



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA *HANDICRAFT* CITRA
MANDIRI DI DESA TUTUL KECAMATAN BALUNG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh:

Sylvia Nailuvarly

150210301067

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

2019



**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA *HANDICRAFT* CITRA
MANDIRI DI DESA TUTUL KECAMATAN BALUNG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan
Sosial (S1) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh:

Sylvia Nailuvary

150210301067

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

2019

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puja dan puji syukur Keridhoan Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang atas segala rahmat dan hidayah-Nya, shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati serta sebagai ucapan rasa terimakasih saya, maka skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda Mahmudi Hs dan Ibunda Almarhummah Sulasih, kasih sayang dan perhatian yang diberikan kepada saya, kerja keras serta pengorbanan yang begitu sangat besar, arahan, motivasi, dukungan, dan do'a yang tiada henti demi keberhasilan dan kesuksesan saya;
2. Adikku Nida Dusturia dan Regita Euro Rozana yang tiada henti memberikan semangat serta do'a selama ini;
3. Bapak/Ibu guru di tingkat TK, SD, SMP, dan SMA, serta Ibu/Bapak Dosen 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

“Sebaik-baik manusia adalah yang bermanfaat bagi manusia yang lain.”

(HR. Thabrani)

“Di dalam kehati-hatian itu ada keselamatan, dan di dalam ketergesa-gesaan itu terdapat penyesalan”

(Mahfuzhot)

“Kenyataan hari ini adalah mimpi kemarin, dan mimpi hari ini adalah kenyataan esok hari.”

(Hasan Al Banna)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sylvia Nailuvary

NIM : 150210301067

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA *HANDICRAFT* CITRA MANDIRI DI DESA TUTUL KECAMATAN BALUNG KABUPATEN JEMBER” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum diajukan pada institusi 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, 14 Mei 2019

Yang menyatakan,

Sylvia Nailuvary
NIM. 150210301067

PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA *HANDICRAFT* CITRA
MANDIRI DI DESA TUTUL KECAMATAN BALUNG
KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan
Sosial (S1) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh:

Nama Mahasiswa : Sylvia Nailuvary
NIM : 150210301067
Jurusan : Pendidikan IPS
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Angkatan Tahun : 2015
Daerah Asal : Jember
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 31 Juli 1997

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd
NIP. 19800827200604 2 001

Dr. Sukidin, M.Pd
NIP. 19660323199301 1 001

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Pengembangan Produk pada *Handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember” telah diuji dan disahkan pada:

Hari, tanggal : Jumat, 24 Mei 2019

Tempat : Gedung 1 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd.
NIP. 19800827200604 2 001

Anggota I

Dr. Sukidin, M.Pd
NIP. 19660323199301 1 001

Anggota II

Dr. Pudjo Suharso, M.Si
NIP. 19591116198601 1 001

Drs. Joko Widodo, M.M
NIP. 19600217198603 1 003

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu pendidikan

Universitas Jember

Prof. Drs. Dafik, M.Sc, Ph.D
NIP. 19680802 199301 1 004

RINGKASAN

“STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA *HANDICRAFT* CITRA MANDIRI DI DESA TUTUL KECAMATAN BALUNG KABUPATEN JEMBER; Sylvia Nailuvary, 150210301067; 2019: 65 halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Melambatnya pertumbuhan ekonomi nasional menuntut upaya keras dan cerdas untuk mencari sumber-sumber pertumbuhan ekonomi lain yang dimiliki Indonesia. Potensi kekayaan lokal yang dimiliki Bangsa Indonesia dapat menjadi faktor untuk memajukan ekonomi kreatif di Indonesia. Oleh karena itu hampir semua pejabat pemerintah membicarakan keberdayaan dan peran UKM. Hal tersebut menyebabkan usaha kecil menengah merupakan lapangan pekerjaan yang dapat dimasuki oleh lapisan masyarakat ekonomi manapun. Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari perusahaan mampu menciptakan produk yang dihasilkan. Menciptakan produk perlu adanya strategi produk. Strategi produk yang tepat akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya. Salah satu usaha kecil yang memiliki keunggulan dalam hal produk yang dimilikinya yakni *handicraft* Citra Mandiri. Jadi dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai strategi pengembangan produk pada *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan untuk mengakses data digunakan *deskriptif kualitatif*. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive area*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumen. Sedangkan metode analisis data dalam penelitian kualitatif ini yakni pertama reduksi data yang dilakukan dengan cara merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, lalu dicari tema dan polanya. Kedua penyajian data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*

dan sejenisnya. Ketiga penarikan kesimpulan adalah kesimpulan yang merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *handicraft* Citra Mandiri merupakan usaha kerajinan tangan yang melakukan pengembangan produknya. Melakukan strategi pengembangan produk bertujuan untuk meningkatkan produk penjualan. Usaha *handicraft* Citra Mandiri melakukan pengembangan produk dengan dua hal yakni secara diversifikasi produk dan melakukan strategi produk baru. Diversifikasi produk merupakan suatu strategi bagi *handicraft* Citra Mandiri untuk menambah jenis produk yang dimiliki. Strategi produk baru yaitu *handicraft* Citra Mandiri melakukan produk baru yang diluncurkan untuk mengantisipasi kejenuhan pelanggan akan produk yang sudah ada. *Handicraft* ini dalam melakukan produk barunya tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan tetapi berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut lain yang melekat pada produk tersebut.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk pada *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Drs. Dafik, M.Sc., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas jember;
2. Dr. Sumardi, M.Hum, selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Wiwin Hartanto, S.Pd., M.Pd, selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember
4. Hety Mustika Ani, S.Pd., M.Pd selaku Dosen Pembimbing I, Dr. Sukidin, M.Pd selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesainya penyusunan skripsi ini;
5. Dr. Pudjo Suharso, M.Si selaku Dosen Penguji I dan Drs. Joko Widodo, M.M selaku Dosen Penguji II yang telah berkenan memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini;
6. Seluruh Dosen FKIP Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah banyak membimbing serta memberikan ilmu kepada saya sampai saya dapat menyelesaikan studi ini;
7. Ibu Umi Hanik dan Bapak Sukliono Edi Saputro sebagai Pemilik *Handicraft* Citra Mandiri yang berperan dalam terselesainya studi ini;

8. Seluruh karyawan dan pembeli di *handicraft* Citra Mandiri yang turut membantu dalam pengumpulan data ini;
9. Orang tuaku, Ayahanda Mahmudi, Hs dan Ibunda Almarhummah Sulasih, dan kedua adik kandungku Nida Dusturia dan Regita Euro Rozana yang selalu memberikan motivasi dan semangat untuk menuntut ilmu di Universitas Jember
10. Teman-teman terbaikku Endah, Sofi, Dewi Suko, Bagus, Anjar, Ovi, Ufa, Andi, Veni, Beni, Riski, Desi, Ahmad, Fatim, Faradila, Yesi, terima kasih atas kebersamaan yang indah selama ini;
11. Seluruh teman-temanku di HMP PE Libra 2016 yang telah memberikan warna dalam masa studiku disini;
12. Teman-temanku di Pramuka Universitas Jember yang pernah hadir dalam perjalanan studiku;
13. Seluruh teman-teman Swayanaka Jember yang telah memberikan kenangan indah dalam masa studiku;
14. Semua teman-teman Pendidikan Ekonomi terutama angkatan 2015 yang senasib dan seperjuangan;
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis juga menerima kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jember, Mei 2019

Penulis

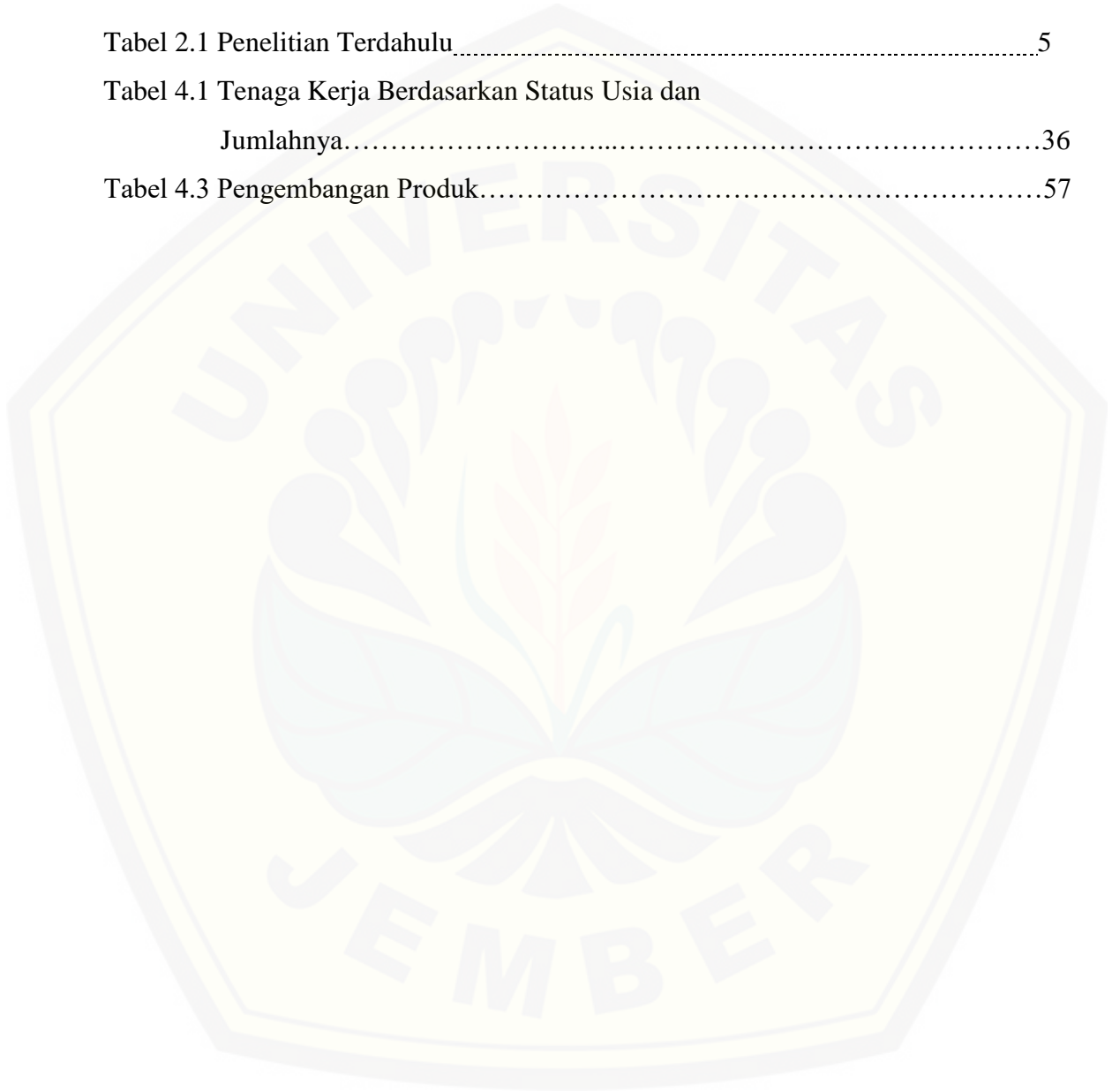
DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 4 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA..... | 6 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 6 |
| 2.2 Landasan Teori | 12 |
| 2.2.1 Teori Pengembangan Produk | 12 |
| 2.2.2 Diversifikasi Produk..... | 15 |
| 2.2.3 Strategi Produk Baru..... | 16 |
| 2.2.4 Product Life Cycle | 19 |
| 2.2.5 Teori Usaha Kecil Handicraft..... | 20 |
| 2.3 Kerangka Berpikir..... | 25 |
| BAB III. METODE PENELITIAN | 26 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 26 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 26 |
| 3.3 Subyek dan Informan penelitian..... | 27 |
| 3.4 Definisi Operasional Konsep | 27 |
| 3.5 Jenis dan Sumber data | 28 |
| 3.6 Metode Pengumpulan Data..... | 29 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 3.7 | Metode Analisis Data | 30 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | | 34 |
| 4.1 | Gambaran Umum..... | 34 |
| 4.1.1 | Sejarah dan Profil Industri <i>Handicraft</i> Citra Mandiri | 34 |
| 4.1.2 | Alokasi Waktu Kerja | 36 |
| 4.1.3 | Tenaga Kerja..... | 38 |
| 4.1.4 | Gambaran Subjek dan Informan Penelitian..... | 40 |
| 4.1.5 | Produk Industri <i>Handicraft</i> Citra Mandiri | 40 |
| 4.1.6 | Struktur Organisasi Industri <i>Handicraft</i> Citra Mandiri | 41 |
| 4.1.7 | Peralatan dalam Proses Produksi <i>Handicraft</i> Citra Mandiri | 43 |
| 4.1.8 | Ruang Lingkup Kegiatan Industri <i>Handicraft</i> Citra Mandiri | 44 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 44 |
| 4.2.1 | Pengembangan Produk..... | 44 |
| 4.2.2 | Diversifikasi Produk..... | 51 |
| 4.2.3 | Strategi Produk Baru | 53 |
| 4.2.4 | Pengembangan Kualitas Produk pada <i>handicraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember | 57 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 58 |
| BAB V. PENUTUP..... | | 63 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 63 |
| 5.2 | Saran | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 65 |
| Lampiran 1. | | 69 |

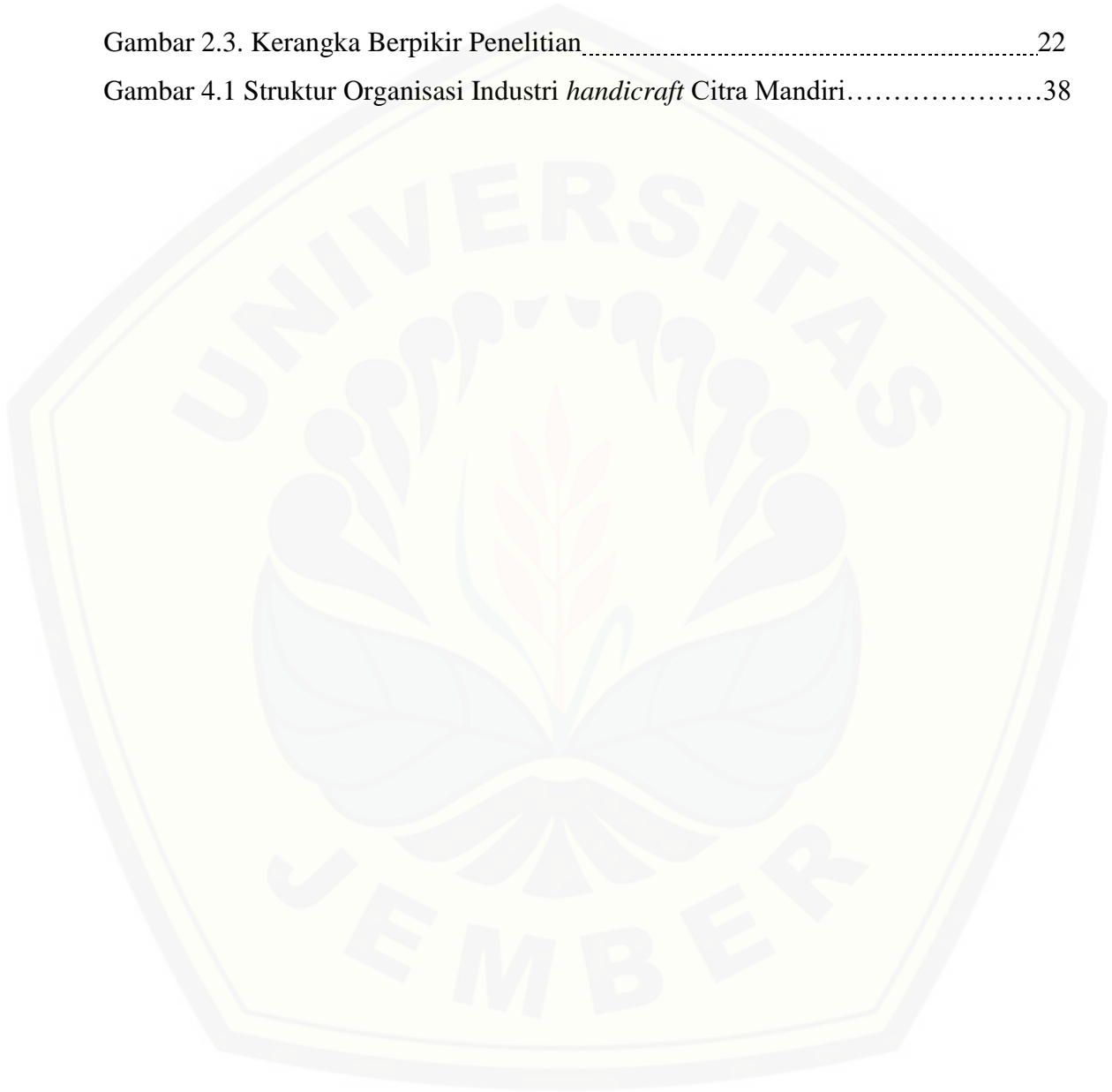
DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 5 |
| Tabel 4.1 Tenaga Kerja Berdasarkan Status Usia dan Jumlahnya..... | 36 |
| Tabel 4.3 Pengembangan Produk..... | 57 |



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3. Kerangka Berpikir Penelitian22
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Industri *handicraft* Citra Mandiri.....38



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Matriks Penelitian..... | 33 |
| Lampiran 2 Pedoman Penelitian..... | 34 |
| Lampiran 3 Pedoman Wawancara..... | 35 |
| Lampiran 4 Transkrip Wawancara..... | 70 |
| Lampiran 5 Foto Kegiatan..... | 88 |
| Lampiran 6 Surat Izin Penelitian..... | 93 |
| Lampiran 7 Lembar Bimbingan Skripsi..... | 96 |
| Lampiran 8 Biodata Penelitian..... | 98 |

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang memiliki kekayaan lokal yang sangat banyak sebagai bangsa. Hal ini dapat terlihat dari kekayaan keanekaragaman hayati serta seni dan budaya. Potensi kekayaan lokal yang dimiliki oleh Bangsa Indonesia dapat menjadi faktor untuk memajukan ekonomi kreatif di Indonesia. Ekonomi kreatif mengandalkan sumber daya insani sebagai modal utama, terutama proses penciptaan, kreativitas, dan talenta individual. Ekonomi kreatif semakin mendapat perhatian utama di banyak Negara karena dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian. Melambatnya pertumbuhan ekonomi nasional tentu menuntut upaya keras dan cerdas untuk mencari sumber-sumber pertumbuhan ekonomi lain yang dimiliki Indonesia. Menurut Firdausy (2018:2) Apalagi pada tahun 2019, pemerintah menargetkan pencapaian pertumbuhan ekonomi sebesar 7 persen. Bahkan diharapkan Indonesia dapat menjadi salah satu Negara dengan berpendapatan *high middle income country*.

Menurut Praptiwi dan Senda (2010) UKM merupakan salah satu sektor yang hanya sedikit terkena dampak krisis global. Terbukti bahwa UKM dapat meningkatkan kekompitan pasar dan stabilitas sistem ekonomi di Indonesia. Oleh karena itu, hampir semua pejabat pemerintah membicarakan keberdayaan dan peran UKM. Pada hakekatnya UKM merupakan sektor informal yang sangat disenangi masyarakat sebagai langkah transformasi dari sektor pertanian kearah nonpertanian guna meningkatkan dan memenuhi kebutuhan keluarga. Hal tersebut menyebabkan usaha kecil menengah merupakan lapangan pekerjaan yang dapat dimasuki oleh lapisan masyarakat ekonomi lemah dan pendidikan rendah. Keberhasilan suatu usaha baik usaha dalam skala kecil maupun besar dapat dilihat dari bagaimana perusahaan mampu menciptakan produk yang dihasilkan. Sehingga terlihat produk tersebut memiliki kualitas yang unggul atau tidak.

Keberhasilan suatu usaha dapat dilihat dari perusahaan mampu menciptakan produk yang dihasilkan. Menciptakan produk perlu adanya strategi produk, agar produk yang dipasarkan atau dijual sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Strategi produk yang tepat akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya. Hal ini disebabkan karena strategi produk yang tepat akan menciptakan kondisi bahwa produk yang dipasarkannya itu akan dapat menjual dirinya sendiri. Produk yang semacam itu akan banyak dicari orang atau konsumen atau pengusaha tidak perlu bersusah payah memasarkannya. Oleh karena itu, maka strategi produk haruslah dilaksanakan dengan seoptimal mungkin sesuai dengan sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Menurut Gitosudarmo (2000:175) strategi produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkannya. Strategi produk sebenarnya tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan akan tetapi berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut lain yang melekat pada produk tersebut. Dunia bisnis semakin penuh persaingan maka perencanaan strategi produk menduduki posisi yang sangat menentukan terhadap keunggulan persaingan (*competitive advantage*) yang dimiliki oleh perusahaan.

Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi penjualan dan pengiriman produk ke konsumen. Terkait pengembangan produk, tingkat yang paling penting dan krusial yang harus menjadi perhatian tim pengembangan produk meliputi formulasi dan masalah, mencari alternatif solusi, melakukan analisis terhadap alternatif solusi dan analisis mendalam dari alternatif yang ada. Menurut Tandjung (2003:77) Pengembangan produk baru adalah satu cara agar konsumen tidak merasa bosan dan mau terus-menerus membeli produk yang ada. Sehingga produk yang dimiliki dapat menjadi keunggulan persaingan.

Handicraft Citra Mandiri sudah berdiri selama 14 tahun. Penggagas utamanya adalah Sukliono Edi Saputra dan Umi Hanik, yang dulunya sebagai karyawan

pembuat tasbih. kemudian memiliki inovasi baru untuk membuat produk sendiri. Terkait pengembangan produknya, pemilik *handicraft* Citra Mandiri dalam membuat produknya menggunakan inovasi sendiri tanpa melihat trend pasar, tapi untuk penggunaan bahan bakunya tetap mengikuti trend dipasaran. Produk kerajinan yang dihasilkan bermacam-macam mulai dari gelang, tasbih, kalung dan tongkat. Umi Hanik dalam mengelola usahanya dibantu dengan para pekerja lainnya, beliau memiliki pekerja sebanyak 30 orang lebih, namun dalam pemrosesan produk olahannya yakni Zainul (ponakan dari umi hanik). Produk kerajinan yang beliau ukir sudah sampai ditangan masyarakat lokal maupun Internasional, diantaranya Malaysia, Taiwan, Korea, dan India. Selama ini, untuk proses penjualannya melalui online dan offline. Proses penjualan online lebih dikerjakan oleh suami dari Umi hanik yakni bapak Sukliono.

Produk yang diproduksi Umi Hanik untuk bahan baku kayunya dalam pengambilannya berasal dari Kalimantan, Situbondo, Banyuwangi dan Papua. Terkait pemroduksianya masih menggunakan teknologi semi moderen yakni dynamo, kemudian untuk proses selanjutnya masih manual. Untuk harga yang ditawarkan dari produk *handicraft* Citra Mandiri yakni berkisar Rp. 30.000 sampai Rp. 500.000 per kodi, tergantung bahan yang dipakai, tingkat kesulitan, dan proses pembentukannya. Konsumen dalam membeli produk *handicraft* ini, tidak terus menerus membelinya karena masalahnya barang ini bukan barang primer, persaingan di pasaran juga semakin banyak sehingga diwaktu waktu tertentu saja mereka membeli produk *handicraft* Citra Mandiri. *Handicraft* Citra Mandiri terkait menangani produksinya sering mengalami *fluktuasi* dalam perjalanan bisnisnya. Memang perkembangan yang pesat, jenis produksi yang sama dan tuntutan memenuhi kebutuhan yang semakin sulit membuat pengrajin harus berusaha mempertahankan eksistensinya yang nantinya produk yang dihasilkan memiliki nilai lebih, hingga akhirnya banyak yang berminat untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Strategi**

Pengembangan Produk Pada *Handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “ Bagaimana Strategi Pengembangan Produk Pada *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember?”

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan strategi pengembangan produk pada *handicraft* Citra Mandiri di desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Peneliti dapat memperoleh pengalaman, wawasan, dalam mengaplikasikan teori yang telah diperoleh dan sebagai wahana untuk memperoleh pengetahuan baru dalam bidang penelitian dan penulisan karya ilmiah terutama dalam hal pengembangan produk usaha *handicraft*.

b. Bagi Peruruan Tinggi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan akademik serta dapat digunakan referensi untuk penelitian yang akan datang bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis.

c. Bagi Peneliti lain

Penelitian ini harapanya dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi pembaca atau peneliti yang selanjutnya mengadakan penelitian terkait pengembangan usaha produk *handicraft*.



BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas mengenai kajian teori yang menjadi tinjauan pustaka penelitian sebagai dasar pandangan teori penelitian. Secara sistematis teori-teori tersebut meliputi: teori pengembangan produk, diversifikasi produk, strategi produk baru, teori usaha kecil *handicraft*, dan kerangka berpikir.

2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

| No | Nama | Judul | Hasil |
|----|---|---|---|
| 1 | Hendra Yufit R, Bambang Herry P, Alwan Abdurrahman, dan Trismayanti Dwi P (Jurnal Cakrawala Inovasi Daerah di Vol. 11 No. 1 (2017) Hal: 111-127 | Strategi Pengembangan Produk Unggulan Lintas Wilayah untuk Mendukung Sistem Inovasi Daerah di Kabupaten Magetan, Ponorogo dan Pacitan | Hasil dari penelitian ini yaitu Upaya pengembangan produk kerajinan bambu memerlukan kebijakan yang integratif mulai dari penyediaan bahan baku bambu, proses produksi, dan pemasarannya agar dapat menumbuhkan agribisnis berbasis bambu yang kuat dan berdaya saing. Sehingga diperlukan upaya peningkatan nilai tambah kerajinan bambu dapat dilakukan dengan mengembangkan aneka produk hiasan, seperti tempat lampu dan cinderamata. Prospek produk ini sangat potensial |

| | | | |
|---|---|---|--|
| | | | karena sangat diminati oleh pengusaha cafe, restaurant, dan hotel/villa. |
| 2 | Galuh Puspita Sari, Nunik Purwaningsih, Yonata Buyung Mahendra (Publikasi Ilmiah IENACO (2018) Hal: 671-678 ISSN : 2337- 4349 | Pengembangan Aplikasi Tatah Sungging Kulit Perkamen pada Produk Fungsional yang Bernilai Seni | Hasil dari penelitian ini adalah potensi yang dimiliki oleh kerajinan tatah sungging perlu dilakukan diversifikasi produk untuk melengkapi jenis produk dan memperluas aplikasi tatah sungging. Produk lain yang dihasilkan oleh tatah sungging antara lain kap lampu, hiasan dinding, dan gantungan kunci yang pada umumnya dijadikan cinderamata |
| 3 | Ade Nurul Ulya dan Okta Karneli (Jurnal JOM FISIP Vol. 5 No. 2 (2018) Hal: 1-14) | Pengaruh Diversifikasi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Rabbani Cabang Pekanbaru | Hasil penelitian adalah dalam diversifikasi produk, perusahaan berusaha untuk menaikkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru dan pasar-pasar baru. Hal inilah toko Rabbani cabang Pekanbaru melakukan diversifikasi produk yang tidak hanya menjual kerudung, namun juga telah dikembangkan mulai dari busana muslim diantaranya |

| | | | | |
|---|---|--------------------------|--|---|
| | | | | dresslime, kemko, tunik, kastun serta perlengkapan lain seperti ciput atau inner kerudung serta aksesoris. |
| 4 | Nur Usdyana, Ahmad, Muhammad (Jurnal dedikasi masyarakat Vol. 1 No. 2 (2018) Hal: 59-68) ISSN Cetak : 2598-7984 and ISSN Online : 2598-8018 | Fitriani Ilham dan Yusuf | Diversifikasi Jamur Tiram Sebagai Pangan Lokal pada Kelompok Wanita Tani di Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang | Hasil dari penelitian ini yakni dalam pengembangan produk pangan dari jamur tiram yang menjadi komoditas daerah ini, kemudian dikembangkan menjadi pengolahan keripik dan nugget jamur tiram. Sehingga dilakukan diversifikasi produk dalam rangka meningkatkan nilai tambah (<i>Value added</i>) produk keripik dan dodol salak. |
| 5 | Elda Nurnasari dan Subiyakto (Jurnal Perspektif No.1 (2018) Hal: 40-51 ISSN 1412-8004 | | Diversifikasi Produk Tembakau Non Rokok (<i>Diversification of non-cigarette tobacco products</i>) | Hasil dari penelitian yaitu tembakau merupakan bahan baku utama rokok, namun tembakau juga dapat dimanfaatkan untuk produk lain, menjadi bahan kimia dasar antara lain sebagai bahan baku pestisida, produk kosmetik dan industri farmasi, tidak hanya itu dapat juga digunakan untuk pestisida nabati, identifikasi minyak |

| | | | |
|---|------------------------------------|---|---|
| | | | atsiri dan pemanfaatannya untuk campuran parfum (<i>tabac perfume</i>) dan debu tembakau untuk pupuk kompos. |
| 6 | Sri Yuliani dan Sari Intan Kailaku | Pengembangan Produk Jahe Kering dalam Berbagai Jenis Industri | Hasil penelitian ini adalah mengkaji pengembangan produk jahe kering dalam berbagai bentuk produk maupun produk jadi sangat menguntungkan. Produk olahan jahe telah banyak beredar dipasaran untuk produk diantaranya adalah jahe kering (<i>simplisia</i>), bubuk, minyak jahe, oleoresin jahe, dan mikrokapsul oleoresin jahe, lalu untuk produk jadi diantaranya bumbu masak instan, pikel atau asinan jahe, anggur, sirup, permen jahe, wedang dan serbat jahe. |

Hendra Yufit R, Bambang Herry P, Alwan Abdurrahman, dan Trismayanti Dwi P (2017) dengan judul Strategi Pengembangan Produk Unggulan Lintas Wilayah Untuk Mendukung Sistem Inovasi Daerah Di Kabupaten Magetan, Ponorogo dan Pacitan. Hasil dari penelitian tersebut yaitu, mengingat karakteristik dan sistem penunjang dari beberapa produk unggulan yang terdapat di ketiga wilayah tersebut

banyak mempunyai kesamaan dan interaksi fungsionalnya melibatkan pelaku dari lintas wilayah, maka diperlukan kebijakan pengembangan yang bersifat lintas wilayah. Strategi yang dihasilkan dapat menunjang pengembangan sistem inovasi daerah (SIDa). Upaya pengembangan produk kerajinan bambu memerlukan kebijakan yang integratif mulai dari penyediaan bahan baku bambu, proses produksi, dan pemasarannya agar dapat menumbuhkan agribisnis berbasis bambu yang kuat dan berdaya saing. Terkait pengembangan produk unggulan belum optimal dikarenakan secara umum masih bersifat tradisional dan mempunyai banyak kendala, antara lain keterbatasan modal dan jangkauan pemasaran, rendahnya efisiensi produksi, SDM pengrajin yang masih rendah dan mutu produk yang dihasilkan serta belum adanya kelembagaan usaha. Diversifikasi produk unggulan yang dihasilkan masih dapat dikembangkan karena selain didukung oleh suplai bahan baku yang sangat besar, permintaan pasar dan nilai tambahnya juga cukup tinggi. Upaya peningkatan nilai tambah kerajinan bambu dapat dilakukan dengan mengembangkan aneka produk hiasan, seperti tempat lampu dan cinderamata. Prospek produk ini sangat potensial karena sangat diminati oleh pengusaha cafe, restaurant, dan hotel/villa.

Galuh Puspita Sari, Nunik Purwaningsih, Yonata Buyung Mahendra (2018) dengan judul Pengembangan aplikasi tatah sungging kulit perkamen pada produk fungsional yang bernilai seni. Hasil penelitiannya yakni potensi yang dimiliki oleh kerajinan tatah sungging tersebut belum tergali secara optimal. Perlu dilakukan diversifikasi produk untuk melengkapi jenis produk dan memperluas aplikasi tatah sungging. Pemetaan peluang untuk pengembangan produk kulit masih sangat terbuka dikategori *leather goods* dengan mengkombinasikan material seperti kulit pull up, kulit samak krom, dan kulit samak nabati. Elemen utama dari wayang kulit yaitu karakter wayang merupakan hasil utama dari kerajinan tatah sungging pada kulit perkamen. Produk lain yang dihasilkan oleh tatah sungging antara lain kap lampu, hiasan dinding, dan gantungan kunci yang pada umumnya dijadikan cinderamata.

Ade Nurul Ulya dan Okta Karneli (2018) dengan judul Pengaruh Diversifikasi Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Rabbani Cabang

Pekanbaru. Hasil penelitian tersebut adalah dalam diversifikasi produk, perusahaan berusaha untuk menaikkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru dan pasar-pasar baru. Hal inilah toko Rabbani cabang Pekanbaru melakukan diversifikasi produk yang tidak hanya menjual kerudung, namun juga telah dikembangkan mulai dari busana muslim diantaranya dresslime, kemko, tunik, kastun serta perlengkapan lain seperti ciput atau inner kerudung serta aksesoris. Dengan diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Nur Fitriani Usdyana, Ilham Ahmad, dan Muhammad Yusuf (2018) dengan judul Diversifikasi Jamur Tiram Sebagai Pangan Lokal Pada Kelompok Wanita Tani di Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang. Hasil penelitian ini adalah dalam pengembangan produk pangan dari jamur tiram yang menjadi komoditas daerah ini, kemudian dikembangkan menjadi pengolahan keripik dan nugget jamur tiram. Dengan memproduksi tersebut dapat meningkatkan ekonomi secara mandiri, namun dari segi kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan masih sangat rendah. Sehingga dilakukan diversifikasi produk dalam rangka meningkatkan nilai tambah (*Value added*) produk keripik dan dodol salak, dalam memproduksi telah terjadi alih teknologi proses produksi utamanya proses pengemasan dan pemasaran.

Elda Nurnasari dan Subiyakto (2018) dengan judul Diversifikasi Produk Tembakau Non Rokok (*Diversification of non-cigarette tobacco products*). Hasil penelitian tersebut yaitu tembakau merupakan bahan baku utama rokok, namun tembakau juga dapat dimanfaatkan untuk produk lain, dalam rangka mendukung kebijakan pemerintah sebagai pengembangan diversifikasi produk seperti halnya yang telah dilakukan seperti daun tembakau dapat dimanfaatkan menjadi bahan kimia dasar antara lain sebagai bahan baku pestisida, produk kosmetik dan industri farmasi, tidak hanya itu dapat juga digunakan untuk pestisida nabati, identifikasi minyak atsiri dan pemanfaatannya untuk campuran parfum (*tabac perfume*) dan debu tembakau untuk pupuk kompos.

Sri Yuliani dan Sari Intan Kailaku (2009) dengan judul Pengembangan Produk Jahe Kering Dalam Berbagai Jenis Industri. Hasil dari penelitian ini adalah mengkaji

berbagai usaha pengembangan produk jahe kering sebagai usaha pemanfaatan jahe untuk bahan baku industry. Pengembangan produk jahe kering dalam berbagai bentuk produk maupun produk jadi sangat menguntungkan. Hal ini disebabkan karena permintaan pasar yang cukup tinggi baik didalam maupun diluar negeri. Produk olahan jahe telah banyak beredar dipasaran untuk produk diantaranya adalah jahe kering (simplisia), bubuk, minyak jahe, oleoresin jahe, dan mikrokapsul oleoresin jahe, lalu untuk produk jadi diantaranya bumbu masak instan, pikel atau asinan jahe, anggur, sirup, permen jahe, wedang dan serbat jahe.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Pengembangan Produk

Pengembangan produk dapat dilakukan perusahaan dengan menciptakan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Selain itu pengembangan produk bertujuan untuk mengantisipasi kejenuhan akan suatu produk tertentu. Pengembangan produk (*product development*) melibatkan modifikasi substansial terhadap produk yang ada saat ini atau penciptaan produk yang baru, namun masih terkait yang dapat dipasarkan pada pelanggan saat ini melalui saluran distribusi yang sudah ada. Menurut Cooper (dalam Tjiptono dkk 2008:395) mayoritas program pengembangan produk baru gagal mencapai pasar sasaran dan dari produk baru yang benar-benar dapat mencapai pasar, sekitar 35% di antaranya mengalami kegagalan. Oleh sebab itu, setiap perusahaan membutuhkan proses dan alat analisis yang cermat dan handal dalam rangka pengembangan produk baru. Strategi pengembangan produk didasarkan pada penetrasi di pasar yang ada dengan memasukkan modifikasi produk ke lini produk yang sudah ada atau dengan mengembangkan produk baru yang memiliki hubungan yang jelas dengan lini produk saat ini.

Proses pengembangan produk baru biasanya sangat penting bagi keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Untuk memberikan arah bagi keputusan pengembangan

produk. Pengembangan produk adalah salah satu cara agar konsumen tidak merasa bosan dan mau terus-menerus membeli produk yang sudah ada (Widjaja, 2004:76). Untuk itu pemasar perlu mengetahui kunci-kunci sukses pengembangan produk baru seperti: *Relative advantage* yaitu pengembangan produk baru harus lebih dibanding dengan yang sudah ada; *Complexity* yaitu produk yang dikembangkan tidak terlalu kompleks; *Triability* yaitu produk baru harus di uji coba terlebih dahulu sebelum dipasarkan; *Observability* yaitu pengembangan produk baru harus selalu di awasi agar apabila terjadi kekurangan agar segera diperbaiki.

Program pengembangan produk dapat dirancang untuk melaksanakan rencana pemasaran perusahaan atau untuk melaksanakan strategi pemasaran bagi produk atau lini produk tertentu. Dengan adanya kompetisi yang amat kuat dalam sebagian besar pasar saat ini, perusahaan yang gagal mengembangkan produk baru akan menghadapi dirinya pada resiko tinggi. Untuk memberikan arah bagi keputusan pengembangan produk, sasaran dari usaha pengembangan produk harus ditetapkan dengan jelas. Program pengembangan produk dapat dirancang untuk melaksanakan rencana pemasaran perusahaan atau untuk melaksanakan strategi pemasaran bagi produk atau lini produk tertentu. Menurut Guiltinan dkk (1990:189) ada empat jenis pokok dari program pengembangan produk yang masing-masing dirancang untuk memenuhi sasaran-sasaran yang spesifik. Jenis-jenis program ini adalah program modifikasi lini produk, program perluasan lini produk, program produk komplementer dan program diversifikasi.

Produk yang ada tidak tahan terhadap kebutuhan dan selera konsumen yang terus berubah, teknologi baru, siklus hidup produk yang lebih singkat, dan kompetisi dalam dan luar negeri yang semakin meningkat, namun beberapa elemen umum mencirikan produk yang berhasil. Pengembangan produk baru yang berhasil mengharuskan perusahaan untuk membangun organisasi yang efektif untuk mengelola proses pengembangan produk baru. Perusahaan juga harus mengaplikasikan alat-alat analisis dan konsep-konsep yang terbaik dalam setiap langkah dari proses pengembangan produk baru. Menurut Tjiptono dkk (2008:396)

Secara garis besar pengembangan produk baru bisa menghasilkan beberapa macam tipe produk baru yaitu: a) produk baru bagi dunia (*new-to-the world products*), yaitu produk-produk yang menciptakan pasar yang sama sekali baru dan membentuk siklus hidup produk yang baru. Diperkirakan bahwa tipe ini mencakup sekitar 10% dari total introduksi produk baru. b) Lini produk baru (*new product line*), yaitu produk-produk baru bagi perusahaan, namun diluncurkan bagi pasar yang sudah ada. c) Perluasan lini (*line extension*), yaitu produk baru yang memungkinkan perusahaan memperluas pasar yang dilayani dengan menawarkan manfaat yang berbeda. d) Penyempurnaan produk yang telah ada (*improvements to existing products*), yaitu produk-produk yang biasanya dirancang untuk menggantikan penawaran produk yang sudah ada. e) *Repositioning*, yaitu pengembangan teknis yang memungkinkan suatu produk menawarkan aplikasi baru dan melayani kebutuhan yang baru. *Repositioning* diperkirakan berkontribusi pada sekitar 7% dari total introduksi produk baru. f) Pengurangan biaya (*cost reductions*), yaitu versi dari produk yang ada yang dapat memberikan kinerja setara pada tingkat harga yang lebih murah. Meskipun tidak tergolong benar-benar ‘baru’ berdasarkan perspektif pemasaran, namun tipe ini bisa berdampak pada proses produksi dan daya saing perusahaan. Keterkaitan dengan *handicraft* Citra Mandiri dalam menciptakan produknya, selalu memperbaiki atau memodifikasi produk-produk lamanya, agar dapat selalu memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen. Sehingga dari sinilah dapat disimpulkan bahwa *handicraft* Citra Mandiri menggunakan sistem pengembangan produk.

Menurut Tjiptono dkk (2008:410) bahwa sebagian besar perusahaan memiliki sistem dan proses formal untuk mengelola program pengembangan produk baru. Secara umum proses-proses tersebut memiliki kesamaan dalam hal 6 tahap pokok yang terdiri atas: (1) Pemunculan ide (*idea generation*); (2) penyaringan (*screening*), (3) Pengembangan produk; (4) pengujian produk/pasar; (5) analisis bisnis; dan (6) komersialisasi.

2.2.2 Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk sebagai suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan dengan melakukan pengembangan produk melalui penambahan jenis produk dengan tipe, model dan ukuran yang beragam dengan harapan meningkatkan laba secara maksimal. Menurut Tjiptono (2002:132) diversifikasi adalah upaya mencari dan mengembangkan produk atau pasar yang baru dalam rangka mengejar pertumbuhan dan peningkatan penjualan. Perusahaan melakukan pengembangan terhadap usahanya, agar usahanya tetap berjalan atau terus maju sehingga tidak mengalami kemunduran. Terkait diversifikasi produk, perusahaan berusaha untuk menaikkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru untuk pasar-pasar yang baru, sehingga terdapat bermacam-macam produk yang diproduksi perusahaan. Menurut Tjiptono (2002:132) diversifikasi dapat dilakukan melalui tiga cara antara lain, sebagai berikut:

a) Diversifikasi konsentris

Diversifikasi konsentris adalah dimana produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada. Ada dua cara yang dapat ditempuh untuk melakukan diversifikasi konsentris, yaitu mendirikan perusahaan baru atau bisa pula melalui merger dan akuisisi. Merger merupakan penggabungan dua produk menjadi satu.

b) Diversifikasi horizontal

Diversifikasi horizontal adalah dimana perusahaan menambah produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang telah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.

c) Diversifikasi konglomerat

Diversifikasi konglomerat adalah dimana produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru, tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

Hal inilah dengan adanya diversifikasi produk, suatu perusahaan tidak akan bergantung pada satu jenis produknya saja, Tetapi perusahaan juga dapat mengandalkan jenis produk lainnya (produk diversifikasi). Tujuan diversifikasi produk menurut Tjiptono (2002:132) menyatakan bahwa diversifikasi produk dikembangkan dengan berbagai tujuan, diantaranya: Meningkatkan pertumbuhan produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam *Product Life Cycle* (PLC); Menjaga stabilitas, dengan jalan menyebarkan resiko fluktuasi laba dan Meningkatkan kredibilitas di pasar modal. Terkait diversifikasi produk, juga menyinggung dengan *handicraft* Citra Mandiri dimana produk yang dimiliki tidak hanya tasbih yang sering terkenal di Desa Tutul, namun juga membuat produk gelang, kalung dan tongkat, hal inilah berarti *handicraft* Citra Mandiri memakai diversifikasi produk.

2.2.3 Strategi Produk Baru

Strategi produk adalah suatu strategi yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang berkaitan dengan produk yang dipasarkannya (Gitosudarmo, 2000:175). Strategi produk sebenarnya tidak hanya berkaitan dengan produk yang dipasarkan akan tetapi berhubungan pula dengan hal-hal atau atribut lain yang melekat pada produk misalnya bungkus, merek, label, dsb. Produk *handicraft* Citra Mandiri juga memakai label dalam proses produksinya, agar lebih menarik dan menjadi berbeda dengan produk yang lain. Produk baru mempunyai andil yang besar terhadap pertumbuhan pada banyak perusahaan dan seringkali merupakan penyumbang utama bagi laba keseluruhan untuk bisnis tersebut. Pentingnya produk baru bagi pertumbuhan penjualan perusahaan akan sangat bervariasi di antara berbagai perusahaan dan industri. Produk baru jelas merupakan faktor yang sangat penting dalam pertumbuhan penjualan dan laba keseluruhan.

Menurut Tjiptono dkk (2008:439) produk baru bisa ditinjau dari dimensi kebaruan (*newness*) bagi perusahaan dan bagi pasar. Produk baru dapat merupakan

tambahan bagi lini produk perusahaan saat ini maupun tipe kepuasan baru. Bentuk produk yang dihasilkan bisa berupa produk orisinil, penyempurnaan/modifikasi produk, imitasi produk, maupun inovasi produk. Faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan perlunya penambahan produk baru adalah harus ada permintaan pasar yang jelas, produk harus sesuai dengan standar sosial dan lingkungannya, produk harus sesuai dengan struktur pemasaran yang sedang berjalan, gagasan produk hendaknya cocok dengan fasilitas produksi, tenaga kerja, dan kemampuan manajemen yang ada, produk harus layak secara finansial, artinya bisa memberikan laba yang memadai, harus tidak ada permasalahan hukum, manajemen perusahaan harus memiliki waktu dan kemampuan mengelola produk tersebut, dan Produk harus sesuai dengan standart mutu dan tujuan perusahaan.

Menurut Gitosudarmo (2000:112) agar strategi produk dapat lebih efektif dalam rangka mempengaruhi konsumen untuk tertarik dan membeli dan kemudian menjadi puas maka harus mempelajari beberapa hal tentang strategi yaitu: Konsep produk yang mana merupakan pandangan konsumen terhadap suatu produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Konsumen akan memiliki konsep atau pandangan tertentu terhadap suatu produk. Arti teknis atau fungsi teknis dari suatu produk merupakan pangkal tolak dari esensi suatu produk oleh karena itu maka fungsi teknis ini sering disebut sebagai “Produk Pangkal” atau “*Generic Product*”. Arti yang kedua ini sering dikenal sebagai aspek sosial budaya dari produk tersebut. Jadi suatu produk di samping memiliki sifat teknis juga akan selalu memiliki sifat atau aspek sosial budaya. Unsur yang kedua ini merupakan unsur yang berpangkal dari kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial. Unsur ini sering dikenal sebagai aspek kebutuhan manusia atau kebutuhan pangkal “*Generic Need*”. Kemudian Siklus Kehidupan Produk (*Product Life Cycle*) adapun tahap-tahap perkembangan hidup suatu produk yakni tahap pengenalan/*introduction*, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan/*maturity*, dan tahap penurunan/*decline*. Serta juga jenis-jenis produk yang mana memiliki penggolongan produk yang diantaranya barang konsumen atau barang konsumsi dan barang industrial.

Menurut Kotler (2009:283) produk baru bisa gagal karena banyak alasan yaitu mengabaikan atau menerjemahkan riset pasar, berlebihan dalam memperkirakan ukuran pasar, biaya pengembangan tinggi, rancangan yang buruk, *positioning* yang tidak benar, iklan yang tidak efektif, atau harga yang salah, dukungan distribusi tidak cukup, dan pesaing yang melawan sengit. Beberapa faktor tambahan yang menghalangi pengembangan produk baru adalah kelangkaan ide penting pada wilayah tertentu, Pasar yang terfragmentasi yang mana perusahaan harus mengarahkan produk baru pada segmen pasar yang lebih kecil, dan ini berarti penjualan dan laba lebih rendah untuk setiap produk, batasan sosial dan pemerintah, produk baru harus memuaskan keamanan konsumen dan ramah lingkungan, biaya pengembangan dimana perusahaan biasanya harus menghasilkan banyak ide untuk menemukan satu nilai kelayakan pengembangan dan sering menghadapi tingginya biaya R&D, manufaktur, dan pemasaran, lalu kelangkaan modal maksudnya beberapa perusahaan mempunyai ide bagus, tetapi tidak dapat mengumpulkan dana yang dibutuhkan untuk meneliti dan meluncurkannya, serta waktu pengembangan yang dibutuhkan lebih pendek hal ini Perusahaan harus mempelajari bagaimana cara memadatkan waktu pengembangan dengan menggunakan teknik baru, mitra strategis, uji konsep dini, dan perencanaan pemasaran yang bagus.

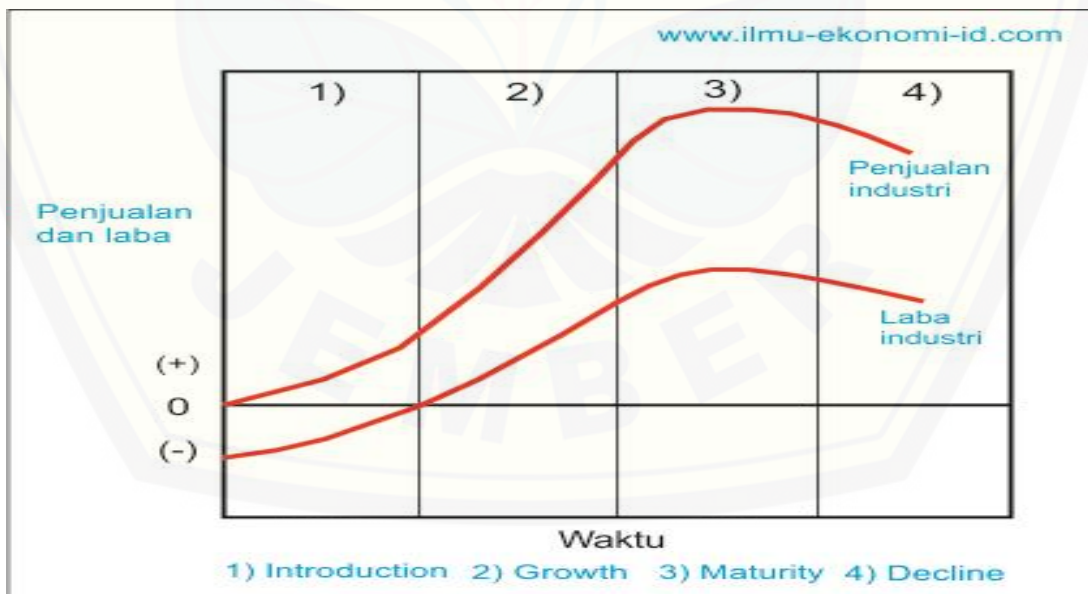
Kegagalan produk awal tidak selalu berarti akhir dari sebuah ide. Akan tetapi, kegagalan selalu datang, dan perusahaan yang benar-benar inovatif menerimanya sebagai bagian dari hal yang dibutuhkan untuk mencapai keberhasilan. tetapi kegagalan itu merupakan suatu keharusan. Menurut Dudung (2012:11) tujuan dari strategi produk adalah memastikan keunggulan kompetitif bagi produk bersangkutan. Strategi produk berhubungan dengan pemilihan, penjabaran, dan desain produk yang akan disampaikan kepada konsumen. Tentu saja keberhasilan pengembangan suatu produk sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor penting seperti kemampuan manajerial, keterampilan teknologi, sumber dana *financial* dan sumber daya manusia yang tersedia. Keberhasilan produk baru akan lebih baik jika direncanakan dan

diimplementasikan dengan baik. Perencanaan tersebut meliputi penelitian, pengembangan, rekayasa, manufaktur, dan pengenalan pasar.

2.2.4 Product Life Cycle

Teori *product life cycle* (PLC) adalah suatu grafik yang menggambarkan riwayat sebuah produk sejak produk tersebut diperkenalkan ke pasar sampai dengan produk tersebut ditarik dari pasar. Siklus hidup produk (PLC) merupakan konsep yang penting dalam pemasaran, hal ini karena PLC akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika bersaing suatu produk. Aplikasi konsep siklus hidup produk (PLC) tidaklah terbatas pada *product form life cycle* saja akan tetapi juga meliputi *product line life cycle*, *industry product life cycle*, *product category life cycle*, *individual product life cycle*, dan *brand life cycle*.

Tabel 2.2.4 Tahap Siklus Produk



Sumber : Ilmu Ekonomi ID

Pada setiap tahap tersebut terdapat masalah dan peluang yang berbeda-beda dalam hubungannya dengan strategi pemasaran dan potensi laba. Dengan mengenali dimana tahap suatu produk sedang berada, atau yang akan dituju oleh produk tersebut, pihak manajemen dapat dengan mudah merumuskan rencana serta strategi pemasaran yang tepat.

Siklus hidup produk (*Product Life Cycle*) juga memiliki beberapa karakteristik, yaitu sebagai berikut:

1. Tidak setiap produk melalui semua tahapan. Ada beberapa produk yang bahkan ada yang tidak pernah melewati tahap pengenalan dalam siklus hidup produk. Biasanya produk yang gagal memasuki semua tahapan ini ialah produk-produk yang berhubungan dengan mode (fad) dan teknologi.
2. Panjang suatu tahap siklus hidup produk (PLC) untuk tiap produk sangat bervariasi. Product category mempunyai PLC yang paling lama, lalu product form cenderung lebih mengikuti pola siklus hidup produk (PLC) standar (bentuk S), sementara merek mempunyai PLC yang paling pendek. Faktanya membuktikan tidak semua produk mempunyai PLC yang berbentuk S, seperti yang digambarkan di kebanyakan buku teks. Sementara itu, style life cycle memiliki daur hidup yang panjang, sedangkan fad life cycle cenderung hanya berlangsung singkat.
3. PLC bisa diperpanjang dengan repositioning dan inovasi. Ada banyak contoh perusahaan yang berhasil memperpanjang siklus hidup (PLC) produknya sehingga penjualannya tidak menurun tetapi malah terus naik.

2.2.5 Teori Usaha Kecil *Handicraft*

Beberapa pakar manajemen yang menulis tentang usaha kecil tidak memberikan batasan yang tegas. Undang-Undang RI No. 9 tahun 1995 tentang usaha

kecil menyebutkan bahwa usaha kecil masih belum dapat mewujudkan kemampuan dan peranannya secara optimal dalam perekonomian nasional. Hal itu disebabkan oleh kenyataan bahwa usaha kecil masih menghadapi berbagai hambatan dan kendala, baik yang bersifat eksternal maupun internal, dalam bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, permodalan, sumber daya manusia, dan teknologi, serta iklim usaha yang belum mendukung bagi perkembangan. Upaya meningkatkan kesempatan dan kemampuan usaha kecil, telah dikeluarkan berbagai kebijaksanaan oleh pemerintah tentang pencadangan usaha, pendanaan, dan pembinaan, tetapi belum berhasil sebagaimana diharapkan karena belum adanya kepastian hukum yang merupakan perlindungan bagi usaha kecil dan dipatuhi oleh semua pihak.

Menurut Rofik (dalam Utari, 2015:20) 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 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, industri 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 atau berkaitan dengan seni budaya.

Menurut Nitisusastro (2017:37) didalam usaha kecil terdapat kekuatan dan kelemahan usaha kecil. Usaha kecil dengan karakteristik skalanya yang serba terbatas ternyata memiliki sejumlah kekuatan. Kekuatan dimaksud terletak pada kemampuan melakukan fleksibilitas dalam menghadapi berbagai tantangan lingkungan. Diantara sejumlah kekuatan yang ada pada usaha kecil adalah, fleksibilitas untuk berkreasi, kemampuan untuk melakukan inovasi dan kemampuan melakukan tindakan yang tidak mungkin dilakukan oleh pengusaha besar. Setiap kegiatan usaha yang secara ekonomis tidak mungkin dilakukan oleh usaha skala besar pada dasarnya menjadi kekuatan usaha kecil.

Kekuatan Usaha Kecil dalam kegiatan usahanya menurut perhitungan skala ekonomis tidak mungkin dilakukan oleh perusahaan besar pada dasarnya menjadi kekuatan perusahaan kecil. Diantara sekian banyak kekuatan dimaksud meliputi, antara lain yakni mengembangkan kreativitas usaha baru dan melakukan inovasi. Terkait mengembangkan kreativitas usaha baru yaitu Kreatifitas tidak selalu dilakukan dengan menampilkan sesuatu produk yang secara murni baru, namun dapat dilakukan dengan cara meniru produk yang telah beredar dipasar. Menurut Porter dalam (Nitisusastro, 2017) terkait *five forces in the competition* disebut dengan *substitute products*. Suatu produk baru dengan fitur lebih luas pada umumnya harus dibeli dengan harga mahal. Pelaku usaha kecil sering melihat kondisi ini juga sebagai peluang usaha. Peluang usaha kecil sering melihat kondisi ini juga sebagai peluang usaha. Peluang usaha dimaksud berupa membuat produk tiruan dengan fitur yang relatif sama atau sedikit berbeda dan tentu saja dengan harga yang jauh lebih murah. Hal yang demikian juga terjadi didalam produk-produk dengan teknologi tinggi. Kemudian dalam melakukan inovasi, lazimnya dimasa sulit seseorang selalu berusaha menemukan solusi untuk mengatasi masalah yang dihadapi dengan cara yang berbeda. Namun tekanan kebutuhan hidup telah mendorong mereka untuk melakukan ‘inovasi’ cara berjualan seperti itu meskipun mengandung risiko sangat tinggi. Inovasi seperti ini hanya mungkin dilakukan oleh para pelaku usaha kecil dan tidak mungkin dijalankan oleh perusahaan besar. Inilah salah satu kekuatan dari pelaku usaha kecil.

Kelemahan usaha kecil, sebaliknya dari sejumlah kekuatan ternyata usaha kecil juga tidak luput dari faktor kelemahan. Faktor kelemahan disebabkan oleh karakteristik ukurannya yang kecil. Diantara kelemahan-kelemahannya yakni sebagai berikut yaitu: lemahnya ketrampilan manajemen, tingkat kegagalan dan penyebabnya, dan keterbatasan sumber daya. Terkait dengan lemahnya keterampilan manajemen yakni pelaku usaha kecil seringkali berangkat berwirausaha dengan bekal sumber daya seadanya. Ketidaksiapan tersebut bukan hanya dalam hal modal dana dan atau peralatan lainnya, tetapi juga ketidaksiapan dalam penguasaan kompetensi bidang

usaha maupun kecilnya keterampilan manajemen. Keterampilan manajemen juga mengakibatkan catatan-catatan tentang pembelian barang-barang yang kita kenal sebagai belanja modal tidak dilakukan. Juga pembelian atas bahan baku dan bahan pembantu sebagai pendukung kegiatan produksi tidak dikerjakan. Sebagai akibatnya, ketika suatu saat memerlukan bantuan permodalan dari lembaga keuangan barang-barang tersebut tidak dapat dijadikan agunan pinjaman. Keluhan yang seringkali dijumpai selalu klasik dan serupa, yaitu kurangnya permodalan. Tingkat Kegagalan dan Penyebabnya.

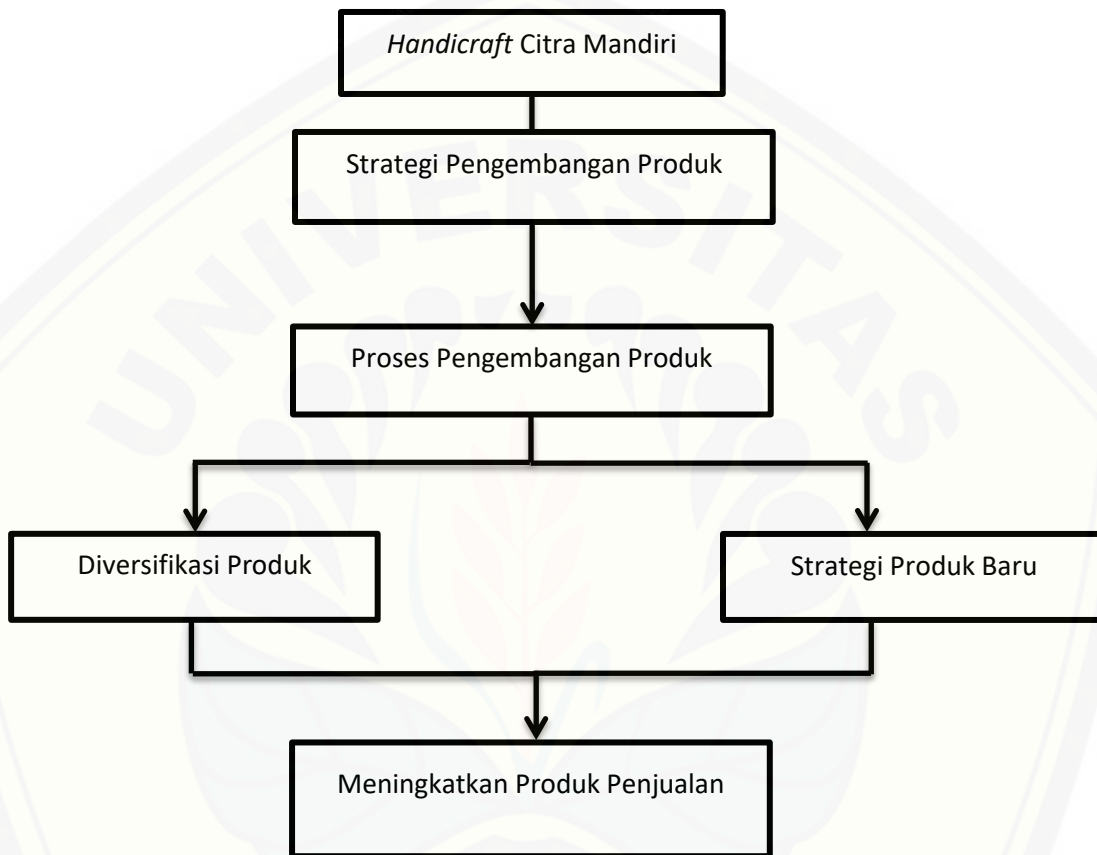
Menurut Siropolis dalam (Nitisusastro, 2017), tingkat kegagalan usaha kecil sebesar 44% disebabkan oleh kurangnya kompetensi dalam dunia usaha. Yang dimaksud dengan kurangnya kompetensi disini meliputi kurangnya penguasaan tentang bidang usaha yang dijalankan dan kemampuan dalam mengelola kegiatan usaha baik secara fisik. Penyebab kegagalan yang kedua adalah akibat lemahnya kemampuan manajemen yang menempati prosentase sebesar 17%. Pengertian lemahnya kemampuan manajemen disini adalah penguasaan pengetahuan dan pengalaman dalam hal mengelola sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Sumber kegagalan yang ketiga disebabkan oleh ketidakseimbangan pengalaman. Ketidakseimbangan disini meliputi kekurangan mampu menyeimbangkan antara kegiatan produksi, keuangan, pemasaran dan pembelanjaan.

Keterbatasan sumber daya yang mana juga merupakan kelemahan di dalam usaha kecil. Keterbatasan sumber daya bagi pelaku usaha kecil telah merupakan hal yang sangat umum. Keterbatasan tersebut bukan semata-mata dalam hal dana, peralatan fisik namun juga dalam hal informasi. Termasuk keterbatasan dalam informasi disini adalah kurangnya wawasan yang dimiliki guna membekali gambaran tentang kegiatan usaha yang akan dilakukan. Banyak hal kegiatan usaha yang dilakukan terkesan asal jalan dan belum sampai pada tingkat pembeli merasa puas. Dengan kondisi yang demikian maka acapkali terlihat dalam sikap ketika berhadapan dengan pembeli. Pada beberapa usaha yang menjual produk dan pelayanan.

Terkait hal diatas dapat disimpulkan mengenai *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah usaha kecil. Menurut Kadjim (dalam Utari 2015:22) definisi 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. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kerajinan adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan (kerajinan tangan). Sentra industri kerajinan *handicraft* Citra Mandiri yang terletak di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember merupakan industri kerajinan tangan yang mampu memproduksi barang yang sampai ke luar negeri.

2.3 Kerangka Berpikir

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



Gambar 2.3 Kerangka Berpikir Penelitian

Keterangan :

Berdasarkan skema diatas, bahwa peneliti melakukan suatu penelitian pada sentra industri *handicraft* Citra Mandiri melalui pengembangan produk dengan dilihat dari proses dalam pengembangan produk yaitu melalui strategi produk baru dan diversifikasi produk. Sehingga dapat dilakukan analisis data untuk mengolah data-data yang diperoleh peneliti terkait dengan proses pengembangan produk oleh sentra industri *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember dengan tujuan dapat meningkatkan produk penjualan.

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Melakukan penelitian strategi pengembangan pada usaha *handicraft* menggunakan pendekatan kualitatif dan untuk mengakses data digunakan *deskriptif kualitatif*. Penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan suatu keadaan atau situasi yang sedang berjalan pada saat penelitian dilakukan. Alamiah disini mempunyai arti bahwa penelitian kualitatif dilakukan dalam lingkungan yang alami tanpa adanya intervensi atau perlakuan yang diberikan oleh peneliti. Sehingga peneliti memperoleh informasi-informasi yang penting yang akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian.

Metodologi kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara *triangulasi* (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada sentra industri *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Lokasi penelitian ditentukan dengan metode *purposive area* yaitu menentukan daerah penelitian atas dasar kesengajaan dan pertimbangan serta disesuaikan dengan tujuan penelitian. *Handicraft* Citra Mandiri merupakan salah satu pusat kerajinan yang menghasilkan produk yang sudah sampai di tangan masyarakat lokal maupun Internasional, diantaranya Malaysia, Taiwan, Korea, dan India. Proses penjualan sudah melalui online dan offline. Produk yang dimiliki Sukliono Edi Saputra bahan baku kayunya dalam pemroduksian produk berasal dari Kalimantan dan Situbondo. Alasan memakai

tempat ini untuk dijadikan lokasi penelitian karena *handicraft* Citra Mandiri memproduksi produk kerajinan tangan yang konsumennya tidak hanya masyarakat lokal namun sudah sampai Luar Negeri seperti Malaysia, Taiwan, Korea, dan India. Produk yang dimiliki memiliki banyak macam diantaranya tasbih, gelang, kalung serta tongkat. Perjalanan bisnis yang berjalan selama 14 tahun, membuahkan hasil hingga produk yang diproduksi semakin meningkat setiap tahun terkait stabilitas penjualannya, meskipun terkadang dalam perjalanan bisnisnya masih mengalami *fluktuasi*, tidak hanya itu karyawan yang dimiliki sekarang sudah sebanyak 30 orang lebih.

3.3 Subyek dan Informan penelitian

Subyek dalam penelitian menggunakan metode *purposive*, yang ditentukan secara sengaja oleh peneliti dengan pertimbangan tertentu. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah pemilik dari sentra industri *Handicraft* Citra Mandiri. Untuk lebih menguatkan informasi yang diperoleh, dibutuhkan informan tambahan yakni karyawan dan pelanggan dari sentra industri *Handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

3.4 Definisi Operasional Konsep

Definisi operasional konsep digunakan untuk menjelaskan konsep-konsep yang akan diteliti. Definisi operasional memberikan gambaran variabel-variabel yang akan diukur dan bagaimana cara pengukurannya serta indikator-indikator sebagai penjelas variabel.

a. Strategi Pengembangan Produk

Pengembangan produk yang dapat dilakukan oleh industri *handicraft* Citra Mandiri dengan menciptakan produk baru atau dengan mengembangkan produk yang sudah ada. Pengembangan produk bertujuan untuk

mengantisipasi kejenuhan akan suatu produk tertentu. Strategi pengembangan produk sering kali digunakan untuk memperpanjang siklus hidup dari produk yang ada saat ini ataupun untuk memanfaatkan reputasi atau merek yang menguntungkan.

b. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk yakni strategi yang dilakukan oleh industri *handicraft* Citra Mandiri dengan melakukan pengembangan produk melalui penambahan jenis produk dengan tipe, model dan ukuran yang beragam dengan harapan meningkatkan stabilitas penjualan.

c. Strategi Produk Baru

Strategi produk baru adalah strategi yang digunakan oleh *handicraft* Citra Mandiri dalam memodifikasi ataupun memperbaiki produk lamanya menjadi produk baru yang lebih diminati pasar serta dapat meningkatkan stabilitas penjualan.

3.5 Jenis dan Sumber data

Penelitian menggunakan data kualitatif, yang pada umumnya tidak dapat diukur menggunakan satuan ukur, namun menjabarkan kualitas dari obyek yang diteliti. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Data Primer

Terkait penelitian ini data primer yang dimaksud adalah berupa informasi langsung berupa wawancara langsung kepada pemilik sentra industri *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

b. Data Sekunder

Terkait 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 *handicraft* Citra Mandiri yaitu Sukliono Edi Saputra dan Umi Hanik.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Berikut merupakan data yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Wawancara

Metode wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada informan penelitian, baik informan utama maupun informan pendukung. Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*in-dept interview*) agar mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Wawancara ini dilakukan dalam penelitian ini dengan cara berdialog secara langsung dengan subjek maupun informan penelitian. Sebelum melakukan wawancara, membuat daftar pertanyaan agar proses wawancara terarah dan lancar. Dalam melakukan wawancara pun membutuhkan alat bantu berupa perekam suara melalui handphone, dan buku catatan. Data yang peneliti peroleh dari metode wawancara adalah berupa informasi tentang strategi pengembangan produk pada *handicraft* Citra Mandiri.

b. Observasi

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati langsung terhadap obyek yang terkait dengan penelitian untuk mendapatkan data yang relevan. Data yang ingin diperoleh dengan adanya kegiatan observasi adalah mengetahui kondisi umum industri *handicraft* Citra Mandiri yang ada di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

c. Dokumen

Metode dokumen dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data yang dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen yang ada, seperti data perusahaan, data produk usaha yang dimiliki, serta data lainnya yang benar-benar dibutuhkan. Metode ini dilakukan untuk mendukung data yang diperoleh dari metode wawancara dan metode observasi.

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengolah data yang diperoleh dari wawancara, observasi, maupun dokumen sehingga menjadi suatu informasi yang jelas dan mudah dipahami. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Menurut Nasution (dalam Sugiyono, 2014:89) menyatakan “Analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Analisis data menjadi pegangan bagi penelitian selanjutnya jika mungkin, teori *grounded*”. Namun dalam penelitian kualitatif, analisis data lebih difokuskan selama proses di lapangan bersamaan dengan pengumpulan data. Dalam kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data pada setelah selesai pengumpulan data.

1. Analisis sebelum di lapangan

Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun demikian fokus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan.

2. Analisis selama di lapangan Model Miles and Huberman

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis

terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman (dalam Sugiyono, 2014:91)), mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014:92) menyampaikan bahwa metode analisis data dalam penelitian kualitatif adalah:

a. *Data Reduction* (Reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti computer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

b. *Data Display* (Penyajian data)

Penyajian data dalam penelitian kualitatif bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut. Fenomena sosial yang bersifat kompleks, dan dinamis, sehingga apa yang ditemukan pada saat memasuki lapangan dan setelah berlangsung agak lama di lapangan akan mengalami perkembangan data. Untuk itu maka peneliti harus selalu menguji apa yang telah ditemukan pada saat memasuki lapangan yang masih bersifat hipotetik itu berkembang atau tidak. Bila setelah lama memasuki lapangan ternyata hipotesis yang dirumuskan selalu didukung oleh data pada saat dikumpulkan di lapangan, maka hipotesis tersebut terbukti, dan akan

berkembang menjadi teori yang *grounded*. Teori *grounded* adalah teori yang ditemukan di lapangan, dan selanjutnya diuji melalui pengumpulan data yang terus-menerus.

c. *Conclusion Drawing/verification*

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti berada di lapangan.



BAB V. PENUTUP

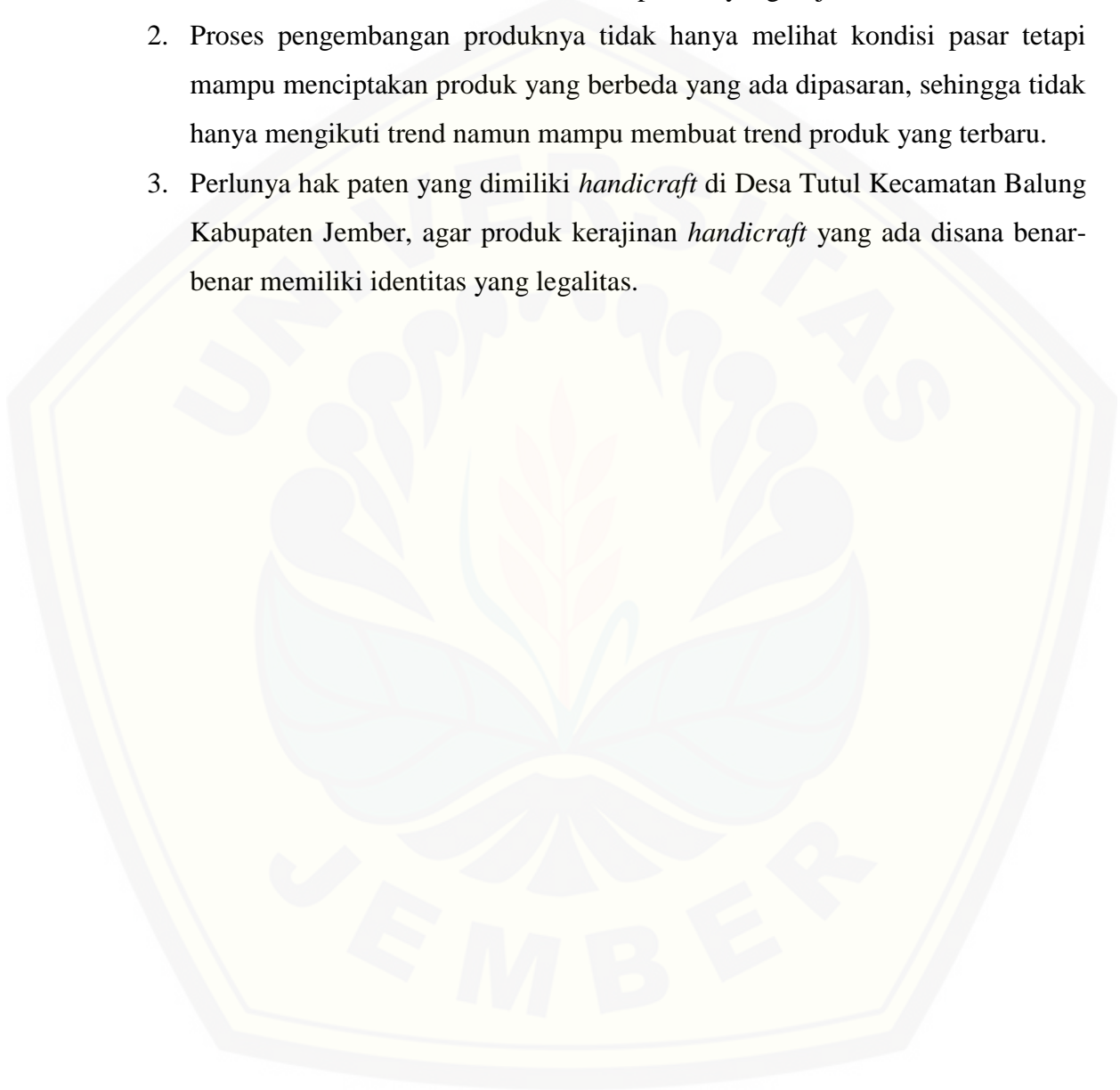
5.1 Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini yakni dengan judul strategi pengembangan produk pada *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember adalah strategi yang dilakukan untuk sistem pengembangan produk dengan cara melakukan strategi produk baru dan diversifikasi produk. Pengembangan produk melalui produk yang dimiliki industri *handicraft* citra mandiri tidak hanya satu produk namun bermacam-macam diantaranya tasbih, kalung, gelang, dan tongkat. Atribut dari produk tersebut selalu mengalami pengembangan yakni: dari motif, labellingnya, warna, dan pelayanan yang menyesuaikan dengan dinamika pasar. Pada dasarnya pengembangan produk untuk menyesuaikan dinamika pasar dan permintaan pelanggan yang selalu berubah-ubah. Sasaran pengembangan produk yang dilakukan *handicraft* Citra Mandiri yaitu produk lama yang dimodifikasi menjadi produk yang sesuai permintaan pasar dan pelanggan. Tingkat kehati-hatian dan ketelitian dalam pengembangan produk merupakan faktor utama menghasilkan produk berkualitas. Tujuan yang ingin dicapai industri *handicraft* Citra Mandiri yakni agar usaha *handicraft* Citra Mandiri tetap sukses dan diminati pasaran dan pelanggan. Adanya pengembangan produk ditujukan untuk mempertahankan eksistensi yang dimiliki *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. Tingkat penjualan yang sudah mendunia, membuktikan *handicraft* Citra Mandiri memiliki keunggulan dalam produknya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember oleh peneliti, maka peneliti menyarankan berbagai pertimbangan untuk membangun produk *handicraft* Citra Mandiri. Beberapa saran dalam proses penelitian yakni sebagai berikut:

1. Pemilik industri *handicraft* Citra Mandiri perlu memperhatikan pada sistem pengemasan, karena menurut pandangan peneliti, jika produk yang dimiliki dikemas lebih menarik, maka otomatis produk yang terjual semakin mahal.
2. Proses pengembangan produknya tidak hanya melihat kondisi pasar tetapi mampu menciptakan produk yang berbeda yang ada dipasaran, sehingga tidak hanya mengikuti trend namun mampu membuat trend produk yang terbaru.
3. Perlunya hak paten yang dimiliki *handicraft* di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember, agar produk kerajinan *handicraft* yang ada disana benar-benar memiliki identitas yang legalitas.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Dudung, A. 2012. *Merancang Produk*. Bandung: ROSDA
- Firdausy, C. M. 2017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gitosudarmo, I. 2000. *Manajemen pemasaran*. Yogyakarta: BPFE
- John A.P dan Richard B.RJ. 2013. *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- JW, Adzi. 2017. *Menjadi Pribadi Luar Biasa*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Kotler, P. 1993. *Manajemen Pemasaran*. 1993. Jakarta: Universitas Indonesia
- Kotler, P dan Keller K.L. *Manajemen Pemasaran*. 2009: Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Gary, A. *Prinsip-prinsip Pemasarn*. 2008. Jakarta: Erlangga
- Nitisusastro, M. 2017. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: ALFABETA
- Praptiwi, D dan Senda, I. 2010. *Cara Mudah Bagi UKM Mendobrak Kebekuan Bisnis*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Prasetyo, A. 2016. *UKM, Kelayakan Usaha Dan Pengukuran Kinerja*. Jakarta: INDOCAMP
- Seph, P. G dan Gordon, W. P. 1990. *Strategi Dan Program Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Seph P, G. *et al*. 1990. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono, 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tandjung, J. W. 2003. *Marketing Management*. Malang: Bayu Media
- Tjiptono, F. *et al*. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI

Tjiptono, F. 2002. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Widjaja, J. 2004. *Marketing Management Pendekatan Pada Nilai-nilai Pelanggan*. Edisi ke II. Malang: Banyu Media Publishing

JURNAL

Nurnasari, E. 2018. Diversifikasi Produk Tembakau Non Rokok. *Perspektif*. 17(1): 40-51

R. Y. Hendra., Bambang H. P., A.Abdurrahman., Trismayanti. D. P. 2017. Strategi Pengembangan Produk Unggulan Lintas Wilayah untuk Mendukung Sistem Inovasi Daerah di Kabupaten Magetan, Ponorogo dan Pacitan. *Jurnal Cakrawala*. 11(1): 111-127

Sari, G.P., Nunik.P dan Yonata.B.M. 2018. Pengembangan Aplikasi Tatah Sungging Kulit Perkamen pada Produk Fungsional yang Bernilai Seni. *Seminar Nasional IENACO*. 671-678

Ulya. A.N dan Okta.K. 2018. Pengaruh Diversifikasi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Rabbani Cabang Pekanbaru. *JOM FISIP*. 5(11): 1-14. *Bussiness Administration, Faculty of Social and Political Sciences, University of Riau Pekanbaru, Indonesia*.

Usdyana. N. F., Ilham. A dan M. Yusuf. 2018. Diversifikasi Jamur Tiram Sebagai Pangan Lokal pada Kelompok Wanita Tani di Kecamatan Malua Kabupaten Enrekang. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*. 1(2): 59-68. Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan dan Politeknik Negeri Ujung Pandang.

Yuliani. S dan Sari. I. K. 2009. Pengembangan Produk Jahe Kering dalam Berbagai Jenis Industri. *Buletin Teknologi Pascapanen Pertanian*. 5: 62-68

PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995. *Usaha Kecil*. 26 Desember 1995. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995. Jakarta

SKRIPSI

Utari, Ayu D. 2015. *Pengembangan Produk Usaha Kecil Handicraft Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada IMDA Handicraft di Desa*

Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember). Skripsi. Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Ardianto, Eko H. 2012. *Strategi Pengembangan Produk 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. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Jember.

Puspitasari, Fitria. 2011. *Diversifikasi Produk Makanan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Inovasi di Kota Blitar*. Skripsi. Jurusan Ilmu Administrasi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Jember.

INTERNET

<https://www.ilmu-ekonomi-id.com/2016/12/siklus-hidup-produk-product-life-cycle-karakteristik-tahapan-dan-dasar-pemikiran.html>



Lampiran 1.

Matriks Penelitian

| JUDUL | RUMUSAN MASALAH | VARIABEL | ASPEK YANG DIKAJI | SUMBER DATA | METODE PENELITIAN |
|---|--|------------------------------|---|--|--|
| Strategi Pengembangan Produk Pada <i>Handicraft</i> Citra Mandiri Di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember | Bagaimana Strategi Pengembangan Produk Pada <i>handicraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung, Kabupaten Jember | Strategi Pengembangan Produk | Strategi Pengembangan Produk Pada <i>Handicraft</i> Citra Mandiri 1. Pengembangan Produk 2. Diversifikasi Produk 3. Strategi Produk Baru | Subjek penelitian dalam penelitian ini yaitu pemilik produk <i>handicraft</i> Citra Mandiri. Informan pendukung dalam penelitian ini yaitu karyawan dan pelanggan. | 1. Analisis Data menggunakan Analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. 2. Metode Penentuan Lokasi menggunakan teknik <i>purposive area</i> 3. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara mendalam, observasi partisipasi dan dokumentasi 4. Metode Analisis Data yakni reduksi data, penyajian data, dan pemaparan kesimpulan |

Lampiran 2. Pedoman Penelitian

1. Wawancara

| No | Data yang Ingin Diperoleh | Sumber Data |
|----|---|---|
| 1 | Strategi Pengembangan Produk Pada <i>Handicraft</i> Citra Mandiri Di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember | Informan utama dalam penelitian ini yaitu, pemilik produk <i>handicraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember |

2. Observasi

| No | Data yang Ingin Diperoleh | Sumber Data |
|----|--|--|
| 1 | Produk yang dihasilkan oleh industri <i>Handicraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember sejak pertama berdiri, pengembangan produk, strategi produk baru dan diversifikasi produk | Pemilik produk <i>handicraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember |

3. Dokumentasi

| No | Data yang Ingin Diperoleh | Sumber Data |
|----|--|--|
| 1. | Sejarah berdirinya sentra industri <i>Handicraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember | Dokumen dari produk <i>handicraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. |
| 2. | Data pengembangan produk <i>Handicraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember | |
| 3. | Dikembangkan dalam kegiatan produksi yang dilakukan oleh sentra industri <i>Handicraft</i> Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung kabupaten Jember | |

Lampiran 3. Pedoman Wawancara**PEDOMAN WAWANCARA INFORMAN INTI PENELITIAN**

(Strategi Pengembangan Produk pada *Handicraft* Budi Dolaris Di Desa Tutul Kecamatan
Balung Kabupaten Jember)

A. Identitas Informan Penelitian

1. Nama :
2. Umur :
3. Jabatan :
4. Alamat :

B. Daftar Pertanyaan Untuk Informan Inti

1. Bagaimana awal berdirinya dari produk *handicraft* ini ?
2. Siapa pemilik / pendiri *handicraft* Citra Mandiri?
3. Berapa banyak karyawan yang dimiliki?
4. Bagaimana perkembangan kreatifitas yang dimiliki oleh karyawan?
5. Berapa kisaran harga yang ditetapkan dalam *handicraft* ini?
6. Siapa yang berwenang dalam penetapan kreasi untuk mengembangkan produk *handicraft*?
7. Faktor apa saja yang mempengaruhi pengembangan produknya?
8. Apa tujuan yang ingin dicapai dalam kegiatan melakukan pengembangan produk?
9. Kendala apa saja yang dihadapi dalam pengembangan produk *handicraft* ini?
10. Berapa lama proses yang diperlukan dalam mengembangkan produk?
11. Bagaimana teknologi yang digunakan dalam proses pengembangan produk?
12. Darimana ide/gagasan yang dihasilkan untuk proses pengembangan produk *handicraft*?

13. Apa saja jenis dalam pengembangan produk?
14. Bagaimana proses dalam pengembangan produk?
15. Berapa lama proses yang diperlukan dalam mengembangkan produk?
16. Apa keunggulan dari produk *handicraft* ini?
17. Seperti apa perubahan perekonomian yang dirasakan dengan adanya sentra industri *handicraft* ini?
18. Seperti apa kreasi / inovasi model yang dihasilkannya?
19. Bagaimana pengemasan produknya?
20. Seperti apa yang dilakukan dalam melebeling produk *handicraft* ini?

Pedoman Wawancara Informan Tambahan

I. Identitas Informan Penelitian

Nama :

Umur :

Jabatan :

Alamat :

II. Petanyaan untuk karyawan di *handicraft* Citra Mandiri

- 1) Sudah berapa lama bekerja disini?
- 2) Dimana letak perbedaan produk *handicraft* Citra Mandiri dengan produk lain?
- 3) Dimana letak kesulitan saat mengelola usaha ini?
- 4) Apakah karyawan juga ada pemberian pelatihan?
- 5) Apa harapan anda pada perusahaan ini selanjutnya?

III. Pertanyaan untuk pembeli di *handicraft* Citra Mandiri

- 1) Berapa kali anda membeli produk ini?
- 2) Produk apa yang pernah dibeli?
- 3) Bagaimana cara anda untuk mendapatkan produk ini?
- 4) Bagaimana pendapat anda terhadap produk ini?
- 5) Apakah produk ini sesuai dengan keinginan anda?

Lampiran 4. Transkrip Wawancara

Transkrip Hasil Wawancara

Informan Pokok

Berikut Ini hasil wawancara saya denga Umi Hanik (42 tahun) dan Sukliono Edi Saputro (43 tahun) pemilik *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.

Peneliti : Assalamualaikum ibu, saya sylvi mahasiswa Universitas Jember yang akan melakukan tugas akhir atau pembuatan skripsi, kira-kira apa saya bisa meneliti di tempat ibu?

Narasumber : *Iya silahkan*

Peneliti : Mohon maaf bu, kalau mengganggu waktunya

Narasumber : *iya gapapa nduk*

Peneliti : Sebelumnya, nama lengkap ibu siapa?

Narasumber : *Umi Hanik*

Peneliti : Awal berdiri kapan bu?

Narasumber : *Berkisar 14 tahun*

Peneliti : Sejarah awal berdirinya *handicraft* ini bagaimana?

Narasumber : *Dulu suami saya sopir, lalu saya punya modal 1,5 juta. Kemudian bisa sampai sekarang*

Peneliti : Menurut Ibu keunggulan produk ibu dengan produk *handicraft* lain itu seperti apa?

Narasumber : *Produknya kan sama, tapi dari kualitas yang kita miliki tetap kami jaga. Kemudian pemilihan bahan baku kita ada yang di Jawa dan Luar Jawa.*

Peneliti : Kendala yang sering dialami selama proses produksi?

Narasumber : *Biaya kurang memadai. Lebih banyak biaya maka semakin banyak yang kita produksi*

Peneliti : Berapa jumlah pekerja yang ada di handicraft ini?

Narasumber : *30 orang lebih*

Peneliti : Seperti apa perubahan ekonomi yang dirasakan pemilik saat adanya handicraft ini?

Narasumber : *Lebih maju dan sejahtera*

Peneliti : Pemilik handicraft ini siapa bu?

Narasumber : *Saya dan suami saya*

Peneliti : siapa nama lengkap nya bapak?

Narasumber : *Sukliono Edi Saputro*

Peneliti : Untuk jenjang pendidikan?

Narasumber : *kalau saya SD, kalau suami SMP*

Peneliti : Bagaimana perkembangan kreativitas yang dilakukan karyawan?

Narasumber : *Alhamdulillah lancar*

Peneliti : Berapa kisaran harga dari produk handicraft ini?

Narasumber : *Tergantung bahan bakunya. Misal kalau kayu kukun, ya 1 kodi seharga 30 ribu, beda dengan kayu gaharu 1 kodi seharga 150 ribu.*

Peneliti : Nama handicraft ini apa ya bu?

Narasumber : *Citra Mandiri*

Peneliti : Seperti apa kreasi atau inovasi model yang dihasilkan handicraft ini?

Narasumber : *iya gelang-gelang, tasbih, tongkat*

Peneliti : Bagaimana respon konsumen misalkan membeli produknya ibu?

Narasumber : *tidak ada masuka apa-apa dari konsumen*

Peneliti : bagaimana pengemasan dari produknya ibu?

Narasumber : *langsung dibungkus-bungkus begini nduk*

Peneliti : kualitas yang dihasilkan handicraft ini bagaimana bu?

Narasumber : *Pokok lancar-lancar saja nduk*

Peneliti : Bagaimana pelayanan yang diberikan terhadap konsumen?

- Narasumber : *kita tetap bersikap ramah dan terbuka terhadap pembeli*
- Peneliti : Seperti apa labeling yang dilakukan disini?
- Narasumber : *Ya setiap produk berbeda-beda, yang penting terlihat bagus*
- Peneliti : Siapa yang berwenang dalam penetapan kreasi produk ini bu?
- Narasumber : *keponakan saya yang bernama Zainul nduk*
- Peneliti : Mengapa bukan ibu atau bapak yang berwenang menanganinya?
- Narasumber : *soalnya kerjanya saya tidak hanya ini saja, tetapi juga sebagai petani.*
- Peneliti : Apa tujuan yang ingin dicapai dalam pengembangan produk?
- Narasumber : *Semoga semakin sukses dan lancar*
- Peneliti : Kendala apa yang sering dihadapi?
- Narasumber : *kadang sepi, kadang tiding. Tapi kalau tasbih tidak pernah rugi.*
- Peneliti : Apakah produk ini sudah terjual sampai luar negeri?
- Narasumber : *Iya, ke Malaysia, Taiwan, Korea, dan India*
- Peneliti : Berapa proses dalam pengembangan produk?
- Narasumber : *prosesnya kalau 100 tasbih, bisa sehari sampai proses pengemasan samapai 5 hari selesai.*
- Peneliti : Teknologi apa yang di gunakan dalam mengolah produk handicraft ini?
- Narasumber : *Dynamo*
- Peneliti : Darimana ide/gagasan yang dihasilkan untuk proses pengembangan produk?
- Narasumber : *Dari saya sebagai pemilik dan melihat kondisi pasar*
- Peneliti : Bagaimana proses pengembangan produknya?
- Narasumber : *Dari permintaan pasar dan pelanggan*
- Peneliti : Produk yang sering terjual dari online atau offline?
- Narasumber : *Lebih banyak langsung ketemu pelanggan atau secara offline*
- Peneliti : berapa umur ibu dan bapak?
- Narasumber : *Saya 42 tahun, kalau bapak 43 tahun*

- Peneliti : Awal berdiri nya handicraft Citra Mandiri secara jelas itu seperti apa?
- Narasumber : *Pertama kali saya sebagai karyawan ditempat kakak saya, setelah itu saya punya uang sebanyak 1,5 juta. Akhirnya saya buat sendiri. Awalnya suami sebagai sopir, setelah itu yang mengelola awal itu saya. Setelah saya punya uang 10 juta, lalu suami, saya suruh berhenti dari pekerjaannya. Kemudian saya suruh untuk mengelola handicraft ini sampai sekarang.*
- Peneliti : Mengapa ibu memiliki keinginan membuat produk berbagai macam selain tasbih?
- Narasumber : *Soalnya kita mengikuti permintaan pelanggan dan pasar*
- Peneliti : Awal membuat merasa kesulitan atau tidak bu?
- Narasumber : *Awalnya kesulitan nduk, awal kita bentuknya satu-satu, setelah ada mesin plong itu bisa menghasilkan banyak 1000 tasbih, sehari selesai.*
- Peneliti : Tiba-tiba menghasilkan 10 juta modal yang didapat, itu berapa lama prosesnya?
- Narasumber : *Itu tidak sampai beberapa bulan, tidak lama nduk.*
- Peneliti : Produk yang dimiliki, dulu dengan sekarang lebih mahal mana?
- Narasumber : *kalau dulu 1 kodi seharga 80 ribu, sekarang Cuma 30 ribu. Tetapi dulu prosesnya lama, tidak seperti sekarang. Kalau sekarang lebih cepat, tetapi harganya murah.*
- Peneliti : Bagaimana perkembangan kreatifitas karyawan, yang mana karyawan yang sebanyak 30 orang dalam proses produksinya, agar produk yang dimiliki tetap lancar di pasaran?
- Narasumber : *Ya itu, bentukan ladinya harus sesuai dan bagus. Soalnya saingan banyak, kalau tidak bagus sulit dalam penjualanya. Karyawan biasanya saya beritahu terlebih dahulu dalam pengerjaanya. Harus pelan-pelan, jangan terburu-buru dalam membuat produk, agar lebih baik dengan yang lain, agar tidak kalah dengan pasaran*

Peneliti : Untuk bentuk-bentuknya pada produk, apa selalu membuat perubahan?

Narasumber : *Kalau tasbih tidak, kalau gelang dan tongkat sering mengalami perubahan, sesuai permintaan.*

Peneliti : Permintaan dari mana yang paling banyak, dari online atau offline?

Narasumber : *Kalau saya langsung menaruh-naruh di toko, missal dari pasar meminta motif-motif yang seperti apapun, kita akan buat.*

Peneliti : Apakah produk handicraft ini selalu terjual habis:

Narasumber : *Tidak, misal sekarang kirim uang 10 juta, nanti dibayar 5 juta, tidak langsung cash. Kalau tasbih jarang mengalami kerugian, tetapi dapat untungnya sedikit. Kalau produk yang lain tidak sama dengan tasbih, lebih banyak keuntungan yang didapat.*

Peneliti : Apa saja peralatan yang digunakan?

Narasumber : *Dynamo, mesin bor, dan gergaji*

Peneliti : adakah bahan baku yang digunakan selain kayu?

Narasumber : *Iya ada, yakni buah pocok*

Peneliti : Kayu apa saja yang digunakan di handicraft ini?

Narasumber : *Kayu kukun, kayu kopi, kayu trenggolon, kayu gaharu, kayu cendana, kayu kegang, dan kayu galiagem.*

Peneliti : Darimana asalnya ibu mengetahui bahan-bahan baku diatas?

Narasumber : *Dulunya dari teman, soalnya teman saya dulu pembuat seperti itu, kalau saha sendiri tidak, tahu, saya hany meneruskan.*

Peneliti : Selain persaingan, yang sering dipengaruhi dalam proses pengembangan produk, apa ada lagi?

Narasumber : *Tidak ada, Cuma persaingan, soalnya banyak yang membuat.*

Peneliti : Bagaimana dalam menghadapi persaingan itu?

Narasumber : *Harus sabar, yang terpenting tetap terjaga kualitas produknya*

Peneliti : Tujuan dalam pengembangan produk?

Narasumber : *Agar banyak pelanggan dan pasar yang menyukai produk handicraft ini*

Peneliti : *kendala apa yang sering dialami selama 14 tahun ini?*

Narasumber : *persaingan saja, untuk saat ini masih sepi, nanti setelah hari raya ramai lagi*

Peneliti : *mengapa bisa ramai setelah hari raya?*

Narasumber : *Soalnya mau hajian itu*

Peneliti : *apakah produk tongkat selalu membuat?*

Narasumber : *Selalu menunggu pesanan, beda dengan produk tasbih. Lalu produk gelang dan kalung juga menunggu pesanan*

Peneliti : *Dari keempat produk yang dimiliki handicraft Citra Mandiri mana yang memiliki keuntungan paling besar?*

Narasumber : *Produk gelang*

Peneliti : *Apakah handicraft ini untuk teknologi yang dipakai sudah termasuk mengikuti perkembangan zaman?*

Narasumber : *Sebenarnya ada produk yang lebih moderen, asalnya dari Cina. Tapi harganya mahal, kalau misal mengalami kerusakan, maka harus diperbaiki disana. Alat tersebut kalau memproduksi 10.000 produk dalam waktu sehari, bisa nduk. Alat ini juga saat dimasukkan bahan baku seperti kayu yang besar, lalu dimasukkan ke alat tersebut, maka bisa langsung jadi produk jadi. Jika kita memakai produk tersebut maka kita tidak perlu memakai karyawan terlalu banyak.*

Peneliti : *Keunggulan produk ibu dengan produk lain terletak dimana?*

Narasumber : *Dari motif lebih bagus, kemudian lebih mengkilap*

Peneliti : *Untuk jam kerja karyawan dimulai dari jam berapa sampai jam berapa?*

Narasumber : *Mulai jam 07.00 sampai 11.30, kemudian istirahat, lalu lanjut lagi mulai jam 13.00-16.00, untuk hari efektifnya mulai senin sampai*

sabtu. itu bagi jam regular, untuk pekerja tetapnya. Bagi pekerja yang tidak tetap jam waktunya fleksibel, karena sistemnya borongan mbk.

Peneliti : Berapa penghasilan setiap karyawan?

Narasumber : *Rp. 250.000, bagi pekerja yang masih baru, tetapi untuk pekerja yang lama sebanyak Rp. 300.000. Bagi karyawan yang bagian ngeplong itu borongan, tetapi alatnya dari handicraft sini. Untuk 1 produk seharga Rp. 200.*

Peneliti : Bagaimana proses produksi handicraft secara keseluruhan?

Narasumber : *Awalnya kayu yang besar digergaji, lalu di plong bulat-bulat atau sesuai bentuk yang diinginkan, kemudian dihaluskan, lalu dikelir atau direbus, setelah itu dijemur, lalu dimengkilapkan, jika sudah selesai semua proses selanjutnya diruncih atau dirakit. Jika sistem pelabelling memakai sistem sablon.*

Peneliti : Bagaimana strategi produk baru yang digunakan handicraft Citra Mandiri?

Narasumber : *Motifnya harus bagus, jangan sampai pembeli merasa dirugikan.*

Peneliti : Warna produk handicraft disini yang paling banyak diminati pelanggan, warna apa saja?

Narasumber : *Warna coklat dan warna natural*

Peneliti : Bagaimana ibuk dalam menganalisis keadaan pasar saat ini?

Narasumber : *Sekarang kondisi sepi, soalnya juga musim penghujan, banyak toko yang tutup dan untuk pemilik produksi terkendala dalam penjemuran, soalnya membutuhkan sinar matahari dalam proses pengeringan.*

Peneliti : Apa yang dilakukan agar usaha ini tidak mati dipasaran?

Narasumber : *Kualitas yang sekiranya bagus bagaimana, tetap dijaga kualitasnya disini dalam memproduksi, menyesuaikan permintaan pasar.*

Peneliti : Sistem pemasaran yang secara online, siapa yang mengelola?

Narasumber : *Suami saya, pak Sukliono*

Peneliti : Apakah ibu menentukan standar produk dan mutu dalam menawarkan ke konsumen?

Narasumber : *Tidak, hanya mengikuti permintaan pelanggan dan pasar*

Peneliti : Apa ada respon konsumen terhadap produk yang ada di handicraft ini?

Narasumber : *Tidak ada*

Peneliti : Mengapa dalam menggunakan bahan baku lebih dari kayu kukun dan kayu kopi?

Narasumber : *Soalnya untuk kayu yang lain lebih mahal, sedangkan untuk kayu itu lebih murah. Namun jika permintaan pelanggan menginginkan selain kayu tersebut tetap kita buat.*

Peneliti : Sejauh mana saat ini handicraft ini dalam mengalami kemajuan?

Narasumber : *Dulu yang awal modal hanya 1,5 juta sampai sekarang, sudah sangat banyak*

Peneliti : Struktur organisasi yang ada di handicraft Citra Mandiri seperti apa?

Narasumber : *Ada pimpinan, bagian produksi, bagian pengemasan, bagian perakit, bagian pemasaran.*

Peneliti : Kayu apa saja yang dipakai dan untuk produk apa?

Narasumber : *Produk tasbih dari kayu kukun, kayu kopi, kayu gaharu, kayu kemuning, kayu stigi, dan kayu galiasem. Produk gelang dari kayu gaharu, kayu koral, kayu kaliarus. Produk tongkat dari kayu galiasem dan kayu stigi. Produk kalung dari tulang, kayu kaliarus, kayu koral, kayu kukun.*

Peneliti : Hasil yang didapatkan setiap minggu berkisar berapa?

Narasumber : *Untuk 1 minggu, bisa memproduksi 10.000. hasil bersihnya sebanyak Rp800.000 itu sudah membayar karyawan, dll. Namun setiap tahun kita sering mengalami proses naik turun.*

Peneliti : Omset yang didapat mulai 3 tahun ini berkisar berapa bu?

Narasumber : *Saya tidak pernah menghitung, pokok modalnya banyak, kemudian mendapatkan hasilnya. Gitu saja sayanduk. Soalnya selama mengolah usaha ini tidak pernah ngutang, tetapi dapat dari hasil sendiri*

Peneliti : *Apa yang mempengaruhi berlangsungnya usaha ini, misal konsumen meminta banyak sedangkan modalnya yang dimiliki sedikit, bagaimana ibu dalam menghadapinya?*

Narasumber : *Kita sistemnya ngoper punya yang lain. Untuk saat ini bahan bakunya yang sulit. Kemudian Kendala juga pada saat panen. Sisanya untuk konsumen kurang-kurang. Pokok sebelum panen saya ngasih dulu ke pasar, waktu ngasih tidak langsung dibayar cash, namun masih dalam bentuk hutang, lalu ada yang memberi secara giro. Misal 1 bulan dikasih 2 juta sisanya giro. Kalau kita tidak punya uang dobel, tidak bisa jalan.*

Peneliti : *Kemudian jika seperti itu dapat biaya yang lain dari mana?*

Narasumber : *Saya ini juga dagang jagung, padi. Jadi, uangnya saya ubet-ubetkan. Jadi, bagaimana usaha ini bisa tetap jalan. Ya saya masuk-masukkan uangnya.*

Peneliti : *Awal mendirikan usaha ini produk pertama yang digeluti itu apa?*

Narasumber : *Awalnya tasbih saja. Terus kita kan keliling sendiri, dijual sendiri. Dulu itu titip ke orang-orang yang berangkat ke pasar-pasar, sekarang kan sudah berangkat sendiri, jual sendiri di toko-toko, dari situ sudah buat gelang, kalung, tongkat, dll.*

Peneliti : *Awal dalam membuat produk, pasti mengalami kesulitan, setelah itu cara yang digunakan untuk mengantisipasinya seperti apa?*

Narasumber : *Awalnya saya ini karyawan ditempat kakakku, yang proses aku, sebelumnya itu teman saya anak muda-muda dulu, tapi saya sudah punya anak. Dari situ dalam proses produksi dulunya bentuk-bentuknya secara manual, tidak diplong seperti sekarang. 100 tasbih dalam seminggu belum tentu dapat, tapi harganya mahal. 1 kodi dulu*

harganya 100 ribu lebih, kalau sekarang lebih murah, tapi dapat cepatnya. Dulu mahal tapi lama pemrosesannya, sekarang murah tapi dapatkan 1000 tasbihpun cepat.

Peneliti : Mengapa karyawan sekarang dalam memproses produk ini ada yang disini ada juga di rumah?

Narasumber : *Dulu itu disini semua, berhubung orang-orang banyak yang minta dirumah sendiri-sendiri. Kalau malam katanya bisa dilembur. Dulu itu harian, sekarang tidak mau, minta borongan untuk sistem pengerjaan produknya. Untuk bahan baku dari sini semua, situ Cuma prosesnya. enaknya bisa disambi dengan pekerjaan yang lain, kalau disini kan tidak bisa.*

Peneliti : Kriteria seperti apa, kok ada yang bekerja disini lalu dirumah?

Narasumber : *Semua dari keinginan saya, tetapi kalau yang bekerja tetap disini tidak boleh libur.*

Peneliti : Apa ada karyawan yang langsung bisa dalam proses produksi bu?

Narasumber : *Tidak, semua butuh diajarin terlebih dahulu, tidak langsung bisa, sulit mbk.*

Peneliti : Kira-kira ada apa tidak, karyawan yang ikut campur dalam pengembangan produk ini?

Narasumber : *Tidak ada karyawan yang ikut campur menangani pengembangan produk disini. Mereka yang penting kerja.*

Peneliti : Peralatan apa saja yang digunakan dan memiliki fungsi apa saja?

Narasumber : *Dynamo plong, untuk membentuk. Dynamo tarik yakni untuk menghaluskan dan mengkilatkan. Gergaji untuk memotong lempengan-lempengan.*

Peneliti : proses pembuatan produknya bagaimana?

Narasumber : *Bahan baku yang panjang, kemudian dilempengi, lalu diplong pakai ladingan-ladingan pakai gunting, setelah itu dihaluskan kemudian*

dikelir, lalu di jemur, digilapkan, setelah semua selesai di rakit, akhir dari proses semua kemudian dipasarkan.

Peneliti : Kalau produk tongkat apa sama bu?

Narasumber : *Sama, Cuma kalau tongkat prosesnya ada pembubutan lalu proses penghalusan, kemudian digilapkan, lalu dipasarkan.*

Peneliti : Apakah model setiap produk sama?

Narasumber : *Tidak, kalau tasbih sama, hanya dari segi warna. Untuk warna berbeda-beda ada yang coklat dll tergantung dari kayunya. Missal kayu galiasem tidak usah diwarnai, karena dari awalnya berwarna hitam. Untuk produk gelang, bentuknya berbeda-beda ada yang oval, bulat, dan loncong. Produk kalung sama dengan produk gelang. Kalau tongkat secara variasinya ada yang berbentuk naga, alalu ada juga yang bentuk baiasa saja.*

Peneliti : Jika ada konsumen yang ingin produk berbeda apa dibuatkan?

Narasumber : *Tetap kita buat, kalau mampu kita buat, kalau tidak ya tiidak kita buat.*

Peneliti : Apakah benar pendistribusiannya sudah sampai luar negeri?

Narasumber : *Iya, sekarang kondisi ekonomi masih kurang baik, jadi, tahun ini sudah tidak sering kita mengirim keluar negeri. Yang panti untuk pasar lokal diantaranya: Jakarta, Bandung, Semarang, dan Palembang.*

Peneliti : Kira-kira ada apa tidak, produk yang terjadi karena penggabungan 2 produk menjadi satu?

Narasumber : *Tidak nduk*

Peneliti : Apa ada pak, dalam membuat produk baru dengan permintaan pelanggan yang sama seperti biasanya?

Narasumber : *Kalau dibilang produk baru, kita sering membuat produk baru, saya rasa untuk tasbih, tidak ada produk baru, karena motifnya ya gitu-gitu*

saja, yang baru hanya warna. Tetapi kalau asesoris, gelang, kalung sering membuat produk baru, dan supaya ngetrend di pasaran.

Peneliti : Apa ada kira-kira pak, pelanggan yang berbeda meminta produk baru?

Narasumber : *Ada juga, malahan banyak.*

Peneliti : Apa saja tugas karyawan?

Narasumber : *Karyawan itu banyak mbk, ada yang bagian pemotong kayu, bagian pengrajin, bagian rakit, bagian pengemasan, dan bagian produksi.*

Peneliti : Siapa yang bagian pemasar pak?

Narasumber : *Saya sendiri*

Peneliti : Pekerja tetap disini sebanyak berapa pak?

Narasumber : *4 orang*

Peneliti : Bagaimana strategi yang dilakukan dalam pengembangan produknya?

Narasumber : *Kita harus cerdas, telaten, teladan, sabar. Soalnya persaingan semakin berat dan banyak. Modal yang dimiliki harus cukup mbk, karena sekarang dipasar sistemnya kredit dan giro.*

Peneliti : Bagaimana asal usul nama handicraft Citra Mandiri?

Narasumber : *Dulu saya bergabung dengan kakak saya jadi satu, kemudian memiliki modal sedikit, akhirnya saya ingin mandiri, dari situ nama Citra Mandiri.*

Peneliti : Produk tasbih, awalnya memang ada warna apa tidak?

Narasumber : *Tidak, buat sendiri. Sesuai permintaan pasar, yang lagi ngetrend di pasar.*

Peneliti : Produk apa yang paling laku di pasaran?

Narasumber : *Produk tasbih, kita menjual 2 tipe produk tasbih, ada produk tasbih muslim dan non muslim (hindu dan budha). Jenis tasbih muslim sebanyak 99, kalau tasbih hindu dan budha 108.*

Peneliti : Terkait mengenai warna, warna yang sering diminati?

Narasumber : *Kita yang umum saja di pasaran, seperti hitam dan coklat.*

Peneliti : Alasan membuat berbagai macam produk?

Narasumber : *Karena ada rasa keinginan untuk membuat, biar sama dengan pasaran. Dari awal kita membuat tasbih, terus melihat pasar. Kita tidak bisa makan alias produk kita bisa rugi di pasaran.*

Peneliti : Kesulitan dalam membuat produk baru?

Narasumber : *Tidak ada kesulitan, Cuma kita mengikuti pasar. Kalau kita awalnya tasbih, jika sudah terjun di pasar, kita sudah tau apa permintaan orang pasar. Kita tidak belajar, kita sudah tau sendiri. Orang pasar yang menentukan, kita yang produksi.*

Peneliti : Awal prosesnya sampai bahan bakunya, apakah mengalami kesulitan?

Narasumber : *Tidak mengalami kesulitan sama sekali, Cuma mosalnya saja yang mengalami kesulitan. Kalau semua marketnya saya tidak kesulitan. Pasar itu sistemnya tidak cash, bayar ambi, jadi nota yang lama. Contohnya kita dari jember bawa barang nilainya 100 juta, pulang ya bawa uang 100 juta. Nota yang lama dibayar, nota yang baru ditaruh. Kalau tidak gitu, tidak bisa main partai. Kalau partai, tidak mungkin cash. Pasti bayar ambil, bayar ambil. Contohnya lagi, smian punya hutang ke saya 20 juta, smian mau bayar, saya harus bawakan barang 20 juta. Gitu!*

Peneliti : Bu ada yang ingin saya tanyakan lagi terkait kejujuran terhadap pelanggan, sekarangkan sangat marak penipuan, lalu apa yang anda lakukan jika ada pelanggan yang pesan, tetapi sangat awam mengenai bahan baku yang dimiliki?

Narasumber : *Kami jelaskan kepelanggan, sampai mereka bisa membedakan kayu-kayu yang dikelola menjadi produk yang mereka harapkan, akhirnya dari situ mereka faham. Bagi kami kepercayaan pelanggan menjadi no. 1 di kami, dan kejujuran adalah hal yang harus kita utamakan.*

**Transkrip Hasil Wawancara
Informan Tambahan (Karyawan)**

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Ida Nafi'ah
Umur : 35 tahun
Informan : Karyawan

**II. Pertanyaan untuk karyawan di *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul
Kecamatan Balung Kabupaten Jember**

Peneliti : Assalamualaikum bu, maaf mengganggu waktunya?
Narasumber : *Walaikumsalam, iya tidak apa-apa*
Peneliti : Siapa nama lengkap ibu?
Narasumber : *Ida Nafi'ah*
Peneliti : Berapa umur ibu?
Narasumber : *35 tahun*
Peneliti : Sudah berapa lama bekerja disini?
Narasumber : *9 tahun mbk*
Peneliti : Pengerjaannya biasanya disini atau di tempat lain?
Narasumber : *Disini mbk, saya biasanya bagian pengeplongan*
Peneliti : Menurut pandangan ibu, perbedaan produk *handicraft* Citra Mandiri dengan produk lain, seperti apa?
Narasumber : *Kalau produknya disini selalu meningkatkan mutunya.*
Peneliti : Mutu yang seperti apa bu? Apa dari bahan baku atau dari yang lain?
Narasumber : *Semuanya mbk*
Peneliti : Selama bekerja disini dalam membuat produk, kesulitannya terletak dimana?

Narasumber : *Tidak ada yang sulit, awalnya saya diajarin pimpinan saya, soalnya memang belum bisa*

Peneliti : *Selama perjalanan 9 tahun ini, bekerja disini apakah merasa nyaman atau bagaimana?*

Narasumber : *Nyaman mbk, karena keungannya enak.*

Peneliti : *Apakat menurut ibu teman-teman karyawan yang lain, apa kira-kira juga sama dengan ibu?*

Narasumber : *Bos saya ini kan enak, jadi saya dan teman-teman juga merasa enak.*

Peneliti : *Apa harapan anda pada perusahaan ini selanjutnya?*

Narasumber : *Bisa semakin maju dan sukses*

Peneliti : *Cukup itu saja ibu, terimakasih atas infonya?*

Narasumber : *Iya mbk*

**Transkrip Hasil Wawancara
Informan Tambahan (Karyawan)**

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Suyati
Umur : 70 tahun
Informan : Karyawan

**II. Pertanyaan untuk karyawan di *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul
Kecamatan Balung Kabupaten Jember**

Peneliti : Assalamualaikum bu, maaf mengganggu waktunya?
Narasumber : *Walaikumsalam, iya*
Peneliti : Siapa nama lengkap ibu?
Narasumber : *Suyati*
Peneliti : Berapa umur ibu?
Narasumber : *70 tahun nduk*
Peneliti : Sudah berapa lama bekerja disini?
Narasumber : *Mulai dari awal berdiri, saya sudah bekerja disini, ya berkisar 14 tahun*
Peneliti : Pengerjaannya biasanya disini atau di tempat lain?
Narasumber : *Disini nduk, saya biasanya bagian penjemuran*
Peneliti : Menurut pandangan ibu, perbedaan produk *handicraft* Citra Mandiri dengan produk lain, seperti apa?
Narasumber : *Kalau produknya disini selalu bagus nduk*
Peneliti : Selama bekerja disini dalam membuat produk, kesulitannya terletak dimana?
Narasumber : *Tidak ada, awalnya pengerjaannya memang diajarin terlebih dahulu*

- Peneliti : Selama perjalanan 14 tahun ini, bekerja disini apakah merasa nyaman atau bagaimana?
- Narasumber : *Nyaman banget nduk, pimpinan saya sangat peduli kepada saya.*
- Peneliti : Apakat menurut ibu teman-teman karyawan yang lain, apa kira-kira juga sama dengan ibu?
- Narasumber : *Pimpinan saya ini kan enak an, dermawan juga, jadi saya dan teman-teman juga merasa enak dan nyaman.*
- Peneliti : Apa harapan ibu kedepannya usaha ini?
- Narasumber : *Bisa lebih baik nduk*
- Peneliti : Terimakasih bu atas waktunya?
- Narasumber : *Iya sama-sama*

**Transkrip Hasil Wawancara
Informan Tambahan (Pembeli)**

I. Identitas Informan Penelitian

Nama : Adi Supriono
Umur : 55 tahun
Informan : Pembeli

**II. Pertanyaan untuk pembeli di *handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul
Kecamatan Balung Kabupaten Jember**

Peneliti : Assalamualaikum, maaf mengganggu waktunya?
Narasumber : *Walaikumsalam, iya silahkan*
Peneliti : Nama lengkap bapak siapa?
Narasumber : *Adi Sukliono*
Peneliti : Sudah berumur berapa tahun?
Narasumber : *55 tahun*
Peneliti : Sudah berapa kali membeli produk ini pak?
Narasumber : *2 kali mbk*
Peneliti : Produk apa yang sering dibeli?
Narasumber : *Kemarin saya membeli produk yang terbuat dari kayu gaharu*
Peneliti : Bagaimana cara bapak dalam mendapatkan produk tersebut?
Narasumber : *Kebetulan saja, saya jalan-jalan di Desa Tutul. Kemudian saya tertarik untuk membeli, karena terkadang ada produknya yang sama di pasaran gitu, ternyata berasal dari plastik tidak asli, kalau membeli langsung di tempatkan kita bisa tau. Produk ini memang sudah menjadi ketertarikan saya.*
Peneliti : Terimakasih infonya
Narasumber : *Iya sama-sama*

Lampiran 5. Foto Kegiatan

**Produk Industri *Handicraft* Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung
Kabupaten Jember**

Pemilik *Handicraft* Citra Mandiri



Gambar 1. Umi Hanik Pemilik *Handicraft* Citra Mandiri



Gambar 2. Sukliono Edi Saputra Pemilik *Handicraft* Citra Mandiri



Gambar 3. karyawan di *handicraft* Citra Mandiri



Gambar 4. Pembeli di *handicraft* Citra Mandiri



Gambar 5. tempat produksi di *handicraft* Citra Mandiri



Gambar 6. berbagai bentuk gelang



Gambar 7. berbagai bentuk tasbih




Gambar 8. berbagai bentuk kalung



Gambar 9. berbagai bentuk tongkat

Lampiran 6

SURAT IZIN PENELITIAN

 KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Jalan Kalimantan Nomor 37 Kampus Bumi Tegalboto Jember 68121
Telepon: (0331)- 330224, 334267, 337422, 333147 * Faximile: 0331-339029
Laman: www.fkip.unej.ac.id

Nomor **1772**UN25.1.5/LT/2019
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Yth. Kepala
BAKESBANGPOL
Jember.


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

| | |
|---------------|--------------------------------------|
| Nama | : Sylvia Nailuvary |
| NIM | : 150210301067 |
| Jurusan | : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial |
| Program Studi | : Pendidikan Ekonomi |

Berkenaan dengan penyelesaian studinya, mahasiswa tersebut bermaksud melaksanakan penelitian di Handicraft Balung Tutul dengan judul “Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember”

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

Demikian permohonan ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan I.

Prof. Dr. Suranto, M.Si.
NIP. 196706251992031003

SURAT PENELITIAN DARI BANKESBANGPOL


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

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

SURAT REKOMENDASI
Nomor : 072/497/415/2019

Tentang
PENELITIAN

Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi penelitian sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011;
2. Peraturan Bupati Jember No. 46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penerbitan Surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember

Memperhatikan : Surat Dekan FKIP Universitas Jember Nomor : 1772/UN25.1.5/LT/2019 perihal Permohonan Penelitian

MEREKOMENDASIKAN

Nama / NIM. : Sylvia Nailuvary / 150210301067
 Instansi : Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember
 Alamat : Jl. Kalimantan 37 Kampus Tegal Boto Jember
 Keperluan : Mengadakan penelitian untuk penyelesaian studi dengan judul : "Strategi Pengembangan Produk pada Handicraft Citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember"
 Lokasi : Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember
 Waktu Kegiatan : Maret s/d Mei 2019

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 : 05-03-2019
An. KEPALA BAKESBANG DAN POLITIK
KABUPATEN JEMBER
Sekretaris

Drs. H. H. WIDODO
Pembina Tk. I
NIP. 196112241988121001

Tembusan :
Yth. Sdr. : 1. Dekan FKIP Universitas Jember;
2. Yang Bersangkutan.

SURAT PENELITIAN DARI KECAMATAN

**PEMERINTAH KABUPATEN JEMBER**
KECAMATAN BALUNG
Jalan Rambipuji No. 124 Email.kecbalung@gmail.com Telp. (0336) 6200051
BALUNG - 68161

Kepada
Yth.Sdr. Kepala Desa Tutul.
di-

TUTUL

SURAT – REKOMENDASI
Nomor : 072/ 16 /35.09.10/2019
Tentang
PENELITIAN

Dasar : 1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian Sebagaimana telah diubah dengan peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perubahan atas peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 64 Tahun 2011;
2. Peraturan Bupati Jember No.46 Tahun 2014 tentang Pedoman Penertiban surat Rekomendasi Penelitian Kabupaten Jember.

Memperhatikan : 1. Surat Dekan FKIP Universitas Jember, tanggal 28 Pebruari2019 Nomor : 1772/UN25.1.5/LT/2019 Perihal : Permohonan Penelitian.
2. Surat Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Jember Nomor :072/497/415/2019. Tanggal 05 Maret 2019.

MEREKOMENDASIKAN


Nama/NIM : SYLVIA NAILUVARY / 150210301067
Instansi : Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jember.
Alamat : Jalan Kalimantan 37 Kampus Tegat Boto Jember.
Keperluan : Mengadakan Penelitian untuk Penyusunan Skripsi dengan Judul :
" Strategi Pengembangan Produk pada handicraft citra Mandiri di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember".
Lokasi : Kantor Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember.
Waktu Kegiatan : Maret s/d Mei 2019.

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

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

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Ditetapkan di : Balung
Tanggal : 08 Maret 2019



Lampiran 7

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
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 : Sylvia Nailuvary
NIM/ Angkatan : 150210301067/ 2015
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Produk Pada Handicraft Budi Dolaris
Di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember
Pembimbing I : Hety Mustika Ani, S.Pd.,M.Pd

KEGIATAN KONSULTASI

| NO | Hari/Tanggal | Materi Konsultasi | TT. Pembimbing I |
|-----|------------------|---------------------|------------------|
| 1. | Jumat/01-11-2018 | Bimbingan Bab 1,2,3 | Jwb |
| 2. | Rabu/07-11-2018 | Bimbingan Bab 1,2,3 | Jwb |
| 3. | Jumat/30-11-2018 | Bimbingan Bab 1,2,3 | Jwb |
| 4. | Rabu/16-01-2019 | Bimbingan Bab 1,2,3 | Jwb |
| 5. | Kamis/17-01-2019 | Bimbingan Bab 1,2,3 | Jwb |
| 6. | | ACC Seminar | Jwb |
| 7. | Jumat/15-4-2019 | Bimbingan Bab 4 | Jwb |
| 8. | Senin/15-4-2019 | Bimbingan Bab 4 & 5 | Jwb |
| 9. | Kamis/02-5-2019 | Bimbingan Bab 4 & 5 | Jwb |
| 10. | Selasa/07-5-2019 | Bimbingan Bab 4 & 5 | Jwb |
| 11. | Rabu/08-5-2019 | Bimbingan Bab 4 & 5 | Jwb |
| 12. | Jumat/10-5-2019 | Bimbingan Bab 4 & 5 | Jwb |
| 13. | Selasa/14-5-2019 | ACC Sidang | Jwb |
| 14. | | | |
| 15. | | | |

Catatan:

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



KEMENTERIAN RISTEK DAN PERGURUAN TINGGI
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 : Sylvia Nailuvary
NIM/ Angkatan : 150210301067/ 2015
Jurusan/ Prog. Studi : IPS/Pendidikan Ekonomi
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Produk Pada Handicraft Budi Dolaris
Di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember
Pembimbing II : Dr. Sukidin, M.Pd

KEGIATAN KONSULTASI

| NO | Hari/Tanggal | Materi Konsultasi | TT. Pembimbing II |
|-----|-------------------|---------------------|--------------------|
| 1. | Minggu/02-12-2018 | Bimbingan Bab 2 | <i>[Signature]</i> |
| 2. | Senin/03-12-2018 | Bimbingan Bab 2 | <i>[Signature]</i> |
| 3. | Kamis/20-12-2018 | Bimbingan Bab 2 | <i>[Signature]</i> |
| 4. | Jum'at/21-12-2018 | Bimbingan Bab 1 & 2 | <i>[Signature]</i> |
| 5. | Senin/14-1-2019 | Bimbingan Bab 1 & 2 | <i>[Signature]</i> |
| 6. | Selasa/22-1-2019 | Bimbingan Bab 1,2,3 | <i>[Signature]</i> |
| 7. | Jumat/26-1-2019 | Bimbingan Bab 1,2,3 | <i>[Signature]</i> |
| 8. | Selasa/30-1-2019 | Bimbingan Bab 1,2,3 | Acc 13/1/19 |
| 9. | | | <i>[Signature]</i> |
| 10. | Kamis/11-4-2019 | Bimbingan Bab 4 | <i>[Signature]</i> |
| 11. | Jumat/03-5-2019 | Bimbingan Bab 4 | <i>[Signature]</i> |
| 12. | Rabu/08-5-2019 | Bimbingan Bab 4 | <i>[Signature]</i> |
| 13. | Senin/13-5-2019 | Bimbingan Bab 4 & 5 | <i>[Signature]</i> |
| 14. | | | |
| 15. | | | Acc 13/5/19 |

Catatan:

- Lembar ini harus dibawa dan diisi setiap melakukan konsultasi.
- Lembar ini harus dibawa sewaktu Seminar Proposal Skripsi dan Ujian Skripsi

Lampiran 8 Biodata Peneliti

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**A. Identitas**

1. Nama : Sylvia Nailuvary
2. Tempat, tanggal lahir : Jember, 31 Juli 1997
3. Agama : Islam
4. Nama Ayah : Mahmudi Hs.
5. Nama Ibu : Almarhummah Sulasih
6. Alamat : Tamansari-Gondosari-Wuluhan-Jember
7. Email : Snailuvary2@gmail.com

B. Pendidikan

| NO | NAMA SEKOLAH | TEMPAT | TAHUN LULUS |
|----|--------------------|----------------|-------------|
| 1. | SDN TAMANSARI 02 | Wuluhan-Jember | 2009 |
| 2. | SMPN 2 PUGER | Puger-Jember | 2012 |
| 3. | SMAN BALUNG | Balung-Jember | 2015 |
| 4. | UNIVERSITAS JEMBER | Jember | 2019 |

