

**STRATEGI USAHA KECIL MENENGAH DALAM
MENGHADAPI ASEAN-CHINA *FREE TRADE AGREEMENT*
(ACFTA) DI JOMBANG**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Putri Nur Aini

No. Mahasiswa: 08312362

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2012

**STRATEGI USAHA KECIL MENENGAH DALAM
MENGHADAPI ASEAN-CHINA *FREE TRADE AGREEMENT*
(ACFTA) DI JOMBANG**

SKRIPSI

**Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi
pada Fakultas Ekonomi UII**

Oleh:

**Nama: Putri Nur Aini
No. Mahasiswa: 08312362**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2012

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

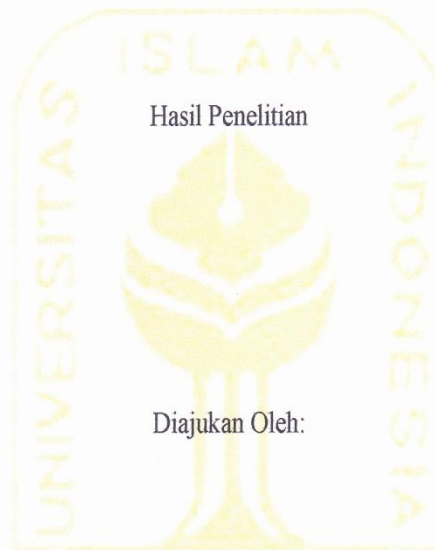
“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 25 Mei 2012

Penyusun

(Putri Nur Aini)

**STRATEGI USAHA KECIL MENENGAH DALAM
MENGHADAPI ASEAN-CHINA *FREE TRADE AGREEMENT*
(ACFTA) DI JOMBANG**



Nama: Putri Nur Aini

No. Mahasiswa: 08312362

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 25 'MEI' '2012

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Hendi Yogi Prabowo', written over a horizontal line.

Hendi Yogi Prabowo, SE., M.For.Accy., Ph.D

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

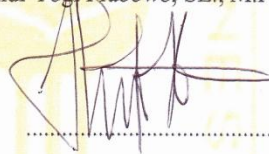
SKRIPSI BERJUDUL

**STRATEGI USAHA KECIL MENENGAH DALAM
MENGHADAPI ASEAN-CHINA *FREE TRADE AGREEMENT*
(ACFTA) DI JOMBANG**

Disusun Oleh: Putri Nur Aini
No. Mahasiswa: 08312362

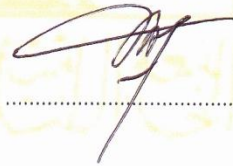
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan Dinyataan **LULUS**
pada tanggal: 13 JUNI 2012

Pembimbing Skripsi/Penguji : HENDI YOGI PRABOWO, SE., M.FOR.ACCY., Ph.D



Penguji

: Neni Meidawati, Dra., M.Si., Ak



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA.

HALAMAN PESEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan untuk,

Bapak Ibu tersayang

Dan juga

Untuk Kakak ku tercinta

HALAMAN MOTTO

“In life you have a choice : Bitter or Better?

Choose better, and forget bitter”

— Nick Vujicic

“What separates the winners from losers is how a person

Reacts to each new twist of fate”

— Donal Trump

“Everything is possible.

The impossible just takes longer”

— Dan Brown

“No matter what happens in life, be good to people. Being good to people is a wonderful legacy to leave behind.”

— Taylor Swift

“Life is.. a happiness. Happiness is.. the fact that I can do something right now”

— Lee Donghae

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Strategi Usaha Kecil Menengah dalam Menghadapi ASEAN-China Free Trade Agreement (ACFTA) di Jombang**”

Penulisan skripsi ini dilaksanakan sebagai syarat untuk mencapai pendidikan strata satu (S1) pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Dalam menyusun skripsi ini, penulis memperoleh dukungan, bantuan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Edy Suandi Hamid, M.Ec., Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA., selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Hendi Yogi Prabowo, S.E., M.For.Accy., Ph.D., selaku dosen pembimbing skripsi.
5. Dra. Primanita Setyono, MBA., Ak., selaku Direktur SAP UII.
6. Bapak, Ibu dan Kakak-kakak ku tercinta, trimakasih atas doa, semangat dan dukungan yang diberikan. Semoga Putri bisa menjadi anak yang membanggakan keluarga. Amin.

7. Drs. H.Patmoko dan Hj. Sri Wartiyah S.E, terimakasih yang tak terhingga untuk Paklik dan Bulek yang selama ini telah mau direpotkan dengan berbagai hal selama saya kuliah, semoga keluarga sekalian diberikan kemuliaan dan pahala yang setimpal dari Allah swt. Amin.
8. Bapak Sugeng, selaku perangkat Desa Gambang, terimakasih atas kesabaran bapak dalam menjelaskan pembahasan yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan Adriana Nur Widiaswara, Wahyu dewi Hapsari, Herlina Budhi Lestari, Andarina Estu, Lia Andyani. Terimakasih atas dukungan dan support kalian semua. God Bless us!.
10. Sahabat-sahabat yang tidak pernah bosan untuk menyemangati Aul, Ucho, Ranche dan Lala. Semoga persahabatan kita akan terus terjalin hingga waktu yang tak terhingga. Walau kita jauh, tapi hat kita tetap satu. Semoga kita bertemu dalam kesuksesan. Amin.
11. Teman-teman seperjuanga penghuni EC, Windy, Erma, Ridwan dan Erin. Terimakasih atas support, semangat dan doa kalian semua. Ternyata saya menjadi penutup perjuangan di FE ini. semoga kita bertemu kembali dalam kesuksesan. Amin.
12. Segenap teman-teman OCB 2008, arya, Windy, Ejak, Agil, Nohan, Haikal, Yan, Udik, Nana, Lina, Erma, Ririn, Leli, Erin, Rissa, Ardhan, Nila. Terimakasih atas kebersamaannya, semoga suatu saat kita bisa reuni bersama. Miss you all!

13. Team ‘modus’ Alumni Terp10 2012 yang tak pernah lelah untuk berjuang Lia, Dina, Faisal, Sukma, Tika, Danan, Fenny, Arya. Semoga harapan dan cita-cita kita bisa tercapai sesuai dengan yang diinginkan. Amiin. Sukses untuk kita semua!
14. Untuk Keluarga Besar Lembaga Universitas Islam Indonesia periode 2010-2011, terimakasih atas pengalaman serta kebersamaannya, semoga silaturahmi kita dapat terjalin terus. Jaya LEM UII!
15. Semua teman-teman Angkatan 2008, Sukses untuk kita semua kawan-kawan!.
16. Yang terakhir untuk semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wasalamu ‘alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 25 Mei 2012

Penulis

(Putri Nur Aini)

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	3
1.3. Rumusan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Penelitian Terdahulu	6
1.7. Sistematika Pembahasan	7
1.8. Kesimpulan Bab I	9
BAB II KAJIAN TEORITIK	10
2.1. Pengenalan	10
2.2. Awal Terbentuknya ACFTA	10
2.3. Perdagangan Internasional	11
2.3.1 Pengertian <i>Free Trade</i> dan Perdagangan Internasional	11

2.3.2	Faktor Pendorong dan Manfaat Perdagangan Internasional	12
2.3.3	Halanga Perdagangan Internasional	14
2.4.	Usaha Kecil Menengah (UKM)	16
2.4.1	Karakteristik UKM di Indonesia	17
2.4.2	Pengelolaan UKM di Indonesia	18
2.5.	Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)	19
2.6.	Produksi	20
2.6.1	Pengertian dan Proses Produksi	20
2.6.2	Produksi dan Tenaga Kerja	21
2.7.	Strategi	22
2.7.1	Pengertian Strategi	22
2.7.2	Strategi Pemasaran	23
2.7.3	Strategi Mengembangkan Daya Saing	25
2.8.	Peran Media <i>Online</i> Bagi Pengembangan Usaha	26
2.8.1	Strategi Pemasaran <i>Online</i>	28
2.9.	Peranan Pemerintah Daerah	30
2.10.	Hak Paten	31
2.10.1.	Pengertian, Obyek dan Subyek Hak Paten	31
2.11.	Kinerja Keuangan	33
2.12.	Manik-manik	34
2.13.	Kajian Pustaka	35
2.14.	Kesimpulan Bab II	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		38
3.1.	Pengenalan	38
3.2.	Pendekatan Penelitian	38
3.3.	Tempat Penelitian	44
3.4.	Instrumen Penelitian	44
3.5.	Sampel, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1	Sampel Penelitian	46
3.5.2	Sumber Data	47

3.5.3 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6. Teknik Analisis Data.....	51
3.7. Pengujian Keabsahan Data	54
3.8. Kesimpulan Bab III.....	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	58
4.1. Pengenalan	58
4.2. Pengaruh Implementasi ACFTA Terhadap UKM Manik-manik Jombang	58
4.2.1. Awal Mula Kerajinan Manik-manik Jombang	58
4.2.2. Pengaruh ACFTA Terhadap Perekonomian Indonesia	60
4.2.3. Pengaruh ACFTA terhadap UKM Manik-manik Jombang.....	64
4.3. Strategi UKM Manik-manik Jombang Dalam Menghadapi Implementasi ACFTA.....	76
4.3.1. Strategi Pemerintah dalam Menanggapi Implementasi ACFTA	76
4.3.2. Strategi UKM Manik-manik Jombang dalam Menghadapi ACFTA	79
4.3.2.1. Inovasi Produk.....	79
4.3.2.2. Pemasaran Secara <i>Online</i>	88
4.3.2.3. Berbagi Informasi	91
4.4. Peran Pemerintah Untuk Membantu UKM Manik-manik Jombang Dalam Menghadapi ACFTA.....	94
4.4.1. Langkah Pemerintah Indonesia Untuk Mengatasi Pengaruh ACFTA.....	95
4.4.2. Bantuan Pemerintah yang Diterima Oleh UKM Manik-manik Jombang.....	96

4.5. Intisari Jawaban Rumusan	
Masalah.....	104
4.6. Kesimpulan Bab IV.....	105
BAB V PENUTUP	107
5.1. Kesimpulan	107
5.2. Saran	108
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	108
DAFTAR PUSTAKA.....	110
LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
4.2. Kapasitas Produk/ Bulan Tahun 2010.....	68
4.2. Penjualan Ke Luar Negeri 2010	69
4.3. Kebutuhan Bahan Baku/ Bulan	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
4.2. Neraca Perdagangan Non-Migas Indonesia-China	61
4.3. Tahap Produksi Manik-manik	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1. Dokumentasi Wawancara.....	119

ABSTRAK

ASEAN China *Free Trade Agreement* (ACFTA) merupakan kesepakatan atau perjanjian perdagangan bebas antara Negara-negara ASEAN (Indonesia, Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina dan Brunei Darussalam) dengan China, yang mulai diberlakukan pada tanggal 1 Januari 2010 dengan tujuan untuk memperkuat dan meningkatkan kerjasama ekonomi antar negara yang bersangkutan namun kebijakan tersebut menimbulkan permasalahan tentang pengaruh yang akan diterima oleh Indonesia khususnya UKM Manik-manik Jombang. Dalam hal ini tujuan penelitian adalah ingin mengungkap lebih jauh mengenai pengaruh yang diterima oleh UKM manik-manik Jombang setelah diimplementasikannya ACFTA serta strategi yang dilaksanakan UKM manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA.

Metodologi yang digunakan adalah metode kualitatif guna memperoleh gambaran yang jelas, detail dan mendalam mengenai permasalahan yang diteliti, dimana sampel adalah UKM manik-manik Jombang dan sumber data penelitian adalah berbagai literatur dan hasil wawancara. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Teknik Analisis data menggunakan Metode Miles & Huberman dengan peneliti sebagai instrumen analisa utama. pengujian keabsahan data dilakukan dengan kredibilitas dan transferabilitas.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh yang diterima oleh UKM manik-manik Jombang akibat diimplementasikannya ACFTA adalah penurunan penjualan sekitar 60 persen serta pengurangan tenaga kerja hingga 80 persen. Kemudian strategi yang dilaksanakan oleh UKM Manik-manik Jombang guna mempertahankan kehidupan ekonominya dengan melakukan inovasi produk, memperbaiki sistem pemasaran mereka dengan menggunakan sistem *online* serta *sharing* informasi yang dilakukan antar pengrajin manik-manik Jombang.

Hasil penelitian merekomendasikan agar pengrajin UKM manik-manik Jombang untuk tetap melakukan pengembangan dan pengevaluasian atas strategi yang telah dilaksanakan .

Kata kunci: ACFTA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

1.2 Latar Belakang Masalah

ASEAN dalam Deklarasi Bangkok 1967 merupakan bentuk perwujudan kehendak bersama bangsa-bangsa Asia Tenggara untuk saling menjalin hubungan persahabatan dan kerjasama melalui usaha dan perjuangan bersama serta bertekad untuk membawa Asia Tenggara menuju kebebasan, kedamaian dan kemakmuran (Sugeng B. , 2003). ASEAN China *Free Trade Agreement* (ACFTA) merupakan kesepakatan atau perjanjian perdagangan bebas antara Negara-negara ASEAN (Indonesia, Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina dan Brunei Darussalam) dengan China, yang mulai diberlakukan pada tanggal 1 Januari 2010. Menurut Kementrian Perdagangan tujuan dibentuknya kerjasama ini adalah untuk memperkuat dan meningkatkan kerjasama ekonomi diantara pihak yang bersangkutan, mendalami bidang-bidang baru dan langkah-langkah pengembangan yang tepat untuk kerjasama ekonomi yang lebih erat, serta memfasilitasi integrasi ekonomi yang lebih efektif dari Negara-negara ASEAN yang baru dan menjembatani perbedaan pembangunan diantara pihak (Inayati, 2011).

Dengan diberlakukannya ASEAN China *Free Trade Agreement* (ACFTA) pada awal tahun 2010, menimbulkan pengaruh-pengaruh bagi perekonomian Indonesia, khususnya bagi produsen atau industri lokal (Wahib Muthalib, 2010). Hal ini disebabkan karena produk luar terutama China yang semakin menguasai pasar dalam negeri, apalagi jika ditambah dengan dihapuskannya pajak bea masuk.

Kalangan yang menganggap bahwa kesepakatan tersebut akan berdampak positif, beranggapan bahwa dengan adanya ACFTA maka akan menimbulkan persaingan yang kompetitif pada produk yang dihasilkan sehingga konsumen akan diuntungkan, hal ini akan meningkatkan daya beli masyarakat sehingga diharapkan kesejahteraan pun dapat ditingkatkan. Sebaliknya kalangan yang menolak ACFTA menganggap bahwa kesepakatan tersebut adalah sebuah ancaman. Dengan masuknya produk-produk China ke Indonesia maka akan merugikan produsen lokal, karena produk-produk China yang sudah terkenal memiliki harga lebih murah (Herawati, 2010).

Jombang adalah salah satu kota yang terletak di daerah Jawa Timur. Salah satu bentuk usaha kecil yang berhasil merambah dunia internasional adalah usaha kerajinan manik-manik. Manik-manik merupakan kerajinan yang mempunyai nilai seni tinggi, yang sudah dikenal oleh nenek moyang bangsa-bangsa di dunia. Terbukti dari patung-patung wanita purbakala yang ditemukan, selalu ada rangkaian permata mirip manik-manik yang melingkar di leher ataupun pergelangan tangannya (Tabloid Nova, 2001).

Kerajinan manik-manik telah dikenal di Jombang sejak 1977, dan merupakan kerajinan manik-manik pertama di Indonesia (Sugeng, 2011b). Kreasi manik-manik ini berkembang pesat, karena fungsinya yang tidak hanya sebagai perhiasan, tetapi juga sebagai interior ataupun untuk upacara adat. Masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengetahui bahwa Indonesia mempunyai produksi manik-manik yang indah dan populer. Banyak orang yang mengenal manik-manik Jombang dengan manik Bali, atau bahkan beberapa diantara mereka mengenalnya dengan manik Dayak, manik Afrika atau manik Australia (Zahiranew, 2010a).

UKM Manik-manik yang berlokasi di Desa Gambang Jombang tidak hanya memproduksi untuk kebutuhan dalam negeri saja, tetapi juga mengekspornya ke beberapa Negara Asia, Amerika, Perancis, Denmark dan beberapa Negara Eropa lainnya (Sugeng, 2011b). Dengan diimplementasikannya ACFTA tahun 2010 UKM Manik-manik Jombang juga mengalami persaingan dengan produk manik China. Sehingga, dengan adanya masalah tersebut penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul “Strategi Usaha Kecil Menengah Dalam Menghadapi ASEAN-China *Free Trade Agreement* (ACFTA) di Jombang”.

1.3 Fokus Penelitian

Dalam penelitian peneliti hanya meneliti tentang UKM Manik-manik Jombang, maka berdasarkan latar belakang masalah di atas penelitian ini difokuskan kepada :

1. Pengaruh ACFTA terhadap UKM Manik-manik Jombang.
2. Strategi yang dilakukan oleh UKM Manik-manik Jombang untuk menghadapi ACFTA.
3. Peran Pemerintah dalam membantu UKM Manik-manik Jombang untuk menghadapi ACFTA.

1.4 Rumusan Masalah

Dengan diimplementasikannya kebijakan ACFTA menyebabkan perubahan pada kondisi pasar manik-manik yang akan menyebabkan perubahan strategi pada UKM Manik-manik Jombang, dalam kondisi seperti ini peran Pemerintah sangat penting untuk mendukung kebutuhan aktifitas UKM. Terkait dengan hal tersebut, penulis ingin meneliti tentang:

- 1. Bagaimana pengaruh implementasi ACFTA terhadap UKM Manik-manik Jombang?*

Dalam rumusan masalah ini penulis ingin meneliti tentang dampak ACFTA dan juga respon pengrajin UKM Manik-manik Jombang setelah diberlakukannya kebijakan ACFTA. Dan apakah dengan adanya pengimplementasian tersebut mengakibatkan perubahan strategi pasar atau penjualan pada UKM Manik-manik Jombang? sehingga hal ini menyebabkan timbulnya pembahasan masalah yang kedua.

2. *Bagaimana akibat implementasi ACFTA terhadap strategi pasar UKM Manik-manik Jombang?*

Terkait dengan rumusan masalah yang pertama, dalam rumusan masalah ini penulis ingin mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana strategi yang dilaksanakan UKM Manik-manik Jombang untuk tetap bertahan dalam kondisi pasar yang telah berubah akibat diimplementasikannya ACFTA. Dalam pengimplementasian kebijakan baru ini tentu terdapat campur tangan pemerintah yang bertanggung jawab atas pelaksanaan ACFTA. Dikarenakan hal tersebut maka timbulah pembahasan masalah yang ketiga.

3. *Bagaimana peran Pemerintah untuk mendukung UKM Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA?*

Terkait dengan rumusan masalah sebelumnya, dengan adanya pengimplementasian ACFTA oleh Pemerintah akan menimbulkan pengaruh bagi UKM Manik-manik Jombang yang menyebabkan adanya perubahan strategi pemasaran. Sehingga dalam rumusan masalah ini penulis ingin meneliti tentang seberapa besar peran dan kontribusi pemerintah untuk mendukung UKM Manik-manik Jombang dalam menghadapi kemelut ACFTA.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh-pengaruh yang diterima UKM Manik-manik Jombang setelah diimplementasikannya ACFTA.
2. Untuk mengetahui strategi pengrajin Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA.
3. Untuk menganalisis peran pemerintah untuk mendukung pengrajin Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi pihak Pemerintah dalam meningkatkan kebijakan pada pengimplementasian ACFTA.
2. Sebagai bahan evaluasi strategi atau langkah UKM Manik-manik Jombang agar tetap mengembangkan bisnisnya.

1.7 Penelitian Terdahulu

Sebelum diimplementasikannya ACFTA pada awal Januari 2010, Indonesia terlebih dahulu melaksanakan AFTA (*ASEAN Free Trade Area*).

Pada penelitian Endang Suharyati (2002) dalam Herawati (2010) meneliti tentang tantangan Indonesia dalam era AFTA dilihat dari sektor Industri dan Perdagangan. Dalam penelitiannya Suharyati lebih menitikberatkan pada produk industri dan bagaimana perdagangan Indonesia dalam persaingan dengan negara-negara ASEAN.

Harry Yusuf A. Laksana (2002) dalam Herawati (2010) telah meneliti tentang bagaimana AFTA mempengaruhi globalisasi ekonomi regional serta kesiapannya dalam menghadapi AFTA 2002, penerimaan pajak dan potensi penerimaan pajak Indonesia pasca AFTA 2002.

Pada penelitian Vica Herawati (2010) meneliti tentang Pengaruh ACFTA pada nilai penjualan UKM Tekstil di Pekalongan. Hasil penelitian tersebut memberikan indikasi bahwa dari periode Januari-April 2010, pelaksanaan ACFTA tidak berpengaruh negatif pada penjualan UKM Tekstil di Pekalongan secara keseluruhan. Walaupun ada beberapa UKM yang mengalami penurunan tetapi secara keseluruhan masih mengalami kenaikan.

Pada penelitian ini penulis akan melakukan penelitian yang belum dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yaitu tentang pengaruh akibat implementasi ACFTA terhadap UKM Manik-manik Jombang, strategi yang digunakan oleh UKM Manik-manik Jombang untuk menghadapi ACFTA, dan bagaimana peran pemerintah untuk membantu UKM Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA.

1.8 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN TEORITIK

Pada bab ini berisi penjelasan dan pembahasan teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian dan penulisan terdahulu yang akan membantu dalam penulisan penelitian ini. Didalamnya akan dijelaskan tentang awal terbentuknya ACFTA (*ASEAN-China Free Trade Area*), teori tentang perdagangan internasional, UKM, strategi, strategi pemasaran, peran media *online*, peran pemerintah, hak paten, kinerja keuangan dan kajian pustaka.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam metodologi penelitian ini berisi tentang alasan penulis menggunakan metode kualitatif, alasan memilih tempat penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan juga pengujian keabsahan data yang akan digunakan penulis dalam penelitiannya.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan hasil analisis serta pembahasan. Bagian analisis ini akan memuat semua temuan yang diperoleh dalam penelitian. Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan tentang Awal mula kerajinan manik-manik di desa Plumbon-Gambang Jombang, Pengaruh implementasi ACFTA, Strategi UKM Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA dan juga Peran

pemerintah untuk membantu UKM Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi tentang kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian serta saran dari penulis.

1.9 Kesimpulan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa pengimplementasian ACFTA di awal Januari 2010 menimbulkan pengaruh bagi UKM Manik-manik Jombang, sehingga timbulah rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis. Tujuan dari penelitian ini guna menjawab rumusan masalah yang akan dibahas. Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak Pemerintah yang mempunyai wewenang dalam pengimplementasian ACFTA serta pihak UKM Manik-manik Jombang agar selalu mengembangkan dan mengevaluasi strategi yang dilakukan.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

2.1 PENGENALAN

Pada bab ini berisi penjelasan dan pembahasan teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian dan penulisan terdahulu yang akan membantu dalam penulisan penelitian ini. Didalamnya akan dijelaskan tentang awal terbentuknya ACFTA (*ASEAN-China Free Trade Area*), teori tentang perdagangan internasional, UKM, strategi, strategi pemasaran, peran media *online*, peran pemerintah, hak paten, kinerja keuangan dan kajian pustaka.

2.2 Awal Terbentuknya ACFTA (*ASEAN-China Free Trade Area*)

ASEAN China Free Trade Area (ACFTA) merupakan bentuk kesepakatan atau perjanjian perdagangan antara Negara-negara ASEAN (Indonesia, Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina dan Brunei Darussalam) dengan China. Menurut Ratna Shofiyanti (2011), kerjasama ASEAN-China FTA pertama kali dikemukakan oleh Perdana Menteri China Zhu Rongji dalam *ASEAN+3 Meeting* di Singapura November 2000 dan pada *ASEAN-China Economic Corporation Meeting* pada Agustus 2001. Pada tahun 2001 China mengusulkan adanya perdagangan bebas antara ASEAN dengan China dalam konsep *The China-ASEAN Free Trade Area (ACFTA/CAFTA)* yang ditargetkan pada tahun 2010. Kesepakatan tersebut ditandatangani pada KTT ASEAN di Vientiane, Laos tahun

2001. Apabila kesepakatan tersebut dapat diimplementasikan secara lancar hambatan tariff dan non-tariff akan dihapus bagi 6 Negara ASEAN (Indonesia, Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina dan Brunei Darussalam) pada tahun 2010, dan bagi Negara Kamboja, Laos, Myanmar dan Vietnam pada tahun 2015 (Inayati, 2011).

Menurut Kementrian Perdagangan tujuan dibentuknya kerjasama ini adalah untuk memperkuat dan meningkatkan kerjasama ekonomi diantara pihak yang bersangkutan, mendalami bidang-bidang baru dan langkah-langkah pengembangan yang tepat untuk kerjasama ekonomi yang lebih erat, serta memfasilitasi integrasi ekonomi yang lebih efektif dari Negara-negara ASEAN yang baru dan menjembatani perbedaan pembangunan diantara pihak (Inayati, 2011).

Setelah melalui enam tahap negosiasi, pada tanggal 5 November 2002 perjanjian tersebut ditandatangani oleh kesepuluh Kepala Negara ASEAN dan China, yang melahirkan tiga buah kesepakatan. Diantaranya, kesepakatan di bidang barang (29 November 2002), kesepakatan perdagangan dan jasa (14 Januari 2007), kesepakatan ketiga di bidang investasi (15 Agustus 2007). ACFTA mulai diberlakukan secara efektif pada tanggal 1 Januari 2010 (Inayati, 2011).

2.3 Perdagangan Internasional

2.3.1 Pengertian *Free Trade* dan Perdagangan Internasional

Istilah *free trade* merupakan salah satu bentuk dari zona ekonomi (*economic zone*), yang pada umumnya memiliki pengertian yang

beragam. Hal ini diduga karena terdapat perbedaan sudut pandang para ahli tentang konsep *free trade*.

Menurut Muliono (2001) *Free Trade* merupakan konsep teoritis berlakunya perdagangan internasional yang disebabkan hambatan akibat dari ketentuan pemerintah dalam suatu Negara, baik yang disebabkan oleh pengenaan tarif maupun non-tarif. Menurut Tulus Tambunan (2000):

Perdagangan internasional dapat didefinisikan sebagai perdagangan antar lintas negara mencakup ekspor dan impor, yang dibagi menjadi dua kategori, yakni perdagangan fisik (barang) dan perdagangan jasa yang terdiri dari biaya transportasi, perjalanan (*travel*), asuransi, pembayaran bunga, dan remittance seperti gaji tenaga kerja Indonesia (TKI) di luar negeri dan pemakaian jasa konsultan asing di Indonesia.

2.3.2 Faktor Pendorong dan Manfaat Perdagangan Internasional

Faktor-faktor yang mendorong terjadinya perdagangan antar Negara, menurut Yohana (2010) diantaranya :

a) **Keanekaragaman Kondisi Produksi**

Melalui perdagangan, suatu negara dapat memperoleh barang yang tidak dihasilkan dalam negeri.

b) **Penghematan Biaya produksi/ spesialisasi**

Perdagangan internasional memungkinkan produsen untuk memproduksi barang yang semakin besar, sehingga biaya produksi rata-ratanya semakin berkurang.

c) **Perbedaan Selera**

Kemungkinan sebuah Negara melakukan perdagangan internasional karena adanya perbedaan selera. Kedua

Negara akan memperoleh keunggulan dari perdagangan ini dan akan meningkatkan kesejahteraan Negara.

Terdapat beberapa keuntungan atau manfaat bagi Negara yang menjalin kerjasama perdagangan Internasional. Menurut Sukirno (2009), manfaat adanya perdagangan internasional, diantaranya:

- Memperoleh barang yang tidak dapat diproduksi di negeri sendiri

Adanya perbedaan keadaan Negara seperti geografis, iklim, pengetahuan IPTEK dan lain-lain mempengaruhi hasil produksi Negara tersebut, dengan adanya perdagangan internasional setiap negara mampu memenuhi kebutuhan yang tidak dapat diproduksi sendiri.

- Memperluas pasar dan menambah keuntungan

Dengan adanya perdagangan internasional dapat mengurangi kelebihan produksi suatu barang, karena surplus produk tersebut bisa dialihkan ke pasar luar negeri sehingga bisa menjadi keuntungan bagi para produsen dalam negeri.

- Transfer teknologi modern

Perdagangan luar negeri memungkinkan suatu negara untuk mempelajari teknik produksi yang lebih efisien dan cara-cara manajemen yang lebih modern.

Menurut Yohana (2010), manfaat dari diadakannya perdagangan internasional adalah a) efisiensi, dengan adanya perdagangan internasional sebuah negara cukup hanya memproduksi yang bisa diproduksinya dengan cara yang paling efisien dibanding dengan negara lainnya, sehingga tercipta efisiensi dalam pengalokasian sumber dayanya, b) perluasan konsumsi dan produksi, dengan adanya perdagangan internasional kemungkinan terdapat adanya peningkatan konsumsi yang lebih luas c) peningkatan produktivitas, bagi negara yang memproduksi barang tertentu akan berusaha untuk meningkatkan produktivitasnya, yang menyebabkan mereka menjadi lebih unggul dari negara lainnya d) sumber penerimaan negara, dengan adanya ekspor dan impor otomatis akan menjadi sumber pemasukan bagi negara.

2.3.3 Halangan Perdagangan Internasional

Berbagai halangan perdagangan baik domestik maupun internasional melarang kebebasan bisnis dalam perdagangan global. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2004), beberapa halangan tersebut antara lain :

a) Halangan domestik

Dalam halangan domestik terdapat tiga halangan yang paling sering ditemui 1) sikap, yaitu sikap dari pengusaha sendiri yang merasa bahwa bisnisnya terlalu kecil untuk dipasarkan pada pasar global atau internasional, sedangkan tahap pertama dalam membuat program ekspor adalah menyadari dan

mengetahui adanya kesempatan untuk melakukan ekspor, 2) informasi, salah satu alasan para wirausahawan atau pebisnis mengabaikan perdagangan internasional adalah kurangnya informasi mengenai bagaimana memulainya, 3) pembiayaan, kurangnya ketersediaan dana merupakan hambatan paling besar dalam melakukan ekspor atau mengikuti perdagangan internasional

b) Halangan Internasional

Yang meliputi halangan internasional, diantaranya 1) halangan bea masuk (tariff bea masuk), menerapkan bea masuk menyebabkan harga barang impor meningkat yang menyebabkan berkurangnya minat pelanggan untuk membeli barang tersebut 2) halangan selain non-tariff, seperti penerapan kuota (batasan terhadap produk yang diimpor kedalam suatu negara, embargo (larangan total terhadap produk-produk tertentu), dumping (penjualan produk dalam jumlah besar di negara-negara asing lebih rendah daripada biayanya)

c) Halangan Politik

Keadaan politik di suatu negara kemungkinan akan mempengaruhi perekonomian negara tersebut, yang akan berimbas pada produk impor yang termasuk dalam perdagangan global.

d) Halangan Budaya

Terdapatnya perbedaan bahasa, filosofis, bisnis dan tradisi mempersulit tercapainya perdagangan internasional dibanding sekedar menjual produk di sekitar lingkungan. Bagi para wirausahawan maupun pebisnis yang tidak memahami adanya perbedaan tersebut akan mengalami kerugian dalam bisnisnya.

2.4 Usaha Kecil Menengah (UKM)

UKM mempunyai definisi yang berbeda-beda, diantaranya :

Menurut Kementrian Koperasi dan UKM RI sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Kemenkop & UKM):

Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria. Usaha Mikro yaitu mempunyai Asset maksimal 50 Juta dengan Omzet maksimal 300 Juta per tahun.

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan ataupun badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria. Usaha Kecil yaitu memiliki asset 50–500 Juta dengan Omzet 300–2,5 Miliar per tahun.

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih sebesar 500 Juta-10 Miliar dan penjualan tahunan sebesar 2,5 Miliar–50 Miliar.

Badan Pusat Statistik (BPS) memberikan definisi UKM berdasarkan kuantitas tenaga kerja. Usaha kecil merupakan entitas usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5-19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan entitas usaha yang memiliki tenaga kerja 20-99 orang (Herawati, 2010).

2.4.1 Karakteristik UKM di Indonesia

UKM merupakan sektor usaha yang bersentuhan langsung dengan aktifitas ekonomi rakyat sehari-hari. Dalam lingkup usaha yang kecil UKM terbukti relatif tangguh dalam menghadapi badai krisis ekonomi, sehingga beberapa lembaga keuangan menganggap sebagai peluang penyaluran kredit yang potensial. UKM dipandang potensial, karena secara kumulatif merupakan pangsa pasar yang besar dan tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi (Yanti, 2010).

Karakteristik UKM di Indonesia berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh AKATIGA *the Center for Micro and Small enterprise dinamic* (CEMSED) dan *the Center for Economic and Social Studies* (CESS) pada tahun 2000 dalam Vica Herawati (2010) adalah mempunyai daya tahan untuk hidup dan mempunyai kemampuan untuk meningkatkan kinerjanya pada masa krisis ekonomi. Hal ini dikarenakan fleksibilitas UKM dalam melakukan penyesuaian produksinya, mampu berkembang dengan modal sendiri dan mampu mengembalikan pinjaman yang tinggi dan tidak terikat dengan birokrasi.

Dalam penelitian Vica Herawati (Herawati, 2010), UKM di Indonesia dapat bertahan di masa krisis dikarenakan oleh 4 hal :

- 1) Sebagian UKM menghasilkan barang-barang konsumsi (*consumer goods*), khususnya yang tidak tahan lama.

- 2) Mayoritas UKM lebih mengandalkan pada *non-banking financing* dalam pendanaan usahanya.
- 3) Pada umumnya UKM melakukan spesialisasi produk, yaitu hanya memproduksi produk atau jenis tertentu saja.
- 4) Terbentuknya UKM sebagai akibat dari pemutusan hubungan kerja sepihak.

UKM sebagai penggerak ekonomi negara mempunyai beberapa fungsi utama, diantaranya (1) UKM sebagai penyedia lapangan kerja bagi jutaan orang yang tidak tertampung di sektor formal, (2) Sektor UKM mempunyai kontribusi terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), (3) UKM sebagai sumber penghasil devisa negara melalui ekspor berbagai jenis produk yang dihasilkan (Herawati, 2010).

2.4.2 Pengelolaan UKM di Indonesia

Pengelolaan UKM di Indonesia dibawah kepemimpinan kementerian Koperasi dan UKM. Di dalam rencana strategis Kemenkop dan UKM tahun 2010-2014, dijelaskan bahwa kebijakan yang dikeluarkan beberapa diantaranya berkaitan dengan UKM, yaitu [Bank Indonesia (2011)] :

Peningkatan iklim usaha yang kondusif (pengembangan peraturan dan perundang-undangan yang memudahkan, pembentukan forum dan peningkatan koordinasi yang berhubungan dengan UKM, peningkatan kemampuan dan kualitas aparat, pengembangan model teknologi untuk mendukung UKM dan lain-lain), peningkatan akses terhadap sumber daya produktif (penguatan permodalan UKM, pengupayaan penurunan suku bunga pinjaman bagi UKM, restrukturasi usaha, peningkatan produktivitas dan mutu, pemberdayaan lembaga pengembangan bisnis, fasilitas investasi UKM dan pengembangan

sistem bisnis), pengembangan produk dan pemasaran (pemanfaatan ilmu dan teknologi, penguatan jaringan usaha dalam dan luar negeri dan fasilitasi promosi), dan peningkatan daya saing SDM (pengembangan kewirausahaan, manajerial, keahlian teknis dan kemampuan dasar).

Selain hal tersebut, kebijakan Kemenkop dan UKM juga dimaksudkan untuk mendukung manajemen dan pelaksanaan tugas teknis lainnya, meningkatkan saran dan prasarana aparatur kementerian, dan mengembangkan program dan kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan UKM (Bank Indonesia, 2011).

2.5 Pemutusan Hubungan Kerja (PHK)

Menurut pasal 1 butir 25 UU No. 13/2003 tentang ketenagakerjaan dalam Harahap (2010), pemutusan hubungan kerja adalah pengakhiran hubungan kerja karena suatu hal tertentu yang mengakibatkan berakhirnya hak dan kewajiban antara pekerja/ buruh dan pengusaha.

Djulmiadji (1992) dalam Harahap (2010) menyatakan bahwa istilah pemutusan hubungan kerja dapat memberikan beberapa pengertian:

- a) *Termination*, yaitu putusnya hubungan kerja karena berakhirnya kontrak yang telah disepakati. Jika kontrak sudah berakhir, dan tidak ada kesepakatan kembali antara karyawan dan manajemen, maka karyawan harus meninggalkan pekerjaannya.
- b) *Dismissal*, yaitu putusnya hubungan pekerjaan karena karyawan melakukan tindakan pelanggaran disiplin yang telah ditetapkan.

- c) *Redundancy*, yaitu pemutusan hubungan kerja karena perusahaan melakukan pengembangan dengan mesin-mesin berteknologi baru, semisal penggunaan robot-robot atau alat-alat berat yang pengoperasiannya hanya membutuhkan satu atau dua orang karyawan saja, sehingga hal ini akan mengurangi tenaga kerja yang dibutuhkan.
- d) *Retrenchment*, yaitu pemutusan hubungan kerja terkait dengan masalah ekonomi, seperti resesi ekonomi, masalah pemasaran, sehingga perusahaan tidak mampu memberikan upah kepada karyawannya.

2.6 Produksi

2.6.1 Pengertian dan Proses Produksi

Produksi, oleh beberapa ekonom didefinisikan sebagai penghasilan kekayaan melalui eksploitasi manusia terhadap sumber-sumber kekayaan lingkungan. Secara konvensional, produksi adalah proses menghasilkan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber daya yang ada (Choir, 2010).

Proses bisa diartikan sebagai cara atau bagaimana produksi itu dilaksanakan. Menurut Ahyari (2002) proses produksi merupakan suatu cara atau teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada (Prawira, 2007).

Menurut Yamit (2002) macam-macam tipe produksi dapat dibedakan sebagai berikut (Prawira, 2007) :

- a) Produksi terus menerus, yaitu proses produksi barang atas dasar aliran produk dari satu operasi ke operasi lainnya tanpa penumpukan di suatu titik proses.
- b) Proses produksi terputus-putus, yaitu produksi yang dihasilkan pada saat tertentu. Biasanya tipe produksi ini berdasarkan pesanan pelanggan..
- c) Proses produksi campuran, yaitu tipe produksi gabungan dari tipe produksi terus-menerus dan terputus-putus.

2.6.2 Produksi dan Tenaga Kerja

Fungsi produksi merupakan hubungan antara faktor-faktor produksi (tenaga kerja, tanah, modal dan keahlian keusahawanan) dan tingkat produksi yang diciptakan.

$$Q = f(K, L, R, T)$$

Keterangan :

Q : jumlah produksi yang dihasilkan oleh berbagai jenis faktor produksi

K : jumlah modal

L : jumlah tenaga kerja

R : kekayaan alam

T : teknologi yang digunakan

Teori produksi sederhana menggambarkan antara hubungan tingkat produksi suatu barang dengan jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan tingkat produksi barang.

The Law of Diminishing Return (Hukum Hasil Lebih yang Semakin Berkurang) oleh David Ricardo, menyatakan bahwa :

“apabila faktor produksi yang dapat diubah jumlahnya (tenaga kerja) terus menerus ditambah sebanyak satu unit, pada mulanya produksi total akan semakin banyak pertambahannya, tetapi sesudah mencapai suatu tingkat tertentu produksi tambahan akan semakin berkurang dan akhirnya mencapai nilai negatif dan ini menyebabkan pertambahan produksi total semakin lambat dan akhirnya mencapai tingkat yang maksimum kemudian menurun.” (Murti, 2011).

2.7 Strategi

2.7.1 Pengertian Strategi

Strategi menurut Glueck dan Jauch (1994) adalah rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan atau organisasi dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan atau organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi. Sedangkan, strategi menurut David (2006) adalah cara untuk mencapai tujuan jangka panjang, yang bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*.

Menurut Porter dalam David (2006), ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi dan fokus. Porter menamakan ketiganya strategi umum. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan

membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

2.7.2 Strategi Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau entitas dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya. Adapun definisi menurut para ahli adalah sebagai berikut :

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk nilai dengan yang lain (Kotler & Armstrong, 2008).

Sedangkan menurut Stanton dalam Swasta & Handoko (2000) pengertian pemasaran didefinisikan sebagai berikut :

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari penjelasan di atas strategi pemasaran dapat diartikan sebagai cara perusahaan atau entitas untuk memperoleh *feedback* dari hubungan

yang dilakukan dengan pelanggan atau konsumen. Dengan adanya strategi pemasaran akan memudahkan perusahaan atau entitas untuk menciptakan dan mengembangkan hubungan yang kuat dan menguntungkan dengan pelanggan.

Setelah memutuskan strategi pemasarannya perusahaan membutuhkan bauran pemasaran, yang menurut Kotler (Kotler & Armstrong, 2008) didefinisikan sebagai :

“kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran”

Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang kemungkinan dapat mempengaruhi permintaan produk sebuah perusahaan, istilah ini bisa disebut 4P. Pertama, *Product* (produk) yaitu barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau entitas, yang meliputi aneka ragam, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan sebuah produk dan juga layanan (*services*). Kedua, *Price* (harga) adalah jumlah uang yang dibayarkan pelanggan untuk memperoleh sebuah produk. Perusahaan atau entitas menegosiasikan harga dengan masing-masing pelanggan, menawarkan diskon dan potongan harga, menghitung biaya tukar tambah dan persyaratan kredit. Ketiga, *Place* (tempat) yaitu lokasi aktifitas perusahaan yang membuat produknya dapat diperoleh oleh konsumen atau pelanggan. Keempat, *Promotion* (promosi) yang berarti kegiatan untuk menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli

produknya. Promosi ini bisa dilakukan dengan mengiklankan produk perusahaan (Kotler & Armstrong, 2008).

Program pemasaran tersebut akan menjadi efektif apabila bauran dan strategi pemasaran terintegrasi dengan baik. Sehingga tujuan perusahaan untuk mendapatkan *feedback* dari pelanggan akan lebih mudah tercapai.

2.7.3 Strategi Mengembangkan Daya Saing

Daya saing sangatlah penting dalam mencapai keberhasilan sebuah bisnis. Perusahaan atau entitas kecil akan memiliki daya saing apabila pelanggan atau konsumennya memperoleh kesan bahwa produk atau jasanya lebih baik daripada pesaingnya. Dalam sebuah persaingan pasar baik global maupun lokal dibutuhkan strategi dari organisasi tersebut agar dapat tetap bertahan, menurut Thomas dan Scarborough (2004) :

- a) Memusatkan perhatian kepada pelanggan, terlalu banyak perusahaan maupun entitas yang mengabaikan komponen terpenting ini, padahal seharusnya perusahaan harus menyadari bahwa segala sesuatu yang ada dalam perusahaan, termasuk perusahaan itu sendiri bergantung kepada kepuasan pelanggan.
- b) Kesetiaan terhadap mutu, dalam lingkungan persaingan global mutu barang dan jasa adalah syarat utama untuk mencapai keberhasilan organisasi dan bahkan untuk bertahan dalam persaingan global, salah satu bencana dalam pemasaran adalah

memiliki iklan yang hebat tetapi didampingi dengan sebuah produk yang buruk.

- c) Memperhatikan kenyamanan, perusahaan atau entitas yang berhasil yang dapat melakukan segala upaya untuk memastikan kemudahan bagi pelanggan atau konsumen dalam berurusan dengan mereka.
- d) Konsentrasi pada inovasi, inovasi adalah kunci keberhasilan unuk masa yang akan datang, karena perusahaan atau entitas kecil tidak dapat mengeluarkan biaya melebihi saingan-saingan mereka yang lebih besar, maka seringkali mereka menggunakan jalur inovasi untuk meningkatkan daya saing.

2.8 Peran Media *Online* Bagi Pengembangan Usaha

World Wide Web (www) merupakan jaringan yang sangat luas yang menghubungkan komputer diseluruh dunia melalui internet dan memberikan informasi yang tak terbatas. Pemasaran di *world wide web* (www) dengan membuat website yang menarik dan kreatif akan mampu memasarkan suatu produk atau jasa dari sebuah entitas atau perusahaan ke seluruh pelanggan di dunia (Zimmerer & Scarborough, 2004).

Besarnya manfaat dan murahnya biaya yang dibutuhkan menjadikan media *online* menjadi solusi utama bagi pemasaran pelaku bisnis. Beberapa peranan media *online* yang dapat dijadikan sebagai referensi (Bisnis UKM, 2009):

1) Sumber Informasi Untuk Mencari Ide Bisnis

Menurut Moeliono informasi merupakan pemberitahuan, kabar atau berita, yang merupakan keterangan atau bahan nyata yang dapat dijadikan dasar sebuah kajian atau analisis (Carapedia, 2011). Dengan mendapatkan informasi dari internet pelaku bisnis dapat menciptakan ide-ide baru yang dapat bermanfaat bagi kemajuan bisnisnya, selain itu dapat menjadi dukungan tersendiri bagi perkembangan bisnis atau usaha yang dijalankan.

2) Media Promosi Yang Sangat Efektif

Selain sebagai sumber informasi media *online* juga bisa dijadikan untuk mempromosikan atau memasarkan produk usaha. Melalui jaringan internet pelaku bisnis dapat mempromosikan produknya melalui *website*, iklan *online*, *mailing list*, jejaring sosial atau blog.

3) Sarana Yang Tepat Untuk Membangun *Brand* Yang Kuat

Semakin aktif pelaku usaha mempromosikan produk atau jasanya melalui internet, tidak menutup kemungkinan akan memperkuat *brand image* yang dimiliki oleh *brand* tersebut, dengan begitu kepercayaan konsumen akan terbangun dan bisnis atau usaha yang dijalankan tidak akan kalah saing dengan bisnis lainnya di pasaran.

4) Mempermudah Riset Pasar

Melalui informasi yang didapat dari internet, pelaku bisnis dapat mengetahui seberapa besar keunggulan bisnisnya, minat pasar dan

siapa saja yang menjadi kompetitor-kompetitor utamanya. Dari hasil tersebut seorang pelaku bisnis dapat mempersiapkan strategi untuk ke depannya.

5) Menjadi Jembatan Antara Pelaku Usaha dan Konsumennya

Jaringan internet dapat menghubungkan pelaku bisnis dengan berbagai pihak di seluruh penjuru dunia. Kondisi ini sangat menguntungkan, karena pelaku bisnis dapat berkomunikasi dengan calon konsumen dari berbagai penjuru dunia, baik melalui *email*, *yahoo messenger*, *skype*, *chatting* maupun jejaring sosial.

2.8.1 Strategi Pemasaran *Online*

Seiring dengan berkembangnya zaman, berbagai macam inovasi dalam promosi dilakukan, salah satunya dengan melakukan promosi secara *online*. Beberapa strategi yang bisa dilakukan dalam pemasaran secara *online* ini adalah (Bisnis UKM, 2009) :

1) Promosi Iklan

Melakukan promosi dengan cara betukar link ke situs-situs lainnya yang masih berkaitan dengan produk yang dijalankan. Bisa juga dilakukan dengan membayar *space* khusus yang disediakan untuk promosi berupa *banner* iklan atau iklan teks di *website* orang lain.

2) *Sales Promotion*

Untuk meningkatkan penjualan, dan membangun loyalitas terkadang para *blogger* ataupun pemilik website sering

membagikan *discount*, bonus atau hadiah bagi pelanggan setianya.

3) *Public Relation*

Memanfaatkan ilmu dan kemampuan di bidang *public relation* untuk mendekati konsumen, yaitu melengkapi *website* dengan FAQ (*Frequently Asking Questions*) untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pelanggan serta menampilkan galeri foto dan memberikan aplikasi download gratis untuk menarik minat pelanggan.

4) *Direct Marketing*

Dengan adanya *direct marketing* akan memudahkan calon konsumen untuk berinteraksi dengan pelaku usaha, yaitu seperti mencantumkan alamat perusahaan, *email*, kolom komentar, pilihan bahasa, agenda yang akan diadakan, sehingga konsumen dapat mendapatkan informasi yang jelas.

5) *Personal Selling*

Dengan bantuan internet, diharapkan pelaku usaha dapat memasarkan produknya hingga ke luar negeri. Promosi dengan menggunakan *personal selling* lebih menekankan pada penyediaan, seperti *shopping chart* untuk pembelian produk secara online, *booking online* untuk pemesanan produk atau jasa, *paypal* untuk melakukan pembayaran.

2.9 Peranan Pemerintah Daerah

Pemerintah merupakan sekumpulan orang yang mengelola kewenangan-kewenangan, melaksanakan kepemimpinan dan koordinasi pemerintahan serta membantu pembangunan masyarakat dari lembaga yang mereka naungi (Akhsarabay, 2011).

Perekonomian daerah membutuhkan investasi daerah dalam menghadapi era globalisasi. Selain itu juga sangat dibutuhkan peran pemerintah daerah yang bersangkutan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi yang tinggi. Mangkoesobroto (1995), mengungkapkan bahwa dalam perekonomian modern, peranan pemerintah dapat diklasifikasikan dalam tiga golongan besar, yaitu 1) peranan alokasi, yaitu peran pemerintah untuk mengusahakan agar alokasi sumber-sumber ekonomi dilaksanakan secara efisien 2) peranan distribusi, yaitu peran pemerintah sebagai alat distribusi pendapatan dan kekayaan, melalui program dan peraturan yang dapat memberikan perlindungan usaha ekonomi yang lemah, juga memberi dukungan kepada para pengusaha kuat 3) peranan stabilisasi, yaitu dengan pertimbangan bahwa perekonomian yang sepenuhnya diserahkan kepada daerah untuk mengatur daerahnya masing-masing.

Menurut Lincolin Arsyad dalam Mohammad Wahyudin dkk (2005), terdapat empat peran pemerintah dalam membangun perekonomian daerah, yaitu:

Entrepreneur, bertanggung jawab untuk menjalankan suatu usaha bisnis terutama mengelola secara ekonomis aset-aset daerah. *Coordinator*, bertindak sebagai koordinator untuk menetapkan kebijakan atau mengusulkan strategi-strategi bagi pembangunan di daerahnya. *Facilitator*, bertindak sebagai fasilitator untuk mempercepat pembangunan melalui perbaikan lingkungan di daerahnya. *Stimulator*, bertindak sebagai pendorong bagi penciptaan dan pengembangan usaha melalui tindakan-tindakan khusus yang akan mempengaruhi perusahaan-perusahaan untuk masuk ke daerah.

2.10 Hak Paten

2.10.1 Pengertian, Obyek dan Subyek Hak Paten

Hak paten menurut WIPO adalah hak khusus yang diberikan atas penemuan sebuah produk atau proses dalam melakukan atau menawarkan solusi baru terhadap suatu masalah (Theofransus Litaay, 2008).

Dalam UU nomor 14 Tahun 2001, Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, dalam waktu tertentu inventor dapat melakukan invensinya sendiri atau mengizinkan orang lain untuk melakukannya. Invensi adalah ide inventor di bidang teknologi dapat berupa produk atau proses, ataupun pengembangan produk atau proses. Inventor adalah orang atau sekelompok orang yang mempunyai atau melaksanakan ide yang menghasilkan invensi (Perpustakaan Hukum Kementrian Luar Negeri, 2010).

Yang menjadi obyek hak paten adalah invensi yang dipergunakan dalam bidang perindustrian. Penemuan yang dapat diberikan hak paten adalah penemuan baru di bidang teknologi, dapat berupa produk tertentu ataupun cara yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu. Subyek hak paten adalah 1) penemu, yang bisa berjumlah satu orang atau lebih 2) pemberi pekerjaan, yang dalam proses pekerjaannya ditemukan penemuan baru oleh penerima pekerjaan (Theofransus Litaay, 2008).

Hak paten memberikan perlindungan bagi para penemu agar penemuannya tidak dipergunakan, didistribusikan, dijual, dihasilkan

secara komersial, diimpor, dieksploitasi dan lain-lain tanpa persetujuan penemu (Theofransus Litaay, 2008).

Menurut UU nomor 14 tahun 2001 tentang Hak Paten, paten tidak diberikan untuk invensi tentang (Perpustakaan Hukum Kementrian Luar Negeri, 2010):

- 1) Proses atau produk yang penggunaannya bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, ketertiban umum atau kesusilaan
- 2) Metode pemeriksaan, perawatan, pengobatan atau pembedahan yang diterapkan terhadap manusia atau hewan
- 3) Teori dan metode di bidang ilmu pengetahuan atau matematika
- 4)
 - i. Semua makhluk hidup atau jasad renik
 - ii. Proses biologis yang essensial untuk memproduksi manusia atau hewan, kecuali proses biologis atau mikrobiologis.

2.11 Kinerja Keuangan

Menurut Irfan Fahmi dalam Anggraeni (2010), memberikan definisi kinerja sebagai berikut :

”Gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan strategis”.

Kinerja keuangan menurut Jumingan :

“Kinerja keuangan adalah gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu baik menyangkut aspek penghimpunan maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas dan profitabilitas” (Anggraeni, 2010).

Menurut Sutrisno (2009) dalam Anggraeni (2010) menjelaskan kinerja keuangan sebagai berikut :

“Kinerja Keuangan perusahaan merupakan prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut”.

Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan merupakan tingkat pencapaian prestasi dari entitas atau perusahaan dalam menghasilkan laba.

2.12 Manik-Manik

Masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mengetahui bahwa Indonesia mempunyai produksi manik-manik yang indah dan populer. Banyak orang yang mengenal manik-manik Jombang dengan manik Bali, atau bahkan beberapa diantara mereka dengan manik Dayak, manik Afrika atau manik Australia. Tidak semua lapisan masyarakat menyukai keunikan manik Jombang, hal ini karena umumnya masyarakat Indonesia menyukai manik China (Zahiranew, 2010a).

Manik Jombang dibuat dari aneka limbah kaca dengan berbagai jenis warna. Dalam pengolahan atau pembuatannya dapat dicampur dengan material

lain ataupun tanpa campuran material lain. Manik kaca yang dihasilkan dapat berbentuk bulat, lonjong, segitiga atau dibentuk sesuai dengan keinginan. Untuk manik yang diolah tanpa campuran material lain (polos) mempunyai harga yang relatif murah dan lumayan banyak diminati, dengan ciri khasnya yang mengkilat atau bening (Zahiraneu, 2011b).

Manik yang dihargai sedikit lebih mahal merupakan manik yang dalam pembuatan atau pengolahannya dicampuri dengan bahan lain (Zahiraneu, 2011b). Bahan yang dijadikan campuran dapat berupa pasir emas, yang dikirim dari Kalimantan, Martapura atau dari India (Sugeng, 2012d). Untuk menyelesaikan satu buah manik tersebut membutuhkan waktu berjam-jam, manik ini biasanya bertekstur sedikit kasar dan kurang mengkilap (Zahiraneu, 2011b).

2.13 Kajian Pustaka

Dengan diberlakukannya kerjasama ACFTA pada awal Januari 2010 memberikan perubahan pada sektor industri dan perdagangan Indonesia yang berdampak pada kondisi perekonomian dalam Negeri.

Leni Dwi Anggraini (2010) dalam Herawati (2010) tentang ACFTA dan dampaknya terhadap perekonomian Indonesia. Dalam penelitiannya dibahas tentang persiapan Indonesia yang dinilai masih kurang siap dalam menghadapi persaingan pasar global dibuktikan dengan masih kurangnya strategi Indonesia dalam menghadapi persaingan pasar bebas. Dalam penelitian ini juga dijelaskan dampak negatif dan positif diimplementasikannya ACFTA.

Vica Herawati (2010) yang meneliti tentang pengaruh ACFTA pada nilai penjualan UKM Tekstil di Pekalongan. Penelitian ini membahas tentang dampak yang terjadi pada penjualan tekstil pada UKM Pekalongan setelah berlakunya ACFTA. Hasil penelitian yang dipantau dari periode Januari-April 2010 dari 86 UKM yang diteliti 80 UKM mengalami kenaikan minimal 5% dan tertinggi 75%, sedangkan 6 UKM lainnya mengalami penurunan minimal 5% dan tertinggi 20%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ACFTA tidak sepenuhnya memberikan dampak negatif bagi penjualan, hal ini kemungkinan karena daya beli masyarakat yang loyal terhadap produk lokal.

Ratna Shofie Inayati (2011) dalam penelitiannya tentang tata politik dan ekonomi regional ASEAN-China dapat ditarik kesimpulan bahwa perjanjian kerjasama ACFTA tidak sepenuhnya berdampak negatif bagi Indonesia, dari perjanjian tersebut dapat menghasilkan segi positif yang bisa menguntungkan Indonesia. Diantaranya, 1) dengan berlakunya ACFTA akan menurunkan biaya dan meningkatkan efisiensi ekonomi 2) penyelundupan barang dari China ke Indonesia secara otomatis akan hilang 3) berdampak positif pada proyeksi laba BUMN 2010, BUMN akan dapat memperoleh barang modal yang lebih murah dan dapat menjual produk ke China dengan tariff yang lebih rendah, tetapi dikarenakan industri nasional yang belum kompetitif menyebabkan industri dalam negeri rentan terhadap ACFTA, demikian juga dengan kebijakan pemerintah yang kurang memberi dukungan kepada industri dalam negeri untuk bersaing di pasar global.

Bambang Sugeng (2003) dalam penelitiannya dijelaskan bahwa, banyak sekali pernyataan-pernyataan yang keliru dari sumber-sumber tentang pemahaman AFTA (*Asean Free Trade Area*), kebanyakan pernyataan tersebut bernilai negatif, sehingga banyak orang yang terkecoh dalam deskriptif tersebut. Sugeng menyatakan bahwa pada pertemuan ASEAN tahun 1994 sebenarnya AFTA baru akan diberlakukan pada tahun 2008 yang kemudian dipercepat menjadi 2003 dan dimajukan lagi menjadi 2002. Ketika percepatan itu terjadi pertumbuhan Indonesia masih melewati angka 7%, maka dari asumsi ini Indonesia berani menyepakati perjanjian tersebut, tetapi krisis moneter yang tiba-tiba terjadi di tahun 1997 menyebabkan industri nasional rapuh dan sulit bangkit, karena komitmen tersebut sudah disetujui Indonesia terpaksa harus berjuang keras. Dengan ataupun tanpa AFTA pemberdayaan dan pembangunan industri dalam negeri harus berlangsung terus-menerus, dan AFTA merupakan momentum untuk meningkatkan daya saing republik Indonesia. Tujuan diselenggarakannya perjanjian ini adalah untuk memperlancar aktivitas perdagangan, menarik investor dari dalam maupun luar kawasan, dan menumbuhkan daya saing produk negara peserta guna menghadapi pasar bebas dunia.

2.14 Kesimpulan

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa awal mula terbentuknya ACFTA merupakan usulan dari Perdana Menteri China dan disepakati oleh anggota ASEAN lainnya. Tujuan disepakatinya perjanjian ini

adalah untuk memperkuat dan meningkatkan kerjasama ekonomi diantara pihak yang bersangkutan. Terjadinya Perdagangan Internasional merupakan upaya untuk mengembangkan produk dan daya saing antarnegara. Dengan adanya strategi-strategi pemasaran, dapat mempermudah bisnis atau usaha kecil dalam mengikuti persaingan pasar global. Demikian juga peran pemerintah sangat dibutuhkan dalam membantu pebisnis tersebut untuk mencapai hasil yang diinginkan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pengenalan

Dalam bab ini peneliti membahas terkait dengan metodologi penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitiannya. Disamping itu, dalam bab ini akan dijelaskan tentang alasan peneliti menggunakan metode kualitatif dan pemilihan tempat penelitian, instrument penelitian, sumber dan teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan juga uji keabsahan data yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitiannya.

3.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian atau riset oleh Sekaran (2003) dalam Jogiyanto (2010) di definisikan sebagai :

“Suatu investigasi atau keingintahuan saintifik yang terorganisasi, sistematis, berbasis data, kritis terhadap suatu masalah dengan tujuan menemukan jawaban atau solusinya.”

Menurut Singh (2006) dalam Martono (2011) penelitian atau riset adalah suatu proses ketika seseorang mengamati secara mendalam dan mengumpulkan data dan kemudian menarik kesimpulan dari data yang diperoleh.

Secara mendasar penelitian dibedakan atas dua konsep, yaitu penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif (Suharso, 2009).

Metode kuantitatif atau ilmiah menggunakan pendekatan deduksi dalam proses pengambilan keputusannya, sedangkan metode kualitatif atau naturalis menggunakan pendekatan induksi. Walaupun secara konsep kedua metode tersebut berbeda, keduanya mempunyai kelemahan dan kelebihan sendiri, sehingga seharusnya digunakan secara komplementer, pendekatan komplementer ini disebut dengan *triangulation* (Jogiyanto, 2010).

Menurut Creswell (1985) dalam Emzir (2010) tentang pengertian pendekatan kualitatif :

“penelitian kualitatif merupakan proses penelitian berdasarkan pemahaman tradisi metodologis yang berbeda yang mengeksplorasi masalah sosial atau masalah manusia. Seorang peneliti membangun suatu yang kompleks, gambaran holistik, menganalisa kata-kata, melaporkan pandangan rinci informan, dan melakukan penelitian di alam bebas”

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah (*natural setting*) maka, metode ini sering disebut sebagai penelitian naturalistik, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci dalam penelitiannya (Sugiyono, 2010). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati (Moleong, 1994).

Perbedaan antara metode kualitatif dengan kuantitatif meliputi tiga hal, yaitu perbedaan tentang aksioma, proses penelitian dan karakteristik penelitian (Sugiyono, 2010).

1. Perbedaan aksioma antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif dijelaskan pada Tabel 3.1.

Table 3.1

Perbedaan Aksioma Antara Metode Kuantitatif dan Kualitatif

Aksioma Dasar	Metode Kuantitatif	Metode Kualitatif
Sifat Realitas	Realitas dipandang sebagai sesuatu yang kongkrit, dapat diamati dengan panca indera, dikategorikan menurut jenis, bentuk atau warna, tidak berubah dan dapat diversifikasi. Peneliti dapat mengambil beberapa variabel saja dari obyek yang akan diteliti kemudian membuat instrumen untuk mengukurnya.	Memandang obyek sebagai sesuatu yang dinamis, hasil konstruksi dari pemikiran dan utuh (holistik). Realitas tidak hanya meneliti apa yang tampak saja, tetapi juga meneliti dibalik dari sesuatu yang tampak tersebut.
Hubungan Peneliti dengan yang Diteliti	Bersifat independen, sehingga antara peneliti dengan yang diteliti kemungkinan tidak terjadi interaksi.	Peneliti sebagai <i>human instrument</i> , sehingga harus mengenal atau berinteraksi dengan sumber data.
Hubungan antar Variabel	Hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab dan akibat, sehingga terdapat variabel dependen dan independen dalam penelitiannya.	Bersifat holistik dan lebih menekankan pada proses, sehingga hubungan terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat interaktif (saling mempengaruhi).
Kemungkinan Generalisasi	Lebih menekankan pada keluasan informasi (bukan kedalaman), sehingga metode ini cocok digunakan untuk populasi yang luas dengan variabel terbatas.	Tidak melakukan generalisasi tetapi lebih menekankan kepada kedalaman informasi sehingga sampai pada tingkat makna. Metode ini menggunakan <i>transferability</i> , dimana hasil penelitian dapat diterapkan di tempat lain, ketika kondisi tempat tersebut tidak jauh beda dengan tempat penelitian.

Sumber : Sugiyono (2010)

2. Perbedaan Karakteristik antara Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif

Menurut Bogdan dan Biklen (1982) dalam Sugiyono (2010) karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

1. Dilakukan pada kondisi yang alamiah, peneliti sebagai instrumen kunci dan langsung berinteraksi dengan sumber data.
2. Bersifat deskriptif, sehingga data yang terkumpul berupa kata-kata atau lisan, gambar dan dokumen, sehingga tidak menekankan pada angka.
3. Lebih menekankan pada proses daripada hasil atau *outcome*.
4. Analisis data dilakukan secara induktif.
5. Penelitian kualitatif lebih menekankan kepada makna dari pada generalisasi.

Menurut Susan Stainback (2003) dalam Sugiyono (2010) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif dilakukan secara intensif dimana peneliti ikut berpartisipasi di lapangan serta melakukan analisis reflektif terhadap berbagai dokumen yang ditemukan di lapangan.

Ciri atau karakteristik penelitian kuantitatif menurut Martono (2011) adalah sebagai berikut :

1. Proses mendapatkan pengetahuan baru dengan mengumpulkan data primer atau sumber-sumber dari tangan pertama.
2. Menekankan pada penemuan prinsip-prinsip yang bersifat umum.
3. Menggunakan seperangkat alat penelitian data yang valid (sah).
4. Merupakan proses penyelidikan yang tepat, sistematis dan akurat.

5. Kesimpulan dan generalisasi dalam penelitian dilakukan dengan hati-hati.
3. Perbedaan Proses Penelitian antara Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif
- Menurut Sugiyono (2010) terdapat tiga tahap dalam proses penelitian kualitatif, antara lain :
- 1) Tahap deskripsi, pada tahap ini peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat, didengar, dirasakan dan ditanyakan, dalam hal ini peneliti tidak harus mempunyai masalah terlebih dahulu untuk memasuki sebuah obyek/ lapangan.
 - 2) Tahap reduksi/ fokus, pada tahap ini peneliti memfokuskan pada segala informasi yang diperoleh pada tahap pertama, kemudian menyortir data tersebut dengan memilih data yang menarik, penting dan berguna, selanjutnya data tersebut dikelompokkan menjadi berbagai kategori dan ditetapkan sebagai fokus penelitian.
 - 3) Tahap seleksi, pada tahap ini peneliti menguraikan fokus penelitian secara lebih rinci dan mendalam terhadap data dan informasi yang diperoleh.

Dalam Sugiyono (2010) proses penelitian pada metode kuantitatif menggunakan dua aspek, antara lain :

- 1) Aspek logika (*logico-hypothetico*), yaitu pengkajian terhadap penelitian terdahulu guna menyusun hipotesis (rumusan masalah yang bersifat sementara)

- 2) Aspek metodologi yang meliputi, pemilihan metode penelitian guna menguji hipotesis pada aspek logika, penyusunan instrumen penelitian sebagai alat pengumpul data (test, angket/ kuesioner) untuk pedoman wawancara atau observasi, pengumpulan data berbentuk populasi maupun sampel, selanjutnya penganalisisan data guna menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan dengan teknik statistik tertentu.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif karena dalam topik penelitian masih belum jelas, sehingga penulis ingin memahami lebih dalam serta ingin mencari kebenaran lebih lanjut tentang masalah yang akan diteliti, selain itu penelitian ini membutuhkan data aktual dari lapangan guna menampilkan kondisi yang sebenarnya (*natural*) terkait dengan pengaruh yang diterima oleh UKM Manik-manik Jombang akibat implementasi ACFTA.

Dalam hal ini, permasalahan yang akan diteliti terkait dengan pengaruh implementasi ACFTA terhadap UKM Manik-manik Jombang. Setelah diimplemetasikannya ACFTA apa saja dampak yang diterima oleh UKM Manik-manik Jombang, dan bagaimana strategi yang dilaksanakan untuk menghadapi ACFTA, serta bagaimana peran pemerintah untuk membantu UKM Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA.

3.3 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan pengertian suatu tempat atau lokasi sosial penelitian yang dicirikan oleh adanya tiga unsur yaitu pelaku, tempat dan kegiatan yang di observasi (Nasution, 2003).

Peneliti melakukan penelitian di UKM Manik-manik dari periode tahun 2010-2011, yang terletak di Desa Gambang, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi tersebut karena kota Jombang terkenal dengan kerajinan dan keindahan manik-maniknya, selain itu Desa Gambang saat ini terkenal dengan sebutan Desa Manik. Pengrajin manik-manik tersebut sudah mengenal kerajinan ini sejak tahun 1977. Hingga saat ini pemasarannya tidak hanya di dalam negeri saja (seperti Kalimantan, Bali, Lombok, Yogyakarta, dan lain sebagainya) tetapi juga sampai ke luar negeri seperti Malaysia, Jepang, Amerika, dan beberapa negara di benua Eropa.

3.4 Instrumen Penelitian

Pengertian dasar dari instrument penelitian dalam Bungin (2006) adalah :

“pertama, instrument penelitian menempati posisi teramat penting dalam hal bagaimana dan hal apa yang harus dilakukan untuk memperoleh data di lapangan. Kedua, instrumen penelitian merupakan bagian yang paling rumit dari keseluruhan proses penelitian.”

Menurut Nasution (1988) dalam Sugiyono (2010) menyatakan :

“dalam penelitian kualitatif, tidak ada pilihan lain daripada menjadikan manusia sebagai instrument penelitian utama. Alasannya ialah bahwa, segala sesuatunya belum mempunyai bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, itu semuanya tidak dapat, ditentukan secara pasti dan jelas sebelumnya. Segala

sesuatu masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian itu. Dalam keadaan yang serba tidak pasti dan tidak jelas itu, tidak ada pilihan dan hanya peneliti itu sendiri sebagai alat satu-satunya yang dapat mencapainya.”

Dalam penelitian kuantitatif, kualitas instrumen berkenaan dengan validitas dan reliabilitas dan kualitas pengumpulan data yang berkenaan dengan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data, dapat berupa test, pedoman wawancara, pedoman observasi dan kuesioner. Instrument tersebut belum tentu menghasilkan data yang valid dan *reliable* apabila tidak digunakan secara tepat dalam pengumpulan datanya. Sedangkan yang menjadi instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri (Sugiyono, 2010).

Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, peneliti akan terjun ke lapangan sendiri, baik pada *ground tour question*, tahap *focused and selection*, melakukan pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan (Sugiyono, 2010). Dalam prakteknya, sebagai instrumen penelitian peneliti melakukan pengumpulan data terlebih dahulu, baik secara literatur ataupun wawancara, selanjutnya setelah informasi atau data terkumpul peneliti menganalisis dan memahami data tersebut dengan menggunakan logika dan wawasan peneliti sendiri, sehingga dari pemahaman tersebut peneliti dapat memberikan kesimpulan dari permasalahan yang diteliti, serta saran dari penelitian yang telah dilakukan.

3.5 Sampel, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2010) bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber atau partisipan, informan, teman dan guru dalam penelitian, dan juga bukan disebut dengan sampel statistik tetapi sampel teoritis, karena tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk menemukan teori. Menurut Sugiyono (2010), teknik sampling dikelompokkan menjadi dua yaitu :

- 1) *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampling yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, yang meliputi *sample random, proportionate stratified random, disproportionate stratified random* dan *area random*.
- 2) *non-probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/ kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, yang meliputi sampling sistematis, kuota, aksidental, *purposive*, jenuh dan *snowball*.

Menurut Sugiyono (2010) dalam penelitian kualitatif, teknik sampling yang sering digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sedangkan *snowball sampling*

merupakan teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* karena untuk memahami obyek penelitian yang mendalam, peneliti memilih nara sumber yang dianggap paling tahu dengan keadaan obyek/ subyek yang diteliti yaitu Bapak Sugeng Widodo sebagai nara sumber utama yang merupakan perangkat desa Gambang Jombang dan juga merupakan salah satu pengrajin manik-manik Jombang.

3.5.2 Sumber Data

Menurut Lofland dan Lofland (1984) dalam Moleong (1994) sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, tindakan dan selebihnya adalah data tambah seperti dokumen dan lain-lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data antara lain :

- 1) Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung oleh penulis dari obyek penelitian (Hadi, 2009). Penulis mendapatkan informasi ini secara langsung dengan mewancarai sumber yang bersangkutan yaitu:
 - a) Bapak Sugeng Widodo, selaku perangkat Desa Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang, dan merupakan salah satu pengrajin manik-manik Jombang.
 - b) Bapak Prayitno, selaku ketua APMA (Asosiasi Pengrajin Manik-Manik dan Aksesories) yang juga merupakan

pengrajin manik-manik Desa Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang.

c) Ibu Sri Hardiningsih dan Bapak Di'in yang merupakan pengrajin manik-manik Jombang.

2) Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh selain dari data primer, yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian (Hadi, 2009). Data sekunder dalam penelitian yang dilakukan adalah berupa informasi yang bersumber dari buku tentang ACFTA, jurnal-jurnal yang berkaitan dengan pembahasan yang akan dibahas, data atau dokumen dari nara sumber, buletin, artikel dan juga data dari internet.

3.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah untuk mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dapat dilakukan pada *natural setting* (kondisi alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2010).

Menurut Sugiyono (2010) pengumpulan data dilakukan melalui empat cara yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi (gabungan).

a. Observasi

Observasi atau pengamatan dalam Bungin (2007) adalah sebagai :

“kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindera mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindera lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindera mata dibantu dengan pancaindera lainnya.”

Marshall (1995) dalam Sugiyono (2010) menyatakan bahwa melalui observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.

b. Wawancara

Wawancara secara umum dalam Bungin (2007) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab serta bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai. Menurut Esterberg (2002) dalam Sugiyono (2010) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat menghasilkan makna dalam topik yang dibahas.

c. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dapat berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang. Dalam penelitian kualitatif, studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara (Sugiyono, 2010)

d. Triangulasi (gabungan)

Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Dalam teknik ini sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data (Sugiyono, 2010). Susan Stainback (1988) dalam Sugiyono (2010) menyatakan bahwa tujuan triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan.

Sesuai dengan fokus penelitian yang akan dibahas, dalam prakteknya, teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi, wawancara dan juga dokumentasi. Peneliti mulai mengumpulkan informasi awal yaitu detail lokasi penelitian yang akan dituju (Desa Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang), kemudian pada saat awal terjun ke lapangan peneliti mencari informasi tentang Desa manik-manik Gambang Jombang melalui bantuan salah seseorang yaitu Bapak Jamburi, yang menyarankan peneliti untuk berkomunikasi dengan Bapak Sugeng.

Selanjutnya, dengan menggunakan teknik wawancara, peneliti mulai mengumpulkan data dari Bapak Sugeng selaku perangkat desa Gambang Jombang yang juga merupakan salah satu pengrajin manik-maniki. Peneliti memilih Bapak Sugeng sebagai nara sumber utama

dikarenakan beliau mempunyai pengetahuan yang lebih terkait dengan permasalahan yang dibahas. Selain itu, peneliti juga mewancarai nara sumber lainnya guna memperoleh data yang cukup, diantaranya adalah Bapak Prayit, selaku ketua APMA, Bapak Di'in dan juga Ibu Hardiningsih yang semuanya merupakan pengrajin manik-manik di desa Plumbon Gambang Jombang.

Selain teknik wawancara, peneliti juga melakukan teknik dokumentasi guna melengkapi teknik wawancara yang dilakukan oleh peneliti, yaitu berupa catatan peneliti yang berisi tentang kata-kata atau ucapan penting dari narasumber yang kemudian dituangkan dalam bentuk teks naratif yang akan dijelaskan pada bab selanjutnya. Teknik selanjutnya yaitu triangulasi (gabungan), dalam prakteknya peneliti mencocokkan hasil data primer yang diperoleh dengan data sekunder, hal ini untuk memastikan bahwa data tersebut dapat dipercaya.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan (1982) dalam Sugiyono (2010) adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari wawancara secara sistematis, catatan lapangan dan bahan-bahan lain agar mudah dipahami dan diinformasikan kepada orang lain.

Tujuan analisis data menurut Usman dan Purnomo (2006) ialah untuk mengungkapkan 1) data apa yang masih perlu dicari, 2) hipotesis apa yang perlu

diuji, 3) pertanyaan apa yang perlu dijawab, 4) metode apa yang harus digunakan untuk mendapatkan informasi baru, dan 5) kesalahan apa yang harus diperbaiki.

Menurut Sugiyono (2010) mengungkapkan beberapa teknik analisis data diantaranya analisis sebelum di lapangan, model Miles and Huberman dan model Spradley. Teknik analisis data dalam Bangin (2007) meliputi analisis data deskriptif-kualitatif, analisis data kualitatif-verifikatif, dan analisis *grounded research*. Sedangkan teknik analisis data menurut Emzir (2010) meliputi, teknik analisis data model Bogdan dan Biklen, model Miles dan Huberman, model Strauss dan Corbin (*grounded theory*), model Spradley (*ethnography*), model Philipp Mayring dan melalui program computer.

Sugiyono (2010) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan sejak memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Sebelum mulai terjun ke lapangan, peneliti melakukan studi pendahuluan terlebih dahulu, yaitu dengan menganalisis informasi maupun data yang bersumber dari berbagai media, buku maupun internet yang digunakan untuk menentukan fokus penelitian sementara. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huberman dalam Emzir (2010) yaitu reduksi data, model data atau data *display* dan penarikan/ verifikasi kesimpulan.

1) Reduksi Data

Reduksi data merupakan bagian dari analisis data. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memfokuskan dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan atau diverifikasikan (Emzir, 2010). Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan

dipandu oleh tujuan yang ingin dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah temuan (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini peneliti terlebih dahulu mencari data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dari berbagai literatur seperti buku, jurnal, artikel maupun internet, yang selanjutnya digunakan sebagai fokus permasalahan. Setelah memperoleh pemahaman tentang masalah yang diteliti, peneliti mulai mengumpulkan data dengan melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang dianggap paham dengan masalah yang diteliti.

2) Model Data atau Data *Display*

Langkah utama kedua dari kegiatan analisis data adalah model data atau data *display*. Bentuk yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam model data atau data *display* adalah teks naratif (Emzir, 2010). Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut (Sugiyono, 2010). Dalam prakteknya peneliti menjelaskan data yang diperoleh dengan menggunakan teks narasi dan juga bagan (*flowchart*). Tujuannya adalah untuk menggambarkan dan mempermudah pembaca dalam memahami tentang masalah yang diteliti yaitu terkait dengan pengaruh implementasi ACFTA terhadap UKM Manik-manik Jombang.

3) Penarikan/ Verifikasi Kesimpulan

Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2010) dalam analisis data kualitatif kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada pengumpulan data berikutnya. Dalam prakteknya, penarikan kesimpulan merupakan tahap terakhir yang dilakukan peneliti setelah memperoleh data dan menguraikannya terkait dengan masalah yang diteliti. Kesimpulan disini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang dibahas oleh peneliti, selain itu dalam tahap ini peneliti juga mencatat keterbatasan serta harapan dari penelitian yang dilakukan.

3.7 Pengujian Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam kualitatif menurut Sugiyono (2010) meliputi uji validitas internal (*credibility*), validitas eksternal (*transferability*), Reliabilitas (*dependability*) dan Obyektifitas (*confirmability*). Yang didefinisikan sebagai berikut :

a. Validitas Internal (Kredibilitas)

Menurut Emzir (2010) kriteria kredibilitas melibatkan penetapan hasil penelitian kualitatif adalah kredibel atau dapat dipercaya dari prespektif partisipan dalam penelitian tersebut. Uji validitas internal (kredibilitas) dalam penelitian kualitatif meliputi perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, *triangulasi*,

diskusi, analisis kasus negatif dan *member check* (Sugiyono, 2010).

b. Uji Validitas Eksternal (transferabilitas)

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif, yang menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil. Maka, agar orang lain dapat memahami hasil penelitian tersebut peneliti dalam membuat laporannya harus memberikan uraian yang rinci, jelas, sistematis dan dapat dipercaya, sehingga pembaca laporan penelitian memperoleh gambaran yang jelas dari hasil penelitian tersebut (Sugiyono, 2010). Kriteria transferabilitas merujuk pada tingkat kemampuan hasil penelitian kualitatif dapat digeneralisasikan atau di transfer kepada konteks atau *setting* yang lain (Emzir, 2010).

c. Uji Reliabilitas (dependabilitas)

Menurut Usman dan Purnomo (2006) dependabilitas ialah apabila hasil penelitian yang dilakukan memberikan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh pihak lain. Menurut Sugiyono (2010) dalam penelitian kualitatif uji reliabilitas (*dependability*) dilakukan dengan mengaudit keseluruhan proses penelitian.

d. Uji Obyektifitas (konfirmasiabilitas)

Dalam penelitian kualitatif pengujian ini disebut dengan obyektifitas penelitian, yang berarti menguji hasil penelitian dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Pengujian ini menekankan adanya proses untuk mendapatkan hasil yang diinginkan (Sugiyono, 2010). Kriteria konfirmasiabilitas atau obyektivitas merujuk pada tingkat kemampuan hasil penelitian dapat dikonfirmasi kepada orang lain (Emzir, 2010).

Dalam penelitian ini, untuk menguji keabsahan data peneliti hanya menggunakan uji validitas internal (kredibilitas) dan uji validitas eksternal (transferabilitas) dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya. Dalam uji validitas internal (kredibilitas) peneliti meningkatkan ketekunan dalam penelitian ini dengan membaca berbagai literatur buku, jurnal maupun artikel atau media dari internet yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti yaitu ACFTA, selain itu peneliti juga melakukan diskusi dengan teman sejawat yang mengerti tentang masalah yang diteliti dan juga dosen pembimbing sebagai pemberi masukan terkait dengan masalah yang diteliti. Sedangkan, dalam uji validitas eksternal (transferabilitas) peneliti menjabarkan hasil penelitiannya secara terperinci dan jelas agar dapat menggambarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Gambang, Kecamatan Gudo, Kabupaten Jombang.

3.8 Kesimpulan

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif, karena peneliti ingin memahami lebih dalam serta mencari kebenaran lebih lanjut tentang masalah yang dibahas, selain itu metode ini dipilih karena peneliti membutuhkan data aktual sesuai dengan rumusan masalah yang dibahas. Penelitian ini dilaksanakan di Desa Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang. Sumber data yang digunakan berupa data primer (hasil wawancara dengan pihak terkait) dan data sekunder (dari buku, jurnal, artikel, internet maupun media-media lainnya). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi lapangan yang berupa wawancara dan studi kepustakaan, dimana peneliti menambah informasi atau data dengan membaca buku, artikel, buletin, data dari internet maupun media lainnya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Miles dan Huberman, yang meliputi reduksi data, data *display* dan penarikan kesimpulan. Dalam uji keabsahan data, peneliti menggunakan uji validitas internal (kredibilitas) dan uji validitas eksternal (transferabilitas).

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengenalan

Pada bab ini akan dijelaskan hasil analisis serta pembahasan. Bagian analisis ini akan memuat semua temuan yang diperoleh dalam penelitian. Dalam bab ini peneliti akan menjelaskan tentang Kabupaten Jombang, Awal mula kerajinan manik-manik di desa Plumbon-Gambang Jombang, Akibat implementasi ACFTA, Strategi UKM Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA dan juga Peran pemerintah untuk membantu UKM Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA.

4.2 Pengaruh Implementasi ACFTA terhadap UKM Manik-manik Jombang

4.2.1 Awal Mula Kerajinan Manik-manik Jombang

Jombang adalah kabupaten yang terletak di bagian tengah Provinsi Jawa Timur. Luas wilayahnya 1.159,50 km². Terletak membentang antara 7.20° dan 7.45° Lintang Selatan dan 5.20° - 5.30° Bujur Timur (Portal Pemerintah Kabupaten JOMBANG, 2010a). Jombang memiliki posisi yang strategis, karena berada di persimpangan jalur lintas selatan Pulau Jawa dan bersebelahan dengan segitiga kawasan industri Surabaya-Mojokerto-Pasuruan. Industri pengolahan di Jombang dipengaruhi oleh kemudahan transportasi, serta letak Kabupaten Jombang yang strategis.

Sebabanyak 96 % industri manufaktur di Jombang merupakan industri kecil, dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 60 %. Industri kecil yang merambah pasar luar negeri salah satunya adalah industri kerajinan manik-manik kaca di Desa Plumbon-Gambang, Kabupaten Jombang (Wikipedia, 2012).

Pencetus awal kerajinan manik-manik di desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang adalah Bapak Waget Riyanto. pada tahun 1977 beliau bekerja sebagai karyawan pembuat manik-manik di Solo Jawa Tengah. Kemudian pada tahun 1978 disusul oleh pak sugiyo, 4 bulan bekerja di Solo Bapak Sugiyo ingin mengembangkan kerajinan manik-manik tersebut di desa asalnya, yaitu desa Plumbon Gambang. Tak lama setelah kepulangan Pak Sugiyo, bapak waget pun mengikuti langkah beliau ingin mengembangkan ilmunya di desa kelahirannya (Sugeng, 2011a).

Sekitar tahun 1977-1978 pembuatan manik-manik di desa Plumbon Gambang hanya sebatas manik cincin, manik tindik, manik oval (mata cincin) dan manik buah-buahan. Tetapi seiring dengan semakin banyaknya pesanan dan semakin luasnya pangsa pasar, maka pada tahun 1988 yang diprakarsai oleh Bapak Waget, Bapak Sugiyo dan Bapak Singgih mulai mengembangkan kreatifitasnya dalam pembuatan manik-manik, sehingga sejak tahun 1988 pembuatan manik tidak hanya sebatas kriteria yang telah dijelaskan di atas, tetapi sudah mulai kreatif dan

inovatif hingga saat ini. kerajinan manik-manik Desa Gombang Jombang merupakan kerajinan manik-manik pertama di Indonesia (Sugeng, 2011a).

4.2.2 Pengaruh ACFTA terhadap Perekonomian Indonesia

ASEAN China Free Trade Area (ACFTA) merupakan bentuk kesepakatan atau perjanjian perdagangan antara Negara-negara ASEAN (Indonesia, Thailand, Malaysia, Singapura, Filipina dan Brunei Darussalam) dengan China (Inayati, 2011). Menurut Muliono (2001) *Free Trade* merupakan konsep teoritis berlakunya perdagangan internasional yang disebabkan hambatan akibat dari ketentuan pemerintah dalam suatu Negara, baik yang disebabkan oleh pengenaan tarif maupun non-tarif. Sejak diberlakukannya ACFTA pada tanggal 1 Januari 2010, produk China mulai membanjiri pasar domestik. Kawasan perdagangan baru mulai bermunculan.

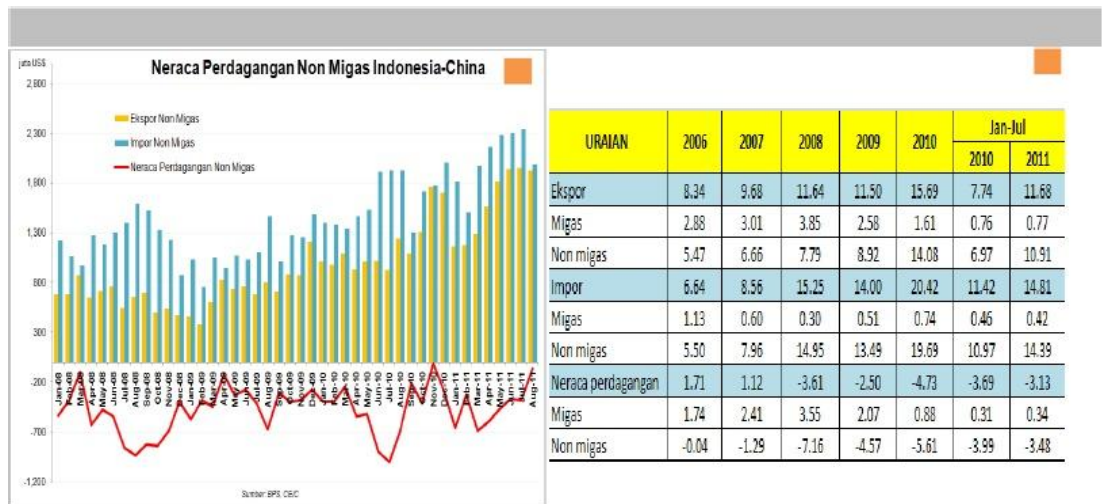
Menurut Organisasi Perdagangan Dunia terdapat sekitar 400 kawasan perdagangan baru di tahun 2010. Hal ini merupakan langkah awal menuju perdagangan globalisasi. Pengimplementasian ini tentu saja memberikan pengaruh dan juga dampak yang cukup besar bagi industri perekonomian Indonesia. Salah satunya adalah defisit pada ekspor Indonesia-China. Imron Cotan yang merupakan Duta Besar untuk China menyatakan bahwa menurut catatan China, perdagangan Indonesia-China berada dalam posisi 49,2 Milliar AS dan 52 Milliar AS. Barang China yang di ekspor ke Indonesia sebesar 52 Milliar, sehingga Indonesia mengalami defisit sebesar 2,8 Milliar, namun menurut catatan Indonesia

defisit yang sebenarnya dialami adalah 5-7 Milliar Dollar AS (Djumena, 2011a).

Hal ini berbanding terbalik dengan pernyataan Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu, yang menyatakan bahwasanya ACFTA berdampak positif bagi Indonesia, dilihat dari pertumbuhan *nett* perdagangan pertumbuhan ekspor yang masih lebih tinggi daripada impor (Mafthuhah, 2011). Secara terpisah wakil Menteri Perdagangan Mahendra Siregar menyatakan agar tidak melihat ACFTA dari sisi perdagangan saja tetapi juga harus dilihat dari segi investasi (Djumena, 2011b).

Gambar 4.1

Neraca Perdagangan Non-Migas Indonesia-China



Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia, (2011)

Berdasarkan data dari BPS Indonesia tahun 2011, pada tahun 2010 ekspor Indonesia terhadap China mengalami kenaikan sebesar 4,19 % dibandingkan dengan tahun 2009 yang minus 0,14%, sedangkan untuk impor Indonesia ke China juga mengalami kenaikan sebesar 6,42%

dibandingkan dengan tahun 2009 yang hanya mengalami kenaikan sebesar 1,25%. Hal ini membuktikan bahwa sejak dimulainya ACFTA, ekspor dan impor Indonesia-China mengalami kenaikan, tetapi jika dilihat dari data tersebut China lebih unggul karena nilai impor Indonesia-China lebih besar 2,23% dari nilai ekspor.

Angka tersebut semakin mengalami kenaikan di tahun 2011 (periode Januari-Juli) nilai ekspor Indonesia sebesar 11,68%, di tahun 2010 (periode Januari-Juli) sebesar 7,74%, angka ekspor ini mengalami kenaikan sebesar 3,94%. Untuk impor Indonesia-China pada periode yang sama tahun 2011 sebesar 14,81%, sedang pada tahun 2010 11,42%, jika dibandingkan impor Indonesia-China mengalami kenaikan sebesar 3,39%. Dari data 2010 dan 2011 (periode Januari-Juli) tersebut nilai ekspor Indonesia unggul 0,55% dari nilai impornya. Tidak menutup kemungkinan angka impor akan semakin naik, seperti tahun 2010 yang lebih unggul 2,23% dari nilai ekspor Indonesia-China.

ACFTA merupakan peluang untuk menarik investasi. Hasil dari investasi tersebut dapat dipergunakan atau diputar lagi untuk mengekspor barang ke negara non-ACFTA (Muh. Irwan Idris, 2011). Hal tersebut terbukti dengan adanya peningkatan investasi sebesar 165,2% di tahun 2009 dengan nilai sebesar 65,48 USD menjadi 173,65 USD di tahun 2010 (Indonesia Finance Today, 2011). Dengan diimplemetasikannya ACFTA dapat meningkatkan volume perdagangan, dengan adanya persaingan ketat antar produsen, sehingga baik produsen maupun importir dapat

meningkatkan volume perdagangan yang tidak lepas dari kualitas sumber yang diproduksi (Muh. Irwan Idris, 2011).

Penurunan pendapatan pajak juga merupakan salah satu dampak negatif lainnya dari diimplemetasikannya ACFTA. Menurut sumber data yang dikutip dari Bisnis Indonesia tahun 2010, potensi riil pajak yang dapat ditarik oleh Ditjen Pajak pada tahun ini diperkirakan hanya Rp 593,4 triliun atau 2,9% di bawah target APBN 2010 sebesar Rp 611 triliun. Dalam APBN 2010, target penerimaan pajak non-migas sebesar Rp 611 triliun, sedangkan untuk target penerimaan pajak secara keseluruhan sebesar Rp 658,24 triliun. Dirjen Pajak Mochamad Tjiptardjo menyatakan, pemberlakuan perdagangan bebas Asean-China (ACFTA) berpotensi menurunkan pendapatan penerimaan pajak, khususnya pajak penghasilan dari wajib pajak (WP) badan. Penerimaan Pph badan akan berkurang karena banyaknya perusahaan atau entitas usaha yang bangkrut. Tjiptardjo menilai pemberlakuan ACFTA juga kan berpeluang menaikkan pajak PPn impor, sehingga terdapat plus minus dari pengimplementasian kebijakan tersebut (Bisnis Indonesia, 2010).

Pengaruh lain dari pengimplementasian ACFTA adalah bertambahnya angka pengangguran. Rekson Silaban, ketua Konfederasi Serikat Buruh Sejahtera Indonesia (KSBSI) menyatakan bahwa tidak ada kesiapan khusus dari pemerintah untuk membendung adanya kemungkinan PHK akibat ACFTA. Rekson memprediksikan jumlah pengangguran Indonesia bisa bertambah sekitar 1,5 juta - 2 juta orang,

khususnya dari UKM (Shafar Blog, 2010). Teknologi tradisional yang dimiliki UKM membuat biaya operasionalnya menjadi tinggi dan hasilnya tidak mampu bersaing dengan negara kompetitor. Dengan adanya pengimplementasian ACFTA menambah beban UKM karena harus bersaing dengan China yang terkenal karena harga barangnya yang murah (Institut for Global Justice, 2011).

Menurut data yang diperoleh Institut for Global Justice salah satu contoh dari dampak ACFTA berimbas kepada pengusaha konveksi di daerah Bandung yang mengalami penurunan omzet dari yang semula 1-2 ton per hari menjadi 2-3 kwintal perharinya. Hal tersebut mengakibatkan pengurangan jumlah bekerja yang semula 50-60 orang per hari menjadi 5-6 orang per hari nya (Institut for Global Justice, 2011). Tidak hanya sektor Industri saja yang terkena imbas dari pelaksanaan ACFTA tetapi juga sektor non-migas lainnya, seperti sektor pertanian, manufaktur, kerajinan dan lain sebagainya. Dampak tersebut juga diterima oleh UKM Manik-manik Jombang, yang akan dijelaskan pada pembahasan selanjutnya.

4.2.3 Pengaruh ACFTA terhadap UKM Manik-manik Jombang

ACFTA (*Asean china Free Trade Agreement*) yang telah diimplementasikan secara efektif oleh pemerintah pada awal tahun 2010 memberikan pengaruh atau dampak bagi perekonomian industri Indonesia, salah satunya terhadap UKM Manik-Manik Jombang yang

mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani dan pengrajin manik-manik.

Menurut Bapak Sugeng selaku perangkat desa yang juga merupakan salah satu pengrajin manik-manik desa Plumbon-Gambang menyatakan, dengan diberlakukannya ACFTA 2010 memberikan pengaruh dan dampak yang besar bagi kehidupan industri manik-manik desa Gombang, Jombang. Dengan diimplementasikannya kebijakan ACFTA otomatis akan lebih memperbanyak masuknya produk manik asal Negeri Tirai Bambu tersebut, bahkan sebelum diimplementasikan ACFTA produk manik yang berasal dari China itu sudah mudah untuk masuk dalam pasar manik-manik. Hal ini tentu membuat kekhawatiran tersendiri bagi pengrajin manik desa Gombang (UKM) (Sugeng, 2011b). Berikut ini adalah dampak yang diterima oleh UKM Manik-manik Jombang :

1) Penurunan Penjualan

Sudah bukan hal yang baru jika mendengar tentang produk China yang lebih banyak diminati di pasaran dibanding dengan produk buatan lokal. Hal ini dikarenakan harga produk yang lebih murah dan mudah didapat di pasaran.

Manik-manik asal China tersebut menawarkan harga yang lebih murah dibanding dengan manik asal Jombang, dikarenakan produksinya sudah menggunakan mesin yang lebih canggih, sehingga bisa menekan biaya produksi yang lainnya. Dan menurut informasi

yang diketahui oleh bapak Sugeng selaku perangkat desa Gambang, produk asal China tersebut kemungkinan bisa lebih murah karena produk yang mereka produksi dibeli langsung oleh pemerintah, lalu pemerintahlah yang mengatur perdagangan ke luar negeri (Sugeng, 2011b).

Tentang manik-manik China yang mempunyai harga lebih murah dibanding dengan produk lokal, Bapak Prayit selaku ketua APMA menyatakan hal yang serupa dengan Bapak Sugeng, bahwa manik China lebih diminati daripada produk lokal dikarenakan harganya yang lebih murah dan hasil *finishing*-nya lebih halus dibanding dengan manik asal desa Gambang tersebut (Prayitno, 2011). Hasil *finishing* manik China yang lebih halus karena produksi mereka menggunakan teknologi yang lebih canggih, sehingga dapat menghasilkan produk manik yang halus dan kapasitas produknya juga lebih banyak (Sugeng, 2012c).

Dengan lebih mudahnya manik China masuk ke Indonesia, memberikan dampak yang cukup berpengaruh bagi UKM manik desa Gambang Jombang. Dari 121 UKM yang ada 10 diantaranya belum mempunyai SIUP (data tahun 2010), beberapa diantaranya terpaksa harus gulung tikar, hal ini dikarenakan mereka tidak bisa bersaing dengan produk China yang hampir menguasai pasar. Kurangnya inovasi produk juga merupakan salah satu penyebab gulung tikarnya beberapa UKM Manik tersebut (Sugeng, 2011b).

Menurut data yang diperoleh penulis dari Bapak Sugeng, rata-rata kapasitas produk yang dihasilkan per bulannya terdapat pada tabel berikut.

Tabel 4.1

Kapasitas Produk/ Bulan Tahun 2010

No.	Jenis Barang	Kapasitas	Harga (Rp)
1	Tasbeh polos 33	190.000	3.000
2	Tasbeh Kembang 33	150.000	5.000
3	Tasbeh polos 99	150.000	9.000
4	Kalung	210.000	12.000
5	Gelang	180.000	7.000
6	Cincin	100.000	2.000
7	Gantungan Kunci	250.000	5.000

Sumber : Sugeng, (2012c)

Harga untuk setiap barang di atas hanya untuk model biasa, untuk kalung dan gelang model yang lebih rumit harga jualnya bisa mencapai 50 ribu rupiah, sedangkan jika untuk pesanan yang modelnya di desain sendiri oleh *customer* harganya akan menyesuaikan dengan jumlah manik dan juga tingkat kerumitan yang akan dibuat. Untuk produk tasbeih biasanya akan banyak pesanan atau pembelian pada saat tertentu saja, semisal hari-hari besar Islam (Sugeng, 2012c).

Dari data pada Tabel 4.1, penulis mengambil sampel *item* dari produksi gelang, jika setiap bulan produk yang dihasilkan dari 121 UKM sejumlah 180.000 gelang, maka setiap UKM rata-rata memproduksi 1487 gelang/ bulan, maka penghasilan yang di dapat setiap bulan rata-rata sebesar Rp 10,4 juta. Berdasarkan informasi yang diperoleh penulis dari Bapak Sugeng, penjualan dari setiap produk tersebut tidak selalu terjual habis, tetapi terkadang jika terdapat pameran atau festival nilai penjualan yang diperoleh meningkat (Sugeng, 2012c).

Menurut Bapak Sugeng, selaku perangkat desa dan juga pengrajin manik Gambang Jombang, jika dibandingkan pada tahun 2009 omzet yang diperoleh per-bulan oleh pengrajin manik-manik Jombang di tahun 2010 rata-rata menurun sekitar 40% bahkan ada yang mencapai 75% dari pendapatan sebelumnya. Semakin lama angka pendapatan tersebut semakin menurun, tetapi kadangkala pendapatan tersebut mengalami kenaikan jika ada pameran atau festival (Sugeng, 2011b).

Hal tersebut dialami juga oleh Ibu Hardiningsih salah satu pengrajin Desa Gambang, beliau menyatakan bahwa jika dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya omzet nya mulai tahun 2010 mengalami penurunan, beliau memperkirakan sekitar 50-60 persen. Sebelum sesaat diberlakukannya ACFTA beliau sudah mulai mengalami penurunan penjualan, menurutnya hal ini dikarenakan barang China sudah mulai masuk ke dalam negeri, meski

penurunannya tidak sebesar saat ini tapi saat itu merupakan awal penurunan pendapatannya (Hardiningsih, 2012).

Keadaan ekonomi yang serupa, dialami juga oleh Bapak Sugeng, salah satu pengrajin manik Desa Gambang, saat awal diimplementasikannya ACFTA, penjualan dan pendapatan beliau menurun drastis. Dari perhitungan beliau penurunan tersebut kemungkinan mencapai 60%-80%, bahkan pada akhir tahun 2010 saja beliau hanya mampu memperkejakan 4 orang saja, yang sebelumnya berjumlah 13 orang (Sugeng, 2011b).

Menurut Nurwahid (koordinator paguyuban pengusaha home industri manik-manik desa Plumbon-Gambang Jombang) dalam wawancaranya dengan media informasi Batavia, setelah dimulainya pasar bebas penjualan produk manik-maniknya turun hingga 40 persen (Bataviase, 2010).

Tabel 4.2

Penjualan ke Luar Negeri 2010

Penjualan per	Jumlah Barang	Keterangan	Jumlah (Rp)
Hari	3600	600 kg	45.000.000
Bulan	108.000	15.600 kg	1.170.000.000
Tahun	1.296.000	187.200 kg	14.040.000.000

Sumber : Sugeng, (2012c)

Data di atas (Tabel 4.2) diperoleh penulis dari bapak Sugeng selaku perangkat desa Plumbon Gambang, Jombang. Penjualan tersebut mencakup seluruh penjualan produk yang dikirim ke luar negeri pada tahun 2010. Untuk ongkos pengiriman ke Eropa dan Amerika rata-rata/ kg 42 US dolar atau setara dengan Rp. 400.000. menurut bapak Sugeng untuk penjualan ke luar negeri biasanya dihitung per kilo, dengan harga sekitar Rp. 60.000-Rp. 80.000 /kilogram nya. Untuk data pada Tabel 4.2 beliau mengambil harga rata-rata yaitu Rp. 75.000 (Sugeng, 2012c).

Jika konsumen atau pelanggan lokal lebih banyak memilih atau berpindah ke produk manik China karena harganya yang lebih murah, Bapak Prayit selaku ketua APMA menyatakan bahwa untuk pelanggan atau konsumen yang berasal dari luar negeri seperti Amerika, Australia, Jerman dan sebagian negeri Eropa tidak begitu terpengaruh oleh produk manik asal Negeri Tirai Bambu tersebut, hal ini kemungkinan dikarenakan mereka sudah lama mengenal dan bekerjasama dengan pengrajin maupun *reseller* yang menjual manik-manik asal desa Plumbon-Gambang Jombang (Prayitno, 2011).

Dikarenakan kondisi pasar di Amerika dan Eropa sedang lesu, sehingga dampak krisis yang melanda kedua wilayah tersebut yang menyebabkan masyarakat mereka mengurangi konsumsinya, yang kemungkinan akan berpengaruh pada ekspor Indonesia (Tempo, 2011). Menurut IMF (*International Monetary Fund*) sekitar 1 persen

penurunan ekonomi di Amerika Serikat akan menurunkan pertumbuhan ekonomi di Asia sebesar 0,5-1 persen, dampak dari resesi global yang berasal dari Amerika Serikat akan mempengaruhi ekonomi Asia (Kuncoro, 2009).

Salah satu faktor penurunan penjualan untuk kawasan luar negeri adalah adanya krisis ekonomi global yang melanda daerah pemasaran mereka, diantaranya Amerika dan Eropa, sehingga beberapa pelanggan atau konsumen yang berasal dari negara-negara bagian tersebut untuk sementara waktu menghentikan kerjasamanya. Sekitar 70 persen pemasok membatalkan pesannya, dengan adanya pembatalan ini menurunkan tingkat penjualan produk manik asal Plumbon-Gambang tersebut, sehingga menyebabkan mereka (para produsen manik-manik) harus melempar produk ke pasar lokal seperti Bali, Lombok dan Kalimantan, yang memaksa mereka untuk bersaing dengan produk manik asal China (Prayitno, 2011). Keadaan politik di suatu negara kemungkinan akan mempengaruhi perekonomian negara tersebut, yang akan berimbas pada produk import yang termasuk dalam perdagangan global (Zimmerer & Scarborough, 2004).

Dengan kondisi pasar seperti saat ini, mau tidak mau memaksa pengrajin manik untuk menemukan cara atau strategi agar dapat tetap melangsungkan kehidupan UKM nya (Sugeng, 2011).

Dari penjelasan di atas penulis menyimpulkan bahwa penurunan penjualan yang dialami oleh pengrajin UKM Manik-manik Jombang

tidak hanya karena dilaksanakannya perjanjian ACFTA pada awal 2010, tetapi faktor lain yang mempengaruhi adalah keadaan pasar Eropa yang sedang lesu akibat terjadinya krisis di Negara tersebut. Dari data yang diperoleh penurunan penjualan lokal atau dalam negeri yang dialami oleh UKM Manik-manik Jombang sekitar 50% hingga 80%, sedangkan penurunan penjualan luar negeri sekitar 75%.

2) Pengurangan Tenaga Kerja

Dampak lainnya yang diterima oleh UKM Manik-manik Jombang adalah pengurangan tenaga kerja. Seperti yang telah dijelaskan di atas, dengan diimplementasikannya ACFTA pada awal 2010 menyebabkan produksi lokal kalah bersaing dengan produk asal China, yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan. Dengan adanya keadaan tersebut UKM Manik-manik Jombang mengurangi biaya produksi yang dikeluarkan dengan mengurangi tenaga kerja atau karyawan mereka, hal tersebut diharapkan dapat menyesuaikan dengan kondisi ekonomi yang terjadi, sehingga UKM Manik-manik mereka dapat bertahan pada kondisi tersebut.

Desa Plumbon Gambang Kecamatan Gudo yang terletak di Kabupaten Jombang dengan total penduduk 3488 jiwa dengan luas daerah 168,72 ha (Portal Pemerintah Kabupaten Jombang, 2010b). Berdasarkan data yang diperoleh penulis dari Bapak Sugeng mayoritas mata pencaharian penduduk desa Plumbon Gambang adalah sebagai petani dan wiraswasta/ pedagang. Menurut bapak Sugeng,

penduduk yang bermata pencaharian sebagai wiraswasta/ pedagang merupakan penduduk yang terlibat pada industri kerajinan manik-manik (Sugeng, 2011b).

Jumlah tenaga kerja yang diperkerjakan oleh tiap UKM berbeda-beda, satu UKM rata-rata memperkerjakan 4-10 orang, bagi UKM yang berukuran besar bisa sampai 10-20 orang (Sugeng, 2011b).

Terkait dengan pembahasan sebelumnya, dengan berkurangnya nilai penjualan produk manik menyebabkan turunnya pendapatan yang menyebabkan turunnya jumlah produk yang diproduksi, sehingga beberapa pengrajin UKM Manik-manik Jombang harus mengurangi jumlah pengeluaran mereka dengan memberhentikan beberapa karyawannya. Hal ini dilakukan guna menyelamatkan kehidupan UKM manik-manik milik mereka (Sugeng, 2011b). Keadaan tersebut menurut Djulmiadji (1994) disebut dengan *retrenchment*, yaitu pemutusan hubungan kerja akibat adanya masalah ekonomi yang membuat manajemen tidak sanggup untuk memberikan upah (Harahap, 2010).

Ibu Hardiningsih yang merupakan salah satu pengrajin manik-manik Jombang mengungkapkan bahwa, sebelum diimplementasikan ACFTA di awal 2010 beliau masih bisa mempekerjakan 10 orang karyawan, tapi hingga tahun 2011 tinggal 3 orang karyawan yang ia pertahankan, hal ini dikarenakan berkurangnya barang yang diproduksi akibat penurunan permintaan. Semenjak diberlakukannya

ACFTA pada awal 2010 produksi yang dihasilkan oleh UKM miliknya mengalami penurunan hingga 50% (Hardiningsih, 2012).

Hal tersebut juga dialami oleh Bapak Sugeng salah satu pengrajin manik-manik desa Plumbon Gambang Jombang, jika sebelumnya jumlah karyawan yang ia perkejakan sejumlah 13 orang karyawan, tapi sampai akhir 2010 beliau hanya sanggup mempertahankan 4 orang karyawannya. Hal ini dikarenakan pendapatan yang diterima menurun, sehingga mau tidak mau beliau harus memberhentikan 6 orang karyawannya (Sugeng, 2011b).

Menurut Nurwahid (koordinator paguyuban pengusaha home industri manik-manik Desa Gambang Jombang) dalam wawancaranya dengan media *Batavia* mengungkapkan, pada akhir tahun 2009 pengusaha kecil manik-manik dapat menyerap tenaga kerja hingga 1500 orang, tetapi baru pekan ke-tiga februari ini tenaga kerja yang dipekerjakan hanya 700-an orang, atau terjadi penurunan sekitar 46 persen (*Bataviase*, 2010).

Sampai saat ini dari 121 UKM jumlah pekerja yang dipekerjakan sekitar 1000 orang, hal ini kemungkinan dikarenakan beberapa UKM telah mulai bangkit kembali (Sugeng, 2011b). Pernyataan tersebut sesuai dengan karakteristik UKM yang diungkapkan oleh Yanti, yaitu UKM merupakan lingkup usaha kecil tetapi terbukti relatif tangguh dalam menghadapi badai krisis ekonomi (Yanti, 2010). Menurut penelitian yang dilakukan oleh AKATIGA, UKM merupakan entitas

yang mempunyai daya tahan hidup dan meningkatkan kinerjanya pada masa krisis ekonomi, hal dikarenakan fleksibilitas UKM dalam menyesuaikan produksinya dan kemampuannya untuk berkembang dengan modal pribadi (Herawati, 2010).

Terjadinya pemberhentian atau pengurangan tenaga kerja ini akibat dari turunnya nilai penjualan pengrajin UKM Manik-manik Jombang yang menyebabkan turunnya pendapatan, sehingga salah satu solusi untuk mengurangi biaya produksi yang dikeluarkan adalah dengan mengurangi tenaga kerja yang diperkerjakan.

Meski tenaga kerja berkurang, tetapi ketika pengrajin manik-manik tersebut menerima pesanan yang banyak atau melebihi kemampuan produksi mereka, maka mereka akan bekerjasama dengan pengrajin lainnya guna memenuhi pesanan tersebut. Dengan demikian, meski jumlah tenaga kerjanya berkurang para pengrajin manik tersebut masih dapat memenuhi pesanan pelanggan atau konsumen mereka (Sugeng, 2012d).

Dari pembahasan rumusan masalah pertama ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengimplementasian ACFTA di awal tahun 2010 memberikan dampak dan pengaruh terhadap perekonomian Indonesia, baik dari segi positif maupun negatif. Dari segi positif yang diterima ,

- 1) menambah pendapatan investasi yang dapat digunakan untuk memperbaiki infrastruktur atau menambah nilai produksi Indonesia,
- 2) meningkatkan volume perdagangan sehingga terdapat persaingan

yang kompetitif antar produsen, sedangkan pengaruh negatifnya bagi Indonesia ialah, 1) berkurangnya nilai ekspor Indonesia-China, 2) turunnya pendapatan pajak akibat banyaknya entitas yang mengalami kebangkrutan 3) bertambahnya angka pengangguran. Sedangkan pengaruh yang dirasakan oleh pengrajin manik-manik desa Gambang, Jombang. Dengan turunnya angka penjualan mereka yang berkisar 50%-80% mengakibatkan turunnya produksi yang dihasilkan sehingga berimbas kepada pemberhentian tenaga kerja guna mengurangi biaya produksi yang dikeluarkan.

4.3 Strategi UKM Manik-manik Jombang Dalam Menghadapi Implementasi ACFTA

4.3.1 Strategi Pemerintah dalam Menanggapi Implementasi ACFTA

Seperti yang telah disebutkan pada pembahasan sebelumnya, dengan diimplementasikannya ACFTA pada awal Januari 2010 telah memberikan dampak dan pengaruh yang sangat besar bagi perekonomian Indonesia. Untuk mengatasi hal tersebut, dibutuhkan tindakan yang bisa mengurangi pengaruh-pengaruh yang diterima oleh Pemerintah Indonesia.

Menurut Ambar Tjahyono ketua Asosiasi Industri Permebelan dan Kerajinan Indonesia (Asmindo) dalam pertemuannya dengan Menteri Koperasi dan UKM, sudah seharusnya Indonesia memanfaatkan pasar China yang sangat besar, dengan penduduknya yang mencapai 1,4

Triliun. Strategi awal yang akan dilaksanakan oleh Asmindo adalah, melakukan pameran di dua kota besar China yaitu Guang Zhou dan Shen Zen. Alasannya karena masyarakat China saat ini telah berubah status menjadi orang kaya, sehingga banyak diantara mereka yang lebih berminat terhadap barang impor, sehingga Asmindo akan memainkan peranannya dengan memasukkan produk dan kerajinan khusus untuk golongan tertentu (Supriyanto, 2011).

Menurut LSI (Lingkar Survei Indonesia), dampak dari ACFTA bisa dilihat dari neraca perdagangan yang semakin menurun. Pada tahun 2000-2007 neraca perdagangan Indonesia-China masih seimbang, tetapi semakin lama neraca tersebut semakin menurun. Pada tahun 2010 saja defisit Indonesia mencapai USD 7 Milliar (Asrudin, 2011). Hal ini juga disinggung oleh Djumena pada pembahasan sebelumnya.

Melihat kondisi yang seperti itu, menurut Asrudin, selaku analis media sosial di LSIN (Lingkar Survei Indonesia *Network*) langkah-langkah yang perlu dilaksanakan oleh Indonesia, pertama meningkatkan daya saing agar dapat berkompetisi dengan China, caranya dengan memperbaiki infrastruktur Indonesia, karena mustahil bagi Indonesia untuk bersaing dengan China jika infrastrukturnya tidak memadai. Kedua, memberlakukan kebijakan *safeguard*, yakni pengenaan Biaya Masuk Tindakan Pengamanan (BMTP), jika pemerintah tidak dapat bersaing dengan China di beberapa sektor perdagangan maka strategi ini bisa dilakukan. Ketiga, *complementary*, dengan memperhatikan struktur

produksi dan ekspor mana yang berbeda dengan China, sehingga jika produk tersebut tidak diproduksi di China maka produk itu dijadikan produk andalan. Solusi tersebut pernah dilaksanakan oleh Amerika Serikat ketika negaranya diserbu oleh produk-produk China. Strategi yang terakhir, yaitu meminta China untuk membatasi ekspor barangnya ke Indonesia, dengan cara meminta China untuk mencabut subsidi ekspor dan membeli lebih banyak produk dari Indonesia (Asrudin, 2011).

Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu mengungkapkan, salah satu cara untuk meredam banjirnya produk China adalah dengan mengalihkannya ke investasi, pihaknya sudah mempunyai perjanjian bilateral dengan China agar melakukan investasi tidak hanya di *resources* saja tetapi juga pada manufaktur yang akan membantu meningkatkan nilai produk Indonesia (Kabar Saham, 2011).

Sekjen Kementrian Perdagangan Ardiansyah Parman memaparkan strategi yang harus dilaksanakan oleh Indonesia untuk menghadapi ACFTA antara lain, pertama meningkatkan daya saing, dengan melaksanakan pembenahan infrastruktur dan energi, pembenahan sistem logistik dan juga memperbaiki pelayanan publik. Kedua, pengamanan pasar domestik, yang akan difokuskan pada peredaran barang di pasar lokal, serta melakukan promosi produk dalam negeri (Azis, 2010).

4.3.2 Strategi UKM Manik-manik Jombang dalam Menghadapi ACFTA

Strategi merupakan rencana yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan atau organisasi dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan atau organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat (Glueck & LR, 1994).

Untuk tetap bertahan dalam menghadapi kemelut ACFTA, pengrajin manik-manik Jombang mempunyai beberapa strategi, diantaranya :

4.3.2.1 Inovasi produk

Produk merupakan output atau hasil dari suatu proses produksi, sedangkan produksi adalah proses menghasilkan atau menambah nilai guna suatu barang atau jasa dengan menggunakan sumber daya yang ada (Choir, 2010).

Salah satu strategi dalam mengembangkan daya saing adalah konsentrasi pada inovasi, karena bagi perusahaan ataupun entitas kecil yang tidak dapat mengeluarkan biaya melebihi saingan mereka, maka inovasi produk adalah langkah yang harus diambil untuk meningkatkan daya saing mereka (Zimmerer & Scarborough, 2004).

Inovasi produk yang dilakukan oleh pengrajin manik-manik Desa Gambang Jombang adalah :

1) Penggantian Bahan Bakar dan Bahan Baku Pokok

Proses pembuatan manik-manik bisa terbilang sederhana, menurut Chodri salah satu pengrajin manik-manik, bahan baku utama dalam membuat manik-manik adalah limbah kaca yang didapatnya dari bekas botol parfum, pecahan kaca atau dari berbagai macam barang pecah lainnya. Langkah pertama dalam membuat manik-manik adalah dengan melebur limbah kaca tadi di atas kompor dengan suhu 2000 derajat Celcius. Langkah selanjutnya Chodri memilin hasil leburan kaca tersebut hingga sepanjang satu meter. Setelah hasil pilinan tersebut mengering, batang kaca tersebut dilebur kembali di atas api dibentuk sesuai dengan keinginan, ia melilitkan batang kaca tersebut pada jari-jari sepeda yang sebelumnya telah di olesi dengan tepung tapioka, agar lebih mudah dilepaskan ketika sudah dingin (Attalicious, 2010). Selain tepung tapioka, kaulin juga bisa digunakan sebagai bahan pelapis agar manik-manik tidak lengket pada saat dilepas dari batang besinya (Sugeng, 2012c). Setelah selesai dengan pembentukan pola atau desain yang diinginkan, manik-manik yang sudah jadi diletakkan di atas pasir, guna membantu proses penurunan suhu kaca agar manik tidak pecah (Mia, 2010).

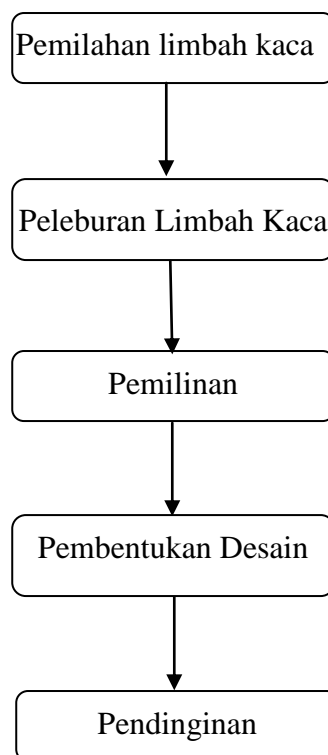
Warna pada manik-manik bisa dihasilkan dari bahan kaca (warna botol yang dilebur) atau bisa juga ditambahkan pewarna khusus, agar tampak lebih menarik (Di'in, 2012). Chodri juga

menyatakan hal serupa, tetapi ia tidak menggunakan pewarna melainkan warna asli dari warna botol yang digunakan (dilebur) (Attalicious, 2010).

Untuk memudahkan dalam memahami proses produksi manik-manik tersebut, penulis mencoba menjelaskan secara ringkas melalui gambar 4.3.

Gambar 4.3

Tahap Produksi Manik-manik



Sumber : Berbagai sumber

Menurut data yang diperoleh penulis dari Bapak Sugeng selaku perangkat Desa Gambang Jombang yang merupakan salah satu pengrajin manik-manik Jombang, rata-rata jumlah kebutuhan

bahan baku untuk memproduksi manik-manik yang dibutuhkan oleh pengrajin manik-manik Jombang setiap bulannya tertera pada Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3

Kebutuhan Bahan Baku/ Bulan

No	Jenis Barang	Jumlah Kebutuhan	Harga Satuan (Rp)
1	Elpiji	30.070 tabung	13000
2	Limbah Kaca Piring	30 ton	7000
3	Limbah Kaca Kristal	30 ton	3600
4	Pewarna	168 kg	25000
5	Kaulin	300 kg	4000

Sumber : Sugeng, (2012c)

Berdasarkan data yang diperoleh penulis pada Tabel 4.3, saat ini bahan bakar yang digunakan oleh pengrajin manik-manik Jombang adalah elpiji. Limbah kaca piring dan limbah kaca kristal merupakan bahan baku utama dalam pembuatan manik-manik yang diperoleh dari pemasok yang berasal dari Jakarta. Pewarna digunakan sebagai bahan campuran untuk menghasilkan warna manik-manik yang diinginkan. Kaulin yaitu sejenis tanah lempung tetapi mempunyai kadar murni yang tinggi, yang digunakan untuk

melapisi batang besi (berbentuk seperti lidi) agar manik-manik yang dibakar mudah lepas dari batang besi tersebut (Sugeng, 2012c).

Jika pada awalnya Chodri masih menggunakan minyak tanah sebagai bahan bakarnya, ia mengungkapkan ingin melakukan percobaan dengan menggunakan elpiji (gas), karena menurutnya naik serta langkanya minyak tanah akan menambah biaya produksi yang ia keluarkan (Attalicious, 2010). Hal tersebut juga dialami oleh pengrajin manik-manik lainnya.

Banyak cara yang telah dilakukan oleh pengrajin manik Desa Gambang untuk menekan biaya produksi manik-manik. Salah satunya adalah dengan mengganti bahan bakar untuk pembentukan manik-manik dari kayu menjadi tabung gas (elpiji). Berawal dari salah seorang pengrajin yang melakukan percobaan dengan mengganti bahan bakar minyak tanah dengan tabung gas (elpiji), dan setelah dibandingkan ternyata penggunaan tabung gas (elpiji) sebagai bahan bakar lebih efisien dibanding dengan minyak tanah (Sugeng, 2011b).

Jika menggunakan minyak tanah, maka rata-rata dibutuhkan 4-5 drum minyak tanah per bulannya (Sugeng, 2011b). Menurut data yang diperoleh penulis harga minyak tanah di beberapa daerah di Jawa timur berkisar antara Rp 7000 – Rp 11.000 / liter. Seperti yang terjadi di daerah Pamekasan Madura, Jawa Timur harga

minyak tanah Rp 7000 per literanya (Liputan6, 2010). Harga minyak tanah di Sumenep Rp 8500/ literanya (Kementrian ESDM Dirjen Minyak dan Gas Bumi, 2011). Di Bojonegoro, harga minyak tanah mencapai Rp 11.000/ literanya (Jurnal Berita, 2011).

Harga minyak tanah saat itu tidak menentu, jika langka harganya bisa menjulang dan kemungkinan harga tersebut masih bisa terus naik, kondisi tersebut yang membuat Ibu Hardiningsih memilih elpiji (gas) sebagai bahan bakarnya (Hardiningsih, 2012). Selain itu, dengan menggunakan elpiji juga lebih aman, karena jika menggunakan minyak tanah mereka harus berhati-hati agar minyak tanahnya tidak tumpah, sedangkan jika menggunakan elpiji mereka tidak perlu mengkhawatirkan hal tersebut, meskipun awalnya takut jika elpiji tersebut meledak (Sugeng, 2011b).

Jika pada saat itu harga minyak tanah sekitar Rp 7000/ literanya, sedangkan setiap bulannya dibutuhkan 4-5 drum (1 drum = \pm 200 liter) minyak tanah, maka biaya yang dikeluarkan sekitar Rp 5,6 juta ($4 \times 200 \times \text{Rp } 7000$). Dengan menggunakan elpiji, jika setiap bulannya dibutuhkan sekitar 250an tabung, maka biaya yang dikeluarkan sekitar Rp 3,3 juta ($250 \times \text{Rp } 13000$) per bulannya.

Bapak Prayit selaku ketua APMA juga menambahkan, pada awalnya para pengrajin enggan menggunakan elpiji karena mereka berpikir harga minyak tanah lebih murah dibanding elpiji, tapi

setelah terbukti bahwa penggunaan elpiji lebih efisien dibanding minyak tanah, hingga saat ini mereka sudah beralih ke elpiji (Prayitno, 2011).

Dalam penelitian ini penulis menemukan kendala yang dialami oleh pengrajin manik-manik Jombang dalam mengembangkan inovasi produk mereka, yaitu belum tercapainya keinginan mereka untuk menemukan pengganti bahan baku utama dalam pembuatan manik-manik yaitu limbah kaca.

Seperti yang telah dijelaskan di atas, bahan baku utama untuk membuat manik-manik adalah limbah kaca, dalam hal ini para pengrajin manik-manik Jombang ingin bereksperimen untuk membuat pengganti limbah kaca (bahan baku utama), karena menurut mereka tidak menutup kemungkinan bahwa limbah kaca tersebut bisa habis atau langka (Sugeng, 2011b). Alasan lainnya adalah harapan untuk dapat menambah mutu atau kualitas manik-manik Jombang agar tidak kalah dengan produk manik dari China (Hardiningsih, 2012). Dalam lingkungan persaingan global mutu barang dan jasa adalah syarat utama untuk mencapai keberhasilan organisasi dan bahkan untuk bertahan dalam persaingan global, salah satu bencana dalam pemasaran adalah memiliki iklan yang hebat tetapi didampingi dengan sebuah produk yang buruk (Zimmerer & Scarborough, 2004).

Berbagai percobaan dan penelitian dilakukan oleh pengrajin, bahkan sampai pihak pemerintah ikut turut membantu memecahkan masalah ini dengan memberikan bantuan berupa pelatihan penelitian guna mendapatkan pengganti bahan baku kaca di kota Bandung. Meski berbagai percobaan telah dicoba oleh pengrajin tersebut, tetapi hingga saat ini mereka belum mendapatkan pengganti bahan baku tersebut (Prayitno, 2011).

Meski belum mendapatkan pengganti bahan baku utama (limbah kaca), hingga saat ini para pengrajin manik-manik Jombang masih terus melakukan percobaan (Sugeng, 2011b).

Dari penjelasan di atas, berdasar pada data yang diperoleh penulis menyimpulkan bahwa dikarenakan harga minyak tanah yang fluktuatif bahkan terkadang langka, penggantian bahan bakar dari minyak tanah ke elpiji (gas) dinilai lebih efisien baik dari segi biaya maupun keamanannya.

2) Mengikuti Perkembangan Mode

Seperti yang telah dibahas pada perumusan masalah sebelumnya, salah satu dampak dari implementasi ACFTA pada awal Januari 2010 adalah berkurangnya penjualan yang menyebabkan penurunan pendapatan dan mengakibatkan beberapa UKM manik-manik desa Plumbon-Gambang Jombang mengalami kebangkrutan. Untuk mencegah hal tersebut Bapak Prayit, selaku ketua APMA mengungkapkan bahwa para pengrajin harus

mempunyai inovasi baru pada produk manik mereka, mulai dari warna, bentuk dan juga model rangkaian yang sesuai dengan perkembangan zaman (Sugeng, 2011b).

Para pengrajin tersebut mencari informasi baik melalui internet atau dari pengamatan sendiri. Inovasi produk harus terus dilakukan karena jika tidak mereka akan tertinggal dalam persaingan global, sebagai industri kecil inovasi produk merupakan hal yang terpenting bagi para pengrajin tersebut untuk tetap bisa bertahan dalam kondisi pasar saat ini (Prayitno, 2011).

Media online merupakan salah satu sumber untuk mencari ide bisnis, dengan mendapatkan informasi dari internet para pelaku bisnis dapat ,menciptakan ide-ide yang baru guna kemajuan usahanya (Bisnis UKM, 2009).

Hardiningsih salah satu pengrajin manik-manik, juga mengungkapkan agar tidak kalah saing dengan produk luar lainnya, terkadang ia mendapatkan referensi model nya dari majalah, internet atau dari kreasi karyawannya sendiri (Hardiningsih, 2012).

Dari data yang diperoleh, penulis menyimpulkan rata-rata hampir semua pengrajin Manik-manik Jombang memperbaharui mode rangkaian manik mereka berdasarkan referensi dari majalah ataupun internet, dan banyak juga diantara mereka yang mengkreasikan ide mereka sendiri, perkembangan pada trend

mode rangkaian manik ini dilakukan guna menarik minat pembeli atau pelanggan manik-manik mereka.

4.3.2.2 Pemasaran Secara *Online*

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh sebuah entitas maupun perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Pemasaran adalah proses dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuh dan inginkan melalui pembuatan dan pertukaran produk nilai dengan yang lain (Kotler & Armstrong, 2008).

Menurut Stanton dalam Handoko pengertian pemasaran didefinisikan sebagai aktivitas usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli (Handoko, T., & Basu, 2000).

Untuk mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju para pengrajin manik-manik desa Plumbon-Gambang Jombang merubah sistem pemasaran mereka dengan menggunakan media *online* seperti blog atau *facebook*.

World Wide Web (www) adalah jaringan yang sangat luas yang menghubungkan komputer di seluruh dunia melalui internet dan membuka seluruh informasi yang tak terbatas (Zimmerer & Scarborough, 2004).

Semakin berkembangnya zaman dan teknologi, otomatis akan mempengaruhi pemasaran industri manik-manik sehingga mereka harus bisa menyesuaikan dengan keadaan tersebut. Menurut bapak Prayit selaku ketua APMA, pada tahun 1990-an para pengrajin manik-manik Jombang memasarkan produknya dengan memasarkan produk tersebut melalui kurir atau dipasarkan sendiri oleh pemiliknya, tetapi mulai tahun 2003 beberapa dari mereka mulai menggunakan jaringan internet sebagai alat pemasarannya (Prayitno, 2011).

Dengan menggunakan internet memberikan kemudahan bagi para pengrajin manik untuk memasarkan langsung kepada pelanggan atau pembeli (*buyer*) nya baik yang berasal dari dalam maupun luar negeri, walaupun harus membayar orang untuk mengoperasikan media *online* milik mereka. Pengoperasian media *online* ini juga lebih efisien, selain dapat menjangkau pasar yang lebih luas, lebih murah, mereka juga bisa berhubungan langsung dengan pelanggan atau *buyer* nya dan mengetahui bagaimana respon pelanggan terhadap produk yang mereka terima, karena kepuasan pelanggan merupakan kunci keberhasilan bagi mereka (Prayitno, 2011).

Perusahaan atau entitas yang berhasil adalah yang dapat melakukan segala upaya untuk memastikan kemudahan bagi

pelanggan atau konsumen untuk berurusan dengan mereka (Zimmerer & Scarborough, 2004).

Bapak Sugeng, selaku perangkat desa Gambang menambahkan bahwa tidak semua pengrajin manik mengerti internet, mereka hanya sekedar tahu tetapi tidak bisa mengoperasikannya, maka dari itu sebagian dari mereka memutuskan membayar orang untuk mengelola blog atau media *online* mereka. Akan tetapi tidak semua pengrajin tersebut mempunyai media *online* tersebut, karena terkadang mereka menitipkan pemasaran produknya kepada pengrajin lainnya. Dalam artian satu media *online* yang dimiliki oleh seorang pengrajin di dalamnya terdapat produk yang berasal dari pengrajin lainnya. Hal ini biasanya dikarenakan adanya hubungan persaudaraan atau keinginan untuk saling melengkapi (antara manik-manik tipe klasik dan kontemporer) (Sugeng, 2011b).

Tidak jauh beda dengan yang telah diungkapkan oleh bapak Sugeng, Ibu Hardiningsih juga mengungkapkan karena tidak semua pengrajin mempunyai media *online* tersebut, terkadang mereka menitipkan promosi produknya ke sanak saudara atau kerabat lainnya (Hardiningsih, 2012). Terkait dengan inovasi produk yang dilakukan maka dibutuhkan juga pemasaran yang dapat membantu keberhasilan dari inovasi tersebut. Media *online* yang digunakan oleh pengrajin manik-manik merupakan

media *online* yang tidak berbayar, sehingga mereka hanya perlu menyewa orang untuk mengoperasikan media online mereka. Menurut Bapak Prayit, pemasaran *online* tersebut masih berlangsung hingga saat ini. Dalam penelitiannya penulis menemukan ternyata tidak hanya blog atau *facebook* saja yang digunakan untuk memasarkan produk manik asal desa Gambang Jombang, tetapi kaskus atau *myspace* juga digunakan untuk memasarkan produk manik asal Jombang tersebut (Prayitno, 2011).

Tidak dipungkiri bahwa pada saat marak ditemukan *shopping online*, dimana pembeli tidak perlu repot-repot untuk melangkahhkan kaki guna membeli barang kebutuhannya. Hal ini sangat mempengaruhi daya beli, karena secara teknis pembeli merasa diuntungkan. Dengan adanya pemasaran secara *online*, maka pengrajin UKM Manik-manik Jombang dapat memasarkan produknya hingga ke luar negeri, meski tidak semua pengrajin memiliki media *online* seperti blog, *facebook* maupun kaskus penjualan tetapi hal ini tidak menghalangi mereka untuk tidak memasarkan produknya secara *online*.

4.3.3.3 Berbagi Informasi

Informasi merupakan keterangan, pemberitahuan atau berita. Pengertian informasi menurut Moeliono yaitu pemberitahuan, kabar atau berita, yang merupakan keterangan atau

bahan nyata yang dapat dijadikan dasar sebuah kajian atau analisis (carapedia, 2011).

Kurangnya informasi merupakan salah satu halangan dalam perdagangan internasional (Zimmerer & Scarborough, 2004). Untuk menghadapi pasar global seperti saat ini dibutuhkan sesuatu ide yang baru guna menghadapi persaingan yang semakin besar.

Dalam hal ini, dengan adanya APMA sangat membantu pengrajin dalam mendapatkan informasi. Dari diskusi maupun obrolan biasa, terkadang menghasilkan suatu gagasan atau ide yang baru untuk improvisasi UKM manik-manik, seperti informasi pemasaran, kondisi pasar dan lain sebagainya (Sugeng, 2011b). Salah satu metode untuk menghasilkan ide adalah melalui kelompok fokus (*focus group*), tukar pikiran (*brainstorming*), dan analisis kumpulan masalah (*problem inventory analysis*) (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2008).

APMA merupakan asosiasi yang memiliki potensi sebagai wadah dalam pengembangan kualitas UKM Manik-manik Jombang, APMA juga menyediakan ruang komunikasi bagi pengrajin manik-manik untuk menyelesaikan masalah bersama terkait dengan keberlangsungan industri (Mansyur Ridho dkk, 2009).

Bapak Prayit menambahkan, dengan adanya APMA pengrajin manik-manik Jombang mempunyai wadah untuk berdiskusi dan bertukar pikiran, seperti tentang masalah ACFTA yang menjadi salah satu topik diskusi mereka. Hasil dari diskusi tersebut adalah usulan dari para pengrajin manik-manik Jombang untuk studi banding ke China (Prayitno, 2011).

Menurut bapak Sugeng berbagi informasi antar pengrajin manik-manik ini sangat diperlukan, apalagi yang terkait dengan perkembangan penemuan pengganti bahan baku utama manik-manik (limbah kaca), karena dengan adanya informasi tersebut dapat menambah referensi guna memperbaiki kualitas produk mereka dan dapat mengembangkan penelitian selanjutnya (Sugeng, 2012d).

Dari penjelasan diatas penulis mengambil kesimpulan bahwa dengan adanya forum *group discussion* pada APMA akan mempermudah para pengrajin manik-manik untuk saling bertukar ide atau pikiran guna mencapai solusi terbaik bagi kemajuan UKM mereka.

Dari pembahasan rumusan masalah yang kedua ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi yang dilaksanakan pemerintah guna menghadapi ACFTA antara lain 1) melakukan pameran di dua kota besar China yaitu Guang Zhou dan Shen Zen 2) meningkatkan daya saing produk lokal 3) mengalihkan

perdagangan tersebut ke investasi 4) melakukan pengamanan produk domestik. Strategi yang dilakukan UKM Manik-manik Jombang antara lain, pertama melakukan inovasi produk yang meliputi penggantian bahan bakar dan bahan baku guna mengurangi biaya produksi yang dikeluarkan, kedua pengembangan strategi pemasaran yaitu dengan menggunakan media *online* meliputi blog, *facebook* dan kaskus sebagai alat pemasarannya, ketiga saling bertukar informasi.

4.4 Peran Pemerintah Untuk Membantu UKM-Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA

Pemerintah merupakan sekumpulan orang yang mengelola kewenangan-kewenangan, melaksanakan kepemimpinan dan koordinasi pemerintahan serta membantu pembangunan masyarakat dari lembaga yang mereka naungi (Akhsarabay, 2011).

Dalam perekonomian modern peranan pemerintah dapat diklasifikasikan dalam tiga golongan besar, yaitu 1) peranan alokasi, yaitu peran pemerintah untuk mengusahakan agar alokasi sumber-sumber ekonomi dilaksanakan secara efisien 2) peranan distribusi, yaitu peran pemerintah sebagai alat distribusi pendapatan dan kekayaan, melalui program dan peraturan yang dapat memberikan perlindungan usaha ekonomi yang lemah, juga memberi dukungan kepada para pengusaha kuat 3) peranan stabilisasi, yaitu dengan pertimbangan bahwa

perekonomian yang sepenuhnya diserahkan kepada daerah untuk mengatur daerahnya masing-masing (Mangkoesoebroto, 1995).

4.4.1 Langkah-langkah Pemerintah Indonesia untuk Mengatasi Pengaruh ACFTA

Dalam menghadapi persaingan pasar bebas dengan China, Kementrian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) turut serta meningkatkan daya saing industri Lokal dalam ACFTA melalui sektor pemodal, transportasi dan penjalinan emisi. Terkait sektor permodalan, Mustafa Abubakar selaku Menteri BUMN akan mendorong bank-bank BUMN untuk memberikan kredit bunga rendah kepada UKM lokal, hal ini dilakukan untuk menyeimbangi kredit bank yang ada di luar negeri (Today, 2011).

Pembentukan Tim Koordinasi oleh pemerintah guna menyelesaikan hambatan dan industri dan perdagangan dalam rangka memperkuat daya saing industri nasional dalam menghadapi perdagangan global. Beberapa langkah-langkah yang telah dilakukan oleh Tim Koordinasi tersebut antara lain 1) meningkatkan pengamanan pasar dalam negeri dari penyelundupan dan pengawasan pagedaran barang dalam negeri melalui peningkatan sejumlah instrumen, 2) meningkatkan efektivitas pengawasan terhadap penerbitan dan pemanfaatan dokumen surat keterangan asal (SKA) untuk ekspor dan impor, 3) melakukan penguatan pasar ekspor (seperti *Trade Promotion Center*), peningkatan promosi dalam negeri, 4) dan penanganan issue domestik lainnya

(pembenahan tata ruang dan pemanfaatan lahan, infrastruktur dan energi, perluasan akses pembiayaan dan perbaikan pelayanan publik) (Sekertariat Negara RI, 2010).

4.4.2 Bantuan Pemerintah yang Diterima Oleh UKM Manik-manik Jombang

Desa manik-manik (Desa Gambang, Jombang) bisa dikatakan merupakan prioritas utama Pemerintah Kabupaten Jombang. Banyak pejabat pemerintah yang mengadakan kunjungan ke desa Gambang, bisa dikatakan dari mulai Camat sampai dengan Presiden pernah mengunjungi desa manik tersebut (Jamburi, 2011).

Bantuan dari pemerintah yang diterima oleh desa Manik Plumbon-Gambang diantaranya berupa :

1) Dana

Desa Plumbon-gambang Jombang sebagai desa manik Pada saat kunjungan Presiden, desa Gambang mendapat dana sebesar Rp 70 juta rupiah dalam rangka kunjungan Presiden ke desa Gambang dan bantuan kredit lunak dari BUMN melalui program binaan yang perusahaan dalam negeri seperti PT Telkom dan juga kredit lunak dari bank (Sugeng, 2012d). Dana tersebut telah dialokasikan untuk pembelian mesin peleburan untuk memproduksi manik-manik, untuk pembangunan atau renovasi jalan, berupa pemasangan paving di setiap jalan dusun Gambang, guna memudahkan transportasi baik bagi warga dusun Plumbon-Gambang itu sendiri, pejabat pemerintah yang

kadangkala meninjau lokasi desa Manik maupun para pembeli atau pemasok yang berkunjung ke desa tersebut (Sugeng, 2011b) .

Selain itu, bantuan tersebut juga dialokasikan untuk pembelian kacamata dan masker penutup wajah, yaitu salah satu peralatan dalam proses pembuatan manik-manik, yang dibagikan kepada seluruh pengrajin manik-manik. Dan masih banyak lagi pengalokasian dari dana tersebut (Prayitno, 2011).

Hardiningsih juga menambahkan, dengan adanya bantuan dana dari pemerintah yang sudah dialokasikan untuk pembangunan jalan (paving) hingga ke seluruh gang desa, memudahkan pelanggan atau pejabat yang ingin berkunjung (Hardiningsih, 2012).

Menurut Asisten Deputi Urusan Informasi dan Administrasi Kekayaan BUMN, Brata Antakusuma karena pentingnya peran dan kedudukan UKM, melalui PP no 3 tahun 1983, pemerintah mewajibkan BUMN berperan aktif melakukan bimbingan kepada usaha kecil dan koperasi (Republika, 2006). Menurut bapak Sugeng (2012d) perusahaan harus menyediakan dana 5 persen dari pendapatan yang diperoleh untuk dialokasikan kepada pengusaha kecil. Terdapat beberapa syarat untuk mendapatkan kredit lunak dari BUMN antara lain usaha yang didirikan harus milik sendiri dan telah berdiri selama 1 tahun dan menyerahkan syarat administrasi lain seperti KTP kartu KK dan lain-lain. Bunganya adalah 6 persen per tahunnya (atau lebih

kecil dibandingkan dengan bunga dari bank yang sekitar 15 persen-18 persen) (Rumengan, 2011).

2) Pelatihan

Tidak hanya bantuan berupa dana saja yang diterima oleh pengrajin desa Plumbon-Gambang tetapi juga pelatihan. Seperti pelatihan tentang manajemen marketing atau pemasaran dan cara mengelola keuangan (Prayitno, 2011). Sesuai dengan teori, pelatihan ini sangat diperlukan, karena menurut Sutrisno (2009) dengan adanya kinerja keuangan akan mencerminkan tingkat kesehatan suatu entitas ataupun perusahaan pada periode tertentu (Anggraeni, 2010).

Pelatihan tersebut sangat bermanfaat bagi pengrajin manik-manik. Dalam berbisnis tidak hanya dibutuhkan skill dalam membuat produk saja, tetapi juga bagaimana harus tahu cara memasarkannya. Dengan mengetahui cara marketing tersebut memudahkan kita dalam berbisnis (Prayitno, 2011). Dengan adanya pelatihan (seminar) tersebut menambah dan mengembangkan pengetahuan para pengrajin manik-manik baik dalam segi pemasaran maupun keuangan (Sugeng, 2011b).

Dari pelatihan yang diperoleh, saat ini beberapa dari pengrajin manik-manik tersebut telah dapat memasarkan produknya tidak hanya di dalam negeri tetapi juga ke luar negeri, seperti Malaysia dan Australia. Dalam hal ini Pemerintah Daerah Jombang turut berperan serta dalam penyelenggaraan seminar atau *workshop* yaitu dengan mengundang pengusaha-pengusaha kecil dari berbagai daerah di

Jombang. Tidak jarang Pemerintah Daerah Jombang mengadakan pelatihan tersebut, untuk pelatihan yang diadakan tanpa dipungut biaya sepeserpun (Sugeng, 2012d).

Seminar yang diselenggarakan oleh pemerintah melalui PNPM Mandiri dilaksanakan secara nasional maupun internasional, untuk seminar Internasional pernah diadakan di kota Malang yang diikuti oleh peserta dari beberapa negara, termasuk Malaysia dan Thailand, sedangkan untuk seminar nasional diadakan di kota Surabaya dan Jombang (Sugeng, 2012d). PNPM Mandiri merupakan program nasional dalam wujud kerangka kebijakan sebagai dasar acuan pelaksanaan program-program penanggulangan kemiskinan, yang dilaksanakan melalui harmonisasi dan pengembangan sistem serta mekanisme dan prosedur program, penyediaan pendampingan dan pendanaan, serta inovasi masyarakat dalam rangka penanggulangan kemiskinan. Dalam hal ini keterlibatan perangkat daerah sangat dibutuhkan guna mendapatkan hasil yang ingin dicapai (PNPM Mandiri, 2010).

Seperti yang telah diungkapkan pada rumusan masalah sebelumnya, pengrajin manik-manik Jombang berkeinginan untuk mengganti bahan baku utama mereka yaitu limbah kaca, sehingga mereka melakukan beberapa percobaan guna mendapatkan pengganti limbah kaca tersebut. Menurut informasi yang diperoleh penulis dari Bapak Sugeng hingga saat ini pengrajin manik-manik tersebut belum

berhasil menemukan pengganti bahan baku utama mereka (limbah kaca), dalam hal ini pemerintah juga turut berperan serta dengan mengirimkan beberapa pengrajin manik-manik dalam pelatihan di Bandung untuk menemukan solusi bahan baku tersebut (Sugeng, 2012d).

3) Pemasaran Produk

Fasilitas atau bantuan lain yang diterima oleh UKM Manik-manik Jombang adalah diikutsertakannya mereka dalam setiap ajang pameran maupun festival baik di dalam maupun luar negeri.

Salah satu usaha pemerintah untuk membantu pelaku UKM adalah dengan mengadakan Pameran produk Unggulan Daerah yang melibatkan seluruh *stakeholder*. Pelaksanaan pameran ini merupakan bagian Penanaman Modal dan Promosi Potensi Daerah (PMPPD) hasil evaluasi yang dianggap mendulang sukses dibanding tahun-tahun sebelumnya (Bisnis UKM, 2009).

Tidak hanya sekali saja UKM Manik-manik Jombang mengikuti pameran atau festival yang diadakan di dalam atau luar negeri, dan semua biaya yang dikeluarkan semua ditanggung oleh pemerintah. Hal ini guna membantu memasarkan produk manik mereka, karena dengan adanya pemasaran ini tidak hanya pengrajin manik saja yang diuntungkan tetapi pemerintah juga akan diuntungkan. Dengan masuknya produk ke pasar internasional secara tidak langsung nama

kota Jombang akan dikenal, dan itu akan membantu pemasukan pendapatan baik bagi pengrajin maupun daerah (Sugeng, 2011b).

Keuntungan lain dari diikutsertakannya UKM Manik-manik Jombang dalam acara-acara tersebut, baik pameran maupun festival adalah bertambahnya pemasok, sehingga dapat menambah nilai penjualan yang diterima oleh pengrajin manik-manik Jombang (Prayitno, 2011). Menurut Ibu Hardiningsih dengan mengikuti pameran tersebut akan menambah pendapatan yang diterima oleh pengrajin manik-manik, biasanya satu pameran diadakan selama 7-10 hari, omzet yang didapat oleh pengrajin bisa sampai 15 juta atau lebih. Bahkan, jika saat itu pengunjung sedang ramai dalam sehari bisa pendapatan yang diterima berkisar 1,5 juta-3 juta rupiah (Hardiningsih, 2012).

4) Hak Paten

Hak paten menurut WIPO adalah hak khusus yang diberikan atas penemuan sebuah produk atau proses dalam melakukan atau menawarkan solusi baru terhadap suatu masalah (Theofransus Litaay, 2008).

Luasnya pangsa pasar manik-manik menyebabkan pemerintah ingin melindungi karya pengrajin manik-manik asal desa Plumbon-Gambang Jombang ini, agar tidak diklaim oleh daerah lainnya.

Hak paten memberikan perlindungan bagi para penemu agar penemuannya tidak dipergunakan, didistribusikan, dijual, dihasilkan

secara komersial, diimpor, dieksploitasi dan lain-lain tanpa persetujuan penemu (Theofransus Litaay, 2008).

Pihak pemerintah pernah menyatakan ingin mematenkan (membuat hak paten) atas produksi manik-manik asal Plumbon-Gambang Jombang, hal ini dikarenakan luasnya pangsa pasar manik-manik, seperti di Bali, Kalimantan, Lombok mereka semua menjual manik-manik yang berasal dari Jombang, yang ditakutkan pihak pemerintah adalah dengan luasnya pangsa tersebut akan sedikit mengikis asal daerah yang memproduksi manik-manik ini (Sugeng, 2011b).

Dalam program pemberdayaan pelaku usaha Pemerintah Kabupaten Jombang mengagendakan pameran yang bertajuk “Gelar Potensi Jombang” yang dijadikan wadah bagi promosi potensi bagi produk lokal Jombang. Hal ini untuk meningkatkan daya saing melalui penciptaan jaringan antara pelaku usaha baik secara nasional maupun internasional yang akan dilaksanakan melalui pameran (Portal Pemerintah Kabupaten JOMBANG, 2010a).

Selain itu pemerintah Kabupaten Jombang juga telah memfasilitasi ruang pameran di Bali untuk memperkuat produk asli Jombang. Dalam pidatonya, Wakil Bupati Jombang bapak Widjono mengungkapkan bahwa Pemerintah Kabupaten Jombang sudah mengupayakan untuk memperkuat hasil kerajinan manik dan kuningan yang dipasarkan di

Bali agar tidak produk asal Jombang tersebut tidak diklaim oleh daerah lain (Portal Pemerintah Kabupaten JOMBANG, 2010a). Menurut informasi yang diperoleh penulis, ruang pameran tersebut berlokasi di kota Legian, Bali (Sugeng, 2012d). Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa festival atau pameran tidak hanya sebagai ladang penghasilan bagi pengrajin manik-manik Jombang tetapi juga sebagai tempat untuk mempromosikan manik-manik asal Jombang. Dalam hal ini, diikutsertakannya pengrajin manik-manik Jombang dalam pameran atau festival baik di dalam ataupun luar negeri adalah guna mempromosikan kerajinan manik-manik Jombang.

Dari pembahasan pada rumusan masalah yang terakhir ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pemerintah berperan penting dalam kerjasama perdagangan Indonesia-China, kontribusi pemerintah dalam hal tersebut meliputi, pemberian kredit bunga rendah kepada UKM dan industri kecil, serta pembentukan tim Koordinasi yang bertugas untuk menyelesaikan hambatan dan industri dan perdagangan dalam rangka memperkuat daya saing industri nasional dalam menghadapi perdagangan global. Sedangkan, bantuan dari pemerintah yang diterima oleh UKM Manik-manik Jombang meliputi bantuan dana guna melengkapi fasilitas para pengrajin manik Jombang, pelatihan yang meliputi pelatihan dalam seminar *marketing* (pemasaran) dan juga pelatihan penelitian tentang pengganti limbah kaca (bahan baku

utama manik-manik), pemasaran produk, dan juga bantuan untuk mendapatkan hak paten.

4.5 Intisari Jawaban Rumusan Masalah

Intisari jawaban rumusan masalah berisikan rangkuman dari pembahasan rumusan masalah yang terdapat pada bab ini.

1) *Bagaimana pengaruh Implementasi ACFTA terhadap UKM Manik-manik Jombang?*

Dengan diimplementasikannya ACFTA di awal tahun 2010 menimbulkan pengaruh-pengaruh yang berimbas kepada kehidupan UKM Manik-manik Jombang diantaranya penurunan penjualan yang bisa dikatakan penurunan secara drastis hingga mencapai 80 persen bahkan beberapa dari UKM Manik-manik Jombang tidak dapat beroperasi kembali. Dengan adanya penurunan penjualan yang dialami oleh UKM Manik-manik Jombang, maka pendapatan yang diterima juga berkurang.

2) *Bagaimana strategi UKM Manik-manik Jombang Dalam Menghadapi Implementasi ACFTA?*

Strategi yang dilakukan oleh UKM Manik-manik Jombang untuk menghadapi kemelut ACFTA 2010 antara lain melakukan inovasi produk dengan mengganti bahan bakar yang digunakan dari minyak tanah menjadi elpiji (gas) dan juga melakukan penelitian guna mencapai keinginan mereka untuk mengganti bahan baku utama yaitu limbah kaca, kemudian mengikuti perkembangan mode guna menyesuaikan dengan perkembangan zaman dan

keinginan pasar sehingga dapat bersaing dengan produk luar, yang kedua melakukan pemasaran secara *online*, hal ini terkait dengan adanya inovasi produk sehingga dibutuhkan pemasaran akan dapat mencapai hasil yang diinginkan, ketiga yaitu saling berbagi informasi, baik terkait dengan pemasaran, inovasi produk maupun diskusi-diskusi antar pengrajin manik.

3) *Bagaimana peran pemerintah untuk membantu UKM Manik-manik Jombang dalam menghadapi ACFTA?*

Keterlibatan pemerintah dalam membantu pengrajin manik-manik Jombang meliputi, bantuan berupa dana yang meliputi dana secara kas maupun kredit lunak, kedua pelatihan yang meliputi seminar atau workshop dan juga pelatihan untuk melakukan penelitian guna menemukan solusi pengganti bahan baku utama produksi manik-manik yaitu limbah kaca, ketiga pemasaran yaitu dengan difasilitasinya pengrajin UKM manik-manik Jombang untuk mengikuti berbagai pameran atau festival yang diadakan baik di dalam maupun luar negeri, keempat yaitu bantuan pemerintah untuk pengrajin Manik-manik Jombang dalam mendapatkan hak paten atas produk mereka.

4.6 Kesimpulan

Salah satu industri manufaktur kecil di Jombang yang dapat mencapai pangsa pasar ke luar negeri adalah industri manik-manik yang terletak di Desa Gambang Kecamatan Gudo Kabupaten Jombang. Dengan diimplementasikannya ACFTA, memberikan pengaruh bagi kehidupan UKM Manik-manik diantaranya

penurunan penjualan, pengurangan tenaga kerja dan perubahan pangsa pasar. Beberapa strategi yang dilakukan oleh pengrajin manik-manik tersebut antara lain, inovasi produk (penggantian bahan bakar dan bahan baku, merubah kreasi model manik mengikuti perkembangan zaman/ mode), pemasaran produk dengan menggunakan media *online*, dan saling berbagi informasi. Untuk membantu UKM Manik-manik desa Gambang Jombang, pihak pemerintah memberikan bantuan yang tidak sedikit, diantara bantuan yang diterima oleh pengrajin manik desa Gambang berupa 1) dana, yang dialokasikan untuk kebutuhan mereka 2) pelatihan, yang meliputi pelatihan manajemen marketing dan keuangan 3) pemasaran produk, diikutsetakannya UKM Manik-manik pada pameran di dalam maupun luar negeri 4) Hak Paten, agar manik-manik diakui sebagai produk asal desa Gambang Jombang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Latar belakang masalah dilaksanakannya penelitian ini adalah diimplementasikannya kebijakan ACFTA pada awal tahun 2010 yang menyebabkan adanya perubahan kondisi perekonomian Indonesia.
2. Teori yang dicantumkan benar-benar terkait dengan pembahasan yang diteliti, seperti awal terbentuknya kebijakan ACFTA, teori tentang *free trade*, UKM , kinerja keuangan, peran pemerintah dan juga teori tentang hak paten.
3. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan secara alamiah dan peneliti sebagai instrumen penelitian. Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas internal dan validitas eksternal.
4. Akibat dari diimplementasikannya ACFTA menyebabkan turunnya angka penjualan manik-manik hingga mencapai 80 persen, bahkan beberapa UKM manik-manik terpaksa harus gulung tikar. Kondisi tersebut memaksa pengrajin manik-manik untuk memberhentikan tenaga kerja mereka guna mengurangi biaya produksi yang dikeluarkan.

5. Strategi yang dilaksanakan oleh pengrajin manik-manik Jombang untuk menghadapi ACFTA antara lain, melakukan inovasi produk, penggunaan media *online* untuk memasarkan produk dan saling berbagi informasi antar pengrajin manik-manik.
6. Peran pemerintah untuk membantu pengrajin manik-manik Jombang anatara lain dengan memberikan bantuan berupa dana tunai maupun kredit lunak, pelatihan berupa seminar atau workshop, membantu dalam hal pemasaran dengan mengikutsertakan pengrajin manik-manik dalam berbagai pameran atau festival dan membantu pengrajin manik-manik untuk mendapatkan hak paten atas karya mereka.

5.2 Saran

Saran bagi peneliti selanjutnya, yaitu untuk melakukan penelitian di Desa Manik-manik Jombang, sehingga penelitian tersebut dapat dijadikan perbandingan terkait dengan pengimplementasian ACFTA.

Selain itu, peneliti juga menyarankan bagi pengrajin manik-manik Jombang untuk terus melakukan pengembangan dan pengevaluasian atas strategi yang dilakukan, sehingga dapat mencapai hasil yang diinginkan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah kurangnya informasi atau data berupa dokumen yang diperoleh oleh peneliti, yaitu berupa laporan keuangan atau grafik penjualan, hal ini kemungkinan karena tidak adanya

pengarsipan atas data tersebut. Informasi lain yang belum diperoleh adalah tentang eksperimen yang telah dilakukan oleh pengrajin manik-manik Jombang untuk mendapatkan pengganti bahan baku utama mereka yaitu limbah kaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhsarabay. (2011, April 11). *Pengertian Pemerintah dan Pemerintahan*. Dipetik Desember Kamis, 2011, dari <http://bayuonvixion.wordpress.com/2011/04/11/pengertian-pemerintah-dan-pemerintahan/>
- Anggraeni, R. (2010, Agustus 16). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI)*. Dipetik Desember Sabtu, 2011, dari <http://dir.unikom.ac.id/s1-final-project/fakultas-ekonomi/akuntansi/2010/jbptunikompp-gdl-rikaanggra-21810/>
- Asrudin. (2011, Mei 3). *ACFTA : Dua Persoalan Empat Solusi*. Dipetik Februari Kamis, 2012, dari <http://economy.okezone.com/read/2011/05/03/279/452598/acfta-dua-persoalan-empat-solusi>
- Attalicious. (2010, Februari 16). *Permata Dari Limbah Kaca*. Dipetik Januari Kamis, 2012, dari <http://attalicious.wordpress.com/2010/02/16/permata-dari-limbah-kaca/>
- Azis, F. A. (2010, April 7). *Strategi Untuk Menghadapi ACFTA Indonesia*. Dipetik Maret Selasa, 2012, dari <http://faizparker.blogspot.com/2010/04/strategi-menghadapi-acfta-di-indonesia.html>
- Bangin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif*. Kencana.
- Bank Indonesia. (2011, Januari). *Kajian Akademik Kelayakan Pendirian Lembaga Pemerintah*. Dipetik November Kamis, 2011, dari <http://www.bi.go.id>
- Bataviase. (2010, Februari 23). *Produk China Menyebar Industri Rumah Tangga Terkapar*. Dipetik Januari Rabu, 2011, dari <http://bataviase.co.id/node/106792>
- Bisnis UKM. (2009, Mei 29). *Pameran Produk Unggul Daerah (Usaha Pemerintah Mengangkat Produk UKM)*. Dipetik Desember Sabtu, 2011,

dari <http://bisnisukm.com/pameran-produk-unggulan-daerah-usaha-pemerintah-mengangkat-ukm-menghadapi-krisis-global.html>

Carapedia. (2011). *Pengertian Informasi Menurut Para Ahli*. Dipetik Desember Kamis, 2011, dari http://carapedia.com/pengertian_definisi_informasi_menurut_para_ahli_info504.html

Choir. (2010, April 18). *Pengertian Produksi*. Dipetik November Sabtu, 2011, dari <http://zonaekis.com/pengertian-produksi/>

David, & R, F. (2006). *Manajemen Startegis, edisi 10*. Jakarta: Salemba Empat.

Di'in. (2012, Januari 28). (Putri, Pewawancara)

Djumena, E. (2011b, April 13). *ACFTA bisa menguntungkan?* Dipetik Februari Rabu, 2012, dari <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/04/13/07372828/ACFTA.Bisa.Menguntungkan.>

Djumena, E. (2011a, Februari 2). *Perdagangan Indonesia-China*. Dipetik Januari Senin, 2012, dari <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2011/02/02/1153057/Perdagangan.Indonesia-China>

Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Analisis Data*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Glueck, & LR, J. (1994). *Manajemen Strategis dan Kebijakan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.

Hadi, S. (2009). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.

Handoko, T. H., & Basu, S. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.

Harahap, R. (2010). Analisis Pengaruh Krisis Finansial dan Pemutusan Hubungan Kerja terhadap Klaim Jaminan Hari Tua pada PT. Jamsostek (Persero) cabang Tanjung Morawa.

Hardiningsih, S. (2012, Januari 28). (Putri, Pewawancara)

- Herawati, V. (2010). *Analisis Pengaruh Asean China Free Trade Agreement (ACFTA) Terhadap Kinerja Keuangan Yang Dilihat Dari Penjualan Pada UKM Tekstil Pekalongan* .
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Inayati, R. S. (2011). *Ekonomi Politik Kemitraan ASEAN: Sebuah Potret Kerjasama*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Indonesia Finance Today. (2011, April 21). *Investasi China Terus Meningkatkan*. Dipetik Februari Selasa, 2012, dari <http://www.indonesiainancetoday.com/read/6570/Investasi-China-Terus-Meningkat>
- Indonesia, B. (2010, Februari 6). *Ditjen Pajak khawatirkan potential loss*. Dipetik Februari Selasa, 2012, dari <http://taxcenter.fe.unpad.ac.id/berita.asp?ID=76>
- Institut for Global Justice*. (2011, September 28). Dipetik Februari Kamis, 2012, dari http://www.igj.or.id/index.php?option=com_content&task=view&id=538&Itemid=147
- Jogiyanto. (2010). *Metode Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Dalam *Metode Penelitian Bisnis : Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi & Bisnis UGM.
- Jolan, T. (2010, Januari 24). *Pangsa Pasar Manik-manik 70% Direbut Oleh China*. Dipetik September Sabtu, 2011, dari <http://economy.okezone.com/read/2010/01/24/320/297087/pangsa-pasar-manik-manik-70-direbut-produk-china>
- Jurnal Berita. (2011, Mei 26). *Minyak Tanah Meroket Hingga Rp 11 Ribu per Liter*. Dipetik Januari Senin, 2012, dari <http://jurnalberita.com/2011/05/minyak-tanah-meroket-hingga-rp-11-ribu-per-liter/>
- Kabar Saham. (2011, April 11). *Pemerintah Bakal Redam Produk China*. Dipetik Maret Sabtu, 2012, dari <http://www.kabarsaham.com/2011/pemerintah-bakal-redam-produk-china.html>

- Kemenkop, & UKM. (t.thn.). *UU no 20 th 2008*. Dipetik November Kamis, 2011, dari
http://www.depkop.go.id/index.php?searchword=uu+no+20+th+2008&or dering=&searchphrase=all&Itemid=1&option=com_search
- Kementrian ESDM Dirjen Minyak dan Gas Bumi. (2011, Januari 24). *Harga Minyak Tanah Tembus Rp 8500 per Liter*. Dipetik Januari 2012, dari migas.esdm.go.id: <http://www.migas.esdm.go.id/tracking/berita-kemigas/detil/255765/Harga-Minyak-Tanah-Tembus-Rp-8.500-Per-Liter-KILAS>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, P. M. (2009). *Ekonomika Indonesia Dinamika Lingkungan*. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Liputan6. (2010, Februari 20). *Harga Minyak Tanah di Pamekasan Melambung*. Dipetik Januari Senin, 2012, dari <http://berita.liputan6.com/read/264640/harga-minyak-tanah-di-pamekasan-melambung>
- Mafthuhah, G. N. (2011, April 26). *Kemendag Klaim ACFTA Masih Berdampak Positif ke RI*. Dipetik Februari Kamis, 2012, dari <http://economy.okezone.com/read/2011/04/26/320/450275/kemendag-klaim-acfta-masih-berdampak-positif-ke-ri>
- Mangkoesebroto, G. (1995). *Ekonomi Publik*. Yogyakarta: BPFE.
- Mansyur Ridho dkk. (2009). *Pelatihan Aplikasi B2C (Bisnis to Consumer) Untuk Sentra UKM Manik-manik Jombang Jawa Timur*. Depok: Universitas Indonesia.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mia. (2010, Oktober 30). *Manik2 cantik*. Dipetik Maret Jumat, 2012, dari http://manik2cantik.blogspot.com/2010_10_01_archive.html
- Mohammad Wahyudin, d. (2005). *Ketahanan Ekonomi, Daya Saing dan Pasar Bebas*. Malang, Jawa Timur: Bayumedia.
- Moleong, M. D. (1994). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Muh. Irwan Idris, S. M. (2011, Desember 31). *Pengaruh ACFTA Terhadap Perekonomian Indonesia*. Dipetik Februari Rabu, 2012, dari <http://anakkampus06.blogspot.com/2011/12/pengaruh-acfta-terhadap-perekonomian-di.html>
- Muliono, H. (2001). *Merajut Batam Masa Depan : menyongsong Status Free Trade Zone*. Jakarta: Pustaka LP3S.
- Murti. (2011). *Teori Produksi*. Dipetik Desember Jumat, 2011, dari murti.staff.gunadarma.ac.id
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik-Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Perpustakaan Hukum Kementerian Luar Negeri. (2010, Agustus 13). *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2001*. Dipetik Januari Senin, 2012, dari pustakahpi.kemlu.go.id/dir_file/file.download.php?emailid...
- PNPM Mandiri*. (2010). Dipetik Maret Jumat, 2012, dari http://www.pnpm-mandiri.org/index.php?option=com_content&view=article&id=50&Itemid=58&lang=in
- Portal Pemerintah Kabupaten Jombang. (2010b, April 28). *Desa Plumbon Gambang Dinilai Team Penilai Kabupaten Jombang*. Dipetik Februari Kamis, 2012, dari http://www.jombangkab.go.id/e-gov/layanan/berita.asp?menu=detail_berita&no=2177
- Portal Pemerintah Kabupaten JOMBANG. (2010a, Maret 5). *Pameran Sebagai Solusi Penciptaan Jaringan Antar Pelaku Usaha*. Dipetik Januari Selasa, 2012, dari http://www.jombangkab.go.id/e-gov/layanan/berita.asp?menu=detail_berita&no=2134
- Prawira. (2007). *Pengertian dan Proses Produksi*. Dipetik November Selasa, 2011, dari wordpress: <http://yprawira.wordpress.com/pengertian-dan-proses-produksi/>
- Prayitno. (2011, Desember 23). (Putri, Pewawancara)
- Prayitno. (2011, Desember 23). (Putri, Pewawancara)
- Prof. Dr. H. M. Burhan Bungin, S. M. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Republika. (2006, Januari 23). *Cara Mendapatkan Kredit Lunak*. Dipetik Maret Kamis, 2012, dari <http://www.infoanda.com/linksfollow.php?lh=UQBVVwAFBwwE>
- Rumengan, M. R. (2011, Juni 18). *Perusahaan BUMN Sulit Untuk Mencari Orang Yang Mau Dibantu*. Dipetik Maret Kamis, 2012, dari <http://sosbud.kompasiana.com/2011/07/16/perusahaan-bumn-sulit-mencari-oorang-yang-mau-dibantu/>
- Sekretariat Negara RI. (2010, April 7). *ACFTA Sebagai Tantangan Menuju Perekonomian yang Kompetitif*. Dipetik Maret Selasa, 2012, dari http://www.setneg.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=4375&Itemid=29
- Shafar Blog. (2010, Februari 1). *Info PHK*. Dipetik Januari Selasa, 2012, dari <http://informasiphk.blogspot.com/2010/02/pemerintah-tidak-antisipasi-kemungkinan.html>
- Sugeng. (2011, Desember 12). (Putri, Pewawancara)
- Sugeng. (2011a, Desember 12). (Putri, Pewawancara)
- Sugeng. (2011b, Desember 16). (Putri, Pewawancara)
- Sugeng. (2012c, Januari 7). (Putri, Pewawancara)
- Sugeng. (2012d, Maret 8). (Putri, Pewawancara)
- Sugeng, B. (2003). *How AFTA Are You?* Gramedia Pustaka IKAPI.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Suharso, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sukirno, S. (2009). *International Trade Theory*. Dipetik Desember Selasa, 2011, dari <http://www.scribd.com/doc/6482337/Teori-Perdagangan-Internasional>
- Sukirno, S. (2006). *Makro Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Supriyanto, B. (2011, Mei 4). *Bisnis Indonesia*. Dipetik Januari 2012, dari [bisnis.com: http://www.bisnis.com/articles/produk-mebel-and-kerajinan-ri-bisa-tembus-pasar-china](http://www.bisnis.com/articles/produk-mebel-and-kerajinan-ri-bisa-tembus-pasar-china)

- Tabloid Nova. (2001). *Manik-manik Jombang Merambah Dunia Bisa Untuk Perhiasan Bisa, Bisa Pula Untuk Interior*. Dipetik September Jumat, 2011, dari <http://nostalgia.tabloidnova.com/articles.asp?id=10662>
- Tambunan, T. (2000). Dipetik Desember Selasa, 2011, dari http://www.repository.upi.edu/operator/uploads/s_pek_042401_chapter2.pdf
- Tempo. (2011, Oktober 10). *Krisis, Pasar Eropa dan Amerika Tengah Lesu*. Dipetik Januari 2, 2012, dari [tempo.com: http://www.tempo.co/read/news/2011/10/10/090360751/Krisis-Pasar-Eropa-dan-Amerika-Tengah-Lesu](http://www.tempo.co/read/news/2011/10/10/090360751/Krisis-Pasar-Eropa-dan-Amerika-Tengah-Lesu)
- Theofransus Litaay, S. L. (2008, April 29). *Pengantar Hak Paten*. Dipetik Januari Senin, 2012, dari <http://haki2008.wordpress.com/2008/04/29/pengantar-hak-paten-oleh-theofransus-litaay-sh-ilm/>
- Today. (2011, April 19). *BUMN Dorong Industri Lokal Tingkatkan Daya Saing*. Dipetik Maret Senin, 2012, dari http://www.today.co.id/read/2011/04/19/25942/bumn_dorong_industri_lokal_tingkatkan_daya_saing
- Usman, H., & Purnomo, S. A. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wahib Muthalib. (2010, Januari 21). *Perdagangan Bebas Ancam Industri Lokal*. Dipetik September Jumat, 2011, dari http://lakpesdamjombang.org/home/index.php?option=com_content&view=article&id=305:perdagangan-bebas-ancam-industri-lokal&catid=7:hot-news
- Wikipedia. (2012, April 18). *Kabupaten Jombang*. Dipetik Mei Kamis, 2012, dari http://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Jombang
- Yanti, Y. (2010, November 6). *Eksistensi dan Kinerja UKM di Indonesia*. Dipetik November Kamis, 2011, dari <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/11/eksistensi-dan-kinerja-ukm-di-indonesia/>
- Yohana. (2010, November 17). *Konsep Dasar Perdagangan Internasional*. Dipetik Desember Selasa, 2011, dari <http://ana-ekonomi.blogspot.com/2010/07/konsep-dasar-perdagangan-internasional.html>

Zahiranew. (2010a, Desember 23). *Kenali Manik Jombang Karya Anak Negeri*.
Dipetik Januari Selasa, 2012, dari
http://zahiranew.multiply.com/journal/item/48/Kenali_manik_Jombang_karya_anak_negeri

Zahiranew. (2011b, Januari 17). *Manik Jombang Yang ini Kok Mahal ya?*
Dipetik April Kamis, 2012, dari
<http://zahiranew.multiply.com/journal/item/72>

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2004). *"Pengantar Kewirausahaan & Manajemen Bisnis kecil" Essentials of Entrepreneurship and Small Business*. Jakarta: PT. Indeks.

LAMPIRAN

Wawancara I

Nara sumber : Bapak Sugeng Widodo

Tanggal wawancara : 12 Desember 2011

1. a) *Bagaimana sejarah awal usaha manik-manik Jombang?*

Usaha manik-manik ini dimulai tahun 1978, pencetusnya Bapak Waget Riyanto dan bapak Sugiyo, dulunya beliau yang pertama bisa membuat manik-manik, karena beliau pernah bekerja sebagai pembuat manik-manik di Solo. Tapi, di tahun 1978 pak Sugiyo kembali ke desa karena ingin mengembangkan kerajinan manik-manik, lalu tak lama kemudian pak Waget juga ikut kembali ke desa. Saat itu manik-manik yang dibuat hanya sebatas manik biasa seperti manik cincin, manik tindik, manik oval dan manik buah-buahan, tetapi kelamaan semakin banyak pesanan maka perkembangan manik juga berubah. Mulai tahun 1988 diprakarsai oleh pak Waget, pak Sugiyo dan pak Singgih pembuatan manik-manik mulai lebih beragam jenisnya.

b) *Pemasarannya ke dikirim kemana saja pak?*

Yang sering ke Kalimantan, Bali, Yogyakarta, Lombok, setelah itu mereka yang menjual kembali ke daerah-daerah lainnya. Tapi konsumennya kan beda-beda, hanya keseringan ngirimnya ke daerah itu, kalau untuk manik klasik sering ngirim untuk suku-suku tertentu yang ada di Kalimantan atau Lombok.

c) *Maksudnya suku-suku tertentu apa pak?*

Karena sebenarnya kalau untuk manik klasik kita punya signifikansi dalam hal itu, jadi bisa dikatakan kita lebih unggul dari China. Kalau untuk suku-suku tertentu mereka menggunakan manik-manik untuk acara adat, seperti pernikahan, orang meninggal, dan lain sebagainya. Kalau untuk ke luar negeri ke daerah Eropa, Australia, Amerika, Malaysia. Tapi kalau untuk saat-saat ini, penjualan disana agak sedikit macet, soalnya kan mereka kena krisis, jadi hampir semua penjualan kesana berhenti. Oleh karena itu kita akhirnya menjual produk secara lokal, mau tidak mau harus bisa bersaing dengan China.

Wawancara II

Nara sumber : Bapak Sugeng Widodo

Tanggal wawancara : 16 Desember 2011

1. a) *Dilaksanakannya perdagangan bebas dengan China (ACFTA) pada tahun 2010 berpengaruh atau tidak bagi pengrajin manik-manik (UKM)?*

Sangat berpengaruh sekali, apalagi manik-manik China banyak diminati oleh konsumen, bahkan sebelum ACFTA dimulai manik China sudah banyak di pasaran. Ternyata manik China harganya lebih murah dan bentuknya lebih halus.

b) Apa yang membuat manik China bisa lebih murah?

Karena harga manik China itu lebih murah, selain itu manik China itu bentuknya lebih halus dan mengkilat. Mereka kan produksinya sudah menggunakan mesin jadi bentuk tiap maniknya bisa sama dan halus, makanya harga mereka lebih murah, sekali produksi bisa langsung banyak. Kita tidak bisa menjual manik semurah manik China, karena harganya tiga kali lebih murah daripada manik lokal. Kalau produk kita masih manual, tapi karena manual itu sisi kerajinannya lebih kental. Kita punya signifikansi manik klasik, kalau manik China kan kontemporer. Dengan adanya ACFTA membuat penjualan kita menurun drastis, bahkan sampai ada beberapa UKM yang gulung tikar.

c) Kira-kira berapa persen penurunannya pak?

Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya sekitar 40 persen, tapi ada juga yang mencapai 75 persen. tapi ketika saat tertentu penjualan kita naik lagi, seperti ketika ada festival atau pameran.

d) Dampak lainnya dari ACFTA?

Karena pendapatan kita berkurang, otomatis kita juga harus mengurangi biaya-biaya yang lain, jadi mau tidak mau kita harus mengurangi jumlah karyawan. Soalnya, kalau penjualan sudah berkurang berarti produksi kita kan juga berkurang, jadi tidak perlu banyak karyawan. Kalau dulu bisa mempekerjakan karyawan sampai 13 orang tapi kalau sekarang ya tinggal 4 orang

saja yang saya pekerjakan. Jadi yang dulunya pengrajin manik-manik sekarang jadi buruh tani atau membuka usaha lainnya.

- e) *Rata-rata tiap UKM mempekerjakan berapa orang karyawan pak? Berapa jumlah UKM yang ada? Mata pencaharian penduduk desa Gambang Jombang?*

Biasanya sekitar 4-10 orang, tapi kalo UKM nya besar bisa sampai 10-20 orang. Disini terdapat 121 UKM yang aktif, tetapi yang 10 belum memiliki SIUP. Saat ini (2011) jumlah karyawan sekitar 1000 an orang. Mayoritas penduduk disini bermata pencaharian sebagai petani dan wirausaha (pengrajin manik-manik).

2. a) *Strategi apa yang dilakukan untuk menghadapi ACFTA?*

Yang pasti harus selalu *update* sesuai dengan keinginan pasar jadi harus selalu ada inovasi dan kreatifitas baru. Selain itu sebisa mungkin mengurangi biaya yang dikeluarkan. Komunikasi antar pengrajin juga penting, karena terkadang dari komunikasi atau sekedar obrolan biasa bisa dapat ide.

- b) *Cara untuk mengurangi biaya produksinya seperti apa pak?*

Salah satunya dengan mengganti bahan bakar, jika dulu menggunakan minyak tanah sekarang kita sudah menggunakan elpiji. Awalnya ada pengrajin yang melakukan percobaan memakai elpiji, dan ternyata lebih efisien dan aman, kalau minyak tanah tercecer bisa bahaya juga. setelah itu, mulai banyak yang memakai elpiji. Jika dibandingkan biaya yang dikeluarkan juga

lebih murah, sebulan kita bisa menghabiskan 4-5 drum. Untuk UKM yang etos kerjanya bagus sehari bisa menghabiskan 2 tabung elpiji (Rp. 25.000) kalau dengan minyak tanah sekitar 10 liter, dulu tiap liter harganya Rp. 5000 , apalagi pada saat itu harga minyak tanah naik turun. Selain itu, kita juga mempunyai keinginan untuk mengganti bahan baku utama manik-manik (limbah kaca).

c) *Kenapa harus diganti? Mau diganti dengan apa (limbah kaca) ?*

Karena selama ini kita mengandalkan bahan baku limbah kaca dari Jakarta atau Surabaya, tapi sekarang yang di Surabaya sudah tidak bisa mengirim lagi, karena limbahnya digunakan sendiri. Kalau yang dari Jakarta kita pernah kehabisan. Jadi saat itu kita pernah mengalami krisis bahan baku. Bahkan sampai sekarang kita masih krisis. Dari pihak pemerintah memberikan fasilitas pelatihan di Bandung untuk mempelajari cikal bakal pembuatan kaca, hingga saat ini teman-teman masih melakukan eksperimen, karena hingga saat ini hasilnya masih belum maksimal.

3. a) *Selain itu, pada saat berlangsungnya ACFTA pemerintah membantu dalam hal apa saja?*

Pernah mendapat dana, yang dialokasikan untuk membeli mesin peleburan manik-manik, untuk renovasi jalan desa dengan paving agar memudahkan pelanggan atau kadangkala pejabat yang ingin meninjau kesini. Dan pemerintah juga memberikan bantuan

berupa pelatihan seminar tentang pemasaran dan keuangan ataupun *workshop*. Fasilitas lain yang diterima dari pemerintah adalah kita sering diikutsertakan dalam pameran atau festival, ini untuk membantu memasarkan produk kita, secara tidak langsung juga menguntungkan pemerintah, karena manik kita jadi dikenal di berbagai daerah, sehingga jika bertambah pelanggan dapat menambah pendapatan pengrajin maupun daerah. Sekarang kan banyak manik-manik yang dibuat dari berbagai daerah, tapi awal mulanya kan darisini, jadi pemerintah ingin mematenkan agar manik-manik diakui berasal dari Jombang.

Wawancara III

Nara sumber : Bapak Prayitno

Tanggal wawancara : 23 Desember 2011

1. a) *Bagaimana pengaruh ACFTA terhadap penjualan manik-manik?*

Berpengaruh sekali, pengaruhnya penjualan menurun, karena kalah saing dengan manik China yang mempunyai harga lebih rendah. Soalnya mereka sudah memakai teknologi yang lebih maju daripada kita. Sehingga bisa produksi banyak tapi biayanya bisa diminimkan. Hasil *finishing*-nya juga lebih halus. Tapi kalau untuk konsumen yang diluar (negeri) seperti konsumen dari daerah Eropa sebenarnya mereka tidak begitu terpengaruh oleh

produk China, tapi penjualan kita saat ini turun karena mereka sedang kena krisis, jadi saat ini kita harus bersaing dengan China.

2. a) *Bagaimana strategi untuk menghadapi ACFTA pak?*

Harus melakukan inovasi mba, selalu mengikuti trend jaman sekarang, biasanya referensinya kita mencari dari majalah atau internet. Kalau misalnya tidak *update* kita bisa kalah saing dengan mereka (China). pemakaian media *online* juga sangat membantu, jadi biar kita tidak mengandalkan *reseller* saja, ketika tahun 1990 an kita mengirim kurir atau pergi sendiri untuk memasarkan produk, lalu tahun 2003 saya mulai menggunakan internet.

b) *Media online yang digunakan apa pak? Dan yang mengelola siapa?*

Kalau sekarang kebanyakan memakai *facebook*, kalau saya dulu memakai blog, untuk pengelolaanya saya serahkan orang. Pemasaran lewat *online* bisa langsung komunikasi sama konsumen, bisa mengetahui keinginan pasar sekarang seperti apa.

c) *Lalu, adakah strategi lainnya untuk ACFTA pak?*

Perpindahan bahan bakar dari minyak tanah ke elpiji, awalnya banyak yang mengira kalau minyak tanah lebih murah daripada elpiji, tetapi setelah ada teman yang menggunakan elpii, ternyata lebih efisien, jadi sampai saat ini sudah memakai elpiji semua.

d) *Kalau untuk penggantian bahan baku gimana pak?*

Iya, sebenarnya beberapa ada yang melakukan eksperimen, sampai ada utusan yang dikirim ke Bandung, tapi hingga saat ini masih belum menemukan solusinya.

e) *Kalau untuk peran APMA sendiri pak?*

APMA bisa dijadikan tempat untuk berdiskusi, ketika ada sesuatu yang penting, seperti ketika ada ACFTA hasil diskusi kita mengusulkan kepada Pemda untuk melakukan survey ke China, tapi hingga saat ini belum ada jawaban.

f) *Dalam kondisi tersebut adakah bantuan dari pemerintah pak?*

Bantuannya berupa dana, itu sudah digunakan untuk perbaikan jalan, dibelikan kacamata seperti masker penutup wajah untuk setiap pengrajin manik dan masih banyak lagi mba. kemudian ada pelatihan juga seperti seminar, soalnya kalau kita punya *skill* tapi tidak memasarkan kan sama saja.

Wawancara IV

Nara sumber : Sugeng Widodo

Tanggal wawancara : 28 Januari 2012

1. a) *Bagaimana proses produksi manik-manik?*

Kita memilah limbah kacanya terlebih dahulu, lalu setelah itu baru dilebur dengan suhu 2000 an derajat Celcius. Setelah mencair karena habis dilebur barus setelah itu dipilin biasanya sampai sepanjang satu meter. Setelah mengering baru kita mendesain

sesuai dengan keinginan, cara dibakar lagi lalu dibentuk manik. Agar lebih mudah kita melilitkan pilinan tersebut ke batang jari-jari sepeda yang sudah diolesi tepung tapioka atau kaolin (seperti lumpur tapi kadar murninya tinggi) agar mudah untuk dilepas.

b) Kalau untuk harga manik-manik nya sendiri bagaimana pak?

Produk manik-manik kan macem-macam, seperti yang sudah tertera disitu mba (dalam tabel 4.1), biasanya yang paling banyak modelnya kalung dan gelang, jadi tergantung tingkat kerumitannya juga, terkadang mencapai 50 ribu rupiah atau lebih. Kalau seperti tasbih itu biasanya laku di saat-saat tertentu, ketika pas mau ramadhan atau hari-hari besar agama Islam lainnya. Tapi penjualan yang terdata itu tidak pasti habis mba. Kalau untuk penjualan ke luar negeri kita jualnya per kilo, agar lebih mudah menghitungnya, biasanya per kilo bisa sekitar 60-80 ribu rupiah, tapi di data tersebut saya ambil rata-rata 75 ribu rupiah per kilonya.

Wawancara V

Nara sumber : Bapak Di'in

Tanggal wawancara : 28 Januari 2012

1. a) *Bagaimana pengaruh ACFTA terhadap penjualan manik-manik pak?*

Penjualan jadi menurun drastis mba. Akhir tahun 2010 saja saya hanya bisa mempekerjakan 2 orang yang semula 8 orang.

- b) *Penurunan penjualannya kira-kira berapa persen pak?*

Sekitar 60-80 persenan

- c) *Warna manik-manik seperti itu bisa didapat dari mana pak?*

Biasanya dari warna botol aslinya, tapi terkadang kita juga menambah pakai pewarna khusus, biar menarik.

Wawancara VI

Nara sumber : Ibu Sri Hardiningsih

Tanggal wawancara : 28 Januari 2012

1. *Bagaimana pengaruh ACFTA terhadap penjualan manik-manik bu?*

Kalau dibandingkan sama tahun sebelumnya, omzet saya menurun sekitar 50-60 persenan mba, soalnya kan manik China jadi tambah banyak di pasaran, dan harganya pun terbilang murah, tetapi penurunan itu sudah terasa sebelum dimulai ACFTA, meski tidak sebanyak sekarang. Kalau dulu bisa mba mempekerjakan 10 orang

karyawan, tapi sekarang tinggal 3 orang saja yang bekerja. Awal 2010 penjualan kita sudah turun 50 persen.

2. a) *Bagaimana strategi untuk menghadapi ACFTA bu?*

Selalu mengikuti trend mode jaman mba, biasanya sih referensinya saya ambil dari majalah atau internet, jadi biar kita gak kalah saing dengan model-model manik China. selain itu mengganti minyak tanah ke elpiji, karena saat itu harga minyak tanah kan fluktuatif mba, gak bisa diprediksi kadang naiknya tinggi.

c) *Kalau untuk penggantian bahan baku?*

Iya, itu masih diusahakan, harapannya siapa tahu dengan mengganti bahan baku dapat menambah kualitas mutu manik.

3. a) *Bantuan yang diterima dari pemerintah pada saat itu berupa apa saja?*

Ada bantuan dana, itu dibuat untuk renovasi jalan desa, jadi biar pelanggan atau wisatawan yang datang jadi enak. Kemudian sering diundang untuk festival atau pameran, nah saat-saat seperti kesempatan untuk menaikkan penjualan, terkadang dalam satu kali pameran bisa mendapat 15 jutaan rupiah.

b) *Pamerannya biasanya berapa lama bu?*

Biasanya 7-10 harian mba, sehari kalau lagi rame bisa dapet 1,5 juta- 3 jutaan rupiah.

Wawancara VII

Nara sumber : Bapak Sugeng Widodo

Tanggal wawancara : 8 Maret 2012

1. a) *Bantuan dana yang diterima dalam program apa?*

Mendapat dana tunai sebesar 70 juta rupiah dalam rangka kunjungan Presiden, lalu kredit lunak dari BUMN melalui program binaan perusahaan dalam negeri seperti PT. Telkom dan juga dari bank. Karena biasanya perusahaan itu harus menyediakan 5 persen pendapatannya untuk dialokasikan ke pengusaha kecil. Kalau untuk seminar itu diselenggarakan melalui PNPM Mandiri, dilaksanakan secara nasional dan internasional. Tidak jarang mba PemDa mengundang pengusaha-pengusaha kecil untuk mengikuti pelatihan atau seminar.

b) *Untuk showroom yang di Bali berlokasi dimana ya pak?*

Kalau tidak salah di Legian mba.

2. *Dengan tenaga kerja yang sudah berkurang, ketika misalnya ada pesanan yang banyak (melampui batas) tindakan yang diambil bagaimana pak?*

Ya tetap diambil mba, tapi nanti kita bagi-bagi dengan pengrajin lainnya, misal, saya menerima pesanan banyak, nanti saya bagi ke mba nya tapi yang bertanggung jawab atas konsumen itu tetap saya. Soalnya kalau menambah tenaga kerja kan sudah gak mungkin, nyarinya juga memakan waktu.

