ekonomi / FKIP / Universitas Jember
 Alamat : Jl. Kalimantan No. 37 Jember
 Keperluan : Melaksanakan Penelitian tentang :
 "Pengembangan Produk Usaha Kecil *Handicraft* untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada IMDA Handicraft di Desa Tutul Kec. Balung Kab. Jember)".
 Lokasi : Dinas Perindustrian, Perdagangan & ESDM, Kec. Balung dan Sentra Industri Kecil IMDA Handicraft Kabupaten Jember
 Tanggal : 21-04-2015 s/d 21-07-2015

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 : 21-04-2015

AB. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK
 KABUPATEN JEMBER
 Sekretaris

Drs. MOH/ HASYIM, M.Si.
 Pembina Tingkat I
 195902131982111001

Tembusan :
 Yth. Sdr. : 1. Dekan FKIP Universitas Jember
 2. Ybs

LAMPIRAN J

SURAT KETERANGAN MELAKUKAN PENELITIAN

IMDA HANDICRAFT - MAKRFAT BUSINESS
ONLINE-OFFLINE
RUMAH PRODUKSI & GALERY
Alamat : Dusun Krajan Rt.003 Rw.008 Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember
email : makrfatbusiness@windowslive.com / http://www.makrfatbusiness.net
Telp. 0336.623385 – 08123489038

SURAT KETERANGAN


Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M. Imron Pribadi
Jabatan : Pemilik Sentra Industri IMDA Handicraft
Alamat : Dusun Krajan Rt.003 Rw.008 Tutul Balung Jember

Menerangkan bahwa :

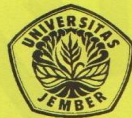
Nama : Ayu Dwi Utari
NIM : 110210301058
Jurusan : Pendidikan IPS
Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Telah melaksanakan penelitian di Sentra Industri IMDA Handicraft Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember guna menyelesaikan tugas akhir perkuliahan.
Demikian surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 22 April 2015

M. Imron Pribadi

LAMPIRAN K

LEMBAR KONSULTASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

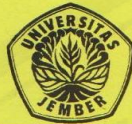
Nama : AYU DWI UTARI
NIM/Angkatan : 110210301058/2011
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : "PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL
HANDICRAFT UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada *IMDA*
Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung
Kabupaten Jember)"
Pembimbing I : Dra. Sri Wahyuni, M.Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing I	
1.	Selasa, 9-12-14	Judul	1. ST	2. ST
2.	Selasa, 20-1-15	BAB I, II, III	3. ST	4. ST
3.	Rabu, 4-2-15	BAB I, II, III	5. ST	6. ST
4.	Senin, 9-2-15	BAB I, II, III	7. ST	8.
5.	Selasa, 4-3-15	BAB I, II, III	9. ST	10. ST
6.	Selasa, 17-3-15	BAB I, II, III	11. ST	12. ST
7.	Rabu, 18-3-15	Revisi	13.	14.
8.			15.	
9.	Selasa, 12-5-15	BAB IV, V		
10.	Rabu, 20-5-15	BAB IV, V		
11.	Senin, 25-5-15	Revisi		
12.				
13.				
14.				
15.				

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawakan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Alamat : Jl. Kalimantan III/3 Kampus Tegalboto Kotak Pos 162
Telp./Fax (0331) 334988 Jember 68121

LEMBAR KONSULTASI PENYUSUNAN SKRIPSI

Nama : AYU DWI UTARI
NIM/Angkatan : 110210301058/2011
Jurusan/Program Studi : Pendidikan IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : "PENGEMBANGAN PRODUK USAHA KECIL
HANDICRAFT UNTUK MENINGKATKAN
LOYALITAS KONSUMEN (Studi Kasus pada *IMDA*
Handicraft di Desa Tutul Kecamatan Balung
Kabupaten Jember)"
Pembimbing II : Drs. Umar HMS, M.Si

KEGIATAN KONSULTASI

NO	Hari/Tanggal	Materi Konsultasi	TT. Pembimbing II	
1.	Kamis, 10-12-14	Judul	1.	2.
2.	Kamis, 22-1-15	BAB 1, II, III	3.	4.
3.	Senin, 2-2-15	BAB 1, II, III	5.	6.
4.	Senin, 16-2-15	BAB 1, II, III	7.	8.
5.	Senin, 23-2-15	BAB 1, II, III	9.	10.
6.	Senin, 9-3-15	BAB 1, II, III	11.	12.
7.	Rabu, 18-3-15	all seminar	13.	14.
8.			15.	
9.	Senin, 18-05-15	BAB IV, V		
10.	Jumat, 22-5-15	BAB IV, V		
11.	Selasa, 26-5-15			
12.		all ujian		
13.				
14.				
15.				

Catatan:

1. Lembar ini harus dibawadan diisi setiap melakukan konsultasi.
2. Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi.