

**ANALISIS STRATEGI OPTIMALISASI PROFITABILITAS PADA
UMKM PENGRAJIN GERABAH
DESA PANJANGREJO
(Studi Kasus pada Pengrajin Gerabah di Kelurahan Panjangrejo,
Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta)**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Noviana Silallahi Azzahra

No. Mahasiswa: 19312281

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2023

**ANALISIS STRATEGI OPTIMALISASI PROFITABILITAS PADA
UMKM PENGRAJIN GERABAH DESA PANJANGREJO
(Studi Kasus pada Pengrajin Gerabah di Kelurahan Panjangrejo,
Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta)**

SKRIPSI

Telah disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan tugas akhir untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Disusun Oleh:

Nama: Noviana Silallahi Azzahra

No. Mahasiswa: 19312281

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2023

SURAT 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 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 ataupun sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”.

Yogyakarta, 13 April 2023

Peneliti



(Noviana Silallahi Azzahra)

**ANALISIS STRATEGI OPTIMALISASI PROFITABILITAS PADA
UMKM PENGRAJIN GERABAH DESA PANJANGREJO
(Studi Kasus pada Pengrajin Gerabah di Kelurahan Panjangrejo,
Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan oleh:

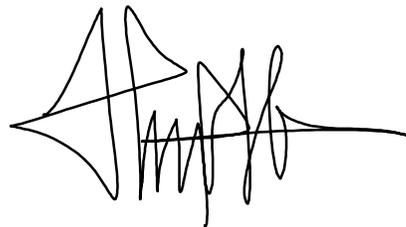
Nama: Noviana Silallahi Azzahra

No. Mahasiswa: 19312281

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 12 April 2023

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

(Hendi Yogi Prabowo, S.E., M.For.Accy., Ph.D., CFrA, CAMS)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS STRATEGI OPTIMALISASI PROFITABILITAS PADA UMKM PENGRAJIN GERABAH
DESA PANJANGREJO (Studi Kasus pada Pengrajin Gerabah di Kelurahan Panjangrejo, Kecamatan
Pundong, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta)**

Disusun oleh : NOVIANA SILALLAHI AZZAHRA

Nomor Mahasiswa : 19312281

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Kamis, 11 Mei 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Hendi Yogi Prabowo, SE., M.ForAccy., CFra.,
Ph.D.

Penguji : Primanita Setyono, Dra., MBA., Ak., CA., CMA.,
CAPM



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Sc., Ph.D., CFra., CertIPSAS.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh.

Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji bagi Allah *Subhanahu Wata'ala* yang telah mencurahkan segala rahmat dan hidayahnya, yang selalu memberikan kasih sayang, kemudahan dan karunia-Nya dan kepada Rasul kita semua, Nabi Muhammad SAW sholawat serta salam yang selalu dijunjung kepadanya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan judul **“Analisis Strategi Optimalisasi Profitabilitas Pada UMKM Pengrajin Gerabah Desa Panjanglejo (Studi Kasus pada Pengrajin Gerabah di Kelurahan Panjanglejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta).** Tujuan dari penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai upaya pemenuhan salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S-1) pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Selama menyusun tugas akhir skripsi tentunya tidak terlepas dari do'a dan support dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan rasa Terima Kasih kepada:

1. Allah *Subhanahu Wata'ala* yang selalu memberikan kemudahan, hidayah, dan keridhoan serta memberikan jalan terbaik bagi hamba-Nya.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai suri teladan yang baik sehingga dijadikan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada Kedua Orang tua penulis Bapak Musyafa dan Ibu Aisyah. Terima kasih selalu mendukung dan mendo'akan penulis yang tak pernah hentinya serta selalu memberikan perhatian, kasih sayang, dukungan baik secara moral dan materi, sehingga skripsi ini dapat selesai.
4. Kepada saudara penulis Luthfi Chabib, Nur Hasanah dan Anita Firdaus

selaku saudara kandung yang selalu memberikan doa, motivasi, dan semangat kepada penulis dari awal sampai akhir serta telah menjadi sosok hebat yang telah menjadi panutan bagi penulis.

5. Kepada seluruh keluarga besar yang selalu memberikan wejangan motivasi, semangat, doa, dan mengajari banyak hal sehingga sampai dititik ini.
6. Bapak Hendi Yogi Prabowo, S.E., M.For.Accy., Ph.D., CFrA, CAMS selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bersedia untuk meluangkan waktu dan tenaga dalam memberikan saran yang bermanfaat selama bimbingan dengan penuh kesabaran dalam penyusunan skripsi sejak awal sampai akhir penulisan. Semoga Bapak Hendi selalu diberikan kesehatan, keberkahan, kemudahan, dan selalu dalam lindungan Allah *Subhanahu Wata'ala*.
7. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, Bapak Dr. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, serta Bapak Rifqi Muhammad, S.E., SH., M.Sc., Ph.D., selaku ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia beserta jajarannya yang telah memberikan ilmunya selama proses perkuliahan.
8. Bapak lurah, Bapak Kades serta pengrajin gerabah di Desa Panjangrejo yang telah memberikan izin, arahan, dan semangat kepada penulis untuk dapat melakukan penelitian. Terima kasih telah bersedia menjadi narasumber dan membagi pengalamannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
9. Kepada sahabat penulis Rahma Maulani, Khomsiyatun Muthmainah, Fisthi Fauziah, Amalia Kinanti, Salsa Nabila Putri, Erina Saada, Rahma Maulina, Rahayu Dwi, Susi Wulandari, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan memotivasi penulis dalam melakukan banyak hal selama proses penelitian berlangsung hingga selesai.
10. Seluruh teman-teman penulis di Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia angkatan 2019. Terima kasih atas dukungan, pengalaman dan ilmunya. Semangat dan sukses untuk ke depannya.

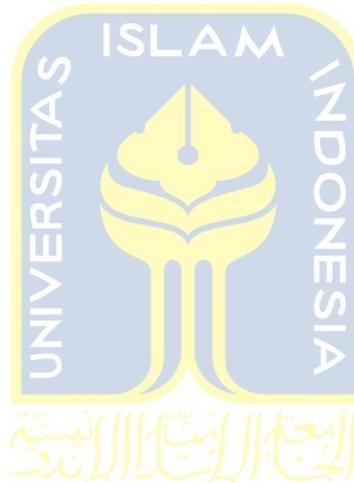
11. Seluruh Sivitas Akademik dan Staff Universitas Islam Indonesia, khususnya Program Studi Akuntansi yang telah memberikan ilmu dan pengalaman kepada peneliti.

Yogyakarta, 04 April 2023

Peneliti



Noviana Silallahi Azzahra



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Fokus Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
1.6 Sistematik Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengenalan Bab	9
2.2 Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah.....	9
2.2.1 Kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)	9
2.2.2 Kelebihan dan Kekurangan UMKM	12
2.2.3 Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia	13
2.3 Pengertian Strategi	14
2.3.1 Konsep Strategi.....	14

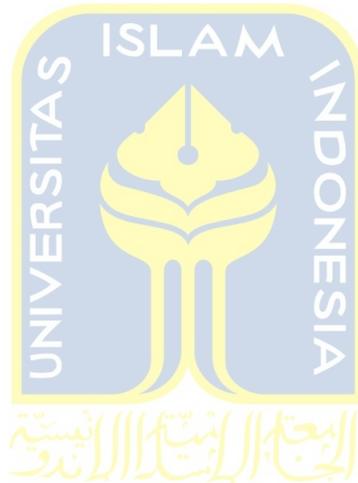
2.3.2	Tingkatkan Strategi	16
2.3.3	Analisis Strategi	19
2.4	Strategi Pemasaran	22
2.4.1	Diversifikasi Produk	24
2.4.2	Lokasi Usaha	25
2.4.3	Pre-Order.....	25
2.4.4	Reseller.....	26
2.5	Menentukan Target Pasar	26
2.5.1	Menganalisis Pesaing	26
2.5.2	Membangun <i>Branding</i>	27
2.5.3	Menjaga Kepercayaan Pelanggan.....	29
2.6	Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM).....	30
2.6.1	Shift Kerja	30
2.6.2	Spesialisasi Keahlian.....	31
2.7	Pengertian Kualitas Produk.....	31
2.8	Perluasan Pasar.....	31
2.8.1	Ekspor	32
2.9	Optimalisasi Profitabilitas	32
2.10	Penelitian Terdahulu.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....		37
3.1	Pengenalan Bab	37
3.2	Alasan Menggunakan Metode Kualitatif	37
3.3	Fokus Penelitian	38
3.4	Sistematis Penelitian.....	39
3.5	Jenis dan Sumber Data	41
3.5.1	Sumber Data Primer.....	41

3.5.2	Sumber Data Sekunder.....	41
3.6	Pemilihan Partisipan.....	42
3.7	Objek Penelitian	44
3.8	Alat dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.8.1	Alat Pengumpulan Data	44
3.8.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.9	Uji Keabsahan Data.....	45
3.10	Model Analisis Data	47
3.10.1	<i>Coding</i>	48
3.10.2	<i>Analytical Maps</i>	49
3.10.3	<i>Framework Matrices</i>	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Pengenalan Bab	51
4.2	Gambaran Umum Desa Panjangrejo	51
4.2.1	Profil Desa Panjangrejo.....	51
4.3	Gambaran Umum Desa Kerajinan Panjangrejo	57
4.3.1	Sejarah Desa Panjangrejo.....	57
4.3.2	Profil Desa Kerajinan Panjangrejo.....	58
4.3.3	Gambaran UMKM di Desa Kerajinan Panjangrejo	60
4.4	Profil Objek Penelitian	63
4.5	Gambaran Umum Strategi yang diterapkan	67
4.5.1	Strategi Penjualan.....	68
4.5.2	Menentukan Target Pasar.....	69
4.5.3	Pengelolaan SDM yang baik.....	70
4.5.4	Penjaminan Kualitas Produk.....	71
4.5.5	Perluasan Pasar.....	71

4.6	Pengimplementasian Strategi	71
4.6.1	Menyesuaikan Permintaan Pasar	73
4.6.2	Pemasaran dan Promosi Produk.....	74
4.6.3	Pembagian Shift	79
4.6.4	Spesialisasi Keahlian.....	79
4.6.5	Pengecekan Produk secara berkala selama Produksi	79
4.6.6	Penjagaan Kualitas Produk	80
4.6.7	Penanganan langsung oleh pemilik.....	81
4.6.8	Pasar dalam dan luar negeri	82
4.7	Kekurangan dan Kendala dalam pengimplementasian strategi.....	82
4.7.1	Kekurangan	83
4.7.2	Kendala	86
4.8	Sarana Perbaikan	88
4.9	Kesimpulan Bab.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		94
5.1	Pengenalan Bab	94
5.2	Kesimpulan.....	94
5.3	Keterbatasan Penelitian	97
5.4	Saran Penelitian	98
5.5	Implikasi	99

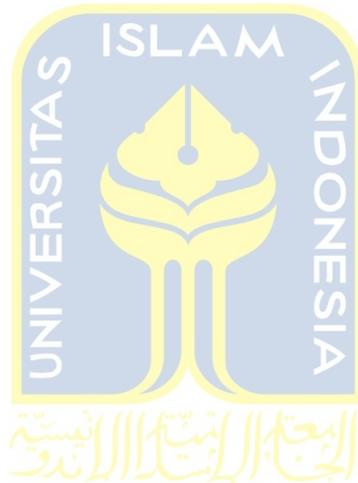
DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Total UMKM di DIY	3
Tabel 2. 1 Kriteria UMKM	10
Tabel 3. 1 Profil Informan.....	43



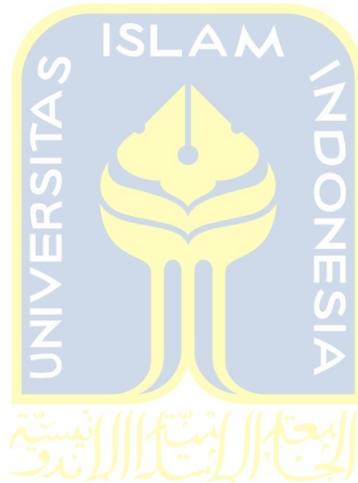
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Peta Desa Panjangrejo	52
Gambar 4. 2 Grafik UMKM Sektor Perdagangan Desa Panjangrejo - 1	55
Gambar 4. 3 Grafik UMKM Sektor Perdagangan Desa Panjangrejo - 2	56
Gambar 4. 4 Kelurahan Desa Panjangrejo	59
Gambar 4. 5 Plang Sentra Industri Keramik (Desa Wisata Panjangrejo)	59
Gambar 4. 6 Analytical Map Gambaran Umum Strategi.....	68
Gambar 4. 7 Analytical Map Gambaran Strategi dan Implementasi	72
Gambar 4. 8 Analytical Map Kekurangan dan Kendala	83
Gambar 4. 9 Analytical Map Kendala dan Saran Perbaikan.....	89



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	106
Lampiran 2 Wawancara 1 Bapak TW.....	107
Lampiran 3 Wawancara 2 Bapak AR.....	111
Lampiran 4 Wawancara 3 Bapak DN.....	115
Lampiran 5 Wawancara 4 Ibu DH.....	119
Lampiran 6 Wawancara 5 Bapak SN.....	123
Lampiran 7 Wawancara 6 Bapak RB.....	127
Lampiran 8 Wawancara 7 Bapak SB.....	132
Lampiran 9 Wawancara 8 Bapak HA.....	136



ABSTRAK

Penelitian ini berisi mengenai gambaran umum strategi beserta implementasi strategi yang telah diterapkan para UMKM pengrajin gerabah yang terdapat di Sentra Industri Kerajinan Gerabah Panjangrejo, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Sementara itu, dalam menghadapi persaingan bisnis pentingnya UMKM untuk memaksimalkan strategi agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas guna meningkatkan pendapatan yang maksimal. Dalam penentuan strategi yang dicapai maka diperlukan ketepatan dalam merencanakan guna hasil yang didapatkan sesuai dengan target dengan demikian, dapat mencapai keberhasilan tujuan pemasaran sehingga dapat memenangkan persaingan. Dalam hal ini, penelitian dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, yakni teknik pengumpulan melalui wawancara secara langsung kepada informan. Objek penelitian ini adalah delapan UMKM pengrajin gerabah di Desa Wisata Panjangrejo. Hasil yang didapatkan melalui gambaran strategi yang diterapkan oleh para UMKM, yaitu pemilihan strategi penjualan, pengelolaan SDM yang baik, penjaminan kualitas produk, dan perluasan pasar. Sesudah penguraian analisis strategi selanjutnya, diperoleh mengimplementasikan strategi. Implementasi strategi adalah cara-cara yang dijalankan oleh para UMKM dalam merencanakan strategi yang telah dipersiapkan sebelumnya.

Kata Kunci: Strategi, UMKM Pengrajin Gerabah, Sentra Industri Kerajinan Gerabah Panjangrejo

ABSTRACT

This research contains an overview of the strategy and implementation of the strategy that have been implemented by MSME pottery craftsmen in the Panjangrejo Pottery Craft Industry Center, Bantul Regency, Yogyakarta. Meanwhile, in facing business competition, it is important for MSMEs to maximize strategies in order to produce quality products in order to maximize income. In determining the strategy to be achieved, accuracy is needed in planning so that the results obtained are in accordance with the target so that marketing objectives can be achieved so that they can win the competition. In this case, the research was conducted using qualitative research methods, namely collection techniques through direct interviews with informants. The object of this study were eight pottery craftsmen who were MSMEs in Panjangrejo Tourism Village. The results obtained through an overview of the strategies implemented by MSMEs, namely the selection of sales strategies, good human resource management, product quality assurance, and market expansion. After decomposing the analysis of the next strategy, it is obtained by implementing the strategy. Implementation of the strategy refers to the methods used by SMEs to carry out previously planned strategies.

Keywords: Strategy, UMKM Pottery Craftsmen, Panjangrejo Pottery Craft Industry Center

BAB 1

PENDAHULAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis merupakan bentuk normal antara perusahaan satu dengan lainnya yang menyediakan produk serupa. Setiap perusahaan berlomba-lomba menawarkan berbagai jenis produk dan keunggulan produk yang dipasarkan dengan tujuan menciptakan pendapatan maksimal. Sehingga diperlukan manajemen perusahaan tepat dan andal untuk menciptakan strategi dalam mengoptimalkan produk yang dipromosikan kepada konsumen guna mewujudkan kompetisi ini. Dalam menentukan rencana tersebut diperlukan intensitas guna hasil yang didapatkan memuaskan serta mencapai kesempurnaan sehingga mampu memberikan kepuasan bagi perusahaan atas tujuan yang didapatkan.

Pada setiap unit bisnis tentu mempunyai fitur produk, namun perlu disesuaikan dengan baik guna mampu berkompetisi dengan unggul pada lingkup industri. Strategi adalah proses manajemen yang bermanfaat guna mengoptimalkan dan mewujudkan keselarasan mengenai sumber daya industri, tujuan industri, dan kesempatan yang berulang-ulang berganti, dengan bertujuan menciptakan kegiatan dan produk industri, sehingga mencapai keuntungan dan pertumbuhan yang menguntungkan (Kotler, P., & Keller, 2016).

Kemajuan teknologi perusahaan yang bertambah meningkat pada masa globalisasi, seperti sekarang ini telah meningkatkan konteks kompetisi bisnis berpotensi bertambah kuat. Menurut BPS (Badan Pusat Statistik), industri adalah suatu unit usaha atas upaya mewujudkan kegiatan ekonomi dengan bertujuan menciptakan entitas atau barang dan jasa yang terletak dalam suatu lokasi atau tempat khusus serta mempunyai berbagai macam industri, salah satunya adalah UMKM.

Menurut Informasi Departemen *Co-operation* (Koperasi) dan UKM, terdapat banyaknya UMKM sekarang ini memperoleh 64,2 juta dan yang berpartisipasi pada PDB sebesar 61,07% atau sebanding 8.573,89 triliun

rupiah. Partisipasi UMKM dengan perkembangan ekonomi Indonesia melingkupi keahlian menembus 97% melalui jumlah tenaga kerja yang tersedia serta dapat menggabungkan mencapai 60,4% mengenai jumlah investasi. Akan tetapi, meningkatnya total UMKM di Indonesia tidak jauh dari ancaman yang tersedia (Limanseto, 2021). Keadaan ini menunjukkan bahwa UMKM mempunyai kekuatan atas total tekanan ekonomi yang berjalan. Akibatnya, UMKM menguasai andil atau berperan cukup besar pada perkembangan ekonomi di Indonesia, yakni penyerapan tenaga kerja, peningkatan kesempatan kerja dan pembuatan Produk Domestik Bruto (PDB).

Walaupun dari faktor kapasitas nilai UMKM sudah bertambah tiap tahunnya, masih ada beberapa yang belum berteepatan mengenai pengembangan kualitas yang diciptakan. Menurut, Kumalaningrum (2012) dalam (Witjaksono, 2014) para pekerja yang mengembangkan sendiri lapangan pekerjaan di sektor UMKM memiliki masalah internal yang belum memiliki pengalaman secara efektif sehingga tidak memiliki keterampilan khusus dan pendapatan yang dihasilkan cenderung lebih rendah serta kualitas produk yang diciptakan kurang maksimal. Selain itu, pekerja yang terdapat di lingkup tersebut juga tidak mempunyai fasilitas kesejahteraan serta jaminan keselamatan kerja.

Berdasarkan UMKM yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta mempunyai berbagai macam sektor industri ditekankan dalam memajukan tingkat perekonomian yang berada di Yogyakarta. Berbagai macam industri yang telah berkembang antara lain, yakni kerajinan gerabah, kerajinan batik, keris, kulit, perak, kayu dan lain-lain. Dengan demikian, total UMKM yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta terbagi dalam enam bagian.

Tabel 1. 1 Total UMKM di DIY

Jumlah UMKM Berdasarkan Wilayah DIY s/d Januari 2022	
Kabupaten Bantul	77,332
Kabupaten Gunung Kidul	53,859
Kabupaten Kulon Progo	35918
Kabupaten Sleman	84,994
Kota Yogyakarta	32,447
Lainnya (KTP luar DIY usaha di DIY)	18,249
Total	302,799

Sumber: <http://bappeda.jogjaprovo.go.id> (2022)

Diperkirakan dari banyaknya perluasan UMKM yang terdapat di Daerah Istimewa Yogyakarta, ditemukan bahwa Kabupaten Bantul memiliki persentase lumayan tinggi sehingga menarik agar dapat diteliti dalam UMKM yang terdapat di daerah tersebut. Kabupaten Bantul terbilang daerah yang mempunyai potensi ekonomi yang masuk ke dalam daerah unggulan dari Provinsi Yogyakarta, antara lain yaitu ada sektor industri kreatif, sektor perdagangan, pariwisata, dan pertanian.

Pada bagian industri kreatif yang menarik di Bantul yaitu kerajinan keramik yang terdapat di Desa Panjangrejo, Pundong, Bantul, Yogyakarta yang terletak di sebelah timur Kabupaten Bantul, Desa Wisata Panjangrejo ini berada di salah satu jalur wisata Parangtritis yang sangat ramai dikunjungi wisatawan.

Keberadaan Desa Wisata ini telah menjadi komoditas yang menarik di Bantul dan sudah dikenal luas wilayahnya karena kualitas produk yang dihasilkan cukup bagus, namun tempat ini tidak sepopuler desa Kasongan. Desa Wisata Panjangrejo menghasilkan berbagai produk kerajinan yang terbuat dari tanah liat, antara lain yakni guci, patung, vas bunga, pot bunga, tempat lampu, hiasan dinding, sampai barang-barang yang berukuran kecil untuk souvenir pernikahan, souvenir wisuda, souvenir ulang tahun dan masih banyak lagi produk menarik yang ditawarkan. Sehingga menimbulkan

kompetisi antar pengrajin semakin ketat yang mengharuskan pengrajin untuk mengembangkan produknya demi bertahan pada industri ini.

Usaha gerabah Desa Wisata Panjangrejo sudah dibangun sejak lama yang mana dikembangkan dari nenek moyang terdahulu dan kini telah menjadi mata pencaharian turun temurun yang sudah ditekuni, maka dari itu diperlukan strategi yang terencana agar dapat mengoptimalkan usaha yang dijalankan lebih meningkat sehingga dapat mencapai pendapatan maksimal.

Permasalahan utama dalam menghadapi berbagai masalah dalam bisnis pasti ada antara lain seperti persaingan, kesulitan, sampai pencapaian tujuan sehingga pentingnya UMKM untuk merencanakan strategi dalam menghadapi permasalahan tersebut antar UMKM. Dalam menghadapi hal tersebut diperlukan penentuan target pasar, strategi pemasaran, penjaminan kualitas produk, serta pengelolaan SDM. Kegiatan tersebut agar UMKM dapat mencapai strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat mengembangkan produk yang ditawarkan dan memenuhi kebutuhan dari pasar sasaran.

Berdasarkan latar belakang yang sudah disampaikan sebelumnya, peneliti telah berupaya melakukan analisis strategi yang dilaksanakan para pelaku UMKM Pengrajin Gerabah Desa Wisata Panjangrejo dengan penelitian yang berjudul **“ANALISIS STRATEGI OPTIMALISASI PROFITABILITAS PADA UMKM PENGRAJIN GERABAH DESA PANJANGREJO (Studi Kasus pada Pengrajin Gerabah di Kelurahan Panjangrejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta)”**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Bagaimana gambaran umum strategi peningkatan profitabilitas pada UMKM pengrajin gerabah di Desa Wisata Panjangrejo?

Pada bagian rumusan masalah ini menjelaskan bagaimana gambaran umum strategi yang meliputi strategi penjualan, penentuan target pasar, pengendalian SDM yang tepat, penjaminan kualitas produk dan penyebaran pasar yang diterapkan pada UMKM pengrajin gerabah Desa Wisata Panjangrejo dalam mengoptimalkan profitabilitas.

1.2.2 Bagaimana pengimplementasian strategi yang telah dilakukan UMKM pengrajin gerabah di Desa Wisata Panjangrejo dalam mengoptimalkan profitabilitas?

Berdasarkan pada hubungan rumusan masalah pertama telah membahas mengenai gambaran umum strategi, maka dari itu rumusan masalah pada bagian ini membahas mengenai proses pengimplementasian strategi yang dilakukan oleh para UMKM pengrajin gerabah, yakni mengenai pengoptimalan pada permintaan pasar, promosi produk, pembagian shift, penjagaan kualitas produk, pengecekan berkala, spesialisasi keahlian, penanganan langsung oleh pemilik, perluasan pasar dalam maupun pasar luar negeri untuk optimalisasi profitabilitas UMKM pengrajin gerabah Desa Wisata Panjangrejo.

1.2.3 Bagaimana kekurangan atau kendala yang ditemukan para UMKM pengrajin gerabah di Desa Wisata Panjangrejo dalam mengendalikan strateginya?

Rumusan masalah bagian ini menjelaskan mengenai kekurangan serta kendala yang telah ditemukan pada UMKM pengrajin gerabah di Desa Wisata Panjangrejo dalam implementasi pengendalian strategi. Dalam hal ini, pandemi Covid-19 juga masih berpengaruh pada stabilitas pengendalian strategi yang mengakibatkan penjualan menurun, menyebabkan kegiatan peningkatan produk, seperti promosi yang dijalankan juga kurang maksimal, dan tidak adanya penyusunan keuangan yang teratur. Selain itu, pengaruh cuaca, bahan baku, serta pekerjaan karyawan juga menimbulkan kendala tersendiri yang dialami oleh para UMKM dalam mengendalikan strateginya.

1.2.4 Bagaimana saran yang dapat ditekankan pada UMKM pengrajin gerabah mengenai optimalisasi profitabilitas dalam melaksanakan strateginya?

Rumusan masalah keempat ini membahas mengenai saran yang mampu dijalankan oleh para UMKM pengrajin gerabah berkaitan dengan penjagaan kualitas dan inovasi, pengaturan waktu dan target dalam menjalankan strategi, pencatatan keuangan, dan memaksimalkan promosi produk.

1.3 Fokus Penelitian

Dalam proses mendapatkan hasil maksimal yang diharapkan dapat menjawab semua rumusan masalah, oleh sebab itu peneliti telah menetapkan fokus penelitian sebagai berikut:

1. Peneliti menentukan lokasi penelitian, yakni terletak di Kelurahan Panjangrejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, Yogyakarta yang mana menjadi tempat sentra industri UMKM kerajinan gerabah.
2. Faktor Penelitian: Analisis strategi yang dilakukan UMKM pengrajin gerabah Desa Panjangrejo dalam menawarkan produk gerabah.
3. Waktu Penelitian: Januari 2023 - Maret 2023
4. Topik Penelitian: Objek penelitian ini adalah UMKM pengrajin gerabah yang ada di Desa Wisata Panjangrejo.

1.4 Tujuan Penelitian

- 1.4.1 Mendeskripsikan gambaran umum strategi yang digunakan oleh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pengrajin gerabah di Desa Panjangrejo.
- 1.4.2 Mendeskripsikan strategi yang diimplementasikan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pengrajin gerabah di Desa Panjangrejo dalam menjalankan strateginya.
- 1.4.3 Mendeskripsikan bentuk kekurangan atau kendala mengenai strategi dalam menjalankan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).
- 1.4.4 Mendeskripsikan langkah yang harus diperbarui setelah menerapkan strategi dalam mengendalikan bisnisnya

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dalam hasil penelitian ini ditekankan mampu memberikan manfaat dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan pengetahuan, memperluas wawasan, dan memberikan informasi mengenai gambaran dalam menganalisis strategi serta pengimplementasian strategi UMKM pengrajin gerabah di Desa Wisata Panjangrejo saat mengendalikan usahanya dalam memperoleh pemasukan yang maksimal.

1.5.2 Manfaat Praktis

Selain itu, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi, perbandingan dan evaluasi yang mampu mendukung UMKM pengrajin gerabah maupun pengrajin industri lain mengenai dengan pengimplementasian strategi hingga penentuan strategi dalam mengendalikan usaha pada UMKM. Pada dasarnya, penelitian ini ditekankan mampu memperluas pemahaman serta acuan bagi peneliti berikutnya yang ingin melakukan penelitian di bagian yang serupa.

1.6 Sistematis Penulisan

1.6.1 BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pencatatan.

1.6.2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang berbagai penelusuran kajian pustaka yang termasuk teori-teori berkaitan dengan topik penelitian yang dilakukan. Pada akhir bab ini juga membahas tentang beberapa penelitian yang terdahulu sebagai perbandingan antara penelitian ini dan peneliti-peneliti sebelumnya.

1.6.3 BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai metode penelitian yang peneliti lakukan. Metode penelitian tersebut meliputi jenis penelitian, subjek penelitian, penentuan responden, metode dan pengumpulan data, keaslian data, serta bentuk analisis data.

1.6.4 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas dan mendeskripsikan mengenai tanggapan pada rumusan masalah yang ada. Selain itu, bagian ini juga menyediakan hasil akhir pada kesimpulan bab atas menanggapi keseluruhan dari rumusan masalah.

1.6.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas dan mendeskripsikan mengenai bagian akhir, yakni mengenai kesimpulan dari peneliti serta saran bagi peneliti berikutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengenalan Bab

Dalam bab ini menjelaskan mengenai apa itu Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM), Strategi Pemasaran, dan Mengoptimalkan Profitabilitas. Sementara itu, pada bab kajian pustaka dihasilkan mengenai dasar teori dalam analisis penelitian untuk menanggapi rumusan masalah penelitian yang ada.

2.2 Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah

Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), menurut Rudjito (2003) dalam Solang et al. (2019) disebutkan bahwa UMKM dalam perekonomian Indonesia mempunyai peranan penting yang dapat dilihat dari pencapaian dalam pembentukan lapangan kerja ataupun dari segi jumlah usaha. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria masing-masing usaha.

Badan Pusat Statistik (BPS) mendeskripsikan UMKM, yakni sesuai jumlah tenaga kerja. Usaha yang memiliki 1 sampai 5 orang tenaga kerja dikelompokkan sebagai usaha mikro, 5 sampai 19 orang tenaga kerja dikelompokkan sebagai usaha kecil, selanjutnya 20 sampai 99 orang tenaga kerja dikelompokkan sebagai usaha menengah dan apabila mencapai 100 orang tenaga kerja atau lebih diklasifikasikan sebagai usaha besar (Wismiarsi, 2008).

2.2.1 Kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

Dalam sektor Usaha kecil dan Menengah (UMKM) ada beberapa kriteria yang memberikan perbedaan dengan perusahaan lain, yaitu dapat dilihat dari modal yang dikeluarkan, jumlah karyawan yang dikerjakan. Menurut, (Parera, 2018) dibandingkan dengan usaha berskala besar UMKM mampu mendorong kemajuan ekonomi di

mana UMKM membutuhkan modal yang rendah diperbandingkan dengan usaha berskala besar.

- a. Kriteria Usaha Mikro, kecil Dan Menengah (UMKM) menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 dibedakan menjadi dua yaitu jumlah aset dan omzet yang dimiliki oleh sebuah usaha.

Tabel 2. 1 Kriteria UMKM

No.	Usaha	Kriteria	
		Asset	Omzet
1.	Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 Juta
2.	Usaha Kecil	>50 Juta-500 Juta	>300 Juta-2,5 Miliar
3.	Usaha Menengah	>500 Juta-10 Miliar	>2,5 Miliar-50 Miliar

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2012

- 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria untuk Usaha Mikro adalah memiliki kekayaan bersih paling besar Rp. 50.000.000,- dan memiliki hasil penjualan tahunan paling besar maksimal Rp. 300.000.000,-
- 2) Usaha kecil diartikan sebagai usaha ekonomi produktif berdiri secara mandiri. Usaha ini dilakukan badan usaha ataupun orang perorangan yang bukan cabang atau anak dari perusahaan yang bukan bagian tidak langsung atau langsung dari usaha besar atau usaha menengah dan sesuai kriteria Usaha Kecil di UU. Usaha Kecil adalah usaha yang mempunyai kekayaan bersih Rp.50.000.000,-, hingga Rp. 500.000.000,-, dan tidak termasuk juga didalamnya bangunan atau tanah yang menjadi tempat usaha. Kriteria lainnya yaitu

hasil penjualan tahunan melebihi Rp. 300.000.000,- hingga Rp. 2.500.000.000,-

- 3) Usaha Menengah diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang bisa berdiri sendiri dan dilakukan badan usaha atau perseorangan. Usaha ini dilakukan badan usaha ataupun orang perseorangan. Usaha ini dilakukan badan usaha ataupun orang perorangan yang bukan cabang atau anak dari perusahaan yang bukan bagian tidak langsung atau langsung dari usaha besar atau usaha menengah dan sesuai kriteria Usaha kecil di UU. Kriteria Usaha Menengah yaitu mempunyai kekayaan bersih melebihi Rp. 500.000.000,- hingga Rp. 10.000.000.000,-, yang tidak termasuk bangunan atau tanah dari tempat yang dilakukan untuk usaha. Hasil penjualan tahunan terbesar yaitu Rp. 2.500.000.000,- hingga Rp. 50.000.000.000,-

- b. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) berdasarkan perkembangan yang terdapat pada Undang-Undang Republik Indonesia, dari sudut pandang perkembangannya. Menurut Rahmana (2008) dalam (Parera, 2018) mengelompokkan UMKM dalam beberapa kriteria, antara lain yaitu:

- 1) *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah atau sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- 2) *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang mempunyai sifat kreatif seperti pengrajin namun belum mempunyai sifat kewirausahaan.
- 3) *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang pernah mempunyai jiwa kewirausahaan dan bisa menerima pekerjaan subkontrak dan ekspor.

- 4) *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Kecil Menengah yang mempunyai jiwa kewirausahaan dan mau menciptakan perubahan menjadi Usaha Besar (UB).

2.2.2 Kelebihan dan Kekurangan UMKM

Menurut (Parera, 2018), UMKM mempunyai karakter yang mencakup beberapa kelebihan dan kelemahan yang dimiliki para UMKM. Adapun kelebihan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Daya Tahan

Motivasi yang dikuasai pengusaha kecil sangat kuat dalam mempertahankan keberlangsungan usahanya, karena usaha tersebut adalah satu-satunya sumber penghasilan keluarga. Oleh karena itu pengusaha kecil sangat adaptif dalam menghadapi perubahan situasi dalam lingkungan usaha.

- b. Spesifikasi keahlian

Indonesia memiliki jumlah UMKM cukup tinggi akan tetapi, masih banyak yang menciptakan produk simpel maka dari itu penting atas memiliki pemahaman yang luas namun, tidak terlalu mementingkan pembelajaran formal. Perluasan pemahaman umumnya didapatkan dari keluarga tertua atau nenek moyang. Meskipun begitu, produk yang ditawarkan UMKM di Indonesia memiliki penerapan teknologi yang simpel dan ekonomis.

- c. Padat Karya

Meskipun demikian, UMKM yang terdapat di Indonesia adalah industri yang sifatnya banyak memanfaatkan tenaga kerja. Dalam proses produksi, industri biasa lebih memakai keahlian sumber daya yang dimiliki dari pada pemanfaatan masing-masing pada alat pembuatan.

- d. Tipe Produk

Berdasarkan produk yang diciptakan UMKM di Indonesia biasanya bertema budaya, yang pada kenyataannya merupakan kemahiran khusus dari masyarakat di setiap daerah masing-

masing. Misalnya semacam, karya seni dengan membuat batik yang dilukis langsung, dan kerajinan ukiran kayu.

e. Ketertarikan pada Sektor Pertanian

Pada dasarnya, UMKM yang berada di Indonesia masih menjalankan program pemberdayaan pertanian karena banyak produk pertanian yang mampu dikerjakan pada ukuran rendah tidak perlu menghasilkan biaya produksi yang banyak.

f. Permodalan

Meskipun demikian, industri sederhana lebih menekankan perputaran modal dengan uang pribadi ataupun meminjam dana dari sumber yang tidak formal supaya dapat menjalankan keperluan membalikkan dana.

Sedangkan untuk kelemahan dari UMKM menurut Calvin (2002) dan (Parera, 2018) kelemahan UMKM tercermin pada kendala yang dihadapi oleh usaha tersebut. Kendala yang umumnya dialami oleh UMKM adalah terbatasnya pengetahuan yang minim mengenai dunia bisnis, keterbatasan penguasaan tentang teknologi, kebutuhan dana, ketersediaan bahan baku, serta keterbatasan dalam pemasaran, tingkat sumber daya manusia atau pembelajaran yang rendah, mengelola pendapatan masih belum tepat, sering mengandalkan anggota keluarga sebagai pekerja tidak dibayar serta tidak ada pembagian tugas yang jelas.

2.2.3 Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran sangat penting dalam pemberdayaan pertumbuhan ekonomi di Indonesia terutama dalam memperkuat struktur perekonomian. Pengaruh positif yang dihasilkan berpengaruh terhadap beberapa pihak tidak hanya pada pemilik usaha melainkan seperti masyarakat luas serta pemerintah. Sehingga jika adanya kemiskinan yang berpengaruh pada kegiatan stabilitas ekonomi, maka dengan adanya UMKM relatif dapat berkurang mengenai masalah tersebut.

UMKM memiliki peran yang strategis dalam meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat, menciptakan lapangan kerja, mendorong kemajuan dan menyelesaikan berbagai masalah ekonomi terutama pengangguran, dan kemiskinan serta kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan neraca pembayaran. Posisi UMKM yang relatif penting dengan memperkuat adanya dukungan pemerintah dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi.

Menurut Tambunan (2012) dalam (Suryanto, 2018) UMKM memiliki peranan penting pada pengembangan serta pertumbuhan ekonomi.

- a. Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ditekankan oleh negara maju dan negara berkembang.
- b. Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada pembentukan dan pertumbuhan PDB lebih luas andaikan diperbandingkan dengan kontribusi usaha besar.
- c. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bermanfaat bagi negara maju dan negara berkembang. Akibatnya mempengaruhi penyerapan tenaga kerja paling banyak dibandingkan usaha lain.

2.3 Pengertian Strategi

2.3.1 Konsep Strategi

Menurut (Marrus, 1984) strategi didefinisikan sebagai sistem penetapan sebagai konsep yang berpusat untuk mencapai keefektifan serta perencanaan dengan tujuan dapat dicapai pada jangka panjang. Strategi merupakan kesatuan rencana secara komprehensif, koheren, serta keseluruhan yang disampaikan agar mencapai tujuan perusahaan. Sehingga agar dapat mencapai tujuan yang maksimal dapat menciptakan suatu keunggulan tersendiri yang akan mendukung pengalokasian dan penyusunan perusahaan.

Strategi perusahaan dibagi mengenai tingkatan tugas. Seperti halnya yang dimaksud adalah strategi generik atau bisa disebut juga

strategi yang menjadi utama. Selanjutnya ada strategi induk diartikan sebagai strategi fungsional yang menjadi tingkat fungsional perusahaan.

Diketahui bahwa pada setiap perusahaan memiliki strategi dalam menjalankan usahanya. Maka dari itu terdapat macam-macam bentuk strategi antar perusahaan dalam mengkaji strateginya. Namun demikian terdapat salah satu strategi yang sudah dikenali oleh kebanyakan orang serta bisa diaplikasikan dalam berbagai bentuk industri sampai berbagai macam ukuran perusahaan. Strategi yang dimaksud diklasifikasikan dalam strategi generik. Strategi generik adalah suatu pendekatan strategi perusahaan dalam rangka mengurangi pesaing dalam industri sejenis. Dalam kegiatan praktiknya, setelah perusahaan mengetahui strategi generiknya mengenai pelaksanaan langkah selanjutnya yaitu dengan strategi yang lebih efektif. Kemudian menurut pendapat (Porter, 1998) terdapat penjelasan mengenai strategi generik yakni terbagi menjadi tiga bagian, yakni sebagai berikut:

- a. Strategi diferensiasi, berfokus terhadap permintaan konsumen dan berusaha untuk menjadi suatu perusahaan yang unik dalam industrinya. Produk atau jasa yang dihasilkan unik dan berbeda dengan produk atau jasa yang dihasilkan oleh pesaing lainnya.
- b. Strategi fokus, berfokus terhadap satu lini produk atau jasa dan perusahaan yang bersaing di dalam cakupan persaingan yang sempit dalam sebuah industri. Produk yang dihasilkan lebih unggul dibandingkan dengan pesaing yang lainnya yang disebabkan karena dikhususkan pada satu lini produk.
- c. Strategi kepemimpinan, berfokus terhadap perilaku biaya terhadap perilaku biaya terhadap konsumen dan sebagai produsen dengan biaya rendah di dalam industrinya.

Kemudian menurut (Quinn, Robert E., 1990) menjelaskan bahwa strategi digunakan untuk menilai bentuk atau rencana yang

mengintegrasikan tujuan-tujuan utama, kebijakan dan rangkaian tindakan dalam suatu organisasi menjadi suatu kesatuan yang utuh.

Walaupun diperoleh beberapa definisi yang berbeda terdapat pengertian umum bahwa strategi diartikan sebagai penentuan yang akan membantu pencapaian organisasi untuk memperoleh target. Sehingga dapat diprediksi biasanya organisasi memiliki beberapa strategi agar dapat dikelola dengan baik jika salah satu strategi yang rencanakan gagal maka dapat mengejar strategi lainnya. Berikutnya menjelaskan bentuk-bentuk strategi yang mampu mencapai target.

2.3.2 Tingkatkan Strategi

Dalam penetapannya tingkat strategi terbagi menjadi dua bagian yaitu sebagai berikut:

a. Strategi Tingkat Perusahaan

Strategi ditetapkan pada tingkat manajemen tertinggi dalam organisasi serta mengarah pada bisnis apa yang akan dilakukan serta sumber daya yang akan disalurkan ke perusahaan tersebut. Analisis strategi tingkat perusahaan menghasilkan keputusan yang melibatkan bisnis yang akan ditambah, bisnis yang akan dikurangi perhatiannya, dan bisnis yang divestasi. Salah satu dimensi yang paling signifikan di mana konteks strategis berbeda yaitu mengenai tingkat dan jenis diversifikasi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang berbeda.

b. Strategi Tingkat Bisnis

Strategi ditetapkan pada tiap individual bagian unit bisnis strategi. Maka dari itu, strategi ini mengarah pada manajer tingkat bisnis, yang akhirnya melakukan kesepakatan. Terdapat dua aspek yang saling berkaitan seperti strategi yang bergantung pada aspek berikut ini, yakni misi dan keunggulan kompetitif.

1) Misi

Misi saling berhubungan mengenai tujuan perusahaan. Mengenai tujuan yang diciptakan terdapat bagian industri yang berpengaruh penting untuk melakukan empat komponen ini, yakni: mempertahankan, bangun, divestasi serta panen.

Misi mempertahankan ditujukan untuk melindungi unit bisnis yang berkaitan dengan pangsa pasar posisi persaingan. Selain itu, ada misi bangun yang bertujuan untuk pengembangan pangsa pasar, dan sering membebaskan laba jangka pendek dan arus kas. Selanjutnya misi divestasi membuktikan mengenai ketentuan penarikan dana dengan tujuan tertentu. Kemudian yang terakhir ada misi panen yaitu lawar dari misi bangun yang bermanfaat dalam mengoptimalkan laba jangka pendek dan arus kas.

Misi mampu berjalan dengan lancar dengan diperlukannya persiapan mengenai implementasi strategi sehingga ada beberapa misi yang ditentukan agar sesuai dengan pengelolaan yang digunakan. Terdapat misi pengendalian upaya dalam peningkatan, yakni dengan memakai ide pemikiran sebagai berikut:

- a) Beragam sistematis dalam pengendalian manajemen berguna untuk menyelesaikan tidak jelasan serta dapat menciptakan penjualan dalam jangka waktu dekat atau jangka waktu lama.
- b) Misi unit bisnis memberikan pengaruh mengenai tidak jelasan yang dialami oleh manajer umum dan penjualan dalam jangka waktu dekat atau jangka waktu lama.

2) Keunggulan Kompetitif Unit Bisnis

Setiap unit bisnis mempunyai kemampuan untuk mengoptimalkan kualitas agar memiliki kinerja yang jauh lebih unggul. Keunggulan kompetitif yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam memaksimalkan strategi guna mencapai kinerja yang jauh lebih tinggi dan unggul dibandingkan dengan kompetitor lain melalui investasi dan mengembangkan perolehan. Terdapat dua prinsip agar dapat berhasil dalam meningkatkan keunggulan kompetitif yakni mengenai nilai estetika dan keunikan produk.

Pada unit bisnis dapat mengklasifikasikan yaitu antara pemain diferensiasi dan pemain bayaran rendah. Mengenai alasan pemilihannya dapat dibedakan berdasarkan 3 sebab berikut:

Pertama, unit bisnis yang diistimewakan lebih dapat mengoptimalkan biaya persediaan penyimpanan serta memperoleh manfaat dari tingkat ekonomi sehingga cenderung mempunyai lini produk yang lebih luas.

Kedua, proses dalam berinovasi produk dapat bernilai jika unit bisnis memiliki pembedaan secara signifikan mampu berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Akibat unit bisnis diferensiasi karena dianggap lebih meningkatkan keunikan dan keistimewaan. Sehingga unit bisnis yang memiliki pengeluaran rendah lebih mengutamakan mendapatkan pemotongan biaya dan terlebih memilih mendapatkan penawaran produk secara normal.

Ketiga, unit bisnis yang menawarkan pembayaran rendah lebih menekankan produk yang sifatnya produksi, selain itu bahan yang didapatkan lebih rendah sehingga produk yang dihasilkan tidak menjamin

keunggulannya. Maka unit bisnis diferensiasi dapat tercapai jika konsumen memperhatikan produk yang dibelanjakan unggul.

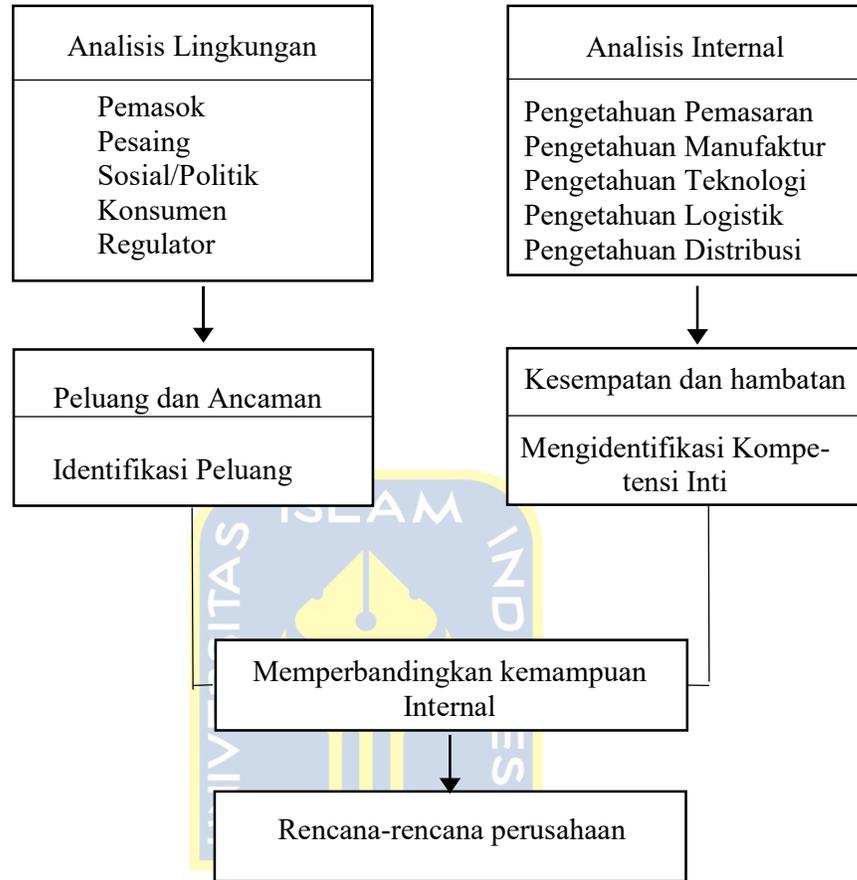
Perbedaan mengenai pendekatan diferensiasi produk lebih menekankan pelayanan pelanggan yang berkualitas, loyalitas merek yang ditawarkan, hubungan penjual, keunikan dan bentuk produk. Sedangkan generik dalam pembayaran rendah lebih menekankan pada pengendalian pendekatan, mengurangi pembiayaan, dan ukuran yang rendah dalam proses produksinya.

2.3.3 Analisis Strategi

Perusahaan dalam memaksimalkan strateginya lebih menekankan kemampuan yang dapat memaksimalkan keunggulan bersaing yang optimal. Dilihat dari luasnya permasalahan yang terdapat dalam suatu perusahaan, maka diperlukan adanya analisis yang menyeluruh untuk dijadikan unsur dalam peningkatan perusahaan dalam menjalankan suatu kegiatan.

Gambar 2.1 mewujudkan gambaran secara terstruktur dalam proses peningkatan strategi. Ditemukan pada contoh perusahaan yang dimiliki Andrews (1971) dalam (Anthony, R. N., & Govindarajan, 2014) menyajikan gambaran berikut ini. Andrews beranggapan rumusan strategi merupakan metode dengan dibutuhkannya seorang pelaksana atasan guna menguji suatu kelemahan dan keunggulan serta berhubungan dengan ancaman dan peluang yang ditemukan pada suatu tempat. Berikutnya dapat menentukan strategi yang tepat mengenai peluang lingkungan serta kemampuan primer perusahaan. Terdapat tinjauan semasa tiga dekade kemudian yang ditekankan pada peningkatan bentuk untuk mengadakan analisis dalam suatu tempat.

Gambar 2. 1 Perumusan Strategi



Sumber: Anthony dan Govindarajan (2014)

Menurut Porter (1980) dalam (Anthony & Govindarajan, 2014) menjelaskan terdapat 2 kajian penetapan yaitu mengenai analisis industri dan rantai nilai yang merupakan dukungan dalam meningkatkan kualitas yang dapat berkelanjutan serta unggul.

1. Analisis Industri

Peran yang dilakukan oleh industri guna mencapai kualitas kinerja perusahaan yang efektif. Menurut Porter, susunan pada industri yang akan dijalankan harus dianalisis terlebih dahulu secara berkelompok sehingga terdapat lima kekuatan kompetisi yakni sebagai berikut:

a. Intensitas pesaing di antara pesaing yang ada

Unsur-unsur yang memberikan dampak pada kompetisi secara logis menekankan pertumbuhan industri, perbedaan produk, tingkat biaya tetap, kendala untuk keluar dari industri, jumlah dan keanekaragaman pesaing, serta kapasitas yang berlebihan.

b. Daya tawar pelanggan

Unsur yang dapat memberikan pengaruh daya tarik pembeli yakni: biaya perubahan konsumen, kemampuan konsumen dalam mengorganisasikan kembali, banyaknya konsumen, serta pengaruh suatu produk akan total biaya konsumen.

c. Daya tawar pemasok

Unsur yang dapat mempengaruhi kapasitas agen yakni: keahlian agen berkonsolidasi ke depan, keberadaan masukan alternatif, kuantitas jumlah agen.

d. Ancaman dari barang substitusi

Unsur yang dapat mempengaruhi ancaman ini yakni: anggaran pergantian konsumen, keahlian atau biaya cenderung komoditi alternatif, keinginan konsumen menggunakan barang alternatif.

e. Ancaman pendatang baru yang masuk industri

Unsur yang dapat mempengaruhi yakni: nilai terjangkau pada produk mengalami perbedaan, persyaratan modal, peluang metode agen, serta strategi pemerintah.

Agar dapat menentukan keefektifan dalam perusahaan, maka strategi perlu diaplikasikan melalui langkah-langkah yang dilakukan secara efektif, yakni:

- a. Strategi perlu diaplikasikan secara kombinasi oleh para badan yang ada di perusahaan
- b. Strategi serta perusahaan dapat bersatu yang digambarkan sebagai berikut:
 - Adat organisasi
 - Para atasan organisasi
 - Sistem perusahaan dalam mengelola kegiatannya
- c. Seorang manajer perusahaan diharapkan dapat mengatur proses dalam pengelolaan “pemilihan petunjuk” agar dapat menciptakan peningkatan strategi serta keahlian dalam strategi yang optimal, tanggung jawab, dan harapan mengenai tindakan dalam konteks yang berkembang.
- d. Pentingnya suatu komitmen dalam sebuah organisasi bermanfaat dalam meningkatkan dan mengelola guna memajukan kewirausahaan pada perusahaan untuk mempertahankan kualitasnya, mampu berkembang dan aman di masa yang akan datang dalam menghadapi persaingan.

2.4 Strategi Pemasaran

Menurut (Chandra, 2002), Strategi pemasaran merupakan rencana yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan tujuan perusahaan yang dijalankan dengan meningkatkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Strategi pemasaran merupakan proses dalam merencanakan suatu konsep guna mencapai keberhasilan industri yang akan mengendalikan suatu kejadian di masa yang akan datang. Strategi pemasaran berperan penting bagi perusahaan guna mendukung pelaksanaan suatu kegiatan dengan

memberikan manfaat yang dapat memberikan kepuasan dalam menghadapi persaingan di era globalisasi. Merumuskan strategi pemasaran dengan melaksanakan prosedur tiga langkah secara sistematis yaitu sebagai berikut:

1. Strategi Segmentasi Pasar

Pembagian antara kelompok konsumen atau individual pada suatu bisnis yang memiliki kebutuhan, karakteristik, dan perbedaan signifikan di dalam pasar. Dalam strategi ini bertujuan untuk menciptakan suatu produk baru yang dapat meningkatkan kualitas sehingga dapat membuat proses pemasaran lebih terarah.

2. Strategi Penentuan Pasar sasaran

Yaitu tentang bagaimana bersaing dalam setiap pasar produk yang diminati dengan melakukan analisis strategi penetapan pasar sasaran dan bagaimana pasar sasaran dipilih. Sehingga dapat mengetahui pasar yang akan menjadi sasaran dengan menganalisis pertumbuhan segmen, sasaran, dan sumber daya.

3. Strategi Posisi pasar sasaran

Penentuan mengenai strategi untuk memperoleh daya tarik konsumen atau pelanggan dengan memberikan kepercayaan, keyakinan, dan kompetensi bagi pelanggan.

Manajemen pemasaran diklasifikasikan dalam aspek bauran pemasaran (marketing mix). Menurut (Sudaryono., 2016) bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok, yakni:

1. *Product*

Produk didefinisikan sebagai barang apa pun yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang mungkin memuaskan keinginan atau kebutuhan.

2. *Price*

Penentuan sejumlah uang yang dibebankan konsumen atas suatu produk atau nilai yang ditukar atas manfaat yang diberikan karena memakai produk atau jasa tersebut.

3. *Place*

Penentuan tempat suatu kegiatan yang ada di perusahaan untuk menciptakan produk yang tersedia bagi konsumen. Seperti pada saat kita di pasar apa yang diperlukan pasti ada dan itulah adanya konsep pertukaran untuk memenuhi kebutuhan.

4. *Promotion*

Meningkatkan produk atau pelayanan dengan cara membujuk agar konsumen tertarik dengan produk yang mereka tawarkan. Dalam kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keinginan pembeli supaya membeli produk atau jasanya.

2.4.1 Diversifikasi Produk

Menurut (Gitosudarmo, 2014), diversifikasi produk merupakan cara untuk menciptakan dan mengembangkan produk atau pasar baru, atau keduanya, dalam rangka mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas, dan fleksibilitas. Diversifikasi produk adalah upaya dalam mengembangkan suatu nilai produk mulai dari barang atau jasa, dengan tujuan memaksimalkan progres, pemasaran dan laba dalam suatu industri.

Diversifikasi produk dapat dikatakan sebagai suatu kebijakan dalam strategi perusahaan guna memberikan kepuasan dalam kebutuhan konsumen melalui keberagaman produk yang ditawarkan perusahaan bertujuan memenuhi selera konsumen dengan menciptakan produk atau jasa baru tanpa bergantung pada satu jenis produknya saja. Keberagaman produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen akan membuat konsumen percaya bahwa kebutuhannya akan terpenuhi dan semakin besar ketertarikan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan. Adapun tujuan dari diversifikasi produk, yaitu sebagai berikut:

2.4.2 Lokasi Usaha

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berpengaruh terhadap kesuksesan atau keberhasilan usaha (Wahyudi, N. dan Heriyanto, 2014). Menurut (Tjiptono, 2008) menjelaskan bahwa lokasi usaha adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa yang mementingkan segi ekonominya. Pemilihan lokasi yang strategis dan dekat dengan konsumen ataupun pasar dapat mempengaruhi kelancaran dalam memproduksi barang atau jasa upaya mendapatkan konsumen sebanyak mungkin.

Selain itu, menurut (Tjiptono, 2015) pemilihan tempat atau lokasi usaha jasa membutuhkan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa bagian faktor berikut:

1. Lalu lintas (traffic), terdapat dua bagian penting yang harus dipertimbangkan yakni:
 - a. Banyaknya orang berlalu-lalang meningkatkan kesempatan dalam proses perencanaan.
 - b. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas dapat menyebabkan halangan, yakni pada fasilitas kepolisian, ambulans dan pemadam kebakaran.
2. Visibilitas yaitu tempat atau lokasi yang dapat dijangkau dan dilihat dengan jelas dari sisi jalan.
3. Akses, yaitu lokasi yang dapat dijangkau dengan mudah oleh kendaraan umum.
4. Lingkungan bisnis, lingkungan daerah setempat yang mengakomodasi pelayanan yang ditawarkan.

2.4.3 Pre-Order

Sistem pembelian barang dengan cara Pre-order dilakukan pada saat transaksi pembayaran sebelum produksi dimulai yang mana batas waktu sampai barang tersedia. Pre-order merupakan sistem penjualan

di mana penjual menerima pesanan atas suatu produk yang sudah didata sebelumnya pada waktu setelah Pre-order ditutup dan pembeli melakukan pembayaran sebagai tanda pemesanan produk. Pemesanan barang ditetapkan penjual dengan memberikan batas waktu yang sudah ditentukan di mana pihak pembeli sudah mencantumkan identitas untuk menghindari terjadinya salah pesanan.

2.4.4 Reseller

Menurut (Yustisia, N., dan Roza, 2013) reseller adalah penjualan kembali atau orang yang melakukan penjualan dari produk orang lain melalui website mereka dengan satu kesepakatan. Selain itu, reseller merupakan menjual kembali suatu produk yang dilakukan oleh penjual setelah penjual tersebut membelinya.

Pada dasarnya reseller mendapatkan produk dari berbagai supplier yang harganya jauh lebih murah kemudian produk tersebut dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi dari harga awal yang didapatkan dari reseller.

2.5 Menentukan Target Pasar

2.5.1 Menganalisis Pesaing

Memahami kekurangan ataupun intensitas pada kemampuan perusahaan dalam menangani masalah yang dapat menunjukkan keberhasilan agar produk yang mereka jual terus memberikan inovasi, sehingga memberikan dampak yang ideal bagi perkembangan suatu perusahaan tersebut. Proses menganalisis dalam strategi ini untuk menentukan kekuatan ataupun kelemahan yang terjadi, maka dari itu adanya persaingan bisnis biasanya menunjukkan adanya permintaan pasar dan penawaran tersebut layak untuk dijual.

Mengetahui posisi keberhasilan atau kegagalan pada kompetitor di industri yang sama bagi pengendalian usaha merupakan bagian penting agar dapat mencegah kompetisi serta mampu meningkatkan rencana yang efektif. Karena dengan cara tersebut, perusahaan dapat

mengaplikasikan faktor pada keunggulan bersaing dan mengetahui kegagalan yang terdapat pada layanan atau produk.

Menurut (Hill, 2004), menjelaskan bahwa inovasi juga diartikan sebagai “Pengembangan Produk Baru” (*New Product Development*). Inovasi produk merupakan proses dalam mengembangkan jasa atau produk untuk mendapatkan pencapaian terbaik yang bermanfaat bagi strategi peningkatan perusahaan. Produk baru yang dimaksudkan sebagai produk orisinalitas yakni merk baru yang dikembangkan perusahaan dengan perkembangan dan usaha eksplorasi sendiri, memodifikasi produk, serta pengembangan produk (Amstrong., 2008).

2.5.2 Membangun *Branding*

Pada saat mempromosikan produk, diperoleh bagian penting yang akan dibutuhkan dalam mendistribusikan produknya, yakni dengan menentukan suatu *branding* yang bermanfaat untuk memaksimalkan penentuan popularitasnya. American Marketing Association (AMA) mendeskripsikan brand sebagai istilah, tanda, identitas atau simbol guna mengenalkan barang atau jasa yang dimiliki perusahaan agar dipergunakan sebagai ciri khas perbedaan antara produk pesaing. Branding merupakan tanda yang diciptakan untuk memperkenalkan sebuah produk dengan membangun citra, keyakinan, dan jaminan kualitas agar dapat meningkatkan strategi yang dicapai. *Branding* akan sangat berpengaruh terhadap semua komponen yang ada selama pelaku usaha membangun suatu *brand*. Komponen yang dapat memberikan pembeda dari produk lain, di mana perusahaan yang memiliki *brand* kuat akan mudah dibedakan dengan pesaing.

2.5.2.1 Pameran atau showroom

Pelaksanaan pameran dalam memperkenalkan produk sangat penting diadakan guna meningkatkan daya saing produk lokal

yang mana harus dikenal luas oleh masyarakat. Pameran di pusat kemeriahan menjadi salah satu kegiatan yang efektif untuk saling bertukar informasi dan sebagai ajang promosi yang bertujuan menarik minat calon pembeli, sehingga pembeli dapat membeli atau memberikan apresiasi kepada produsen atas produknya.

2.5.2.2 Media Sosial

Media sosial merupakan suatu platform digital untuk bersosialisasi dengan para pengguna lainnya secara online yang dapat dengan mudah berbagi, berpartisipasi dan menciptakan isi mencakup jejaring sosial, blog, serta wiki yakni lebih sering digunakan oleh masyarakat luas. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial sebagai media untuk melakukan promosi guna menarik perhatian pelanggan dan memudahkan dalam mencari konsumen serta memberikan informasi yang menarik bagi calon konsumen.

Penjualan menggunakan sosial media seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, maupun *e-commerce* menjadi pilihan yang tepat, karena kemampuan media sosial dapat membangun serta menarik minat pelanggan. Alasan suatu industri seperti UMKM menggunakan digital marketing dalam melakukan promosinya dianggap sangat efektif guna meningkatkan konversi penjualan. Sehingga diperlukan pengendalian dalam pelaksanaan digital marketing secara tepat (Sertifikasiku., 2021).

Mengenai manfaat yang ditemukan bila melaksanakan strategi digital marketing yakni:

- 1) Mempermudah Interaksi kepada Konsumen

Pada bagian ini terdapat manfaat utama yaitu penjual saling terhubung secara online dengan konsumen di mana saja dan kapan saja. Maka tidak perlu mencari pelanggan dengan menggunakan cara lama.

Melalui sosial media dapat dengan mudah beradaptasi dengan konsumen dan mampu memperluas pertemanan mulai dari yang dekat sampai jauh. Selain itu, bermanfaat juga bagi konsumen sebab tidak perlu jauh-jauh datang ke tempat lokasinya.

2) Menjangkau konsumen secara maksimal

Selain itu, terdapat manfaat mengenai rencana pemasaran ini, yaitu para UMKM mampu menguasai pelanggan dengan memperluas pasar. Sehingga tidak datang dari lokasi sekitar saja yang diperoleh namun, dapat mencapai luar negeri.

Seperti halnya mencantumkan promosi dengan prabayar di sosial media ataupun website dapat secara efektif meningkatkan konsumen. Akan tetapi, diperlukan ketrampilan khusus agar dapat mencapai sasaran yang dapat dipelajari melalui training teknik pemasaran.

3) Memfokuskan Biaya Promosi

Membagikan promosi dengan memanfaatkan platform online sangat memudahkan pihak digital marketing untuk pemula yakni seperti para usaha mikro kecil menengah dapat memfokuskan biaya promosinya. Dahulu promosi dijalankan dengan membuat spanduk, pamflet, brosur dan lain sebagainya. Sekarang Anda dapat meminimalkan biaya pengeluaran untuk promosi dengan memaksimalkan sosial media.

2.5.3 Menjaga Kepercayaan Pelanggan

Upaya agar dapat memaksimalkan kepuasan konsumen maka diperlukan program Customer Relationship Management (CRM). Menurut (Kotler, 2008), menjelaskan bahwa Customer Relationship Management atau CRM merupakan kesatuan proses membangun dan meningkatkan interaksi pelanggan yang bermanfaat dengan

menghantarkan kepuasan pelanggan dan kualitas yang utama. CRM merupakan bagian dari strategi bisnis yang dipakai dalam menggali dan mengelola interaksi dengan konsumennya, termasuk menganalisis laporan seorang pelanggan dengan perusahaan, menjaga loyalitas pelanggan dan mengetahui informasi terbaru seputar pelanggan, mulai dari keluhan, permintaan, produk, dan jenis servis yang perlu ditingkatkan dalam mengembangkan relasi antara perusahaan dengan pelanggan.

2.6 Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia merupakan inti keseluruhan yang menjadi substansi industri atas nilai guna sebagai penggerak suatu organisasi dan sebagai aset yang harus dilindungi, karena memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan yang mana harus dimaksimalkan kemampuannya untuk meningkatkan produktivitas pada suatu industri yang dikerjakan.

2.6.1 Shift Kerja

Pemanfaatan sumber daya dengan maksimal dalam mengoptimalkan produksi yang diharuskan bagi perusahaan dalam upaya memberikan pengaruh pada lamanya waktu jam kerja. Perusahaan menerapkan shift kerja dengan tujuan untuk mengoptimalkan hasil kerja dan produktivitas pada masing-masing perusahaan yang dijalankan. Pengaturan shift kerja di setiap perusahaan atau dunia industri memiliki ketentuan yang berbeda. Bagi perusahaan yang profesional akan menerapkan shift kerja pada karyawan dengan memperhatikan keseimbangan antara kerja shift. Kerja Shift adalah suatu strategi pengalihan pekerjaan atau tugas dari satu anggota karyawan dengan satu anggota karyawan lainnya yang dilakukan pada perusahaan untuk memaksimalkan produktivitas secara efektif (Marchelia, 2014).

2.6.2 Spesialisasi Keahlian

Pada penerapan keberhasilan organisasi dapat dinilai dari sejauh mana tiap individu atau karyawan dapat memberikan pelayanan terbaik dan profesional pada masing-masing pekerjaannya, sehingga dapat menciptakan suatu produk yang berkualitas dan kompeten di masa yang akan datang dan seterusnya. Menjelaskan bahwa kepuasan kerja karyawan perlu dioptimalkan sepenuhnya guna untuk mencapai hasil yang maksimal agar kedisiplinan dan kontribusi karyawan meningkat (Hasibuan, 2009).

2.7 Pengertian Kualitas Produk

Dapat dinyatakan memiliki kualitas tinggi merupakan produk yang bernilai dalam menekankan persaingan guna menyempurnakan kebutuhan pelanggan. Kualitas tinggi mendukung keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi serta pemeliharaan guna menciptakan produk dalam memenuhi keinginan konsumen (Wijaya, 2011).

2.8 Perluasan Pasar

Seluruh perusahaan tentu diperlukan menciptakan upaya untuk mendapatkan pasar guna memperluas pasarnya. Maka dari itu perluasan pasar dirancang untuk membangun keunggulan dalam persaingan bisnis untuk memenuhi dan mencapai tujuan. Menurut (Kotler, P., & Armstrong, 2018), usaha dalam melakukan perluasan pasar yaitu:

1. Meningkatkan konsumen baru atau keuntungan pada produk pemasar mampu menciptakan peningkatan pada jumlah, kualitas atau nilai pemakaian. Banyaknya pemakai mampu ditingkatkan dengan perencanaan ulang produk atau kemasan. Terbukti bahwa dengan menciptakan kemasan dengan ukuran yang tidak biasa jelas mampu memperluas banyaknya produk yang dipakai pelanggan. Pemakaian produk meningkat seperti camilan dan minuman ketika produk tersebut diproduksi lebih mudah didapatkan.

2. Mengumpulkan konsumen yang masuk pada seluruh bagian produknya dengan memiliki keandalan dalam mempengaruhi konsumen lain yang tidak sadar atas eksistensi hasilnya. Perusahaan mampu mendapatkan konsumen baru antara ketiga bagian ini:
 - a) Anggota sama sekali tidak sempat mengaplikasikan produknya (strategi segmen baru)
 - b) Anggota sudah menetap di lokasi lain (strategi ekspansi geografis)
 - c) Anggota dapat menjadi pemakai produk namun, tidak mengaplikasikan (strategi penetrasi pasar)
3. Perluasan frekuensi konsumen di tempat lain juga membutuhkan upaya identifikasi kesempatan tambahan untuk memanfaatkan merek dengan mengidentifikasi cara yang baru dan beda dalam memakai brand. Pelanggan mampu memprediksi produknya dapat berguna di lokasi tersendiri serta di waktu khusus, terpenting misalnya produk itu memiliki afiliasi tepat dengan jenis pemakai khusus.

2.8.1 Ekspor

Pelaksanaan ekspor adalah proses penjualan dengan cara menciptakan produk-produk yang terdapat dalam negeri dengan berdasarkan ketetapan yang berlaku. Ekspor merupakan aktivitas penjualan produk dalam meningkatkan produk domestik bruto atau PDB dan perkembangan ekonomi suatu negara ke negara lain (Tan, 2009).

2.9 Optimalisasi Profitabilitas

Pengertian optimalisasi merupakan cara mengoptimalkan entitas yang berhasil menciptakan sesuatu menjadi lebih efektif. Profitabilitas merupakan suatu ukuran kinerja perusahaan yang menghasilkan kemampuan perusahaan dalam mencapai laba pada periode tertentu saat proses penjualan. Menurut (Priatna, 2016), menyatakan profitabilitas adalah kesanggupan perusahaan dalam mendapatkan laba dari modal yang dipakai untuk menghasilkan laba dari modal yang digunakan untuk menciptakan laba tersebut.

Menurut (Ardhianto, 2019) mendefinisikan bahwa pengertian laba merupakan kelebihan pada total pendapatan diperbandingkan dengan total bebannya atau disebut juga pendapatan bersih.

Tiap masing-masing perusahaan memiliki rencana akhir yang utama bertujuan agar dapat mengoptimalkan profitabilitas. Profitabilitas merupakan pencapaian untuk mengukur keputusan serta kebijakan yang dijalankan oleh perusahaan. Profitabilitas perusahaan mampu dinilai dengan menggunakan berbagai cara yang berbeda tergantung pada laba, aktiva atau modal yang akan dibandingkan satu sama lainnya. Laba merupakan pencapaian akhir untuk mengukur sesuatu yang dianggap berharga bagi perusahaan dalam mengambil ketentuan.

2.10 Penelitian Terdahulu

Menurut (SHOFINIDA, 2022) yang berjudul “Analisis Strategi Optimalisasi Profitabilitas Pada UMKM Pengrajin Gerabah Desa Kasongan (Studi Kasus Pada Pengrajin Gerabah Desa Kasongan Bantul)”. Dalam penelitiannya telah ditemukan analisis data dengan dilakukannya metode penelitian kualitatif, yakni dengan mengumpulkan informan untuk menjalankan wawancara secara langsung. Selain itu, terdapat objek penelitian yang merupakan para UMKM pengrajin gerabah di Desa Wisata Kasongan. Tujuan yang terdapat dalam menjalankan persaingan bisnis ini adalah pentingnya dalam menawarkan produk dan meningkatkan strategi yang dilakukan oleh UMKM berupa pengendalian sumber daya manusia dengan tepat, penentuan strategi penjualan, dan penetapan tempat usaha.

Menurut (Permana, 2017) yang berjudul “Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia”. Dalam penelitiannya memakai pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif, disimpulkan bahwa sektor UMKM memiliki peran yang sangat strategis bagi perekonomian Indonesia karena sektor ini merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkontribusi besar bagi pembentukan PDB. Pelaku UMKM dapat membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasarnya melalui *e-commerce* dan jejaring media sosial sedangkan, untuk distribusi produk UMKM ke

pelanggan, pelaku UMKM dapat memanfaatkan pertumbuhan perusahaan dengan jasa pengiriman baik tingkat lokal maupun nasional.

Menurut (Prakoso, 2021) dalam “Manajemen Kerajinan Gerabah Di Dusun Semampir, Desa Panjangrejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta”. Dalam penelitiannya menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk melihat keadaan sebenarnya yang dialami perajin gerabah tradisional. Pengrajin telah menganggap kerajinan gerabah sebagai sumber pendapatan utama. Namun, dengan tantangan global yang semakin kompleks, ditemukan kendala dan tantangan yang dialami pengrajin. Maka, diperlukan pengembangan yang tepat seperti desain, pemasaran, pengelolaan, pengembangan dan teknologi untuk mengatasinya.

Menurut Ngara et al. (2022) dalam “Pengendalian Kualitas Produksi Dan Harga Produk Dalam Upaya Meningkatkan Laba Di UKM UD Risky” maksud dari penelitian ini untuk mengetahui cara pengendalian kualitas produk dan harga produk agar dapat meningkatkan keuntungan UKM UD Rizky. Maka yang dilakukan oleh UD Rizky dalam mereduksi kesalahan dalam memproduksi dalam menerapkan sistem berlapis bertujuan untuk menekankan semua tingkat kesalahan pada pembuatan barang.

Menurut (Sa'diyah & Oktafia, 2021) dalam “Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Omset Penjualan UMKM Kerajinan Kopyah”. Dalam penelitian ini permasalahan yang harus dihadapi oleh UMKM untuk mengembangkan usahanya yaitu memperluas akses pasar. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Usaha mikro kecil dan menengah di Desa Ngembe menggunakan langkah online dalam pemasaran produk, jika tidak mengikuti perkembangan teknologi, maka akan sulit bersaing dengan pelaku usaha UMKM lainnya.

Menurut (Vina, 2021) yang berjudul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerupuk Kulit Ikan Nila Pada UMKM Krulila Desa Gunungjaya Kecamatan Belik Kabupaten Pematang” menemukan bahwa penelitian ini merupakan jenis penelitian yang menggunakan teknik analisis data kualitatif yaitu penulis terjun langsung ke

lapangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran pada UMKM krulila dengan menerapkan komponen 4P yaitu bauran pemasaran, produk, tempat, harga, dan promosi dalam meningkatkan volume penjualan.

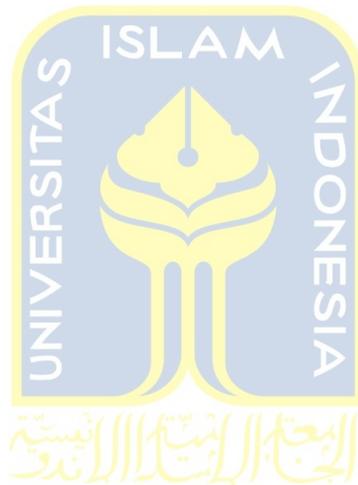
Menurut (Setiawan & Budiastira, 2020) yang berjudul “Analisis Strategi pemasaran Handmade Tas UMKM AKA di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor” menemukan bahwa teknis analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi dan menganalisis faktor internal dan eksternal berupa (strength-opportunity), (weakness-opportunity), (strength-treath), (weakness-treath). Dari hasil analisis tersebut dapat memberikan solusi alternatif untuk meningkatkan daya saing produk, meningkatkan promosi dan inovasi, menjaga kepercayaan konsumen serta memperbaiki pencatatan produksi.

Menurut (Hijri & Atmaja, 2022) dalam “Analisis Pentingnya Inovasi dan Kreativitas Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerajinan Gerabah Dusun Klipoh, Borobudur” menemukan bahwa strategi pengumpulan data dengan dilakukan tanya jawab, studi kepustakaan, dan pemantauan. Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa UMKM kerajinan gerabah di Dusun Klipoh berhasil menumbuhkan inovasi dan kreativitas pengrajin, sehingga dapat meningkatkan tingkat persaingan dalam penjualan.

Menurut (PUTRI, 2021) yang berjudul “Strategi UMKM dalam Meningkatkan Produktivitas dan Profitabilitas (Studi Kasus Usaha Pandai Besi Cap Rizki Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)”. Dalam penelitian ini untuk melihat sejauh mana suatu usaha dikatakan mampu berkembang dapat dilihat dari produktivitas produksi dan profitabilitas usaha tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa cara untuk meningkatkan produktivitas adalah dengan tetap melakukan produktivitas sedangkan, untuk meningkatkan profitabilitasnya dengan melakukan peningkatan penjualan dengan produktivitas.

Berdasarkan penelitian sebelumnya sudah membahas berhubungan dengan pemasaran produk, kepuasan konsumen, kualitas layanan, kinerja karyawan, serta meningkatkan kreativitas dan inovasi. Sedangkan perbedaan

ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis data kualitatif, maka hasil yang diperoleh sebanding dengan keadaan aslinya mengenai respons dari narasumber saat proses berlangsungnya wawancara. Selain itu, lebih menekankan untuk berfokus mengenai gambaran umum strategi, pengimplementasian mengenai strategi yang dijalankan, dan kendala dan kekurangan yang dihadapi pengrajin keramik yang terdapat di Sentra Industri Keramik di Desa Wisata Panjangrejo, Bantul, Yogyakarta dalam rencana bisnisnya guna mendapatkan keuntungan yang optimal.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pengenalan Bab

Dalam bagian ini peneliti akan membahas berhubungan dengan analisis data yang akan ditekankan dalam proses penelitian ini berlangsung pada pengrajin keramik UMKM di Desa Panjangrejo. Pada bagian ini akan saling memiliki keterlibatan mengenai pembahasan bab selanjutnya, karena pada bagian ini adalah konsep dari proses penelitian yang akan dipakai untuk menjelaskan lebih detail bagian-bagian sebelumnya secara meluas. Terdapat dua bagian yang akan berkaitan dalam metodologi ini, yakni berkaitan dengan analisis begitu juga ada yang berkaitan dengan data. Dengan demikian, yang berkaitan mengenai analisis lebih ditekankan pada teknik analisis dan uji keabsahan data, sementara yang berkaitan mengenai data lebih ditekankan pada penelitian narasumber, penelitian objek, tempat penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan dan data sampel penelitian. Pada dasarnya, keseluruhan laporan diperoleh dalam lokasi hendak dipakai dalam proses yang akan dirangkai untuk merespons rumusan masalah yang sudah dilakukan.

3.2 Alasan Menggunakan Metode Kualitatif

Pada pendekatan penelitian kali ini yang akan dilakukan dengan memakai metode pendekatan kualitatif. Hal tersebut dilakukan peneliti agar dapat mengetahui secara luas mengenai suatu objek yang dilakukan. Penelitian meminta para peneliti untuk menemukan informasi yang relevan antara tujuan dan metode. Menurut (Maxwell, 2013) dengan memakai alternatif pengujian data kualitatif, yang ditentukan pada penelitiannya yakni pertanyaan dan tujuan tidak meneruskan penelitian sebelumnya yang ada.

Metodologi kualitatif menjadikan jenis yang dipakai dalam menyusun penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis fenomena yang terjadi, perilaku atau tindakan pada tempat tertentu dengan

mendesripsikan objek pada suatu kondisi alamiah di masyarakat secara rinci dan mendalam, itu yang dimaksud penelitian kualitatif (Sugiyono., 2018).

Pada metode kualitatif ini peneliti akan mengumpulkan data dengan cara mendekati para informan secara langsung di tempat lokasi atau lembaga yang dijadikan objek penelitian untuk menganalisis secara intens mengenai berbagai masalah yang diteliti (Jackson & Bazeley, 2019)

Metode pendekatan kualitatif yang akan dijalani, yakni menggunakan studi kasus. Maksud studi kasus yang akan diterapkan kali ini mempunyai tujuan dengan maksud memperoleh keterangan, memeriksa prosedur lalu mendapatkan interpretasi dan pengetahuan yang lebih memusatkan secara intensif pada suatu objek tertentu dalam menganalisis kasus. Data studi kasus yang didapatkan dengan bentuk wawancara, observasi, dan dokumentasi terlibat atas subjek yang dijalankan (Sugiarto, 2017).

Berdasarkan yang telah diketahui melalui definisi penjelasan yang diberitahukan, peneliti menetapkan untuk menggunakan metodologi kualitatif oleh karena itu, lebih memfokuskan keseriusan atas informasi yang diperlukan. Dalam menekankan pendekatan ini, diharapkan peneliti terlibat secara kompeten dalam berinteraksi baik secara langsung maupun tidak langsung yang berkaitan dengan sumber data. Oleh sebab itu, mampu mengetahui keabsahan di tempat lokasi yang berdasarkan rencana dalam pengoptimalan pendapatan yang akan diterapkan pada para pengrajin keramik UMKM di Desa Panjangrejo, Kabupaten Bantul. Atas informasi yang didapatkan peneliti secara luas ditekankan dapat memaksimalkan serta membagikan motivasi bagi pengrajin UMKM di Desa Panjangrejo untuk mewujudkan implementasi strategi yang akan diterapkan. Maka dari itu dalam menganalisis data pada pendekatan ini, lebih tepat peneliti menjalankan penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

3.3 Fokus Penelitian

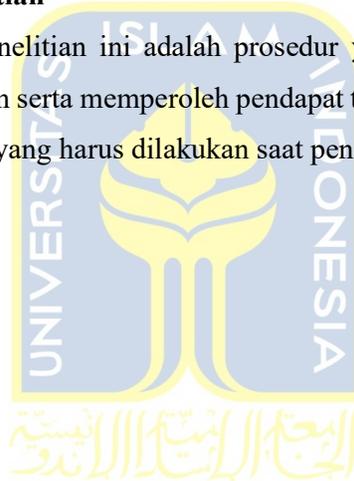
Dalam menentukan fokus penelitian di bagian ini, disusun agar memastikan keseluruhan isi penelitian yang dijalankan dapat menyesuaikan

rumusan masalah serta tujuan yang telah ditekankan. Berdasarkan ruang lingkup pada fokus penelitian ini antara lain sebagai berikut:

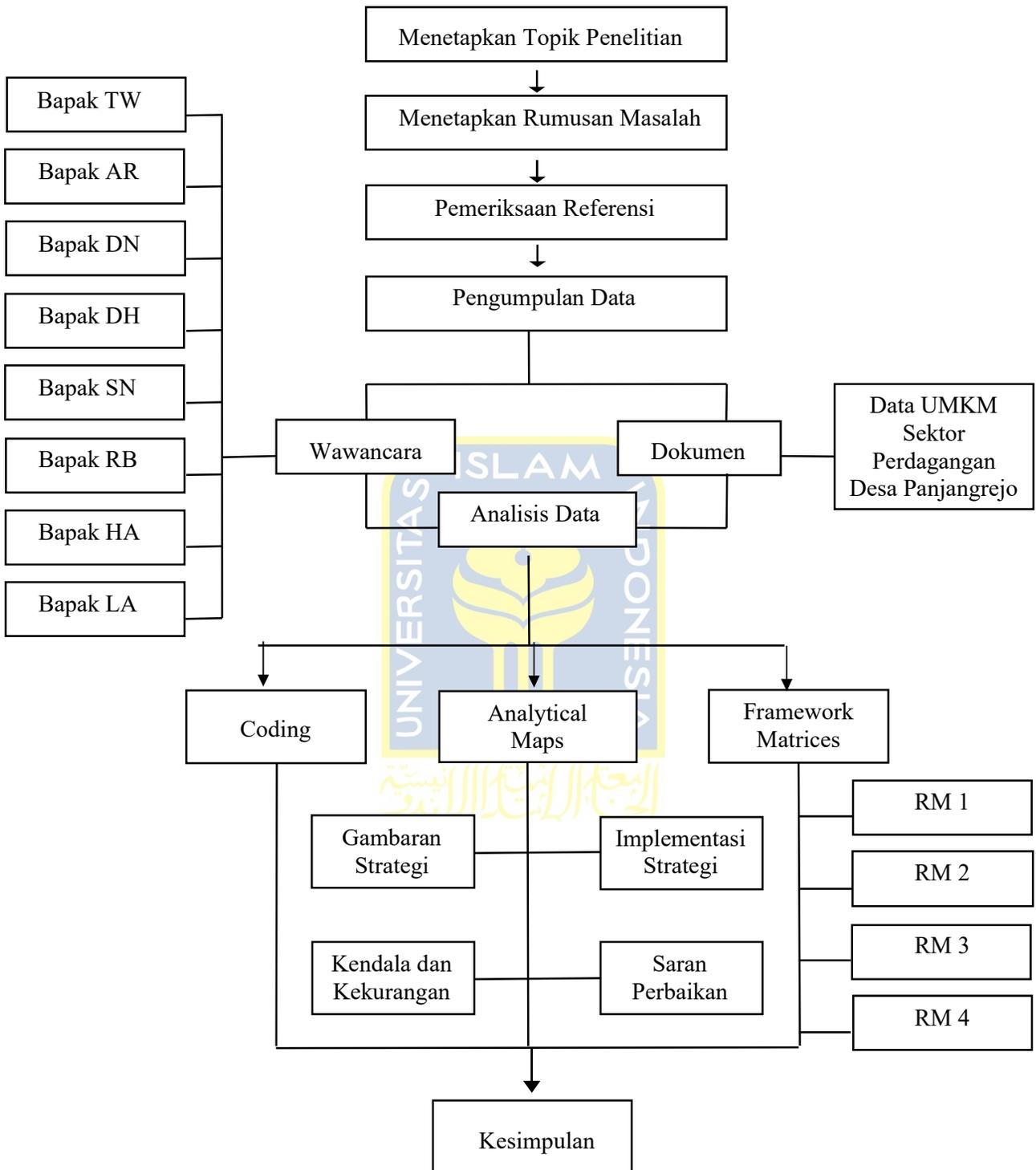
- 1) Mendeskripsikan gambaran umum strategi dalam mengoptimalkan profitabilitas para pengrajin keramik UMKM di Panjangrejo, Kabupaten Bantul.
- 2) Mendeskripsikan strategi yang dilaksanakan para pengrajin keramik UMKM di Panjangrejo dalam optimalisasi profitabilitas.
- 3) Kendala atau kekurangan yang didapatkan para pengrajin keramik UMKM di Panjangrejo, Kabupaten Bantul dalam menjalankan strateginya.

3.4 Sistematis Penelitian

Sistematis penelitian ini adalah prosedur yang digunakan oleh peneliti dalam menekankan serta memperoleh pendapat terakhir. Dengan demikian, ini adalah sistematis yang harus dilakukan saat penelitian:



Gambar 3. 1 Sistematika Penelitian



Sumber: diolah oleh penulis (2023)

3.5 Jenis dan Sumber Data

Berdasarkan penelitian ini, peneliti mengutamakan sumber data yang mencakup sumber data primer dan sumber data sekunder. Dalam arti umumnya, data primer berisi tindakan dan kata-kata, sementara itu data sekunder berisi dokumen.

3.5.1 Sumber Data Primer

Sumber data Primer merupakan data yang didapatkan dari orang pertama atau sumber aslinya yang belum diuraikan orang lain. Pada penelitian ini data primer menghasilkan informasi yang didapatkan mengenai hasil wawancara dari informan yang terkait dan mampu membagikan data yang dibutuhkan.

Menurut Esterberg dalam sugiyono (Sugiyono, 2018) wawancara merupakan situasi pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk berdiskusi dengan tujuan memberikan informasi satu sama lain untuk mendapatkan suatu jawaban dengan cara meluangkan pertanyaan, sehingga dapat ditarik menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam pokok pikiran tertentu. Selain itu, (Soewadji, 2012) wawancara adalah cara atau proses untuk mendapatkan data atau informasi melalui narasumber pada waktu wawancara berlangsung, antara pewawancara dengan informan. Peneliti menjalankan wawancara berkenaan dengan 8 orang para pelaku UMKM yang masih aktif dalam mewujudkan strateginya dari tiap-tiap usaha mikro kecil menengah.

3.5.2 Sumber Data Sekunder

Pada bagian ini dipergunakan dalam menetapkan data referensi serta data pendukung yang menjadi acuan dari sumber data primer. Penelitian ini memakai dokumen sebagai acuan sumber data yang didapatkan. Dokumen yang direncanakan untuk membagikan pengetahuan yang dianggap efektif dalam subjek penelitian ini. Sementara sumber data sekunder yang dipakai dalam pada penelitian

ini, yaitu berupa jumlah data pelaku UMKM yang terdapat disektor perdagangan yang ada di Desa Wisata Panjangrejo.

3.6 Pemilihan Partisipan

Berdasarkan penelitian ini, peneliti akan menyediakan 8 informan yang bersedia untuk memberikan informasi guna mengetahui pemahaman dan keahlian mengenai strategi yang dilakukan dalam aktivitas UMKM. Berikut informan yang berperan dalam penelitian ini yakni:

1. Bapak TW sebagai owner UMKM GR Souvenir. Beliau memiliki usaha UMKM yang bertugas menerima barang pesanan yang masuk, memantau karyawan sedang bekerja, melayani pelanggan yang datang, dan melakukan proses finishing untuk menjaga kualitas produk. Selain itu, ikut serta dalam pembuatan produk kerajinan dan mengantarkan barang melalui ekspedisi ataupun secara langsung.
2. Bapak AR sebagai owner UMKM Rasyid Ceramic. Beliau memiliki usaha UMKM yang bertugas dalam proses pembuatan produk kerajinan, menerima barang pesanan yang masuk, memantau karyawan sedang bekerja, dan melayani pelanggan yang datang. Beliau juga melakukan kerja sama dengan rekan kerja untuk pengiriman barang sampai ke luar Negeri.
3. Bapak DN sebagai owner UMKM Dasilan Ceramics. Beliau memiliki usaha UMKM yang bertugas membuat barang pesanan dari konsumen, menerima barang pesanan yang masuk, melayani pelanggan yang datang, dan merencanakan proses pengemasan serta mengantarkan barang melalui ekspedisi ataupun secara langsung.
4. Ibu DH sebagai owner UMKM Dasilah Gerabah. Beliau memiliki usaha UMKM yang bertugas menerima barang pesanan yang masuk, memantau karyawan sedang bekerja, melayani pelanggan yang datang, dan melakukan proses finishing yang dibantu oleh karyawannya.
5. Bapak SN sebagai owner UMKM Hilal Craft. Beliau memiliki usaha UMKM yang bertugas menerima barang pesanan yang masuk, membuat barang pesanan dari konsumen, memantau karyawan sedang bekerja,

melayani pelanggan yang datang, dan merencanakan proses pengemasan serta mengantarkan barang melalui ekspedisi ataupun secara langsung. Selain itu, ikut serta dalam pembuatan produk kerajinan dan mengantarkan barang melalui ekspedisi ataupun secara langsung.

6. Bapak RB sebagai owner UMKM Souvenir Djawa. Beliau memiliki usaha UMKM yang bertugas menerima barang pesanan yang masuk, membuat barang pesanan dari konsumen, melayani pelanggan yang datang, dan merencanakan proses pengemasan serta mengantarkan barang melalui ekspedisi ataupun secara langsung.
7. Bapak SB sebagai owner UMKM Anindya Souvenir. Beliau memiliki usaha UMKM yang bertugas menerima barang pesanan yang masuk, memantau karyawan sedang bekerja, melayani pelanggan yang datang, dan melakukan proses finishing untuk menjaga kualitas produk.
8. Bapak HA sebagai owner UMKM HL Souvenir. Beliau memiliki usaha UMKM yang bertugas menerima barang pesanan yang masuk, memantau karyawan sedang bekerja, melayani pelanggan yang datang, dan melakukan proses finishing. Selain itu, turun lapangan dalam proses pembuatan produk kerajinan dan mengantarkan barang melalui ekspedisi ataupun secara langsung.

Tabel 3. 1 Profil Informan

No	Nama Informan	Jenis Gender	Kelompok Umur	Kedudukan	Pendidikan
1.	Bapak TW	Laki-Laki	31-40	Owner	SMA
2.	Bapak AR	Laki-Laki	41-50	Owner	SMA
3.	Bapak DN	Laki-Laki	41-50	Owner	SMP
4.	Ibu DH	Perempuan	51-60	Owner	SMP
5.	Bapak SN	Laki-Laki	31-40	Owner	SMA
6.	Bapak RB	Laki-Laki	31-40	Owner	SMA
7.	Bapak SB	Laki-Laki	31-40	Owner	SMA
8.	Bapak HA	Laki-Laki	26-35	Owner	SMA

Sumber: UMKM Pengrajin Gerabah Desa Wisata Panjangrejo (2023)

3.7 Objek Penelitian

Pada bagian ini berisi mengenai objek atau lokasi penelitian yang dilakukan, yaitu terletak di Kelurahan Panjangrejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, D.I Yogyakarta.

Dalam hal ini, peneliti akan menyediakan 8 informan yang paham akan pengetahuan dengan bersedia untuk memberikan informasi guna mengetahui interpretasi mengenai strategi yang dilakukan dalam aktivitas UMKM. Pada dasarnya, sebelumnya sudah ditentukan mengenai rumusan masalah yang mencakup mengimplementasikan gambaran strategi yang telah direncanakan, bagaimana mengimplementasikan dilakukan, kendala dan kekurangan dalam mengimplementasikan strategi.

3.8 Alat dan Teknik Pengumpulan Data

Diperoleh sejumlah teknik serta alat untuk mengumpulkan informasi berupa data pada penelitian ini antara lain, yakni:

3.8.1 Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dibutuhkan alat bantu guna memberikan kemudahan, yaitu menyediakan alat bantu berupa: *smartphone*, pedoman wawancara dan *member chek* agar informasi akan dihasilkan oleh penulis dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud oleh informan.

3.8.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang akan digunakan berupa wawancara dengan informan yang berkaitan dengan aktivitas UMKM antara lain sebagai berikut:

1. Peneliti meminta data dari kelurahan yang berisikan data UMKM total dari keseluruhan yang berada di Kelurahan Panjangrejo mulai dari usaha mikro kecil dan menengah pada sektor kerajinan

keramik, usaha mikro kecil dan menengah pada sektor industri, serta usaha mikro kecil dan menengah pada sektor perdagangan. Informasi tersebut berguna sebagai data pendukung untuk mengetahui semua aktivitas secara keseluruhan mulai dari omset penghasilan yang didapatkan, jumlah produksi, produk yang ditawarkan, dan bahan baku.

2. Diperlukan juga peneliti menanyakan kepada informan selaku UMKM pengrajin gerabah di Desa Panjangrejo guna memahami secara luas mengenai rencana untuk menjalankan pengoptimalan profitabilitas, pengimplementasian strategi, kendala serta kekurangan yang dialami oleh UMKM yang ada di Desa Panjangrejo dalam kegiatan menjalankan strateginya.

3.9 Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk dapat membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Guba (1985) dalam (Leavy, 2014) uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif terdapat 4 bagian, yakni meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability*.

Pada penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah penting untuk dilakukan uji keabsahan data. Berikut uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. *Credibility* (Kredibilitas)

Uji kredibilitas atau kepercayaan pada data hasil penelitian yang disediakan peneliti guna hasil penelitian yang didapatkan tidak diragukan sebagai karya ilmiah.

Pada penelitian ini, peneliti melaksanakan wawancara kepada informan UMKM yang terlibat pada aktivitas tersebut yang mencakup pada bisnis gerabah di Desa Pundong.

2. *Transferability* (Keteralihan)

Transferability merupakan validasi eksternal dalam penelitian kualitatif. Validasi eksternal menunjukkan derajat ketetapan atau dapat

diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil.

Dalam bagian ini berkaitan dengan informasi yang didapatkan peneliti secara rinci yang bergantung pada rumusan masalah dan keluhan terkandung di dalamnya, serta menjabarkan penelitian secara lengkap sampai dengan mencapai kesimpulan.

3. *Dependability* (Kebergantungan)

Kebergantungan merupakan penelitian andaikan penelitian yang dilaksanakan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama. Penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain sebagian percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama.

Dalam penelitian ini sering kali peneliti ditemani rekan untuk mendapatkan informasi dalam proses pengambilan data. Pada pengambilan data peneliti mengajak rekan untuk pengendalian, supaya dari pihak peneliti untuk tidak melaksanakan penelitian sesuai proses begitu sebaliknya dengan responden agar tidak membagikan data berdasarkan kebenaran.

4. *Confirmability* (Kepastian)

Menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Bilamana hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, bahwa peneliti tersebut sudah memenuhi standar *Confirmability*.

Pada penelitian ini yang perlu dilakukan peneliti yaitu melakukan wawancara lebih dari satu responden. Peneliti juga perlu menyertakan dosen pembimbing selaku bagian akan paham mengenai keahlian dalam ilmu dan pengalaman guna mengevaluasi sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

Selain itu, untuk memaksimalkan keabsahan data pada penelitian ini, peneliti memakai teknik triangulasi data. Teknik triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang dimanfaatkan untuk memperbandingkan sesuatu yang lain di luar data yang dipakai untuk pedoman. Triangulasi yang

terdapat empat jenis dengan memanfaatkan yang diperoleh dari sumber, teori, teknik dan penyidik (Moleong, 2018).

Dalam teknik triangulasi terdapat empat jenis namun, pada penelitian ini menekankan melalui dua jenis triangulasi, yaitu terdapat triangulasi teknik serta triangulasi sumber antara lain, yakni:

1. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data yang diperoleh dari informan dan mengenai data yang dilakukan menggunakan teknik berbeda, tetapi pengecekan data kepada sumber memperoleh hasil yang sama. Pada teknik ini lebih menekankan proses pengambilan data guna data yang dipakai dapat diyakini sehingga peneliti dapat menjalankan beberapa teknik pengolahan. Peneliti menggunakan teknik wawancara selanjutnya, mengecek pada dokumen yang terpercaya dari Kelurahan Desa Panjanglejo, yakni data UMKM sektor kerajinan gerabah, UMKM sektor industri, dan UMKM sektor perdagangan,

2. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dipakai untuk membandingkan data yang didapatkan mengenai sumber yang berbeda. Triangulasi ini lebih mengutamakan bahwa peneliti dapat menanyakan pertanyaan yang sama kepada informan yang berbeda untuk menemukan kebenaran data. Peneliti memberikan pertanyaan yang sama kepada para UMKM pengrajin gerabah Desa Wisata Panjanglejo yang menjadi informan. Pada hal tersebut ditekankan bahwa pertanyaan yang ditanyakan oleh peneliti mempunyai penjelasan yang sama dan membutuhkan jawaban informan dari subjek yang berbeda.

3.10 Model Analisis Data

Menurut (Corbin & Strauss, 2013), pada metode penelitian kualitatif, data analisis yang digunakan mempunyai tiga bagian, yakni bahan yang didapatkan dari objek penelitian, menganalisis informasi dan pemahaman dalam melaksanakan *coding*, mencatat kembali hasil transkrip dari proses

wawancara kemudian hasil arsip tercatat akan menyempurnakan pembentukan laporan.

Proses dalam menganalisis data pada penelitian ini memakai model Miles dan Huberman. Kegiatan menganalisis data kualitatif ditekankan secara langsung dan interaktif sampai data yang didapatkan lengkap dan berlangsung secara terus menerus Miles et al. (2014).

Dalam hal ini, membentuk node dan menjalankan coding pada Nvivo sangat simpel dan berarti selain itu, mendukung untuk memaksimalkan catatan data yang diperoleh (Richards, 2014). Dalam metodologi pendekatan kualitatif seringkali ditemui bahwa NVivo dipakai untuk sistem pengolahan data. NVivo dapat diaplikasikan dengan mudah serta dapat membantu dalam mengatur catatan data mulai dari memasukkan data, baik itu audio dari rekaman wawancara dan dokumen dari transkrip wawancara. Pada perangkat NVivo secara otomatis ditemukan menu coding yang dapat memberikan kemudahan bagi pengguna untuk mengelompokkan data yang didapatkan dari sebagian *node*. Akan tetapi, harus dipahami bahwa NVivo lebih mendukung atas aspek penyusunan data saja, jadi hanya sekedar membantu dalam bagian tersebut. Kemudian untuk penjelasan dan bagian kesimpulan, bergantung dari keahlian peneliti dalam mendefinisikan hasil olah data yang sudah disesuaikan dengan NVivo.

3.10.1 Coding

Dalam hal ini, *coding* merupakan point-point terpenting dari proses pengelompokan data ke dalam kategori tertentu agar mudah untuk dianalisis pada prosedur selanjutnya. *Coding* digunakan untuk proses menghasilkan *node* yang diperlukan untuk menandakan keterkaitan antara data yang didapat dengan analisis yang dihasilkan. Data tersebut umumnya berupa transkrip wawancara, catatan hasil observasi, literatur, dokumen, jurnal dan lain-lain.

Peneliti juga menghasilkan *node* yang berbentuk *case*. *Case* dalam penandaannya dibuat dengan nama responden yang telah diwawancarai. Selanjutnya, peneliti juga menciptakan *case*

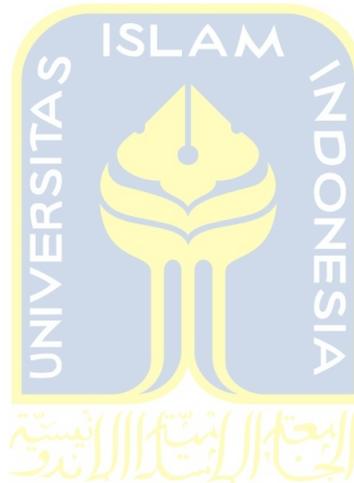
classifications bermakna bahwa hal yang terkait dengan responden atas masing-masing *case nodes* yang sudah dibentuk. *Case classifications* berhubungan dengan kelompok gender, kedudukan, dan penggolongan umur. Pembentukan *nodes* menentukan pada rumusan masalah yang terdiri dari empat bagian yang sebelumnya sudah ditentukan. Kemudian, pada bagian *relationships* yang didapatkan oleh peneliti mendapatkan keuntungan dalam menggabungkan *nodes* yang tidak saling berhubungan. Hasil yang didapatkan dari *relationships*, peneliti membuktikan keterkaitan antara *nodes* gambaran strategi dengan pengimplementasian strategi, pengimplementasian strategi dengan kekurangan, kendala dengan kekurangan, dan kendala dengan solusi perbaikan. Dalam tiap-tiap *nodes* dan *relationships* juga perlu untuk melakukan *coding* agar tidak kosong, maka akan terisi pada *nodes* dan *relationships*.

3.10.2 Analytical Maps

Analytical maps berkaitan dengan cara peneliti menyajikan rangkuman mengenai gambar data berbentuk *analytical maps* yang tersedia di Nvivo. Dengan menciptakan gambaran bagian penelitian yang disusun dalam suatu model yang saling berkaitan, maka dari proses tersebut dapat membantu dalam proses pembahasan serta memudahkan pemahaman bagi pembaca. Menurut (Jackson & Bazeley, 2019), NVivo menyajikan maps bertujuan agar dapat memahami secara nyata dari informasi yang didapatkan sebelumnya serta mendeskripsikan keterkaitan antara dokumen dan berbagai nodes. Pada dasarnya, peneliti menciptakan 4 bentuk *analytical maps* dalam penelitian ini, yakni *analytical map* gambaran umum strategi, *analytical map* gambaran umum strategi dengan implementasi strategi, *analytical map* kendala dan kekurangan dalam implementasi strategi, dan yang terakhir ada *analytical map* kendala implementasi strategi dengan saran perbaikan.

3.10.3 *Framework Matrices*

Framework Matrices merupakan proses pada salah satu hasil yang didapatkan dari tahap *coding*. Dalam *framework matrices* terdapat dua bagian yaitu wawancara dan dokumen. *Framework matrices* menyediakan tabel mengenai hasil dari tahap *coding* yang didapatkan dari kegiatan *internal sources* yang dipakai sebagai referensi dan selanjutnya, diklasifikasikan sesuai yang didapatkan dari proses wawancara. Pada penelitian ini, menyajikan *framework matrices* yang berbentuk lampiran disediakan guna membuktikan tiap-tiap ringkasan satu sampai dengan ringkasan terakhir .



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengenalan Bab

Dalam bagian ini akan membahas mengenai proses analisis. Untuk itu, peneliti ditekankan untuk menjelaskan mengenai kesimpulan yang didapatkan selama penulis melakukan penelitian ini. Dengan demikian, pada bagian ini akan membahas sejarah yang akan dijelaskan peneliti mengenai Desa Panjangrejo, profil Desa Panjangrejo, profil UMKM yang dijadikan gambaran strategi atas diterapkannya penelitian ini serta berhubungan dengan informan para UMKM di Desa Panjangrejo, implementasi strategi yang dijalankan UMKM di Desa Panjangrejo, kekurangan dan kendala yang dialami dalam pengimplementasian strategi, serta memberikan evaluasi pembaruan para UMKM di Desa Panjangrejo untuk ke depannya agar dapat lebih ditingkatkan.

Proses evaluasi di bagian ini lebih menekankan mengenai keterkaitan pada bab-bab sebelumnya, sehingga menciptakan hasil akhir berupa jawaban dari rumusan masalah yang ada dihasilkan dari bagian ini, yang sesuai dengan tinjauan pada bab sebelumnya.

4.2 Gambaran Umum Desa Panjangrejo

4.2.1 Profil Desa Panjangrejo

4.2.1.1 Kondisi Geografis Desa Panjangrejo

Desa Panjangrejo merupakan desa yang terkenal dengan pusat pengrajin keramik dari jaman terdahulu di mana terletak di Yogyakarta berlokasi tepat di Desa Panjangrejo, Kabupaten Bantul.

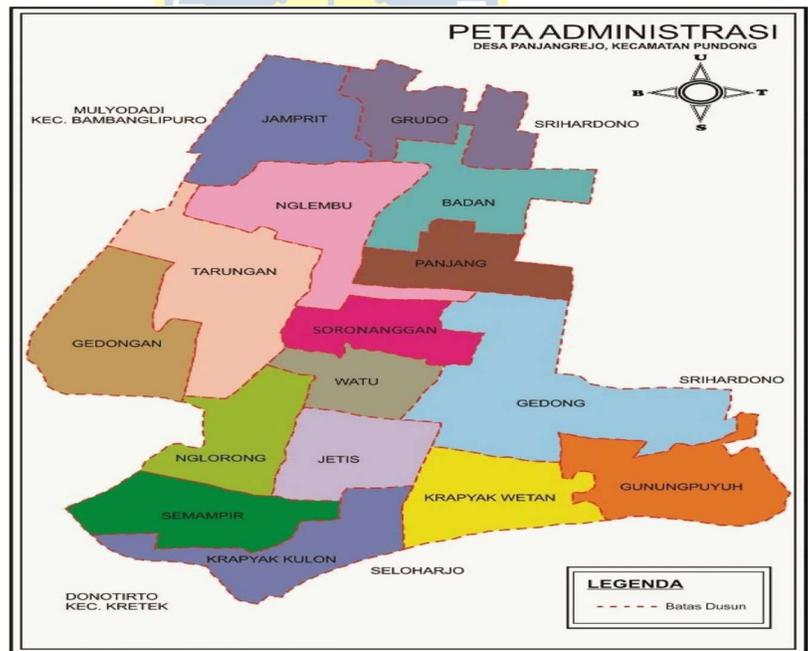
Luas wilayah Panjangrejo kurang lebih 528.3580 Ha dengan terbagi menjadi 16 Pedukuhan yang berjumlah terdapat 75 RT serta berjumlah 36 RW. Daerah ini rata-rata bermanfaat sebagai rumah atau lahan pekarangan, dengan sawah seluas 372,828 Ha, rumah seluas 163,07 Ha, selebihnya 61,48 Ha digunakan sebagai ruang-ruang terbuka lainnya dan jalan pemakaman

umum. Berdasarkan geografis daerah Desa Panjanglejo merupakan dataran rendah dan relatif subur. Desa ini terdiri dari 4 kelurahan yaitu Kelurahan Srihardono, Kelurahan Seloharjo, Kelurahan Mulyodadi, Kelurahan Srihardono. Sedangkan, desa ini terdiri terdiri dari 16 Pedukuhan yaitu Grudo, Soronanggan, Jamprit, Gedong, Nglebu, Watu, Tarungan, Jetis, Gedangan, Nglorong, Badan, Semampir, Panjang, Krapyak Lor, Gunung Puyuh, Krapyak wetan.

Desa Panjanglejo tepat di sebelah utara perbatasan dengan Desa Srihardono, Kecamatan Pundong. Di sebelah barat perbatasan dengan Desa Mulyodadi, Kecamatan Bambanglipuro. Di sebelah selatan perbatasan dengan Desa Seloharjo, Kecamatan Pundong. Di sebelah Timur perbatasan dengan Desa Srihardono, Kecamatan Pundong.



Gambar 4. 1 Peta Desa Panjanglejo



Sumber: BPS Kabupaten Bantul (2018)

Secara administratif kelurahan Panjanglejo masuk dalam wilayah Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul. Terletak antara ibukota dengan

kabupaten 12 km, jarak dengan ibukota provinsi 20 km, sementara pusat pemerintahan terhadap pusat ibu kota kecamatan 2 km.

Lokasi kerajinan di desa Panjangrejo sangat potensial untuk dikembangkan berhubung letak geografis desa Panjangrejo merupakan lokasi yang strategis karena merupakan jalur wisata Yogyakarta ke Parangtritis.

4.2.1.2 Industri Kerajinan Kreatif Desa Panjangrejo

Sentral pengrajin gerabah yang terdapat di Yogyakarta ini berlokasi di Desa Panjangrejo, Kabupaten Bantul. Pusat kerajinan ini dikenal oleh masyarakat luas, mulai dari daerah setempat, luar Jawa bahkan ada yang sampai ke luar negeri sehingga mampu meningkatkan citra nama baik di daerah Panjangrejo.

a. Jetis

Para pengrajin di Desa Jetis terkenal dengan sentra kerajinan gerabah dengan berbagai jenis produk yang dikembangkan seperti souvenir, vas bunga, guci dan peralatan rumah tangga dapat meningkatkan daya tarik pelanggan demikian pangsa pasarnya tembus di luar negeri. Desa ini juga memiliki pariwisata berbasis komunitas dengan mendirikan wisata edukasi dan adanya sentra industri yang difasilitasi oleh pemerintah yaitu dengan adanya showroom.

b. Grudo

Grudo yaitu kawasan sentra pengrajin batik dengan menggunakan sistem tradisional, warisan budaya bangsa Indonesia yang harus dilestarikan oleh masyarakat khususnya di Grudo.

c. Krapyak Wetan

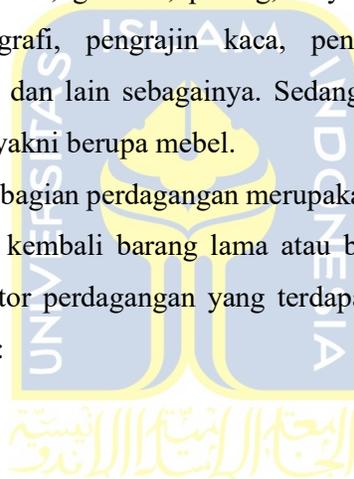
Krapyak Wetan telah menjadi sentra pengrajin yang menggeluti tembaga dan hasilnya mampu bersaing dalam pernik-pernik untuk hiasan pernikahan.

4.2.1.3 Industri lain yang terdapat di Desa Panjangrejo

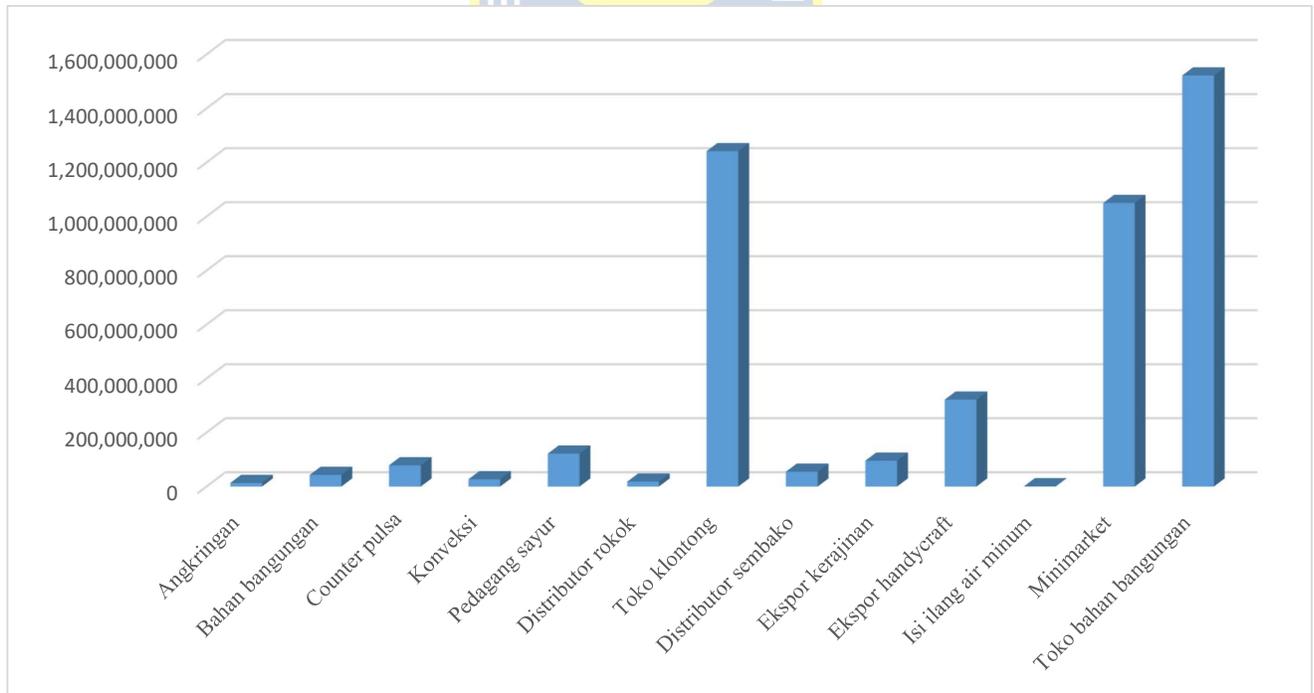
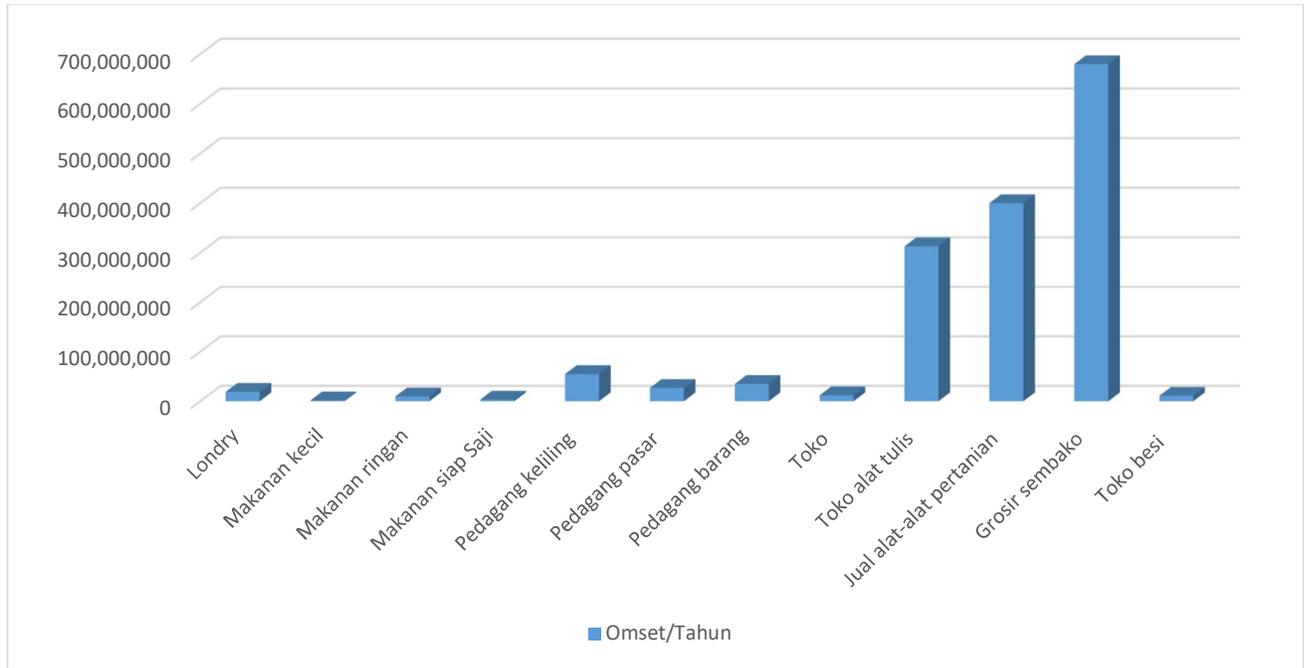
Sentra industri kerajinan gerabah yang berada di Desa Panjangrejo memiliki beberapa jenis UMKM lainnya, yakni terdapat UMKM pada sektor perdagangan ataupun UMKM pada sektor industri.

Dalam hal ini, UMKM lainnya yang terdapat di beberapa sentral industri menarik unggulan mulai peralatan rumah tangga, kuliner, serta aneka kerajinan. Usaha UMKM kuliner yang dapat dikembangkan di Desa Panjangrejo, yaitu berupa manisan pepaya, dawet ireng, mangut lele, mie des (bakmi pedes) dan makanan dengan ciri khas Jawa, seperti rangin, cucur, apem, peyek, kue pukis, kue putu, kue kembang goyang dan sebagainya. Selain itu, terdapat UMKM dengan aneka kerajinan usaha berbentuk souvenir, gerabah, patung, wayang kulit, pengrajin mahkota, pengrajin kaligrafi, pengrajin kaca, pengrajin perhiasan pengantin, pengrajin batik dan lain sebagainya. Sedangkan usaha UMKM peralatan rumah tangga, yakni berupa mebel.

UMKM di bagian perdagangan merupakan usaha yang dikelola dengan upaya menjual kembali barang lama atau barang baru. Mengenai grafik UMKM di sektor perdagangan yang terdapat di Desa Panjangrejo, yaitu sebagai berikut:

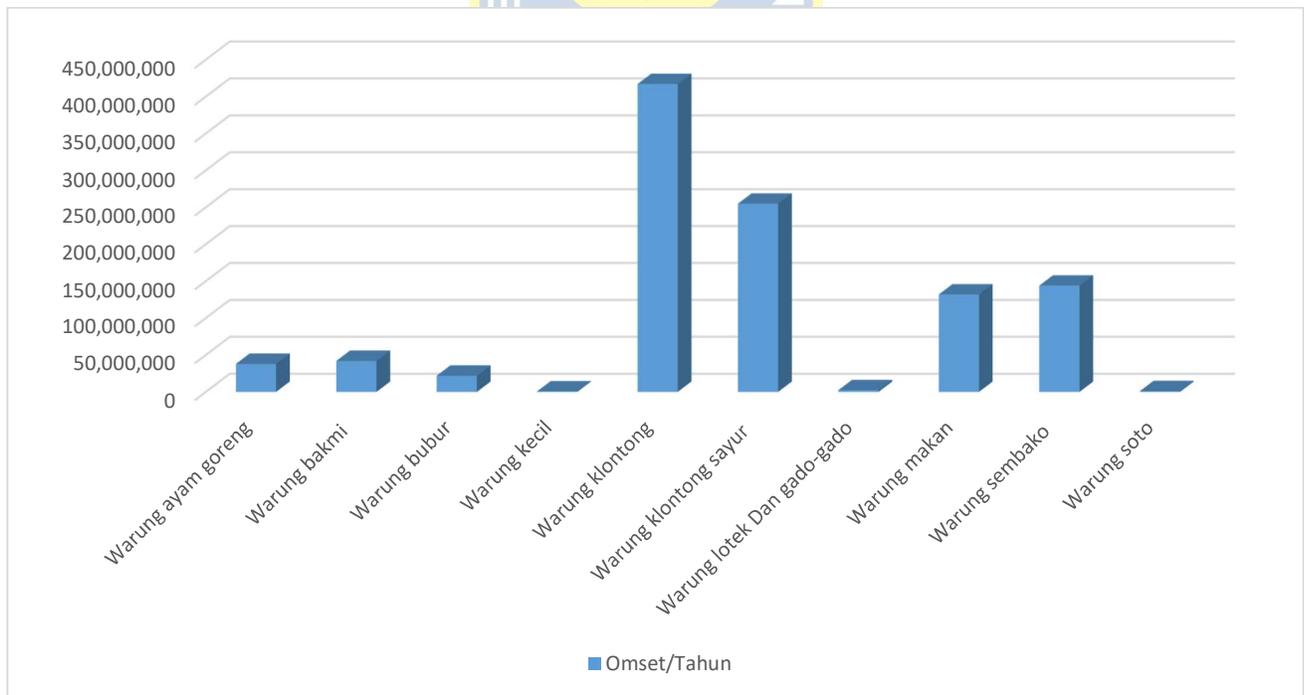
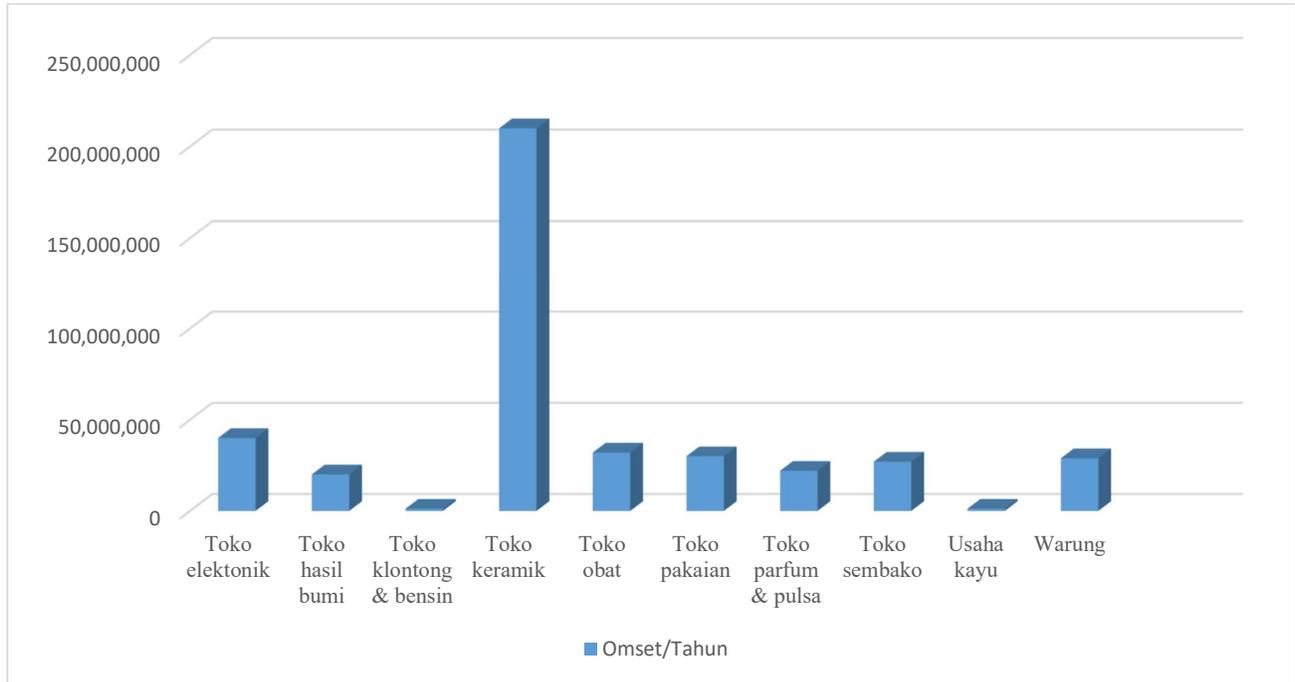


Gambar 4. 2 Grafik UMKM Sektor Perdagangan Desa Panjangrejo - 1



Sumber: Kelurahan Desa Panjangrejo

Gambar 4. 3 Grafik UMKM Sektor Perdagangan Desa Panjangrejo – 2



Sumber: Kelurahan Desa Panjangrejo

Sesuai dengan grafik di atas dapat diketahui bahwa UMKM di sektor perdagangan Desa Panjangrejo, mengenai toko keramik total omset yang didapatkan masih belum maksimal diperbandingkan dengan UMKM jenis lainnya, maka dari itu penting adanya analisis strategi agar dapat pengoptimalan profitabilitas bagi pelaku pengrajin UMKM di Desa Panjangrejo.

4.3 Gambaran Umum Desa Kerajinan Panjangrejo

4.3.1 Sejarah Desa Panjangrejo

Sejarah desa Panjangrejo bermula dari Bangsa Indonesia yang dijajah belanda, termasuk desa Sendang Dalem sangat menderita karena banyaknya pageblug. Belanda diusir oleh Jepang dari Indonesia (termasuk Desa Sendang Dalem), Bangsa Indonesia termasuk Desa Sendang Dalem berdiskusi oleh Jepang karena rakyat lebih menderita. Kemudian Belanda datang lagi ke Indonesia namun, berhasil diusir kembali oleh Bangsa Indonesia. Penggabungan 3 Kring yaitu: Panjang, Gedangan, Krapyak menjadi satu Panjangrejo. Pada waktu penggabungan 3 Kring tersebut pada Selasa Legi tanggal 26 November 1946, Pada Zaman dahulu masyarakat Panjangrejo dikenal dengan kemakmuran wilayahnya yang masyarakatnya giat dan rajin bekerja dari berbagai profesi untuk mewujudkan kemakmuran. Dengan memanfaatkan sumber daya alam yang terdapat di sekitar rumah, masyarakat memulai kegiatan dengan mengolah tanah menjadi peralatan rumah tangga sehingga dianggap berguna untuk dijadikan peralatan dapur.

Akhirnya, dengan kemajuan waktu Desa Panjangrejo sekarang sudah berkembang menjadi Desa penghasil gerabah yang dikenal luas oleh masyarakat dengan kualitas gerabahnya yang berkualitas dan ekonomis. Bahkan jika ditilik dari sejarahnya, pembuatan gerabah di sini lebih tua dari pada Kasongan, hanya tempat ini tidak sepopuler Kasongan. Selain itu, masyarakat setempat juga menciptakan sesuatu yang baru dengan membuat kerajinan dengan berbahan dasar kayu, rotan, bambu, batok kelapa dan lain

sebagainya yang akan dikreasikan menjadi ornamen menarik serta mempunyai kualitas dengan harga pasar tinggi.

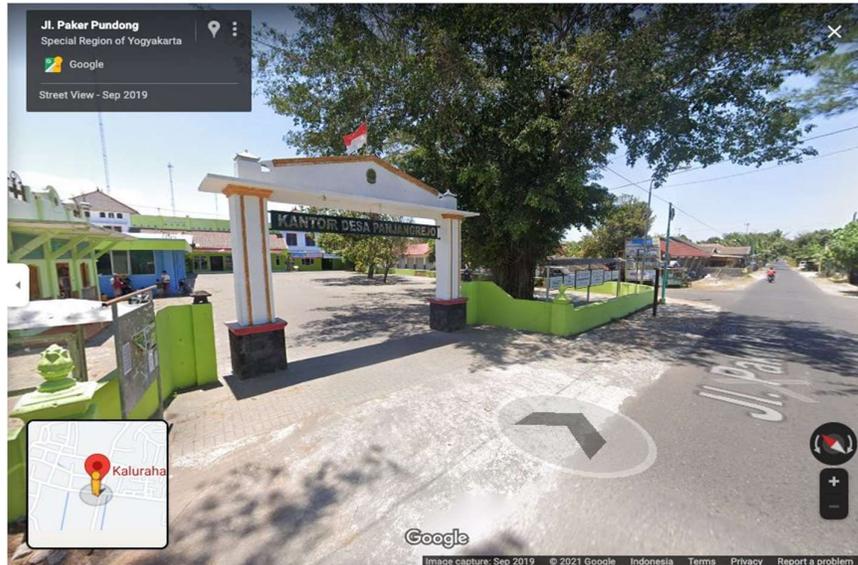
Mengenai keaslian atau rumornya sejarah yang diperoleh, secara nyata Desa Panjangrejo sekarang terkenal dan mampu berkembang atas hasil yang diciptakan dengan kualitas gerabahnya yang tidak perlu ditanyakan lagi. Keahlian yang diwariskan secara turun-temurun terlihat pada pengrajin dalam mengolah tanah liat secara ulet, sabar, dan mengaplikasikan teknik yang dipraktikkan.

Terdapat beberapa tempat edukasi atau showroom yang sudah tersebar luas di beberapa rumah pengrajin dan tersedia tempat khususnya. Dengan demikian, wisatawan yang berkunjung di tempat lokasi dapat melihat-lihat produk, praktik mengolah tanah liat dan mengecat, serta dapat membeli barang kerajinan.

4.3.2 Profil Desa Kerajinan Panjangrejo

Desa Panjangrejo merupakan desa yang terkenal dengan industri kerajinan keramik yang berada di Yogyakarta tepatnya di Pedukuhan Jetis, Desa Panjangrejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul. Terletak antara ibukota dengan kabupaten 12 km, jarak dengan ibukota provinsi 20 km, sementara pusat pemerintahan terhadap pusat ibu kota kecamatan 2 km. Lokasi kerajinan di desa Panjangrejo sangat potensial untuk dikembangkan berhubung letak geografis desa Panjangrejo merupakan lokasi yang strategis karena merupakan jalur wisata Yogyakarta-Parangtritis. Jika sudah tiba di Desa Panjangrejo, wisatawan diarahkan pada gapura desa yang dapat melihat secara langsung berbagai produk kerajinan yang akan diproduksi para UMKM pengrajin gerabah Desa Panjangrejo.

Gambar 4. 4 Kelurahan Desa Panjangrejo



Sumber: Kantor Kelurahan Desa Panjangrejo (2023)

Setelah melewati kantor Desa Panjangrejo sekitar 3 menit sampai di Desa pengrajin gerabah yang nantinya terdapat gapura sentra industri keramik. Pada setiap pinggir jalan daerah terdapat berbagai macam produk kerajinan gerabah, mulai dari yang kecil, sedang sampai berukuran besar di jemur ataupun sudah terkemas dengan rapi.

Gambar 4. 5 Plang Sentra Industri Keramik (Desa Wisata Panjangrejo)



Sumber: difoto oleh penulis (2023)

Harga produk kerajinan yang ditawarkan di Desa Wisata Panjangrejo sangat bervariasi tergantung dengan ukuran, kualitas bahan baku, motif, dan rumitnya pembuatan barang yang dijual. Pengrajin menjual dengan harga yang relatif cukup terjangkau yaitu mulai dari ribuan rupiah hingga ratusan ribu. Produk dengan bentuk mini dijual berupa souvenir, yakni berupa guci mini, pot bunga mini, celengan, tempat lilin, tempat pensil, tempat lilin dan lain-lain sebagainya. Selain itu, kerajinan yang berukuran kecil juga terdapat barang berukuran besar contohnya seperti vas bunga, patung, tempat lampu, kursi, meja, tungku serta aneka barang yang ditawarkan.

4.3.3 Gambaran UMKM di Desa Kerajinan Panjangrejo

Desa Panjangrejo merupakan Sentra Kerajinan yang ada di Bantul terlepas dari benar atau tidaknya sejarah di Desa Panjangrejo sekarang sudah berkembang menjadi Desa penghasil gerabah yang dikenal luas oleh masyarakat dengan kualitas gerabahnya dan mampu menciptakan ratusan sampai berkali lipat kerajinan gerabah atas macam-macam produk yang ditawarkan.

a. Produk Unggulan

Kerajinan gerabah yang terdapat di Desa Panjangrejo antara lain yaitu terdapat guci, patung, vas bunga, tempat lilin, tempat listrik dan produk terakota lainnya. Khusus untuk tempat listrik terdapat beberapa model dan ukuran yang terdapat di Panjangrejo. Selain karena modelnya yang unik ukuran yang ditawarkan sangat beragam mulai dari kecil, sedang, dan besar. Salah satu contoh produk yang sering dicari oleh para wisatawan domestik sampai wisatawan mancanegara, yakni terdapat tempat lampu. Ditilik dari pertumbuhannya, finishing tempat lampu yang sering diterapkan di Panjangrejo ini adalah finishing alami. Proses pengemasan secara alami dimaksudkan dengan mengaplikasikan pewarna sebagai hasil akhir yang dipadukan sehingga dapat mempengaruhi penampilan akhir dari furniture tersebut. Sebab karena beragam motif yang

ditawarkan ini sehingga menjadi ciri khas kerajinan di Desa Panjangrejo.

Produk unggulan yang terdapat di Panjangrejo mampu memberikan kesan menarik bagi pelanggan karena varian yang ditawarkan cukup unik serta sentuhan mewah dan ciri khas dari gaya kontemporer. Tempat listrik ini memberikan kesan mewah sehingga banyak dicari wisatawan lokal begitu juga dengan turis asing sebab harganya yang bervariasi menyesuaikan dengan ukuran, model, dan kualitas bahan yang digunakan.

b. Produk Lainnya

Panjangrejo, bahkan tidak menciptakan tempat lampu saja. Tetapi ada berbagai macam produk lainnya, seperti terakota dan terdapat produk yang cukup hits di kalangan masyarakat yaitu guci. Guci yang ditawarkan cukup menarik dan menyajikan beberapa ukuran dari kecil, sedang, sampai ukuran besar. Guci dengan kesan glamour dan bling-bling memberikan kesan unik tersendiri bagi pembeli, material dekorasi yang melekat pada struktur dasar yang berbahan dasar tanah liat itu. Struktur dasar keramik yang telah dibakar selama belasan jam, kemudian dipercantik dengan tempelan material dekorasi berbahan kaca atau menghias dengan teknik jiplak menggunakan tanaman aesthetic sehingga banyak dicari oleh pembeli yang akan dijadikan dekorasi rumah guna menambah kesan unik dan mewah pada ruangan.

c. Harga

Berbagai produk keramik di Panjangrejo yaitu menawarkan dengan harga yang cukup bervariasi. Harga produk kerajinan dipasok dari harga Rp 4.000 sampai jutaan rupiah, tergantung proses pembuatan, ukuran, kualitas bahan, dan model dalam metode pembuatannya. Di sini produk yang dijual paling rendah harganya adalah souvenir dengan ukuran mini seperti asbak, gelas mini, pot mini, tempat lilin, dan cepuk. Harga yang ditawarkan dibanderol mulai dari Rp 3.000 sampai dengan Rp 15.000. Sementara itu

produk yang ditawarkan lainnya ada teko, piring hiasan, tempat listrik, dan guci dibanderol dengan harga relatif cukup tinggi mulai dari Rp 100.000 hingga mencapai jutaan rupiah. Sebab kualitas bahan yang digunakan cukup baik maka produk yang diciptakan memiliki kualitas terjamin yang terkenal berasal dari Desa Panjangrejo.

d. Pemasaran

Kerajinan yang terdapat di Panjangrejo sudah dikenal luas oleh banyak orang mulai dari masyarakat setempat sampai belahan dunia. Produk yang terjual mulai dari kota setempat, luar kota, luar Jawa sampai ke luar negeri. Tetapi kalau pemesanan luar negeri dipesan lewat agensi Kasongan. Pengrajin di Desa Panjangrejo sebagian hanya sebatas membuat produk dari tanah liat hingga proses pembakaran yang kemudian langsung di jual di Desa Kasongan Bantul yang merupakan desa kerajinan gerabah. Tetapi ada juga yang melakukan proses tersebut sampai selesai sehingga dapat memasarkan produk kepada pembeli secara langsung ataupun online.

Di Panjangrejo terdapat *showroom* sebuah wisata edukasi tempatnya berada di Dusun jetis. Konsep wisata dusun ini dikembangkan oleh *community* pariwisata berbasis komunitas, masyarakat merupakan pemilik begitu juga pemegang yang bertanggung jawab begitu juga *showroom* ini sudah diresmikan oleh bupati bantul.

Pada *Showroom* yang disediakan di Dusun Jetis, Panjangrejo, Pundong, Bantul ini bertujuan untuk memudahhi para pengrajin gerabah untuk terus berinovasi dan berkembang dengan memasarkan produknya lewat *showroom* ini. Di tempat yang sudah disediakan ini wisatawan bisa melakukan praktik mengolah tanah liat secara langsung dengan menuangkan berbagai ide kerajinan, selain itu bahan-bahan dan peralatan yang disediakan sudah komplet.

4.4 Profil Objek Penelitian

Dalam bab ini membahas mengenai 8 profil usaha UMKM pengrajin gerabah berdasarkan pemilihan atas peneliti lakukan dalam proses wawancara di Desa Wisata Panjangrejo, yaitu sebagai berikut:

1. GR Souvenir

GR Souvenir merupakan usaha milik pribadi yang sudah didirikan dari tahun 2009. Beralamat di Desa Jetis, Panjangrejo, Pundong, Bantul. GR Souvenir menerima pesanan sesuai dengan permintaan konsumen yang datang langsung ke toko ataupun dapat dipesan secara online, yakni menggunakan via whatsapp, website, dan marketplace. Pada proses pengerjaan pesanan dapat menghabiskan waktu paling singkat dua minggu sampai satu bulan lamanya. Para pelanggan berasal dari kota setempat sampai luar Jawa dengan memiliki 3 karyawan dengan 1 di bagian finishing dan 2 karyawan di bidang produksi.

Selain itu, GR Souvenir melakukan finishing sendiri yang disesuaikan dari pesanan pelanggan dan pada proses pembuatannya sering mengambil barang yang sudah jadi dari UMKM lainnya yang berada di daerah setempat.

Mengenai produk yang ditawarkan, yaitu kerajinan gerabah berupa souvenir pernikahan, souvenir wisuda, seperti mug mini, pot mini, teko mini, asbak karakter, cangkir dan vas bunga mini. Sistem pengantaran barang yang diterapkan dapat diantarkan secara langsung agar lebih terjamin keamanan dan kualitasnya ataupun disediakan pengiriman melalui pihak kargo.

2. Rasyid Ceramic

Rasyid Ceramic telah berdiri sejak tahun 1998. Beralamat di Desa Jetis, Panjangrejo, Pundong, Bantul. Rasyid Ceramic menerima pesanan sesuai dengan permintaan konsumen yang datang langsung ke toko ataupun dapat dipesan secara online, yakni menggunakan via whatsapp, website, dan marketplace. Sistem pengantaran barang yang diterapkan dapat diantarkan secara langsung agar lebih terjamin

keamanan dan kualitasnya ataupun disediakan pengiriman melalui pihak kargo.

Pada proses pengerjaan pesanan dapat menghabiskan waktu paling singkat dua minggu sampai satu bulan lamanya. Para pelanggan berasal dari kota setempat, luar kota, luar Jawa sampai ke luar negeri. Dengan memiliki 4 karyawan dengan 2 di bagian pengemasan produk dan 2 karyawan di bidang produksi.

Produk yang diciptakan yaitu produk yang berukuran besar, seperti vas bunga besar, kursi, meja, tempat lampu besar, tempat cuci tangan dan lain sebagainya. Sementara itu, produk yang berukuran kecil, seperti tempat lilin, pot bunga, teko, vas bunga, tempat lampu, celengan dan lain sebagainya.

3. Dasilan Ceramic

Dasilan Ceramic sudah berdiri sejak tahun 1983 atau bisa disebut juga usaha turun menurun. Lokasi Dasilan Ceramic terbilang strategis sebab, terletak di bagian depan sesudah gapura selamat datang di sentra industri keramik. Mekanisme pemesanan yang digunakan Dasilan Ceramic adalah Pre-Order (PO). Para pelanggan ada yang datang langsung ke rumah atau bisa juga langsung whatsapp kepada pengrajin. Biasanya pelanggan tersebut berasal dari Kasongan, Klaten, Purworejo dan Jakarta. Produk kerajinan yang dihasilkan berupa peralatan rumah tangga seperti teko, piring, cobek, cepuk, cangkir dan lain-lain.

Dasilan Ceramic memproduksi produknya dengan cara manual yaitu dengan menggunakan alat memutar dan dibentuk sesuai dengan gambar yang diinginkan pemesan. Selain itu, pengiriman barang juga disediakan oleh pengrajin dengan menyediakan jasa pengantaran produk yang sudah disediakan atau bisa juga menggunakan angkutan jasa kargo.

4. Dasilah Gerabah

Toko Ibu Dasilah merupakan usaha turun-temurun dari keluarga. telah didirikan dari tahun 1980. Mengenai barang-barang yang

ditawarkan mulai dari hiasan rumah dan peralatan dapur seperti guci, cangkir, asbak, vas bunga, pot bunga, teko, tempat makan burung dan lain sebagainya. Metode pemesanan yang dilakukan pelanggan dapat menghubungi langsung dengan cara nelfon atau bisa datang langsung ke tokonya. Semua produk yang dibuat secara manual dan mendetail.

Pada proses pengerjaan pesanan dapat menghabiskan waktu paling singkat dua minggu sampai satu bulan lamanya. Sistem pengantaran barang menggunakan kargo ataupun secara langsung juga disediakan agar barang terjamin dengan selamat.

5. Hilal Craft

Hilal Craft merupakan usaha turun temurun keluarga, beralamat di Desa Jetis, Panjangrejo, Pundong, Bantul yang telah didirikan mulai dari 2008. Mengenai produk yang ditawarkan berupa souvenir pernikahan, souvenir wisuda, seperti mug mini, pot karakter, teko mini, asbak karakter, tempat lilin, cangkir dan vas bunga mini. mengerjakan pesanan berdasarkan pesanan langsung ke toko, bisa juga menggunakan via whatsapp dan marketplace. Pada proses pengerjaan pesanan dapat menghabiskan waktu paling singkat dua minggu sampai satu bulan lamanya.

Selain itu, Hilal Craft melakukan finishing sendiri yang disesuaikan dari pesanan pelanggan dan pada proses pembuatannya sering mengambil barang yang sudah jadi dari UMKM lainnya yang berada di daerah setempat. Hilal Craft menerima pesanan sesuai dengan permintaan konsumen yang datang langsung ke toko ataupun dapat dipesan secara online, yakni dapat menggunakan via whatsapp, website, dan marketplace. Sedangkan pada proses pengerjaan pesanan dapat menghabiskan waktu paling singkat dua minggu sampai satu bulan lamanya.

6. Souvenir Djawa

Souvenir Djawa telah berdiri mulai dari tahun 2000. Beralamat di Desa Jetis, Panjangrejo, Pundong, Bantul. Souvenir Djawa menerima pesanan sesuai dengan permintaan konsumen yang datang langsung ke

toko ataupun dapat dipesan secara online, yakni menggunakan via whatsapp, website, dan marketplace. Sistem pengantaran barang yang diterapkan dapat diantarkan secara langsung agar lebih terjamin keamanan dan kualitasnya ataupun disediakan pengiriman melalui pihak kargo.

Mekanisme pemesanannya adalah pre-order dan harus terselesaikan dalam jangka waktu tertentu. Pengiriman Souvenir Djawa sudah sampai luar daerah seperti Jepara, Kediri, Purwodadi, Purwakarta, Cilacap, Malang, Semarang, Banten, Kasongan, sampai ke luar pulau dan masih banyak lagi.

7. Anindya Souvenir

Anindya Souvenir telah berdiri sejak tahun 2001. Beralamat di Desa Jetis, Panjangrejo, Pundong, Bantul. Anindya Souvenir menyelesaikan pesanan berdasarkan permintaan langsung ke toko, dan bisa juga menggunakan via whatsapp, website, serta marketplace.

Selain itu, pada proses pengerjaan pesanan dapat menghabiskan waktu paling singkat dua minggu sampai satu bulan lamanya. Para pelanggan berasal dari kota setempat sampai luar Jawa dengan memiliki 3 karyawan dengan 1 di bagian finishing dan 2 karyawan di bidang produksi.

Produk yang dihasilkan yaitu produk berupa souvenir pernikahan ataupun souvenir wisuda contoh produknya seperti gelas, pot kecil, teko kecil, cempuk, cangkir dan vas bunga kecil. Sistem pengantaran barang yang diterapkan dapat diantarkan secara langsung agar lebih terjamin keamanan dan kualitasnya ataupun disediakan pengiriman melalui pihak kargo.

8. HL Souvenir

HL Souvenir merupakan usaha turun-temurun dari keluarga yang telah didirikan dari tahun 2008. Pada proses pengerjaan pesanan dapat menghabiskan waktu paling singkat dua minggu sampai satu bulan lamanya. Sistem pengantaran barang menggunakan kargo ataupun secara langsung juga disediakan agar barang terjamin dengan selamat.

Mekanisme pemesanannya adalah pre-order dan harus terselesaikan dalam jangka waktu tertentu. Pengiriman HL Souvenir sudah sampai luar daerah, seperti Klaten, Kudus, Boyolali, Jakarta, Magelang sampai ke luar pulau dari Lampung, Palembang dan masih banyak lagi.

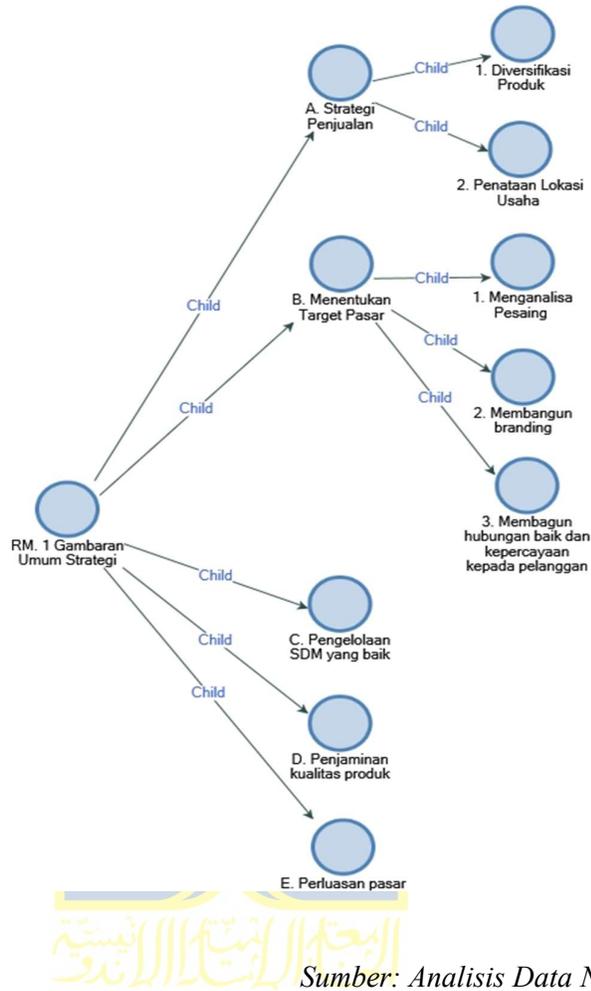
Produk yang dihasilkan yaitu produk berupa souvenir pernikahan, souvenir wisuda, souvenir ulang tahun, seperti mug karakter, pot mini, tempat pensil, teko mini, asbak karakter, cangkir, tempat lilin dan lain sebagainya.

4.5 Gambaran Umum Strategi yang diterapkan

Gambaran umum strategi yang ditekankan para UMKM pengrajin gerabah Desa Wisata Panjangrejo, berikut gambar dari *analytical maps* mengenai Gambaran umum strategi:



Gambar 4. 6 Analytical Map Gambaran Umum Strategi



4.5.1 Strategi Penjualan

Berdasarkan Strategi yang ditekankan pada penjualan di Desa Panjangrejo, antara lain sebagai berikut:

a. Diversifikasi Produk

Proses dalam memperluas penjualan produk untuk menarik minat konsumen dengan menciptakan produk-produk baru. Para UMKM yang berada di Desa Panjangrejo memiliki strategi menawarkan produk dengan memberikan manfaat yang didapat contohnya, seperti produk rumah tangga, mulai dari bahan baku tanah liat, ataupun gerabah dan non gerabah.

Harga yang ditawarkan pengrajin cukup beragam ada yang standar sampai diharga yang cukup fantastis. Melalui dengan harga barang tersebut ditepatkan sesuai dengan ukuran, bahan, dan kerumitan model pada produk tersebut. Meskipun demikian harga barang tersebut sudah termasuk murah, karena pengrajin tangan pertama yang membuat produk tanpa orang kedua sehingga harga yang ditawarkan cukup terjangkau.

b. Penataan lokasi usaha

Terletak di posisi strategis pada industri keramik terdapat di Panjangrejo yang merupakan Desa penghasil gerabah dikenal luas oleh masyarakat dengan kualitas gerabahnya yang berkualitas dan ekonomis. Pelanggan yang berkunjung dapat melihat dan memesan produk yang diinginkan dengan harga yang relatif murah, tetapi kualitas barang yang memuaskan.

4.5.2 Menentukan Target Pasar

a. Analisis pesaing

Melakukan analisis persaingan merupakan hal terpenting bagi industri agar dapat bersaing serta mampu disoroti produk unggulan yang diciptakan. Manfaat dilakukannya analisis pesaing berguna untuk mengetahui kekurangan dari pesaing, mengenai kondisi yang dianggap kurang tepat dapat diperbaiki sehingga dapat mencapai titik sempurna. Salah satu contoh kecil yang dapat mempengaruhi, yaitu komunikasi kepada pelanggan. Penyampaian komunikasi yang tepat dapat membuat pelanggan tertarik, ini salah satu kunci utama yang akan memberikan dampak bagi penjualan produk. Maka dari itu perlunya untuk membuat inovasi baru dengan mengembangkan produk yang dimiliki agar lebih menarik dari pesaing.

b. Membangun branding

Dalam meningkatkan branding ditekankan agar dapat memberikan daya tarik dan membangun loyalitas terhadap produk yang ditawarkan, jika sudah mempunyai ciri khas produk yang dikenal luas oleh konsumen maka dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat dan memudahkan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan. Tahap yang perlu dilakukan pada beberapa pengrajin gerabah yang ada di Desa Panjangrejo, yakni dengan memperkenalkan produk logo sebagai tanda identitas agar menjadi pembeda dengan pesaing lain contoh dengan mencantumkan nama toko atau logo lengkap dengan nomor kontak, nama *marketplace* dan sosial media yang bisa dijangkau (TW, 2023).

c. Menciptakan interaksi baik dan keyakinan pada konsumen

Meningkatkan interaksi yang baik pada konsumen adalah kunci keberhasilan agar pelanggan merasa tetap nyaman, hal ini akan membantu mengevaluasi dan meningkatkan penjualan produk. Salah satu perbaikan yang dapat ditingkatkan melalui kepercayaan pelanggan, yakni menerima masukan atau komplain dari pelanggan dengan bijak. Kegiatan ini dapat dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan sehingga memberikan kemudahan berinteraksi (RB, 2023).

4.5.3 Pengelolaan SDM yang baik

Pengelolaan dalam meningkatkan sasaran penjualan penting untuk ditekankan agar dapat mencapai hasil yang diinginkan, yakni seperti dilakukannya *planning* setelah menerima pesanan, maka diusahakan penargetan barang benar-benar siap sebelum seminggu barang dikirim agar dapat dilakukan pengecekan barang terlebih dahulu sebelum pengiriman.

“Selama ini tidak ada kendala karena kerjasamanya sudah lama bertahun-tahun, kalau komplain itu ada karena memang ini barang pecah belah. Apalagi kalo berurusan sama orang luar itu barangnya harus bagus, jadi konsekuensinya kalau ada barang yang rusak saya ganti” (AR, 2023).

4.5.4 Penjaminan Kualitas Produk

Dalam upaya mengelola produk yang berkualitas ada bagian yang perlu diperhatikan mengenai ketelatenan serta pengecekan produk yang akan dikirimkan melalui pihak ekspedisi. Sebelum dikirimkan ke konsumen maka penting untuk melakukan pengecekan terlebih dahulu dan menjamin penataan barang yang aman agar kondisi produk yang dihasilkan tetap terjamin saat diterima oleh konsumen (HA, 2023).

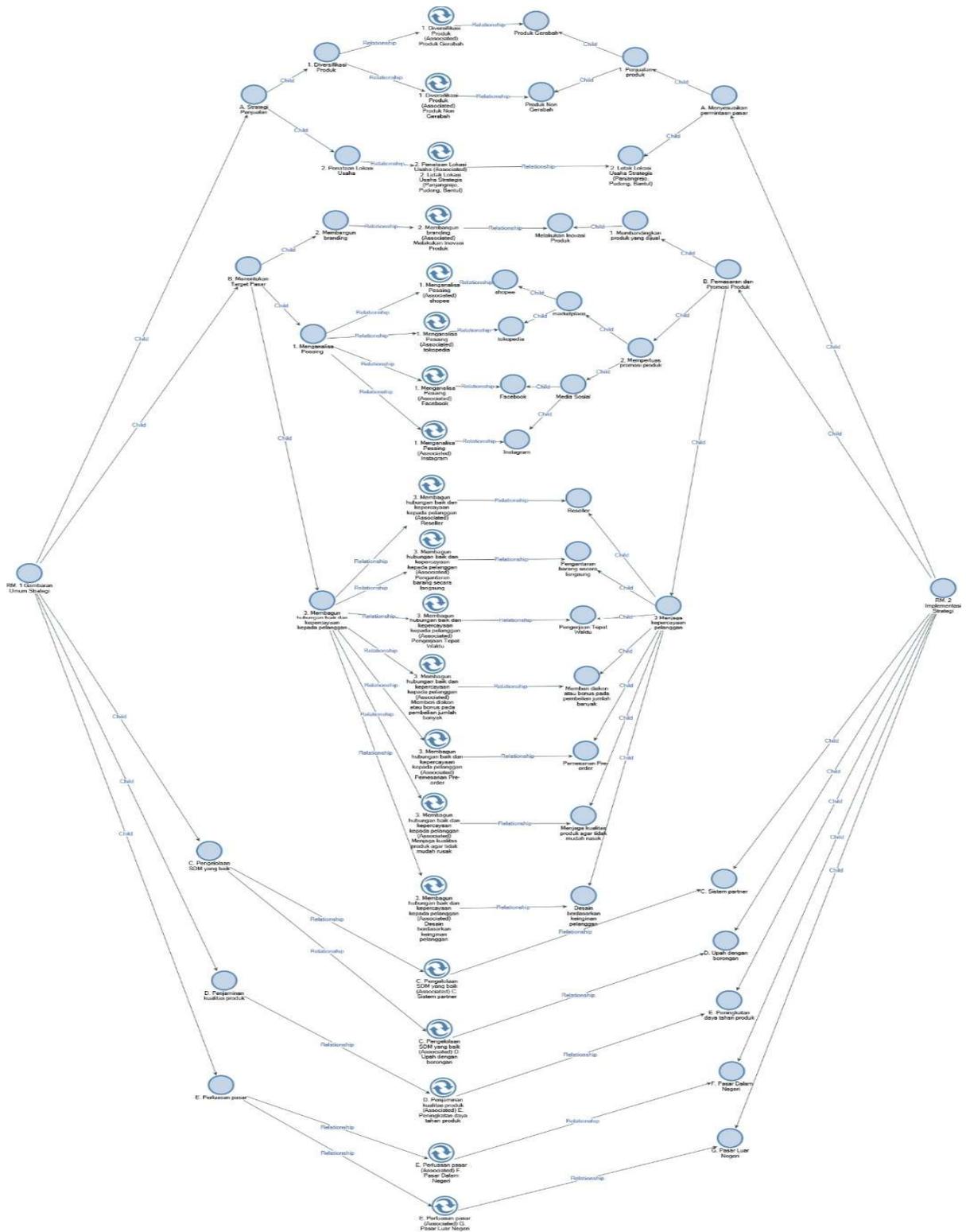
4.5.5 Perluasan Pasar

Membangun strategi atas memperluas pasar dapat meningkat jika dikelola secara inovatif dan profesional, dengan bertujuan untuk mengoptimalkan profitabilitas yang akan dihasilkan. Sehingga pendapatan yang didapatkan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, tetapi juga memiliki manfaat sebagai kebutuhan investasi di masa depan.

4.6 Pengimplementasian Strategi

Mengenai gambaran umum strategi yang ditekankan para UMKM pengrajin gerabah Desa Wisata Panjanglejo, implementasi strategi merupakan proses dalam menentukan rencana yang akan diwujudkan atas kebijakan pada masing-masing strategi untuk mencapai tujuan dari beberapa UMKM. Berikut gambaran strategi dalam pembahasan yang berhubungan dengan pengimplementasian strategi:

Gambar 4. 7 Analytical Map Gambaran Strategi dan Implementasi



4.6.1 Menyesuaikan Permintaan Pasar

a. Penjualan Produk

Beragam produk kerajinan yang ditawarkan UMKM di Desa Panjangrejo memiliki kualitas produk yang unggul dan harga relatif lebih ekonomis karena pembuat dari tangan pertama, sebagian pengrajin membuat produk setengah jadi kemudian langsung dijual di Desa Kasongan Bantul yang merupakan desa kerajinan gerabah. Penjualan produk nantinya akan dilakukan baik secara *offline* maupun *online* dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan media sosial lainnya.

1) Produk Gerabah

Berbagai ragam kerajinan yang ditawarkan, yakni berbahan dasar tanah liat, mengenai bentuknya terbagi menjadi berbagai macam ukuran mulai dari yang besar, sedang, sampai ukuran mini. Pemesanan bisa *request* sesuai dengan keinginan, ukuran model, dan warna yang diinginkan.

Salah satu UMKM ada yang menawarkan produk hanya berukuran sedang hingga besar, produk gerabah yang ditawarkan adalah teko, vas bunga, guci, tempat lampu, meja, kursi (DH, 2023).

Selanjutnya, ada juga pelaku UMKM yang khusus menawarkan produk dengan ukuran mini, seperti untuk souvenir pernikahan, souvenir wisuda, dan souvenir ulang tahun, misalnya ada mug karakter, asbak karakter, vas karakter, pot karakter, tempat pensil, tempat lili, cangkir karakter dan masih banyak lagi (HA,2023).

Selain itu, ada juga pelaku UMKM yang mengirimkan barangnya untuk diekspor ke luar negeri, pemesanan barang yang akan diekspor melalui agensi Kasongan dengan kualitas barang yang dibuat harus bagus (AR, 2023).

2) Produk Non Gerabah

Pada produk non gerabah yang ditawarkan para pengrajin di Panjanglejo kebanyakan dikategorikan sebagai produk kebutuhan rumah tangga dan untuk souvenir ulang tahun, pernikahan, wisuda, haji dan lain sebagainya, yakni contoh produk yang ditawarkan seperti talenan, set alat makan, centong, botol, tasbih, mangkuk, dan lain sebagainya (HA, 2023).

b. Letak Usaha Strategi

UMKM Pengrajin Gerabah di Desa Panjanglejo berlokasi sangat strategis yang cocok dijadikan untuk mengembangkan serta meningkatkan usaha kerajinan karena sejalan dengan arah menuju pantai wisata Parangtritis. Desa Panjanglejo merupakan desa yang terkenal dengan industri kerajinan keramik yang berlokasi di Yogyakarta tepatnya di Pedukuhan Jetis, Desa Panjanglejo Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul. Dengan berbagai macam produk yang ditawarkan, diharapkan pengunjung yang datang dapat tertarik dengan produk kerajinan atau sekedar belajar melakukan kreasi kerajinan dari tanah liat.

4.6.2 Pemasaran dan Promosi Produk

a. Memperbandingkan produk yang dijual dan meningkatkan Inovasi Produk

Strategi yang perlu dilakukan dalam menganalisis pesaing ditekankan penting agar diperhatikan, yakni seperti menganalisis perbandingan antara produk yang diciptakan dengan produk pesaing. Manfaat dilakukannya analisis pesaing berguna untuk mengetahui kekurangan dari pesaing, mengenai kondisi yang dianggap kurang tepat dapat diperbaiki sehingga dapat mencapai kesempurnaan produk. Dengan menciptakan produk yang lebih menarik dan berkualitas mampu memberikan penilaian tersendiri bagi konsumen yang dapat memberikan kepuasan sehingga percaya dengan produk yang ditawarkan (RB, 2023)

Selain itu, memperbandingkan produk, mengeluarkan varian dari banyak warna juga berpengaruh terhadap inovasi suatu produk, agar produk yang dikembangkan dapat menarik perhatian konsumen serta mampu menarik konsumen baru. Strategi mengeluarkan model produk terbaru untuk memperbaiki produk lama dan menambah produk baru agar tetap dapat mengikuti perkembangan tren (HA, 2023).

b. Memperluas promosi produk

1) Showroom

Sebagian produk kerajinan yang di pajang akan ditawarkan kembali dan didistribusikan di showroom masing-masing *reseller*. *Showroom* ini mewadahi para pengrajin gerabah untuk memasarkan produknya. Dengan fasilitas tersebut diharapkan akan meningkatkan perkembangan kerajinan gerabah di Panjanglejo.

2) Pelatihan Tanah Liat

Dalam pembuatan produk kerajinan membutuhkan teknik dan kesabaran agar menghasilkan suatu produk yang unik. Masyarakat di Desa Panjanglejo sebagian

besar pengrajin paham akan cara atau teknik dalam pembentukan produk, serta mampu menciptakan berbagai kreasi yang akan diajarkan bagi wisatawan agar paham secara tepat bagaimana proses pembuatan. Selain itu, wisatawan juga mengetahui cara pembuatan kerajinan gerabah dengan cara mencetak dan mengecat, serta hasil kerajinan yang dibuat dapat dibawa pulang (HA, 2023).

3) Social Media

Promosi yang dijalankan bagi pelaku UMKM kerajinan keramik di Desa Wisata Panjangrejo dapat diakses melalui sosial media, misalnya ada *website*, *whatsapp*, *facebook*, dan *instagram*. Penjualan yang paling banyak didapat jika di bandingkan pemesan datang dari *whatsapp* dan *facebook* karena mudah dijangkau bagi masyarakat luas.

c. Menjaga Kepercayaan Pelanggan

1) Pre Order (PO)

Pre-Order merupakan proses berbelanja produk di mana pemesan akan menerima barang sesuai dengan waktu yang ditetapkan, sebelumnya penjual akan meminta sejumlah uang terlebih dahulu sebagai bukti jaminan, setelah waktu yang telah diperkirakan sudah jadi maka barang tersebut bisa diterima oleh pemesan. Di Desa Panjangrejo ini umumnya menerima pemesanan produk dalam jumlah yang banyak sehingga memerlukan waktu antara dua minggu hingga satu bulan lamanya.

Rata-rata dari UMKM di Desa Panjangrejo dalam mengerjakan produk pesanan yang masuk yaitu harus

pre order terlebih dahulu, karena produk yang ada dalam berbagai bentuk, sehingga memerlukan waktu dalam proses pengerjaan produk dalam pemesanan yang besar.

“Mekanisme pemesanan barang di tempat saya harus pre order terlebih dahulu, karena proses pengerjaan dengan pemesanan yang cukup besar rata-rata paling tidak gerabah itu 30 hari” (TW, 2023).

Dengan adanya metode pre order untuk menghasilkan barang yang berkualitas begitu juga dapat meningkatkan penjualan dan antusiasme pelanggan atas produk yang dipesan.

2) Reseller

Pada pemasaran barangnya, tiap masing-masing pengrajin UMKM ada yang mempunyai penyuplai dengan mendirikan kios-kios yang terdapat di luar kota maupun luar pulau, dan terdapat juga mahasiswi yang berada di daerah setempat ikut memesan dan mempromosikan produk UMKM dengan menggunakan *marketplace* ataupun media sosial. Reseller adalah orang yang membeli barang dari beberapa pihak yang lebih murah, kemudian dijual kembali dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan harga awalnya.

“Berdasarkan pesanan dari reseller mbak, Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi, nanti dipromosikan lewat facebook, instagram, bahkan jualan di shopee banyak itu mbak mahasiswa di daerah sini” (SN, 2023).

3) Pemilihan warna dan desain oleh pelanggan

Dalam memberikan kepuasan serta menjaga kepercayaan pelanggan, maka diperlukan untuk

memberikan suatu kebebasan misalnya dengan memberikan penawaran untuk memilih warna dan desain produk yang diinginkan.

“Kalau pelanggan dari saya itu berdasarkan keinginan yang diminta mbak, nanti saya buat contoh satu produk dulu kalau nanti merasa sudah cocok disetujui nanti lanjut pembuatannya. Sedangkan untuk warna cat yang diinginkan dari pesanan lokal itu produk dengan warna-warna yang terang” (DN, 2023).

4) Pengantaran barang secara langsung

Selain menyediakan pengantaran produk melalui pihak online, pengiriman produk secara langsung juga disediakan. Menyediakan sistem pengiriman produk secara langsung dalam proses jual beli, seperti yang diterapkan oleh pengrajin UMKM yang terdapat di Desa Panjnagrejo tentunya akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang akan berdampak pada perkembangan bisnis yang dijalankan karena lebih cepat dan aman (RB, 2023).

5) Pengerjaan tepat waktu

Pada pengerjaan suatu produk rata-rata dari UMKM memberikan jangka waktu pengerjaan selama dua sampai satu bulan lamanya agar target terpenuhi. Terdapat juga sebagian yang memberikan waktu pre order sampai satu bulan, namun untuk pengerjaan souvenir dengan jumlah yang relatif banyak.

“Selama ini tidak ada, alhamdulillah tepat waktu. Karena yang jadi kendala itu musim kalo lagi musim hujan pemesan maunya cepet jadi ya saya

dan karyawan kerja ekstra. Makanya suka saya kasih tahu sama yang mesan pokoknya kalau mau mesan harus jauh hari sebelumnya biar saya bisa ngontrol persiapan” (AR, 2023).

4.6.3 Pembagian Shift

Pada pengimplementasian strategi atas pengendalian SDM yang tepat dibutuhkan dengan diperlakukannya shift kerja yang merupakan sistem kerja bergantian dengan dilakukan beberapa orang per hari, biasanya dibagi atas kerja pagi, sore dan malam dalam mengerjakan kewajibannya. Karyawan yang bekerja dengan jam kerja tidak berlebihan akan memberikan kinerja yang lebih baik karena mempunyai pengaturan jam kerja yang tepat. Pada salah satu pengrajin UMKM di Desa Panjangrejo, misalnya ada yang sedang beristirahat maka yang lainnya bergantian menjaga (HA, 2023).

4.6.4 Spesialisasi Keahlian

Pengimplementasian strategi pengendalian SDM yang tepat diperlukan dengan adanya pembagian keahlian pada pengrajin dalam proses suatu produksi, maka dengan adanya sistem pembagian ini akan memudahkan karyawan untuk menjalankan pekerjaannya. Selain dapat memanfaatkan keahlian para karyawan upaya ini juga dapat mengarahkan keahlian karyawan dengan lebih efisien dan mengurangi kesalahan dalam pekerjaannya. Kebanyakan pengelompokan pekerjaan yang dilakukan oleh karyawan ada dua macam yaitu bagian finishing dan produksi (SN, 2023).

4.6.5 Pengecekan Produk secara berkala selama Produksi

Pemeriksaan produk dilakukan secara bertahap guna menjaga keutamaan produk itu sendiri sebagai langkah pencegahan yang bertujuan untuk mengurangi atau bahkan menghindari kerusakan dari barang yang akan di produksi. Pada salah satu pengrajin UMKM

di Desa Panjangrejo, melakukan pengecekan produk pada waktu pembakaran sangat diperlukan untuk mengetahui dan memisahkan barang yang pecah sehingga barang yang pecah dapat disortir terlebih dahulu (DH, 2023).

4.6.6 Penjagaan Kualitas Produk

Pengimplementasian atas strategi penjagaan kualitas produk adalah mengontrol penjaminan kualitas produk, yaitu dikerjakan berdasarkan upaya yang perlu diperhatikan, yakni antara lain:

1) Pembuatan adonan bahan baku yang benar

Penggabungan dalam pembentukan produk yang tepat dan benar akan berpengaruh penting pada hasil kualitas produk. Selanjutnya, perlu diperhatikan bahwa dalam proses pembuatan jika terdapat kesalahan dalam pencampuran bahan, maka hasilnya akan berpengaruh pada barang yang kurang berkualitas. Bahan utama yang diperlukan dalam pembuatan kerajinan keramik, yakni berbahan dasar tanah liat dan pasir yang bertekstur lembut mengenai cara mengadoninya diharapkan sesuai takaran. Pencampuran adonan bahan baku yang sudah dipersiapkan sebelumnya diolah menggunakan mesin agar mudah diolah. Apabila pada proses pencampurannya hanya menggunakan tanah liat saja, maka akan menghasilkan produk menjadi mudah pecah begitu juga pada proses pengerjaannya dilakukan secara memutar agar dapat dibentuk dengan mudah. Jadi perlu adanya teknik pencampuran yang tepat agar pada saat proses pembakaran tidak mudah pecah (DN, 2023).

2) Pengaturan waktu penjemuran yang pas

Proses penetapan waktu penjemuran pada waktu yang sudah ditentukan adalah suatu hal penting yang perlu diperhatikan, maka memperhitungkan waktu penjemuran

gerabah setelah proses pembakaran itu sangat berpengaruh pada hasil suatu produk. Terutama dalam proses penyusunan yang tepat pada waktu penjemuran bagian terpenting adalah gerabah kering terkena cahaya matahari. Sehingga memerlukan cara untuk mengakalnya yaitu dengan mengangin-anginkan produk. Jika produk belum kering sempurna, maka dapat mempengaruhi kualitas produk yang dapat mengakibatkan cacatnya suatu produk. (DH, 2023).

3) Pemilihan cat yang berkualitas

Sebelumnya terdapat tahap dalam penetapan adonan bahan baku, penjemuran dan pembakaran yang selanjutnya ada pada tahapan akhir, yaitu bagian finishing. Pada tahap finishing mencakup pada bagian pengecatan produk untuk meningkatkan efek estetikanya serta mempengaruhi daya tarik dari suatu produk yang ditawarkan. Penentuan warna cat yang berkualitas atau mahal dapat memberikan dampak efektif pada keawetan warna produk yang ditawarkan, sehingga tidak mengubah warna dan tetap awet (SN, 2023).

4.6.7 Penanganan langsung oleh pemilik

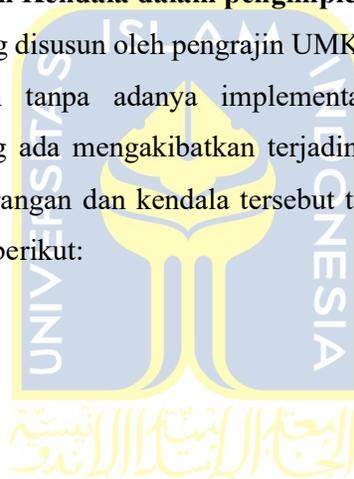
Jika terdapat kesulitan pada proses produksi atau tahapan akhir, seperti proses finishing maka akan segera ditangani oleh para pengrajin UMKM di Desa Panjangrejo. Misalnya, seperti pemilik melakukan pengamatan secara berkala pada tahap pembuatan produk, jika ada yang telat melakukan pekerjaan maka akan ditangani langsung dengan cara mempertanyakan mengapa produk lama dalam penyelesaiannya. Model ini sangat efektif untuk diterapkan karena terdapat sistem pengamatan secara langsung yang akan memberikan kesadaran para karyawan untuk tetap giat bekerja. (RB, 2023).

4.6.8 Pasar dalam dan luar negeri

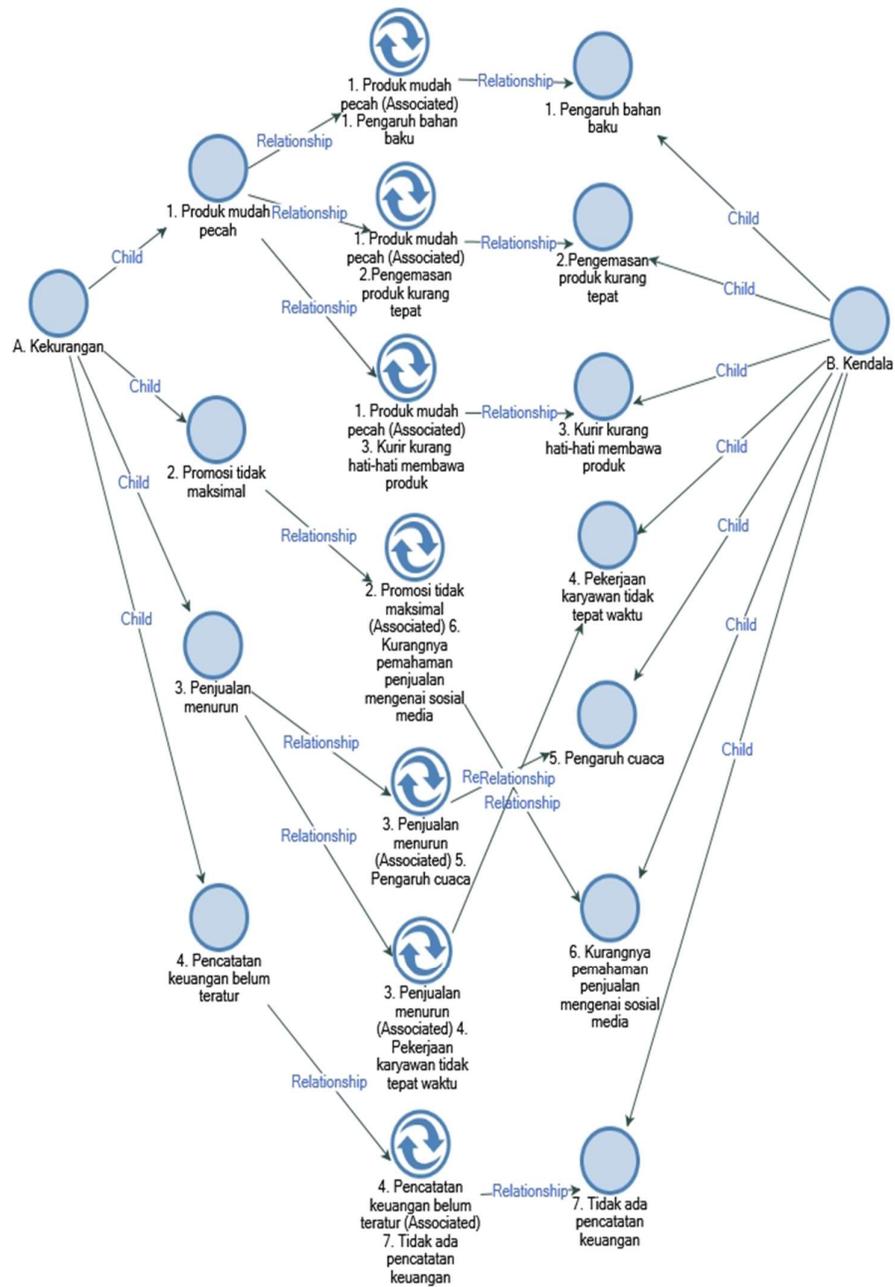
Hubungan pasar yang ditekankan produk keramik ini tidak hanya sebatas dalam negeri (baik berasal dari dalam ataupun luar kota). Manfaat atas pemasaran yang dikirimkan ke luar kota sampai ke bagian pulau Jawa, begitu juga Jawa, seperti Sumatra dan Kalimantan. Pemasaran yang dijalankan pengrajin gerabah di Desa Panjangrejo terdapat penjualan sampai ke luar negeri, di mana bekerja sama dengan agensi Kasongan, seperti produk yang dihasilkan dari Rasyid Ceramic, toko ini mengirim barang atas pesanan berasal dari Australia dan Amerika.

4.7 Kekurangan dan Kendala dalam pengimplementasian strategi

Strategi yang disusun oleh pengrajin UMKM tidak akan mencapai target yang ditetapkan tanpa adanya implementasi yang efektif. Mengenai kekurangan yang ada mengakibatkan terjadinya kendala dalam mengelola usahanya. Kekurangan dan kendala tersebut terdapat dalam gambaran peta analisis sebagai berikut:



Gambar 4. 8 Analytical Map Kekurangan dan Kendala



Sumber: Analisis Data Nvivo (2023)

4.7.1 Kekurangan

Pada setiap implementasi strategi akan ditemukan kekurangan yang akan menghambat dalam proses kegiatan pelaksanaannya, berikut

ini merupakan bentuk-bentuk kekurangan yang terdapat pada UMKM di Desa Wisata Panjangrejo:

a. Produk mudah pecah

Produk gerabah salah satu produk yang sifatnya mudah pecah sehingga diperlukan untuk memilih bahan baku, seperti tanah liat, cat dan waktu pengeringan yang tepat dan berkualitas agar produk yang dihasilkan tidak mudah pecah. Maka jika terjadi musim penghujan akibatnya tidak ada sinar matahari sehingga diangin-anginkan di dalam ruangan saja tidak cukup, maka produk yang dihasilkan kurang berkualitas dan mudah pecah (HA, 2023).

b. Promosi tidak maksimal

Pentingnya untuk menekankan promosi penjualan yang akan meningkatkan pendapatan. Akan tetapi, masih banyak pelaku UMKM Desa Wisata Panjangrejo tidak memahami target akibatnya belum mampu memanfaatkan promosi sebagai media untuk berkembangnya produk. Rata-rata dari pelaku UMKM hanya menciptakan saja, tetapi tidak mampu melaksanakan dengan tepat mengenai penjualan produk karena keterbatasan pengetahuan (DN, 2023).

c. Penjualan menurun

Terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia Tahun 2020 yang lalu, pernah membuat perekonomian Indonesia semakin memburuk karena pembatasan kegiatan serta pemberlakuan PSBB yang mengakibatkan usaha para pelaku UMKM kerajinan gerabah Desa Panjangrejo mengalami penurunan pendapatan yang sangat drastis. Akibatnya, sampai saat ini pemasukan dari pesanan konsumen masih cukup berdampak.

“Ada yang ratusan sampai ribuan kalo waktu banyak pesanan. Karena ada pandemi itu jadi turun sampai sekarang sangat

berpengaruh bagi pengrajin dan sekarang sudah merangkak sedikit-sedikit” (AR, 2023).

“Setelah terjadinya covid itu tidak mesti kadang sebulan 2 kali menerima pesanan yang paling banyak rata-rata asbak 100 pcs, pot bunga 100 pcs, guci 100 pcs, teko 100 pcs” (DH, 2023).

d. Pencatatan keuangan belum teratur

Dalam pencatatan keuangan berperan penting agar mengetahui secara otomatis rincian pendapatan yang masuk dan keluar, namun jika pencatatan tersebut tidak dicatatkan dengan tepat maka akan berdampak buruk pada keberlanjutan bisnis yang dijalankan. Banyak dari UMKM di Desa Panjangrejo ini belum mencatatkan pendapatannya karena belum paham akan manfaat pencatatan tersebut.

“Untuk pencatatan keuangan tidak ada, dulu ada pelatihan seperti itu dan saya coba terapkan tetapi sekarang sudah tidak mbak sibuk buat produk” (SB, 2023).

“Saya kira-kira saja mbak terus uangnya saya simpan dulu sebagian nanti saya buat beli bahan baku, untuk ngecet berapa, bayar karyawan juga, nanti dihitung jumlahnya untuk keuntungannya harga jualnya dilebihkan dari biaya produksinya itu” (SN, 2023).

Terdapat rata-rata dari UMKM tidak mencatat keuangan pendapatan yang memadai dan banyak pelaku UMKM yang masih menggabung mengenai pencatatan pengeluaran, pencatatan laporan keuangan serta keuangan kebutuhan individu, terdapat juga ada yang tidak menerapkan laporan keuangan secara keseluruhannya.

4.7.2 Kendala

Pada bagian ini peneliti akan membahas kendala yang sudah didapatkan sehingga untuk mempermudah dalam proses penjelasan pengimplementasian strategi UMKM di Desa Wisata Panjangrejo. Peneliti akan menunjukkan *Analytical Map* yang berhubungan mengenai kekurangan dan kendala yang merupakan hasil dari olah data Nvivo. Berikut ini *Analytical Map* serta penjelasan kendala yang sudah didapatkan:

a. Pengaruh bahan baku

Dengan demikian, untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas ada beberapa UMKM memperoleh bahan baku dengan memesan di daerah yang sudah menjadi langganan, yaitu berada di Desa Kasongan. Dengan adanya teknik pencampuran yang tepat sangat mempengaruhi agar pada saat proses pembakaran tidak mudah pecah dan produk yang dihasilkan berkualitas (DN, 2023).

Kemudian pemeriksaan pada proses penataan barang di kardus yang tepat juga perlu diperhatikan agar produk tetap aman waktu pengiriman, selanjutnya agar menghindari komplain dari pelanggan karena produk yang diterima kurang sesuai.

b. Pengemasan produk kurang tepat

Akibat penataan produk waktu pengiriman yang kurang tepat dalam proses pengiriman barang jumlah banyak dengan memasukkan produk ke dalam kardus dapat memberikan dampak kerusakan yang dapat mengakibatkan cacatnya produk pada waktu proses pengiriman jika tidak diaplikasikan dengan teliti. Sebelumnya para pengrajin pada proses tersebut memberikan jerami di sela-sela produk atau bubble wrap agar produk tetap aman waktu pengiriman, akan tetapi masih terdapat beberapa konsumen komplain akibat produk yang diterima terjadi kerusakan (DN, 2023).

c. Kurir kurang hati-hati membawa produk

Proses pengiriman produk kerajinan gerabah ini sebagian besar memanfaatkan ekspedisi melalui pengiriman dengan menggunakan kargo. Terdapat beberapa konsumen komplain akibat barang yang diterima cacat atau pecah, sehingga kemungkinan yang sering terjadi akibat kurang hati-hatinya kurir waktu membawa produk (SB, 2023).

d. Pekerjaan karyawan tidak tepat waktu

Kendala yang dialami UMKM Desa Panjangrejo dalam mengerjakan karyawannya, yakni berangkat kerja tidak tepat waktu dengan alasan menghadiri kegiatan yang tidak mendesak, sehingga mempengaruhi prosedur pada saat produksi (TW, 2023).

Pada akhirnya, jika terjadi keterlambatan karyawan dalam bekerja akan mengakibatkan telatnya pengiriman barang sedangkan, sebelumnya sudah diatur untuk produksi barang dalam jangka waktu yang sudah direncanakan.

e. Pengaruh cuaca

Hambatan yang harus diperhatikan yaitu pada saat terjadi musim hujan di mana akan mempengaruhi kualitas produk begitu juga hasil produk yang susah kering, maka produk akan dinilai mudah pecah. Pada pembuatan produk gerabah kendala yang sering dihadapi para pengrajin yaitu mengenai musim hujan karena tidak ada panas matahari sehingga proses pembuatan produknya menjadi lama (SN, 2023).

f. Kurangnya pemahaman UMKM mengenai social media

Terbatasnya pengetahuan dan skill dalam memanfaatkan sosial media menyebabkan pelaku UMKM Desa Wisata Panjangrejo tidak dapat memperluas jangkauan pasarnya. Didapati atas minimnya perhatian pemerintah terhadap UMKM melalui pengenalan

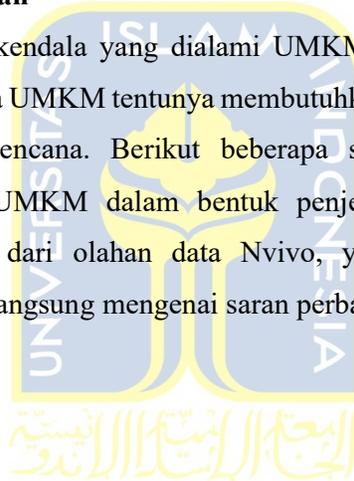
digitalisasi dan sosial media sebagai sarana promosi masih kurang diperhatikan. Sehingga menyebabkan pelaku UMKM sebatas melakukan penjualan secara langsung (DN, 2023).

g. Tidak ada pencatatan keuangan

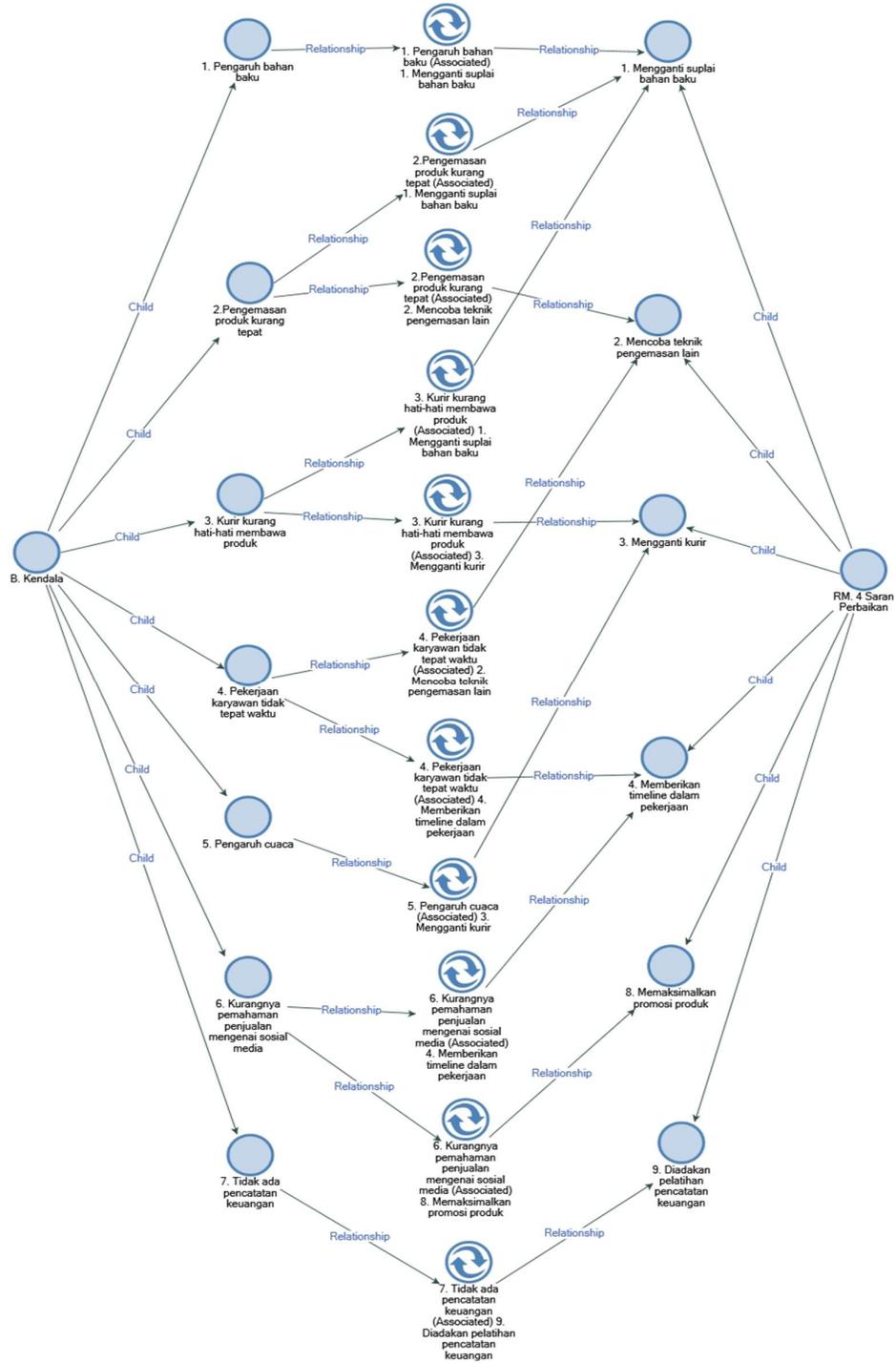
Disebabkan karena minimnya pengetahuan dan minat pengrajin di Desa Wisata Panjangrejo, menjadikan kegiatan pencatatan keuangan sebagai sesuatu yang repot (TW, 2023). Hal ini yang kemudian membuat pengrajin tidak dapat mengamati proses terjadinya kenaikan atau kerugian selama proses penjualan.

4.8 Sarana Perbaikan

Berdasarkan kendala yang dialami UMKM dalam pengimplementasian strategi, maka para UMKM tentunya membutuhkan solusi agar bisnisnya dapat berjalan sesuai rencana. Berikut beberapa saran perbaikan yang dapat dijalankan para UMKM dalam bentuk penjelasan Analytical Map yang merupakan hasil dari olahan data Nvivo, yang berfungsi menunjukkan hubungan secara langsung mengenai saran perbaikan dengan kendala.



Gambar 4. 9 Analytical Map Kendala dan Saran Perbaikan



Sumber: Analisis Data Nvivo (2023)

a. Mengganti suplai bahan baku

Dalam menjaga kualitas produk, gerabah merupakan barang yang sifatnya mudah pecah. Pentingnya para UMKM tetap memperhatikan dengan menjaga kualitas produk melalui cara pemilihan bahan baku berkualitas agar produk yang dihasilkan tidak mudah pecah waktu digunakan. Maka dari itu pelanggan dapat dengan puas mendapat produk yang berkualitas.

Bersamaan dengan adanya perkembangan bisnis industri, terdapat berbagai produk baru yang diproduksi oleh masing-masing pelaku usaha tentu harus ada inovasi dan keunikan tersendiri untuk menjadi pembeda agar konsumen tertarik untuk membelinya. Biasanya para pelaku UMKM dapat berinovasi dengan menciptakan produk dengan mengeluarkan model terbaru atau dapat juga menerima request dari konsumen misalnya mulai dari pemilihan warna, model dan ukuran produk. Dengan begitu konsumen akan merasa terpenuhi keinginannya sehingga mampu meningkatkan penjualan produk baru.

b. Memaksimalkan teknik pengemasan

Seiring dengan perkembangan teknologi, pengemasan dengan menggunakan berbagai desain mampu menarik perhatian pelanggan yang dapat menumbuhkan branding sebagai identitas produk. Selain itu, penggunaan bahan dasar pengemasan yang ideal juga perlu diperhatikan agar dapat melindungi produk dan meminimalisir terjadinya kerusakan. Maka dari itu bagian utama dalam pengemasan perlu diperhatikan salah satunya mengenai pemilihan material yang tepat.

Teknik pengemasan barang perlu diperhatikan bagi para UMKM pengrajin gerabah Desa Panjangrejo dalam meningkatkan hasil kemasan yang maksimal. Selain pemilihan bahan material yang mampu menjaga keamanan produk juga dapat menggunakan bahan-

bahan ramah lingkungan seperti kayu, jerami, dan bubble wrap kertas.

c. Mengganti kurir

Setelah melakukan proses pengiriman ada beberapa pengrajin UMKM sering mendapatkan komplain dari pelanggan akibat produk yang diterima mengalami kerusakan. Hal tersebut mengakibatkan konsumen kurang puas dengan produk yang didapatkan dan mengajukan pengembalian produk pada pengrajin. Maka dari itu pemilihan kurir yang tepat mampu mempengaruhi jalannya proses pengiriman dengan aman. Langkah utama yang perlu dilakukan pengrajin UMKM dalam meminimalisir terjadinya pengembalian barang atau komplain dari konsumen, yakni mengganti kurir dalam meningkatkan proses pengiriman yang aman. Dengan begitu dapat meminimalkan terjadinya pengembalian barang dari konsumen dan komplain akibat kerusakan produk.

d. Pengaturan waktu dan target produksi

Selama proses memproduksi pengrajin UMKM penting dalam merencanakan pembagian tugas bagi karyawan dan mengadakan ketepatan waktu. Maka dari itu, pembagian tugas bagi karyawan agar tetap dilakukan dengan memaksimalkan target produksi yang telah ditentukan sebelumnya, serta tanggung jawab karyawan harus lebih diutamakan guna proses produksi tidak terlambat. Selain itu, pengaruh cuaca juga dapat berpengaruh terhadap proses produksi, jika produk gerabah yang akan dibakar belum kering maksimal, maka akan menghasilkan barang yang kurang bagus atau mudah pecah. Penataan yang kurang tepat dan waktu penjemuran yang kurang pas juga berpengaruh pada hasil produk, maka dari itu perlunya manajemen waktu untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Tahap terakhir, pengecekan ulang waktu penataan produk yang akan diproduksi juga perlu diperhatikan karena jika

tidak pas produk akan mudah goyah waktu pengiriman sehingga dapat memicu keretakan. Pentingnya untuk memperhatikan ketepatan waktu dalam kegiatan produksi agar menghasilkan produk yang berkualitas serta dapat memberikan kepuasan bagi konsumen dan mampu meningkatkan pangsa pasar bagi ke depannya.

e. Memaksimalkan promosi produk

Seiring dengan perkembangan teknologi, sosial media banyak digunakan oleh semua kalangan, karena selain mudah digunakan dan mengetahui informasi terbaru, media sosial menjadi bagian utama dalam membantu sebagai tempat media promosi.

Pemasaran melalui sosial media perlu dioptimalkan bagi para UMKM pengrajin gerabah Desa Panjangrejo dalam meningkatkan pangsa pasar yang maksimal. Rencana awal yang perlu ditentukan, yakni memastikan platform sosial media yang akan dipakai dalam mempromosikan barang dagangan, misalnya ada *Facebook*, *Instagram*, *Shopee*, Tokopedia dan lain-lain. Dalam menjalankan strategi ini pengrajin dapat memposting gambaran atau video produk dengan caption yang menarik, agar konsumen tertarik dan merasa puas dengan produk yang ditawarkan.

f. Pencatatan keuangan

Para UMKM yang berada di Desa Wisata Panjangrejo kebanyakan tidak mengaplikasikan pencatatan keuangan dalam bentuk buku ataupun pencatatan yang ada di handphone dan komputer. Karena itu, upaya yang perlu dilakukan dengan perkembangan teknologi, yakni menggunakan aplikasi yang dapat diunduh melalui *Google Play Store* dan *App Store*, contoh aplikasinya yaitu “Wallet”. Dengan menekankan implementasi tersebut harapannya mampu memberikan kemudahan saat mencatat semua transaksi yang ada sehingga dapat mengetahui dari mana

pemasukan, pengeluaran, keuntungan, dan kerugian selama melakukan penjualan produk.

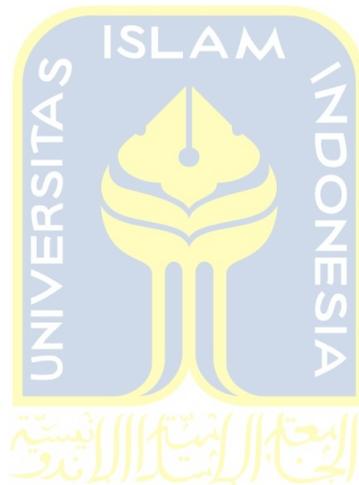
4.9 Kesimpulan Bab

Berdasarkan hasil dari kerumusan masalah yang sudah diuraikan, yakni mengenai Analisis Optimalisasi Profitabilitas UMKM pengrajin gerabah di Desa Wisata Panjangrejo menyediakan beraneka macam bentuk kerajinan mulai dari kerajinan gerabah, patung, batik, tembaga (pernak-pernik hiasan pernikahan). Pada penelitian ini peneliti mendapat gambaran umum mengenai strategi yang dijalankan para pelaku UMKM berdasarkan dari hasil analisis yang diterima strategi penjualan, penetapan lokasi usaha, pengendalian SDM yang baik, jaminan kualitas produk dan peningkatan pasar. Setelah mewujudkan strategi, selanjutnya dapat melakukan pengimplementasian strategi. Pengimplementasian strategi merupakan prosedur yang akan dilaksanakan oleh pelaku UMKM dalam mewujudkan strategi yang telah dipersiapkan.

Selanjutnya, ditemukan kekurangan dan kendala yang ditemui pada pengimplementasian strategi yang dilaksanakan. Kendala yang pertama disebabkan karena terbatasnya pemahaman mengenai masing-masing UMKM terhadap sosial media sehingga mengakibatkan promosi produk kurang tepat. Kedua, belum melakukan pencatatan secara teratur dan ada yang sama sekali tidak membuat pencatatan sehingga mengakibatkan kurang tepatnya target yang ingin dicapai serta tidak dapat mengetahui keuntungan atau kerugian secara jelas yang didapatkan. Ketiga, akibat dari bahan baku dan cuaca kurang tepat menghasilkan kualitas produk yang dihasilkan kurang maksimal maka penting untuk memilih bahan baku yang berkualitas agar dapat menciptakan produk yang unggul. Keempat, tanggung jawab karyawan yang masuk kerja tidak tepat waktu sehingga mengakibatkan proses pengiriman menjadi telat.

Pada bagian penutup bab ini, peneliti akan menyampaikan saran bagi para UMKM pengrajin gerabah Desa Wisata Panjangrejo. Mengenai beberapa saran yang sudah disampaikan peneliti berharap dapat memberikan

motivasi dan pengarahan dalam melakukan pengimplementasian agar dapat mengoptimalkan profitabilitas yang didapatkan.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Pengenalan Bab

Bab bagian ini masuk dalam penjelasan pada akhir penelitian, yang telah memberikan kesimpulan dan pembahasan atas data yang telah didapatkan selama melaksanakan proses penelitian. Kesimpulan didapatkan dari analisis data hasil wawancara yang diperoleh merupakan jawaban atas rumusan masalah yang muncul. Selain itu, peneliti juga membagikan saran kepada penelitian selanjutnya, mengenai keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan implikasi mengenai penelitian.

5.2 Kesimpulan

Berdasarkan dengan hasil analisis serta hasil pembahasan peneliti dapat menarik kesimpulan, yakni sebagai berikut:

1. Penelitian dijalankan pada delapan UMKM yang terdapat di Sentra Industri Keramik Kerajinan Gerabah berada di Kelurahan Panjangrejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Delapan UMKM tersebut yaitu GR Souvenir, Rasyid Ceramic, Dasilan Ceramics, Dasilah Gerabah, Hilal Craft, Souvenir Djawa, Anindya Souvenir, dan HL Souvenir.
2. Pada implementasi ini lebih mengarah pada strategi kepemimpinan biaya menyeluruh (*overall cost leadership strategy*), yaitu strategi yang lebih menekankan pada struktur biaya lebih rendah daripada rata-rata industri. Karena pengrajin merupakan tangan pertama penghasil kerajinan gerabah serta produk yang dihasilkan memiliki nilai jual tinggi karena menawarkan produk dengan kualitas unggul tetapi masih menekankan harga yang relatif terjangkau.
3. Strategi yang diimplementasikan setiap masing-masing UMKM dalam meningkatkan keunggulan bersaing dapat dianalisis dengan

mengutamakan dua prinsip pada produknya, yaitu dari keunikan dan nilai keindahan pada konsumen.

4. Berikut didapatkan gambaran umum strategi dan implementasi strategi yang dijalankan oleh delapan para UMKM pengrajin gerabah Desa Wisata Panjanglejo dalam mengoptimalkan profitabilitas, yakni sebagai berikut:
 - a) Menciptakan strategi penjualan dengan menghasilkan produk baru di mana konsep ini dilakukan untuk meningkatkan penjualan dengan menawarkan beraneka ragam produk melalui pengembangan produk yang sudah lama atau mewujudkan produk baru.
 - b) Menentukan target pasar dengan melakukan analisis pesaing, menciptakan *branding* dan membangun hubungan baik serta mampu menciptakan kepercayaan dengan konsumen. Menganalisis pesaing merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam menganalisis perbandingan antara produk yang dikembangkan dengan produk pesaing. Manfaat dilakukannya analisis pesaing berguna untuk mengetahui kekurangan dari pesaing, mengenai kondisi yang dianggap kurang tepat dapat diperbaiki sehingga mampu mencapai kesempurnaan produk. Dengan demikian, perlunya untuk membuat inovasi baru dalam mengembangkan produk yang diciptakan agar dapat lebih menarik dari pesaing. Kemudian, dalam menciptakan sebuah *branding* dengan mengimplementasikan strategi dapat menjadikan *showroom* sebagai tempat mewadahi para pengrajin dalam memasarkan produknya yang diharapkan mampu memaksimalkan. Selain itu, membangun hubungan baik dapat menciptakan kepercayaan dengan konsumen yang ditekankan melalui strategi atas memberikan pelayanan khusus kepada *reseller*, menerapkan pemesanan secara pre-

order (PO), penentuan warna dan model, pengantaran barang secara langsung dan menyelesaikan produk tepat waktu.

- c) Pengendalian Sumber Daya Manusia yang tepat dilaksanakan dengan mengimplementasikan prosedur melalui pembagian *shift* kerja karyawan dan spesialisasi keahlian.
- d) Memberikan garansi produk dengan implementasi yang bermanfaat atas penjaminan kualitas produk, yakni melalui pencampuran adonan yang tepat, memilih cat yang berkualitas, dan penetapan waktu penjemuran yang sesuai. Selain itu, pengendalian yang dilakukan oleh pemilik juga berperan penting agar produk yang akan diproduksi sesuai dengan kualitas standarnya.
- e) Memperluas pasar dengan melakukan penjualan dari dalam Negeri maupun luar Negeri sudah ada beberapa dicapai pengrajin gerabah di Desa Wisata Panjangrejo dengan menawarkan berbagai ragam produk yang menarik serta harga yang ditawarkan ekonomis.

5. Para UMKM Pengrajin gerabah Desa Wisata Panjangrejo mendapat beberapa kendala dalam melakukan pengimplementasian strateginya. Kendala yang pertama disebabkan karena pengaruh bahan baku yang kurang tepat pada proses pembuatan maka perlunya diperhatikan kualitas bahan yang dipakai dan takaran adonan yang diaplikasikan, agar tidak berpengaruh pada penjualan yang menyebabkan penurunan peemasaran.

Kedua, yakni pengemasan produk kurang tepat pada waktu pengiriman dapat menyebabkan kerusakan dimana konsumen menerima produk dengan keadaan rusak sehingga menyebabkan konsumen tidak puas atas produk yang dibeli.

Ketiga, yakni kurir kurang hati-hati membawa produk di mana pengiriman produk sebagian besar memanfaatkan ekspedisi dengan

menggunakan kargo. Terdapat beberapa konsumen komplain akibat barang yang diterima cacat, maka dapat menyebabkan penjualan menurun akibat kepuasan konsumen berkurang.

Keempat, yakni mengenai pekerjaan karyawan tidak tepat waktu pada akhirnya jika terjadi keterlambatan karyawan dalam bekerja akan mengakibatkan telatnya pengiriman barang, sehingga terhambat proses produksi.

Kelima, yakni pengaruh cuaca dapat mempengaruhi kualitas produk yang diciptakan kurang maksimal sehingga petingnya pemilihan bahan baku dan pencampuran adonan yang tepat agar dapat mempertahankan kualitas produk. Keadaan yang mengakibatkan telat produksi juga disebabkan adanya musim hujan jadi produk susah kering.

Keenam, terbatasnya pemahaman mengenai masing-masing UMKM terhadap sosial media, tetapi sudah ada beberapa yang mempunyai website dan sosial media hanya saja kurang memaksimalkan penggunaannya sehingga mengakibatkan promosi produk kurang tepat.

Ketujuh, tidak ada melakukan pencatatan keuangan disebabkan karena minimnya pengetahuan dan minat pengrajin di Desa Wisata Panjangrejo, menjadikan kegiatan pencatatan keuangan sebagai hal yang repot sehingga mengakibatkan kurang tepatnya target yang ingin dicapai serta tidak dapat mengetahui keuntungan atau kerugian secara jelas.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Menurut hasil penelitian yang sudah dijalankan dalam proses penelitian ini peneliti menemukan keterbatasan dalam melakukan penelitian, yakni:

- 1) Peneliti tidak dapat menggali lebih informasi karena adanya keterbatasan waktu dan kesempatan dalam pelaksanaan penelitian, sehingga sedikit banyak dapat mempengaruhi hasil data dan informasi yang diperoleh.

- 2) Keterbatasan dalam melakukan tahap observasi dan wawancara yang tidak dapat terpenuhi secara menyeluruh dalam memperkuat data yang diperoleh terkait penelitian karena peneliti melakukan wawancara dari sebagian informan melalui online, sehingga menjadikan keterbatasan bagi peneliti untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan dan keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka pada bagian ini penulis menyarankan kepada beberapa pihak serta peneliti selanjutnya, yakni sebagai berikut:

- 1) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih banyak menambahkan objek penelitian mengenai optimalisasi profitabilitas dengan strategi meningkatkan hasil pendapatan karena faktor-faktor tersebut secara bersama dapat berpengaruh terhadap hasil optimalisasi pendapatan.
- 2) Bagi pemerintah Kabupaten Bantul diharapkan dapat memberikan pengarahannya secara efektif kepada pengrajin sentra industri keramik mengenai pembinaan tentang teknologi, pelatihan administrasi keuangan, pelatihan kewirausahaan, dan bantuan peralatan atau modal untuk ke depannya.

5.5 Implikasi

Pada hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pembelajaran dan evaluasi bagi UMKM pengrajin gerabah Desa Panjangrejo. Pertama, kualitas mengenai pelayanan pada konsumen sudah dilakukan dengan bagus, hal tersebut dapat mendukung dalam menciptakan *branding*, karena konsumen merasa puas atas layanan yang sudah diberikan. Namun, hal ini harus didampingi dengan kualitas produk yang dihasilkan misalnya dengan menjaga kualitas bahan baku, pemantauan secara bertahap pada proses produksi, dan selalu mengeluarkan inovasi baru. Kedua, jaminan kualitas produk yang berkualitas sudah diterapkan dengan maksimal, akan tetapi pemantauan mengenai produk pada saat proses pengerjaan tetap harus dilakukan guna menghindari hal-hal yang tidak diinginkan sehingga dapat membangun loyalitas dan kepercayaan klien. Ketiga, pentingnya mengoptimalkan promosi untuk mendorong pencapaian penjualan, akan tetapi penting juga untuk melakukan pembaruan produk, seperti mengeluarkan produk baru agar konsumen tidak mudah bosan dengan produk yang dikeluarkan itu-itu saja. Diperlukan juga peran bagi pelaku UMKM dalam mengoptimalkan promosi produk penjualan secara online guna meningkatkan pangsa pasar yang lebih maksimal, yakni dapat menggunakan *e-commerce*, seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak dan lain sebagainya. Keempat, pentingnya untuk mengatur waktu dan target produksi yang ingin dicapai tiap minggunya, hal ini bertujuan agar pengrajin dan karyawan dapat memanfaatkan waktu dengan maksimal supaya tidak ada lagi karyawan untuk mengulur waktu saat bekerja sehingga proses produksi berjalan dengan tepat waktunya. Kelima, pentingnya para UMKM untuk memahami pencatatan keuangan karena terbatasnya pemahaman mengenai administrasi keuangan bagi para pelaku UMKM perlu untuk mengetahui akan pentingnya pencatatan keuangan guna mengetahui keuntungan dan kerugian yang akan didapat selama melakukan proses penjualan dengan menggunakan aplikasi yang dapat di *download* dengan mudah melalui *smarthphone* .

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong., K. dan. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1. *Jakarta: Erlangga.*
- Anthony, R. N., & Govindarajan, V. (2014). *Management Control System (International Edition). Boston. McGraw-Hill Education.*
- Ardhianto, W. N. (2019). . Buku Sakti Pengantar Akuntansi. *Yogyakarta: Quadrant.*
- AR. (2023). Wawancara 2. Yogyakarta: Noviana Silallahi Azzahra, pewawancara.
- Baker, T., & Judge, K. (2020). How to Help Small Businesses Survive COVID-19. Columbia Law and Economics Working Paper no.620.
- Chandra. (2002). Strategi dan program pemasaran. *Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.*
- Corbin, J., & Strauss, A. (2013). Dasar-dasar Penelitian Kualitatif: Tata langkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data. *Yogyakarta: Pustaka Pelajar.*
- DH. (2023). Wawancara 4. Yogyakarta: Noviana Silallahi Azzahra, pewawancara.
- DN. (2023). Wawancara 3. Yogyakarta: Noviana Silallahi Azzahra, pewawancara.
- Gitosudarmo, I. (2014). *Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: BPFE.*
- HA. (2023). Wawancara 8. Yogyakarta: Noviana Silallahi Azzahra, pewawancara.
- Hanoatubun, S. (2020). Dampak Covid–19 terhadap Prekonomian Indonesia.
- Hasibuan, M. S. (2009). Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah, Edisi Revisi. . . *Jakarta: Bumi Aksara.*
- Hijri, V. W., & Atmaja, H. E. (2022). Analisis pentingnya inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan daya saing UMKM kerajinan gerabah dusun klipoh, Borobudur. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research).*
- Hill, L. dan T. O. (2004). . Foundation Marketing. Third Edition. *Harlow: Pearson Education Limited.*
- Jackson, K., & Bazeley, P. (2019). Qualitative Data Analysis with Nvivo. *London: Sage Publications Ltd.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Dasar-dasar Pemasaran. Edisi 12. *Jakarta: PT. Erlangga.*

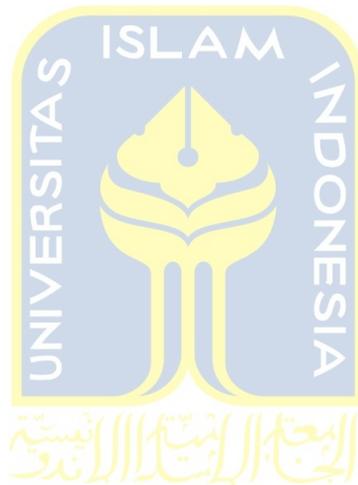
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 9). Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. dan G. A. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 Edisi 12. *Jakarta. Penerbit Erlangga.*
- Leavy, P. (2014). Approaches to Qualitative Research. *Oxford: Oxford University Press.*
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia.*
- Marchelia, V. (2014). Stres Kerja Ditinjau dari Shift Kerja Pada Karyawan. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan Universitas Muhammadiyah Malang, 2(1), 130.*
- Marrus, S. K. . (1984). . *Building the strategic plan: find, analyze, and present the right information. Wiley. USA.*
- Maxwell, J. A. (n.d.). Qualitative Research Design : An Interactive Approach. SAGE Publications. 2013.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014).). Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook. In U.-P. USA: SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. *Bandung: PT Remaja Rosdakarya.*
- Ngara, D. S. L., Suhendri, H., & Putri, S. A. (2022). *Pengendalian Kualitas Produksi dan Harga Produk Dalam Upaya Meningkatkan Laba Di UKM UD Risky (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi).*
- Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional, 56–64.*
- Parera, J. M. (2018). *Aglomerasi Perekonomian Di Indonesia. In C. I. Gunawan (Ed.). Purwokerto: CV. IRDH (Research & Publishing).*
- Permana, S. H. (2017). *Strategi peningkatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia.*
- Porter, M. E. (1998). . *Strategi Bersaing Alih Bahasa Sigit Suryanto. Jakarta: K.*
- Prakoso, P. I. (2021). *Manajemen Kerajinan Gerabah di Dusun Semampir, Desa Panjangrejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, DI Yogyakarta (Doctoral dissertation, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).*

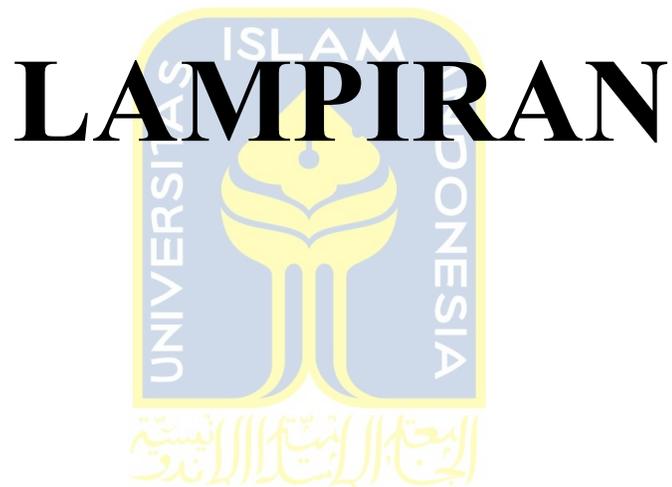
- Priatna, H. (2016). Pengukuran kinerja perusahaan dengan rasio profitabilitas. *AKURAT| Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, 7(2), 44-53.
- Purnawati, E. (2021). Pemasaran Gerabah di Bayat Klaten. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS). Surakarta.
- PUTRI, A. A. (2021).). *STRATEGI UMKM DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS DAN PROFITABILITAS (Studi Kasus Usaha Pandai Besi Cap Rizki Desa Kiping Kecamatan Gondang Kabupaten Tulungagung)*.
- Quinn, Robert E., C. (1990). *Becoming A Master Manager, A Competency Framework*, New York: John Wiley & Sons.
- Rahmadi, R., Soolany, C., & Pratama, A. R. (2018). Penerapan Manajemen Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Jual Produk UMKM Gula Merah di Kabupaten Cilacap. *JTI-UNUGHA (Jurnal Teknologi Industri-UNUGHA)*, 2(2).
- RB. (2023). Wawancara 6. Yogyakarta: Noviana Silallahi Azzahra, pewawancara.
- Richards, L. (2014). *Handling Qualitative: A Practical Guide*. Third Edition. *SAGE Publications*.
- Sa'diyah, H., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Omset Penjualan UMKM Kerajinan Kopyah. *MALIA: Jurnal Ekonomi Islam*.
- Samryn, L. (2015). *Pengantar Akuntansi Mudah Membuat Jurnal Dengan Pendekatan Siklus Transaksi*. Jakarta: Persada, PT Grafindo.
- Sertifikasiku. (2021). Manfaat Menerapkan Digital Marketing dalam Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Retrieved January 13, 2022.
- SB. (2023). Wawancara 7. Yogyakarta: Noviana Silallahi Azzahra, pewawancara.
- Setiawan, L. H., & Budiastira, I. W. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Handmade Tas UMKM AKA di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*.
- SHOFINIDA, F. (2022). *Analisis Strategi Optimalisasi Profitabilitas Pada Umkm Pengrajin Gerabah Desa Kasongan (Studi Kasus Pada Pengrajin Gerabah Desa Kasongan Bantul Yogyakarta)*.
- SN. (2023). Wawancara 5. Yogyakarta: Noviana Silallahi Azzahra, pewawancara.
- Soewadji, J. (2012). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Solang, F. S., Kawoan, J. E., & Sumampow, I. (2019). Strategi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Masyarakat di Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan*, 3(3), 4-5.
- Sudana, I. M. (2015). Manajemen Keuangan Perusahaan: Teori dan Praktik. Edisi 2. Jakarta: Erlangga.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiarto, E. (2017). *Menyusun proposal penelitian kualitatif: Skripsi dan tesis: Suaka media*. Diandra Kreatif.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D. Cet. Ke-27. Bandung: ALFABETA.
- Suryanto, D. (2018). Menumbuhkan ekonomi lokal - bukan cendawan di musim hujan. *Surakarta UNS Press, Edisi 1*.
- Tan, S. (2009). Ekonomi Internasional. . . Jakarta. Citra Prathama.
- Taufiqurokhman. (2016). *Majemen Strategi (Cetakan Pertama)*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.
- Tjiptono. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi, Edisi 4.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- TW. (2023). Wawancara 1. Yogyakarta: Noviana Silallahi Azzahra, pewawancara.
- Vina, S. (2021).). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Kerupuk Kulit Ikan Nila Pada Umkm Krulila Desa Gunungjaya Kecamatan Belik Kabupaten Pemalang (Doctoral dissertation, IAIN PURWOKERTO)*.
- Wahyudi, N. dan Heriyanto, A. . (2014). Analisis Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa Mikro Di Kecamatan Sungai Kunjang. *Jurnal Ekonomi Universitas Samarinda*.
- Wijaya, T. (2011). Manajemen Kualitas Jasa. *PT Indeks Kembangan, Jakarta*.
- Wismiarsi. (2008). *Relationship between Firm Characteristics, International Market Orientation and the Degree of Internationalisation*.
- Witjaksono, H. P. (2014). Analisis dan Sumber Daya Internal Melalui Keunggulan Bersaing (Studi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Furniture Kabupaten Jepara).). *JURNAL BISNIS STRATEGI*, 23.
- Yustisia, N., dan Roza, M. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat

underpricing saham perdana pada perusahaan non-keuangango public. *Media Riset Akuntansi*, 2 (2).

Zikmund, W. G., dkk. (2013). *Essential of Marketing Research*. Fifth edition. China: Nelson Education.





Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN BANTUL
KAPANEWON PUNDONG
KALURAHAN PANJANGREJO
ꦏꦭꦸꦫꦲꦲꦤ꧀ꦥꦤꦗꦁꦫꦺꦗꦺ

Alamat : Jln. Parangtritis km. 19,5 Nglembu Panjangrejo Pundong Bantul 55771

Website : <https://panjangrejo.bantulkab.go.id/> / e-mail : desa.panjangrejo@bantulkab.go.id

Lamp :
Hal : Izin Penelitian

SURAT IZIN PENELITIAN

Nomor:

Berdasarkan Surat Permohonan dari Universitas Islam Indonesia Nomor 97/DEK/10/Div.URT/1/2023 tertanggal 9 Januari 2023. Perihal pada pokok surat dengan ini memberikan izin untuk melakukan penelitian

No	NAMA	NIM	FAKULTAS
1	Noviana Silallahi Azzahra	19312281	Program Studi Akuntansi

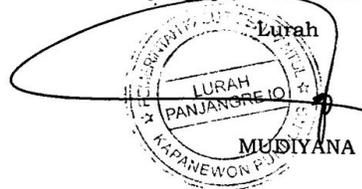
Institusi : Universitas Islam Indonesia

Judul Skripsi : Analisis Strategi Optimalisasi Profitabilitas pada UMKM Pengrajin Gerabah Desa Pundong (Studi Kasus pada Pengrajin Gerabah Desa Panjangrejo, Kecamatan Pundong, Kabupaten Bantul, D.I. Yogyakarta

Kegiatan : Izin Penelitian

Lokasi : di Dusun Jetis

Panjangrejo, 11 Januari 2023



Tembusan:

1. Bapak Dukuh Jetis
2. Lurah Panjangrejo
3. Arsip Mahasiswa

Lampiran 2 Wawancara 1 Bapak TW

Narasumber : Bapak TW

Jabatan : Pemilik UMKM GR Souvenir

Tanggal : 11 Januari 2023

P: Assalamualaikum pak, dengan bapak siapa? Umur? Sudah berapa lama usaha bapak ini mulai dijalankan?

I: Waalaikumsalam dengan bapak TW, Umur 32 tahun, sudah dijalankan dari tahun 2009.

P: Nama bisnis atau tokonya ini apa ya pak?

I: Nama toko ini GR Souvenir.

P: Tempat usahanya di mana ini pak?

I: Di Desa Jetis RT 01 Panjangrejo, Pundong, Bantul.

P: Usaha tetap atau usaha sampingan ya pak?

I: Usaha yang saya dirikan ini termasuk usaha pokok mbak.

P: Di sini buka dari jam berapa pak?

I: Kalo ini home industri jadi waktunya tidak terbatas selama di rumah kerjanya juga tidak terikat waktu kepingin kerja ya kerja.

P: Di sini pembeli bisa langsung ke bapak atau ada website khusus ya pak?

I: Langsung ke sini bisa, website juga ada, marketplace juga ada. Namanya GR Souvenir semua. Instagram: souvenirnikahunik, facebook: GR Souvenir. Pendapatan paling besar di marketplace itu tokopedia, soalnya dari 2013 sudah buka sebelum booming.

P: Pengirimannya langsung dikirim lewat apa pak biasanya?

I: Pengiriman di sini pakai kargo langganan karena lebih murah dan terjamin keamanannya, dan sudah tahu barang yang saya kirim itu pecah belah.

P: Kalau untuk pembayaran barangnya bagaimana pak? Cash atau bisa transfer

I: Kalau datang ke rumah cash ada, yang transfer juga ada tapi rata-rata online, jadi nanti transfer DP dulu 50% sisanya waktu siap kirim itu kalau langsung tanpa marketplace. Tapi kalau marketplace langsung order ke marketplacena saja.

P: Barangnya diambil langsung atau bisa juga diantar ya pak?

I: Diantar bisa, diambil juga bisa.

P: Ada target penjualan per bulan tidak pak?

I: Kalo targetnya kepinginnya banyak, kalo dulu sebelum covid sekitar 10rb pics tapi sekarang menurun sampai 50%.

P: Bapak ada menyediakan barang yang ready stock?

I: Kalo barang ready stock tidak rata-rata pre order paling tidak kalo gerabah itu 30 hari. Kalo mau yang ready stock pas barangnya lagi ada saja.

P: Ini bapak buat sendiri atau bersama karyawan?

I: Ada yang bantuin dari awal sampai akhir sekitar 3 orang, tapi kalo sekarang produk setengah jadi pesan ke tetangga sekitar kalo sudah jadi dan sudah selesai dibakar itu kirim di tempat saya dan tinggal tahap finishing.

P: Karyawan di sini kontrak atau tetap ya pak?

I: Masuknya borongan dihitung sesuai dengan banyaknya yang dikerjakan mbak.

P: Produk apa saja yang bapak buat?

I: Harga paling murah itu dari asbak, tempat lilin harga mulai Rp 2.000an, pot mini, cangkir, tempat pensil, cepuk, vas mini dan lain sebagainya.

P: Harga paling besar produknya apa pak?

I: Paling besar ada yang 15.000an seperti pot.

P: Produk yang paling banyak peminatnya di sini apa saja pak?

I: Kalo di sini paling banyak model cangkir (gerabah) ntar dicat klasik jadi paling banyak.

P: Cara bapak mengenalkan ke masyarakat bagaimana pak?

I: Kalau saya mengenalkan masyarakat itu dengan promosi lewat media sosial mbak seperti Instagram, Facebook dan ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti tokped dan shopee.

P: Kalo di sini ada pelanggan tetap pak?

I: Kalo reseller itu ada tapi setelah covid ini belum order lagi, rata-rata tempat saya pemakai.

P: Dijualnya untuk keluar kota atau bagaimana pak? Dan itu di mana saja?

I: Keluar kota dan keluar pulau. Rata-rata itu di Jabodetabek kalo di luar pulau Makassar sama daerah Sumatera.

P: Di sini ada kendala dari pelanggan tidak ya pak?

I: Kalo kendalanya tidak ada dari pelanggan soalnya pelanggannya juga ganti-ganti.

P: Berarti jarang ada komplain kalo ada barang rusak ya pak?

I: Dulu-dulu ada pas awal-awal pembuatan itu kan kargonya juga masih baru, jadi ada beberapa barang pecah tapi saya berani ganti dan kargonya tanggung jawab. Tapi setelah sudah komplain alhamdulillah jarang ada yang pecah. Rata-rata juga saya buatnya lebih misalnya mesan 200 kan ada lebihnya sekalian bonus sama buat jaga-jaga.

P: Kalau kendala dari karyawan ada tidak ya? Seperti menyelesaikan produk tidak tepat waktu begitu?

I: Kalo kayak begitu ada soalnya di sini misal ada kegiatan di kampung yaudah ditinggal tapi alhamdulillah selama ini sesuai target rata-rata satu bulan selesai.

P: Untuk bahan bakunya bapak dari mana cari sendiri atau beli?

I: Beli, di sini ada tempat pengolahan tanah liat itu belinya per truk, 1 truk sekitar 700 ribu. jadi para pengrajin belinya di situ.

P: Kalo ada masalah dalam pembuatan gerabahnya bapak langsung turun ke lapangan?

I: Iya, misalnya bahan bakunya kurang bagus kadang pecah.

P: Berapa pendapatan yang dihasilkan dari usaha ini pak kalau boleh tahu?

I: Kalo kotornya itu misal orderannya Rp 5000 sekitar 10 juta tapi itu belum bersih. Jadi kalo bersih sekitar Rp 2.000.000.

P: Kalau untuk keuangannya ada pencatatan khusus tidak ya pak?

I: Tidak ada, dulu ada pelatihan seperti itu tapi repot.

P: Jadi hitung keuntungannya bagaimana pak kalau tidak ada pencatatan?

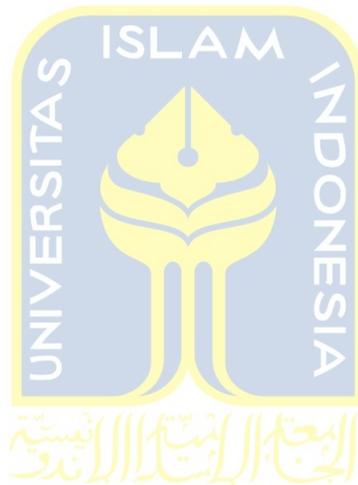
I: Kalo untungnya pasti untung, soalnya nanti dari harga penjualan sudah dibedakan.

P: Ini kan untuk menghitung keuntungan bapak pasti ada ngepres biayanya, nah itu bagaimana pak?

I: Kalo saya kira-kira misalnya seperti saya belinya setengah jadi, contoh harganya seribu saya ambil 3 kali lipatnya, nanti seribu buat beli barang setengah jadinya, seribu buat finishing, seribu untuk keuntungannya.

P: Seperti apa suka duka bapak rasakan selama menjalankan usaha kerajinan ini?

I: Suka dukanya banyak senangnya soalnya di sini di kampung kerjanya juga milik pribadi jadi bebas tidak terikat waktu, misalnya di kampung ada kegiatan bisa ditinggal terutama senangnya bisa bareng sama keluarga.



Lampiran 3 Wawancara 2 Bapak AR

Narasumber : Bapak AR

Jabatan : Pemilik UMKM Rasyid Ceramic

Tanggal : 11 Januari 2023

P: Hallo pak, dengan bapak siapa? Umur?

I: Iya, saya namanya pak Abdul Rasyid, umur 45 tahun.

P: Berapa lama usaha bapak ini mulai dijalankan?

I: Berdirinya dari tahun 1998 sekitar 20 tahun lebih.

P: Nama bisnis atau tokonya ini apa ya pak?

I: Nama usahanya Rasyid Ceramic, dari nama saya sendiri.

P: Tempat usahanya di mana ini pak?

I: Tempatnya ini di Jetis RT 4 Panjangrejo, Pundong, Bantul.

P: Usaha tetap atau usaha sambilan ya bapak?

I: Usaha tetap, tapi saya juga sambil menjalankan aktivitas seperti pergi ke sawah.

P: Di sini buka dari jam berapa pak?

I: Dari jam 8 pagi sampai jam 4 sore.

P: Metode sistem pemesanannya di sini bagaimana ya pak?

I: Sistemnya pesan lewat WA, facebook, ada juga datang ke toko langsung.

P: Kalau untuk pembayaran barangnya bagaimana pak?

I: Pelanggan yang datang secara langsung bayarnya secara kontan, kalau model pengiriman lewat rekening tergantung kesepakatan awal sama pembelinya.

P: Mengenai barangnya diambil langsung atau bisa juga diantar ya pak?

I: Dikirim lewat kargo, sudah ada kargo langganan.

P: Mengenai biaya tanggungan kargonya itu berapa pak?

I: Kalau kargo itu tergantung beratnya tapi kalau sudah langganan biasanya tidak ditimbang beratnya, tergantung jauh dekatnya lokasi.

P: Ada target penjualan per bulan tidak pak?

I: Kalau saya tidak ada targetnya tergantung seadanya pesanan berapa pun dikerjakan yang penting dapat untung dengan dikira-kira saja.

P: Biasanya pelanggan yang ambil pesanan itu dari mana saja pak?

I: Selama ini ada yang dari Jakarta, Serpong, Kasongan, luar pulau, sampai ke luar Negri.

P: Bapak ada menyediakan barang yang ready stock?

I: Kalau barang yang ready stock saya sediakan untuk keperluan anak-anak sekolah seperti celengan dengan gambar-gambar kartun lucu.

P: Cara bapak mengenalkan ke masyarakat bagaimana pak? Atau dapat diakses lewat website?

I: Kalo website belum ada. Adanya facebook, instagram, sama di shopee begitu.

P: Pendapatannya kalo dibandingkan lebih banyak dari mana ya pak? Langsung atau online

I: Kalo dibandingkan tetap banyakan yang datang langsung, karena online itu tidak pasti.

P: Pernah paling banyak menerima pesanan itu berapa pak?

I: Ada yang ratusan sampai ribuan kalo waktu banyak pesanan. Karena ada pandemi itu jadi turun sampai sekarang sangat berpengaruh bagi pengrajin dan sekarang sudah merangkak sedikit-sedikit.

P: Bapak buat sendiri atau ada karyawan?

I: Ada yang saya buat sendiri dan ada yang saya suruh buruh ada sekitar 4 orang.

P: Buruh yang bekerja bersama bapak kontrak atau tetap?

I: Kerjanya itu borongan kalo ada pesanan banyak ya mengerjakan banyak, kalo pun tidak ada pesanan ya berhenti dulu atau mengerjakan yang lainnya.

P: Produk apa saja yang bapak buat?

I: Ada banyak macam seperti guci, vas bunga, pot, celengan, teko, gelas, tempat listrik, tempat lilin, tempat sabun, souvenir, patung, kursi, tempat cuci tangan dan masih banyak lagi.

P: Harga per satuan produknya mulai dari berapa ya pak?

I: Kalau di toko saya paling kecil mulai dari harga Rp 2.000 sampai ratusan ribu mbak.

P: Untuk produk yang banyak terjual di sini ada apa saja pak?

I: Ada yang paling banyak pesanan yaitu tempat lampu, itu yang mesan dari luar negri seperti austriali dan amerika, tapi mesennya lewat agen kasongan.

P: Apakah ada kendala dari pelanggan tidak ya pak selama ini? Apakah ada

komplain?

I: Selama ini tidak ada kendala karena kerjasamanya sudah lama bertahun-tahun, kalau kompalin itu ada karena memang ini barang pecah belah. Apalagi kalo berurusan sama orang luar itu barangnya harus bagus, jadi konsekuensinya kalau ada barang yang rusak saya ganti.

P: Kalau begitu Bapak juga pernah komplain dengan jasa kargonya tidak?

I: Sebenarnya itu dari kargonya sendiri tidak cuma mungkin dari pihak saya kurang hati-hati dalam pengemasannya atau kualitas barangnya tidak sesuai.

P: Kalau kendala dari karyawan/buruh ada tidak ya? Kayak menyelesaikan produk tidak tepat waktu begitu?

I: Selama ini tidak ada alhamdulillah tepat waktu. Karena yang jadi kendala itu musim kalo lagi musim hujan pemesan maunya cepet jadi ya saya dan karyawan kerja ekstra. Makanya suka saya kasih tahu sama yang mesan pokoknya kalau mau mesan harus jauh hari sebelumnya biar saya bisa ngontrol persiapan.

P: Kalau mesen barang seperti itu ada ngasih uang muka atau langsung pak?

I: Biasanya ngasi uang muka dulu paling tidak 30% buat beli bahan baku

P: Untuk bahan bakunya didapat dari mana ya pak? Beli atau buat sendiri?

I: Saya belinya di Kasongan, tanah liat yang sudah jadi tinggal makai. Kalau seperti itu belinya per truk, tergantung banyak dikitnya nanti dapat harga berapa.

P: Ada tingkatan kualitas begitu ya pak tanahnya?

I: Iya ada kalau kasar itu tidak terlalu mahal, sedangkan yang teksturnya halus itu mahal. Kalau yang halus itu biasanya dibuat kerajinan seperti guci yang harga jualnya lebih mahal.

P: Kalo ada masalah dalam pembuatan gerabahnya bapak langsung turun ke lapangan?

I: Iya, misalnya ada cara bikinnya yang keliru saya harus benahi ngasih tahu caranya yang tepat.

P: Kalau boleh tahu berapa kira-kira pendapatan yang dihasilkan dari usaha ini?

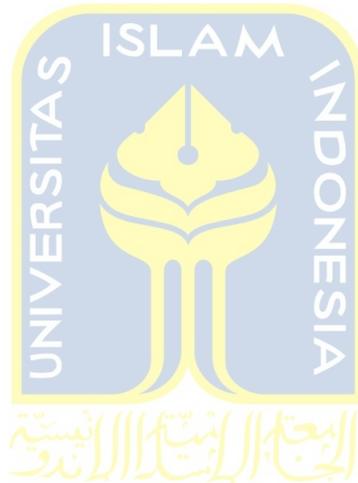
I: Kira-kira itu ada Rp 2.000.000an atau bisa lebih itu sudah bersih. Rumayan kalo orderannya rame.

P: Kalau untuk keuangannya ada pencatatan khusus tidak ya pak?

I: Kalau dari saya dulu dicatat agar tahu jelasnya tapi sekarang dikira-kira mbak misalnya buat kebutuhan bahan baku, bayar karyawan nanti disisihkan dan sisanya dihitung lagi buat keuntungannya.

P: Seperti apa suka duka bapak rasakan selama menjalankan usaha kerajinan ini?

I: Kalau suka dukanya saya selama ini alhamdulillah untuk modal kedepannya ada dan kebutuhan sehari-hari cukup, tapi yang jadi kendala itu waktu pesanan tidak ada sama cara memasarkannya itu. Kalau untuk keperluan modal pasarnya sudah jalan modal itu sudah otomatis bisa dicari tapi kalau pasarnya lesu tidak bisa dibuka ya itu yang jadi kendalanya.



Lampiran 4 Wawancara 3 Bapak DN

Narasumber : Bapak DN

Jabatan : Pemilik UMKM Dasilan Ceramics

Tanggal : 11 Januari 2023

P : Assalamualaikum pak, dengan bapak siapa? Umur? Berapa lama usaha bapak ini mulai dijalankan?

I: Waalaikumsalam dengan bapak Dasilan, Umur 50 tahun, sudah dijalankan dari dulu mbak ini usaha turun temurun generasi ke 2, sekitar tahun 1983 saya mulai usaha ini.

P: Di sini pembeli pesan langsung ke bapak atau bagaimana pak? Mengenai pembayaran bagaimana?

I: Kalau mau pesan langsung datang di sini dan mengenai pembayarannya itu bisa cash ataupun transfer.

P: Cara bapak mengenalkan produk ke masyarakat bagaimana pak?

I: Saya tidak ada promosi, jadi hanya ada dari pesanan langsung. Kemarin ada anak yang handle tapi malah sibuk dengan pekerjaan lain, jadi malah tidak kepegang. Kalo sekarang itu berdasarkan orang langsung ke toko mbak.

P: Bapak ada menyediakan barang yang ready stock?

I: Kalau ada pesanan saja mbak, niatnya ingin buat stock di sini agar bisa dipajang tapi yang jelas kalau ada pesanan saja baru buat.

P: Kalau pembelian barangnya itu diambil langsung atau bisa diantar juga pak?

I: Kalau itu bisa diambil langsung ada juga yang minta dikirim.

P: Kalau pemesannya begitu biasanya dari mana?

I: Kebanyakan itu dari Kasongan, ada juga yang dari Magelang dan Jakarta.

P: Produk yang dibuat ada apa saja pak?

I: Ada banyak misalnya ada teko, cobek, piring, gelas, cepuk dan lain sebagainya.

P: Biasanya ada pelanggan yang komplain tidak pak?

I: Kalau di saya kebetulan jarang ada yang komplain.

P: Mengenai bahan baku seperti tanahnya itu beli atau cari sendiri? Kalau beli seperti itu harganya berapa pak?

I: Kalau tanah biasanya beli sudah ada langganan sejak dulu. Belinya itu dihitung per truk mbak.

P: Pengiriman bahan baku suka telat tidak pak?

I: Nggak mbak aman langsung dikirim, paling kalau telat dikit begitu penjualnya banyak pesanan juga atau lagi mengantar ke tempat lain.

P: Pendapatan yang dihasilkan ada menghitung pencatatan pendapatannya tidak pak? Dari hp atau buku?

I: Kalau saya modelnya paling nanti dapat berapa disimpan lalu uangnya saya putar lagi buat modal beli bahan baku.

P: Jadi hitung keuntungannya bagaimana pak kalau tidak ada pencatatan?

I: Mungkin ke depannya saya mulai mencatat untuk menghitung keuntungannya.

P: Ada target penjualan per bulan tidak ya pak?

I: Tidak ada menyesuaikan pesanan saja yang didapat mbak.

P: Ini bapak sehari sudah mengerjakan berapa pesanan?

I: Dari pagi tadi pengerjaan targetnya 3 hari ini sudah selesai 200 buah kerajinan yang selesai.

P: Kalau buat suatu pesanan begitu biasanya berapa lama pak?

I: Semua tergantung kerumitan produk, paling tidak 2 mingguan.

P: 2 minggu itu sudah masuk ditahap pengeringan ya pak?

I: Iya sudah mbak tapi untuk barang yang ukuran kecil.

P: Kalau waktu pembuatan produk ada kendalanya tidak pak?

I: Kendalanya itu pada waktu musim hujan mbak, itu bisa memperlambat proses pengeringan jadi berpengaruh pada hasil produknya juga.

P: Pengecekan barangnya bagaimana pak?

I: Mengeceknnya itu bertahap, terutama pada pembuatan adonan apakah sudah sesuai atau belum, karena akan berpengaruh pada hasil produknya dan tidak mudah pecah saat proses dibakar.

P: Kendala dari pelanggan ada tidak pak?

I: Ada mbak pastinya kalau ada barang yang pecah seperti itu langsung saya ganti saja.

P: Biasanya yang memicu terjadinya barang pecah itu gara-gara apa pak?

I: Kalau dari saya mungkin produknya kurang kering sempurna jadi barangnya mudah sekali pecah atau bisa jadi pada saat penataan barang di kardus itu kurang tepat.

P: Kendala dari pegawai? Kayak mengerjakan produknya tidak waktu begitu pak ada tidak?

I: Ada mbak, pengerjaannya tidak tepat waktu begitu, apalagi kalau musim penghujan barang susah kering jadinya saya kasih paham karyawan baik-baik.

P: Cara bapak mengatasi kendalanya bagaimana?

I: Paling cuma bisa ngoyaki karyawan sama semangat begitu mbak.

P: Bapak tidak ada coba jualan online begitu pak?

I: Tidak mbak, belum pernah soalnya ribet karena pembelinya juga tidak terlalu banyak.

P: Kalau teko seperti ini pak pemesanan dari mana ya? (sambil menunjukkan teko yang sudah selesai dibuat bapaknya).

I: Kalo itu pemesanan dari Kasongan mbak campuran itu ada juga piring, cobek, cepuk, teko dan masih banyak lagi yang di sana (tempat penyimpanan produk).

P: Cara bapak dalam menjaga kepercayaan reseller seperti apa pak?

I: Biasanya kalau belinya dalam jumlah banyak saya kasih diskon atau bonus produk kerajinan yang dipesan mbak.

P: Kalau di sini ada sistem garansi yang berlaku tidak ya pak?

I: Kalau untuk pelanggan saya sendiri yang mengambil tidak ada mbak karena risikonya mereka yang tanggung, kecuali saya melakukan pengiriman, nanti jika ada barang yang pecah di jalan saya ganti atau ada potongan harga.

P: Kalau untuk pemesanan desain seperti itu biasanya berdasarkan keinginan pembeli atau desain dari bapak sendiri?

I: Kalau pelanggan dari saya itu berdasarkan keinginan yang diminta mbak, nanti saya buat contoh satu produk dulu kalau nanti merasa sudah cocok disetujui nanti lanjut pembuatannya. Sedangkan untuk warna cat yang diinginkan dari pesanan lokal itu produk dengan warna-warna yang terang.

P: Kalau produk yang ukuran kecil-kecil tidak ada buat ya pak?

I: Tidak buat saya mbak kalau produk yang berukuran kecil seperti souvenir begitu karena memang kalau buat produk kecil-kecil begitu harus lebih teliti.

P: Cara bapak menghemat pengeluaran bagaimana pak?

I: Kalau saya itu belanja bahan baku secukupnya dulu mbak jadi tidak terlalu keberatan.

P: Biasanya di sini ada pendatang baru tidak pak?

I: Kalau di sini jarang ada mbak soalnya yang buat kerajinan seperti ini asli dari warga sini dan ada usaha yang dari dulu turun temurun begitu mbak.

P: Pengrajin yang ada di Panjanglejo sudah cukup lama ya pak berarti?

I: Sudah lama mbak dari jaman nenek moyang dulu sampai turun temurun sampai saat ini malahan sebelum Pengrajin Kasongan. Pengrajin Kasongan ambalnya juga dari sini juga mbak sebagian.



Lampiran 5 Wawancara 4 Ibu DH

Narasumber : Ibu DH

Jabatan : Pemilik UMKM Dasilah Gerabah

Tanggal : 11 Januari 2023

P: Assalamualaikum dengan ibu siapa? Umur?

I: Waalaikumsalam wr.wb, dengan ibu Dasilah, Umur 53 tahun.

P: Kapan usaha ibu ini mulai dijalankan?

I: Mulai tahun 1980 mbak.

P: Nama bisnis atau tokonya ini apa ya bu?

I: Nama tokonya sendiri nama saya Bu Dasilah.

P: Usaha sendiri apa turun temurun?

I: Usaha sudah turun temurun.

P: Tempat usahanya di mana ini bu?

I: Di Desa Jetis RT 01 Panjangrejo, Pundong, Bantul

P: Usaha Ibu biasanya buka dari jam berapa sampai jam berapa?

I: Mulai pagi jam 9 atau jam 10. Kalau karyawannya tetap jam 8.

P: Mengenai pemesanan barangnya lewat apa ya bu?

I: Kadang ada yang nelfon, ada juga yang chat whatsapp dan ada yang langsung.

P: Sistem pengambilan barangnya orang-orang langsung ambil sendiri atau ada toko online?

I: Tokonya di rumah saja tidak ada toko online, karena ibu tidak bisa pegang gituan.

P: Kira-kira biasanya per bulan dapat pesanan berapa ya bu?

I: Setelah terjadinya covid itu tidak mesti kadang sebulan 2 kali menerima pesanan yang paling banyak rata-rata asbak 100 pcs, pot bunga 100 pcs, guci 100 pcs, teko 100 pcs.

P: Pelanggannya dari mana saja bu?

I: Dari Magelang itu paling sering, dari Jakarta juga ada.

P: Di sini sistemnya DP dulu bu?

I: Iya mbak DP dulu 50% nanti kalau barang sudah jadi semua mau dikirim baru pelunasan.

P: Kendala untuk pelanggan ada tidak bu?

I: Ada mbak biasanya ada satu dua orang bayarnya telat, nanti saya kasih batasan waktu kalau seperti itu, jadi kalau saya mau beli bahan baku langsung saya hubungi orangnya.

P: Kalau untuk pembayarannya bagaimana bu?

I: Bisa cash dan transfer mbak.

P: Barangnya diambil langsung?

I: Ada yang mengambil langsung ada juga yang dijemput kargo mbak.

P: Kalau biaya ongkos kirim ditanggung siapa bu?

I: Kalau itu sudah ditanggung pembeli mbak.

P: Produk kerajinan yang dibuat ada apa saja ya?

I: Ada guci, cangkir, asbak, vas bunga, pot bunga, teko, tempat makan burung, kursi dll.

P: Ada kendala pada proses pembuatan produk tidak bu?

I: Paling ini mbak bentuk produk yang dibuat ukurannya harus sama jadi harus lebih sabar.

P: Kalau tidak sama bagaimana bu?

I: Nanti pemesan tidak mau mbak harus seukuran semua.

P: Ada karyawan berapa yang bekerja bersama ibu?

I: Ini ada karyawan 3 yang bantu nanti dikerjakan bareng saya.

P: Karyawan yang membantu ibu kontrak atau tetap?

I: Karyawannya tetap mbak kalau ada pesan borongan kayak begitu.

P: Mengenai cara pengeringannya itu bagaimana ya apakah ada tekniknya sendiri?

I: Kalau saya jemur dulu nanti kalau sudah setengah kering baru proses pembakaran.

P: Pada proses pembakarannya itu bagaimana bu?

I: Nanti dibakar di tempat itu mbak (sambil menunjukkan tungku besar tempat pembakaran produk) dikasi jerami disela-selanya, dan waktu proses pembakaran jangan terlalu lama juga.

P: Kalau terlalu lama proses pembakaran begitu kenapa bu?

I: Produknya nanti beda mbak hasilnya, terlalu kering jadinya mudah pecah.

P: Kalau bahan bakunya sendiri beli dari mana bu?

I: Saya sudah langganan langsung nanti diantar di sini.

P: Berarti aman ya bu mengenai bahan bakunya?

I: Iya mbak.

P: Kalau beli tanah liat begitu dihitungnya per apa bu?

I: Belinya itu per truk mbak atau per khol.

P: Kalau musim hujan biasanya mempengaruhi hasil produknya tidak bu?

I: Sangat berpengaruh mbak barang susah kering, jadi nanti kalau kurang hati-hati juga menimbulkan cacatnya produk. Jadinya molor pada waktu pembuatan kerajinan seperti itu karena tidak ada panas.

P: Cara mengatasinya bagaimana bu? Pelanggan ada yang komplain tidak?

I: Pengaturan waktu penjemurannya yang tepat mbak. Ada beberapa yang protes apalagi yang sudah ada perjanjian tanggal jadinya mbak. Kalau sudah mepet tanggal jadinya begitu dari sini mengakalinya dengan mengangin-anginkan produk sampai kering sempurna.

P: Produk di sini harganya mulai dari berapa ya bu?

I: Ada harga jualnya itu mulai dari Rp 3000, Rp 5000, sampai ratusan ribu.

P: Di sini ada pencatatan pendapatannya tidak ya bu?

I: Tidak ada mbak itu saya kira-kira saja nanti saya simpan dulu misal disisihkan buat bayar karyawan, buat beli tanah liat, buat beli cat, dan diputerin lagi modalnya alhamdulillah cukup mbak.

P: Tapi masih tetap dapat untung ya bu?

I: Iya masih dapat keuntungan mbak untuk beli kebutuhan dan makan sehari hari cukup.

P: Kira-kira pendapatan sebulan berapa bu?

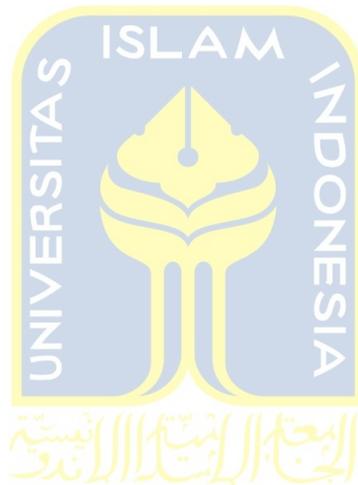
I: Saya kira-kira saja itu bisa sampai Rp 2.000.000 kadang biasanya kalau rame itu bisa lebih mbak.

P: Penghasilannya sudah total bersih atau masih kotor bu segitu?

I: Sudah bersih itu mbak, sudah buat bayar karyawan, bahan baku dan lain sebagainya.

P: Seperti apa suka duka Ibu dapatkan selama menjalankan usaha kerajinan gerabah ini?

I: Pasti ada suka dan susahnya itu tergantung orang masing-masing, kalo saya senangnya kalo ada pelanggan langsung bayar mbak jadi langsung dapat untung buat muterin lagi modalnya.



Lampiran 6 Wawancara 5 Bapak SN

Narasumber : Bapak SN

Jabatan : Pemilik UMKM Hilal Craft

Tanggal : 8 Februari 2023

P : Dengan bapak siapa di sini? Umur? Mulai ditahun berapa usaha ini dijalankan?

I: Dengan bapak Sarjiman, umur 32 tahun, tahun 2008.

P: Nama bisnisnya pak?

I: Nama Bisnisnya ini Hilal Craft.

P: Tempat usahanya berada di mana ini pak?

I: Di Desa Jetis RT 04 Panjangrejo, Pundong, Bantul.

P: Di sini bukanya dari jam berapa sampai jam berapa pak?

I: Buka mulai dari jam 8 pagi sampai malam jam 6.

P: Bagaimana usaha gerabah di masa sekarang ini yang bapak jalankan?

I: Kalo dibandingkan dengan yang dulu dan yang sekarang sangat beda jauh karena semenjak adanya covid itu pesanan juga berpengaruh.

P: Kalau dulu waktu sebelum covid dibandingkan sama yang sekarang ramean mana pak?

I: Kalo dibandingkan sekarang sama yang dulu beda jauh malahan ramai sebelum covid selalu ada pemesan dan pesannya itu jumlahnya banyak, pokoknya sangat berpengaruh sekali bagi pengrajin desa ini.

P: Tapi sekarang sudah mulai membaik kan pak?

I: Kalau sekarang sudah mulai merangkak membaik mbak.

P: Bapak buat sendiri atau bersama karyawan?

I: Ada yang membantu dari awal sampai akhir mbak. Ada di bagian produksi sama finishingnya mbak.

P: Bapak mengerjakan berapa orang karyawan di sini?

I: Saya mengerjakannya itu kalo ada borongan, jadi ada 4 orang karyawan yang membantu saya dalam pembuatan kerajinan gerabah ini.

P: Di sini karyawannya tetap atau kontrak pak?

I: Di sini sistemnya borongan, karyawan buat barang kemudian saya langsung bayar sesuai produk yang dibuat, nanti saya yang finishing dan melakukan pemasaran.

P: Berarti sistemnya kayak borongan ya?

I: Iya mbak seperti borongan.

P: Usaha yang dijalankan ini usaha tetap atau usaha sampingan pak?

I: Usaha yang saya dirikan ini termasuk usaha tetap mbak.

P: Cara bapak mempromosikan produknya seperti apa?

I: Berdasarkan pesanan dari reseller mbak, Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi, nanti dipromosikan lewat facebook, instagram, bahkan jualan di shopee banyak itu mbak mahasiswa di daerah sini.

P: Sistem pemesanannya di sini bagaimana pak?

I: Langsung datang ke tempat bisa ataupun mau nelfon juga bisa. Untuk sistem promosinya saya ada Facebook, Instagram, dan websitenya juga kalau mau pesan lewat sana.

P: Barangnya diambil langsung atau dapat juga diantar ya pak?

I: Diantar bisa, diambil juga bisa tergantung dengan perjanjian pembeli di awal maunya seperti apa mbak.

P: Pengirimannya dikirim lewat apa pak biasanya?

I: Pakai kargo langganan mbak, karena lebih murah dan terjamin keamanannya, karena sudah paham barang yang saya kirim itu pecah belah.

P: Sistem pembayaran barangnya bagaimana pak?

I: Kalau datang ke rumah kebanyakan cash, yang transfer juga ada, jadi nanti transfer buat DP dulu 50% sisanya waktu siap kirim.

P: Ada target penjualan per bulan tidak pak?

I: Kalo targetnya ya diusahakan 10 ribu pics, tapi sekarang menurun sampai 30% karena semenjak adanya covid tapi sekarang sudah mulai membaik lagi.

P: Bapak ada menyediakan barang yang ready stock tidak?

I: Kalo barang ready stock ada. Tapi rata-rata pemesan free order paling tidak itu 30 hari.

P: Kalau ada request warna harganya beda tidak pak?

I: Sama saja mbak, tergantung harga catnya juga kalau mahal ya jadinya mahal, kalau yang biasa nanti harganya normal.

P: Bagaimana cara Ibu untuk mengepres biaya? Seperti beli cat dengan harga yang murah?

I: Harga barangnya harus sesuai dengan kualitas mbak, kalau harganya murah berarti menggunakan cat yang murah risikonya nanti cepat pudar, sedangkan kalau mau kualitasnya bagus sekalian menggunakan cat yang mahal.

P: Berarti ada garansinya ya bu?

I: Ada mbak seminggu setelah pengiriman.

P: Di sini karyawannya tetap atau kontrak pak?

I: Di sini sistemnya partner, karyawan buat barang kemudian saya langsung bayar sesuai produk yang dibuat, nanti saya yang finishing dan melakukan pemasaran.

P: Berarti sistemnya kayak borongan ya?

I: Iya mbak seperti borongan.

P: Ada produk apa saja yang bapak buat bersama karyawan di sini?

I: Kalau saya itu buatnya yang kecil-kecil seperti souvenir contohnya di sini ada tempat pensil, asbak, gelas, mug kecil, pot mini, celengan koin, tungku ratus dan masih banyak lagi variannya.

P: Kalau untuk produk non gerabah ada apa saja pak?

I: Ada cangkir, botol, mangkok, centong, talenan, gantungan kunci dan masih banyak lagi.

P: Produk yang dijual mulai dari harga berapa pak?

I: Harganya di bandrol mulai dari 2000 sampai puluhan ribu mbak.

P: Produk yang paling banyak peminatnya di sini apa saja pak?

I: Biasanya pelanggan mesan souvenir memilih model asbak, pot mini, vas mini nanti model dan dicat sesuai keinginan pemesan.

P: Kalau di sini ada pelanggan tetap pak?

I: Kalo reseller itu ada tapi setelah covid ini belum order lagi, rata-rata tempat saya pemakai.

P: Dijualnya untuk keluar kota atau bagaimana pak? Dan itu di mana saja?

I: Keluar kota dan keluar pulau. Rata-rata itu dari Kasongan, Jabodetabek, Magelang kalo di luar pulau juga ada.

P: Kalau kendala dari karyawan ada tidak pak? Misal kayak menyelesaikan produk tidak tepat waktu begitu?

I: Kalo kayak begitu pasti ada soalnya di sini misal ada kegiatan di kampung atau ada acara tetangga dan lain sebagainya saya memaklumi karena memang tinggal di desa dan walaupun begitu masih bisa mengejar target pesanan.

P: Di sini ada kendala dari pelanggan tidak ya pak?

I: Kalo kendalanya dari pelanggan itu jarang ada. Walaupun ada nanti saya akan mengganti barangnya, jika ada barang yang cacat saat diterima tapi harus divideokan terlebih dahulu sebelum membuka pesannya.

P: Untuk bahan bakunya bapak dapat dari mana?

I: Beli, di sini ada tempat pengolahan tanah liat itu belinya per truk, 1 truk sekitar Rp 700.000 tergantung kalo semakin mahal maka kualitasnya semakin bagus.

P: Kalau waktu musim hujan begitu pak bagaimana?

I: Jadi nanti agak lama sedikit selesai pembuatannya, soalnya susah kering karena tidak ada panas matahari kalo kena angin-angin begitu tidak jadi sempurna produknya.

P: Ada target mengeluarkan produk baru untuk menarik pelanggan begitu tidak pak tiap bulan?

I: Kalau mengeluarkan model terbaru itu tidak mesti sebulan tapi ada, kalau tidak paling ya bentuknya sama tetapi cuma ubah warna sama motif sedikit, disesuaikan sama keinginan pembeli, tapi kalau untuk sekarang ini masih tidak terlalu banyak pembeli.

P: Berapa pendapatan yang dihasilkan dari usaha ini pak kalau boleh tahu?

I: Kalau bersih sekitar Rp 2.000.000.an mbak.

P: Ada pencatatan khusus untuk keuntungan yang didapat tidak pak?

I: Tidak ada mencatat untuk keuntungan mbak jadi nanti dikira-kira saja.

P: Jadi bagaimana hitung keuntungannya kalau tidak ada pencatatan pak?

I: Saya kira-kira saja mbak terus uangnya saya simpan dulu sebagian nanti saya buat beli bahan baku, untuk ngecet berapa, bayar karyawan juga, nanti dihitung jumlahnya untuk keuntungannya harga jualnya dilebihkan dari biaya produksinya itu.

Lampiran 7 Wawancara 6 Bapak RB

Narasumber : Bapak RB

Jabatan : Pemilik UMKM Souvenir Djawa

Tanggal : 8 Februari 2023

P : Hallo pak, dengan bapak siapa? Umur? Mulai ditahun berapa usahanya berdiri?

I: Dengan bapak Roib, umur 40 tahun, Pemilik Souvenir Djawa berdiri dari tahun 2000.

P: Nama bisnis atau tokonya ini apa ya pak?

I: Nama usahanya Souvenir Djawa.

P: Usaha tetap atau usaha sambilan yang bapak jalankan ini?

I: Usaha tetap mbak, tapi saya juga sambil menjalankan aktivitas lainnya seperti di ladang dan menghadiri acara yang ada di kampung.

P: Buka mulai jam berapa sampai jam berapa pak?

I: Mulai jam 8 sudah buka sampai jam 4 sore mbak.

P: Kalau buat suatu pesanan begitu biasanya berapa lama pak?

I: Buat kerajinan seperti ini tergantung kerumitan, model, dan ukurannya mbak, biasanya paling 2 sampai 3 mingguan sudah jadi itu kalo produknya ukuran kecil.

P: Itu biasanya untuk berapa pesanan pak?

I: Kalau guci mini seperti itu biasanya sampai 400 pcs seminggu sudah masuk ditahap finishing mbak.

P: Mengenai metode sistem pemesanannya di sini bagaimana ya pak?

I: Sistemnya bisa pesan lewat wa, telfon dan ada juga datang ke toko langsung.

P: Kalau untuk pembayaran barangnya bagaimana pak?

I: Pelanggan yang datang secara langsung bayarnya secara kontan, kalau model pengiriman lewat rekening tergantung kesepakatan awal sama pembelinya mbak.

P: Ada garansi barang yang disediakan tidak pak?

I: Ada mbak kalo saya sama pelanggan yang sudah langganan begitu apalagi pengiriman luar kota, tapi seumpama lebihnya masih kurang saya ganti atau ada potongan harga.

P: Barangnya diambil langsung atau bisa juga diantar ya pak?

I: Ada yang diambil langsung dan ada juga yang dikirim lewat kargo, karna sudah ada kargo langganan yang datang langsung ke sini mbak. Kalau dulu waktu souvenir pakai ekspedisi paketan begitu mbak, ya paling 1 box isinya bisa sampai 100an. Kalau sekarang misal barangnya kebanyakan pesan yang besar-besar itu nanti saya bisa langsung antar nanti ongkos bensin sama total semua baya pembeli yang nanggung.

P: Mengenai biaya tanggungan kargonya itu berapa pak?

I: Kalau kargo itu tergantung beratnya sama tergantung jauh dekatnya lokasi.

P: Pengiriman langsung di bandingkan dengan pengiriman lewat kargo lebih cepat mana menurut bapak?

I: Kalau dibandingkan lebih cepat pengiriman langsung mbak, soalnya tidak perlu packing menggunakan peti kayu, dan lebih aman juga. (begitu ya pak seperti contoh itu ya pak, sambil menunjukkan asbak yang sudah di packing peti kayu).

P: Ada minimal order tidak jika beli di sini?

I: Kalo beli di saya tidak ada mbak. Tapi untuk souvenir stempel nama request itu ada minimal 100 pcs. Karena kalo kurang dari itu malah tambah buat ongkos stempelnya.

P: Ada target penjualan per bulan tidak pak?

I: Kalau saya tidak ada targetnya tergantung seadanya pesanan berapa pun dikerjakan dan disyukuri mbak alhamdulillah ada saja pesanan yang masuk.

P: Kalau pendapatan yang dihasilkan dari usaha ini pak kira-kira dapat berapa?

I: Kira-kira itu ada Rp 3.000.000 kadang kalo pas rame pemesan bisa lebih pendapatannya mbak.

P: Sedangkan untuk keuntungannya ada pencatatan khusus tidak pak?

I: Tidak ada mbak.

P: Jadi bagaimana hitung keuntungannya kalau tidak ada pencatatan?

I: Saya kira-kira saja mbak terus uangnya saya simpan dulu sebagian nanti saya buat beli bahan baku, untuk mengecet berapa, bayar karyawan juga, nanti dihitung jumlahnya untuk keuntungannya harga jualnya dlebihkan dari biaya produksinya itu.

P: Biasanya pelanggan yang ambil pesanan itu dari mana saja pak?

I: Selama ini ada yang dari Jepara, Kediri, Purwodadi, Purwokerto, Cilacap, Malang, Semarang, Banten, Tangerang, Temanggung, Kasongan, sampai luar pulau.

P: Bagaimana cara bapak menjaga kepercayaan pelanggan?

I: Yang paling penting tepat waktu dan menjaga kualitasnya mbak agar tidak mudah rusak jadi pelanggan puas dengan produk yang kita buat.

P: Bapak ada menyediakan barang yang ready stock tidak?

I: Kalau barang yang ready stock saya sediakan untuk contoh saja mbak tapi kebanyakan pelanggan itu sudah ada gambar atau request agar dibuatkan produk seperti keinginannya.

P: Cara bapak mengenalkan ke masyarakat bagaimana pak?

I: Kalau saya promosinya dari facebook, instagram, sama di shopee begitu mbak.

P: Bapak punya website sendiri?

I: Ada mbak bisa dicek di google.

P: Berarti ada banyak pelanggan tetap ya pak?

I: Ada mbak

P: Pelanggan tetap seperti itu biasanya punya toko juga pak?

I: Iya mbak ada toko besar juga, dan ada sebagian menjual lagi produknya jadi saya yang buat pesanannya.

P: Pendapatannya kalo dibandingkan lebih banyak dari mana ya pak?

I: Kalo dibandingkan tetap banyakan yang datang langsung sama WA, karena sudah langganan juga, kalau pelanggan dari marketplace itu belum tentu.

P: Pernah menerima pesanan paling banyak itu berapa pak?

I: Ada yang ratusan sampai ribuan kalo waktu banyak pesanan.

P: Bapak buat sendiri atau ada karyawan?

I: Ada yang saya buat sendiri dan ada yang saya suruh karyawan ada sekitar 4 orang.

P: Karyawan yang bekerja bersama bapak kontrak atau tetap?

I: Kerjanya itu borongan kalo ada pesanan banyak ya mengerjakan banyak, kalau tidak ada pesanan ya berhenti dulu atau mengerjakan yang lainnya.

P: Produk gerabah yang bapak buat ada apa saja?

I: Ada banyak mbak contohnya yang di sini guci mini, vas bunga mini, pot bunga,

celengan, teko, gelas, tempat lilin, gantungan kunci, tempat pensil dan lain-lain sebagainya.

P: Kalau untuk produk non gerabah ada apa saja pak?

I: Ada botol, gelas, mangkok, tas kanvas, talenan, kipas bambu atau plastik, pouch, gantungan kunci dan masih banyak lagi.

P: Untuk proses pengerjaannya berapa lama pak?

I: Ada satu bulanan mbak dan itu harus mesen dulu dijauh hari nanti bisa menghubungi saya lewat WA atau datang langsung.

P: Harga per satuan produknya mulai dari berapa ya pak?

I: Kalau di toko saya paling kecil mulai dari harga Rp 2000 sampai ratusan ribu itu kalo barangnya dari kualitas bagus dan proses pembuatannya rumit, contohnya seperti itu mbak cangkir keramik yang mengkilap itu (sambil menunjukkan produk).

P: Untuk bahan bakunya sendiri bagaimana ya pak?

I: Kalau bahan baku aman itu mbak nanti kalo sudah abis tinggal nelfon langsung diantar mesannya dari Kasongan.

P: Berarti tidak ada kendala ya pak kalo dari bahan baku?

I: Iya jarang ada mba karena yang jual bahan baku sudah langganan dari lama.

P: Kalau kendala dari pelanggan ada tidak ya pak selama ini? Apakah ada komplain?

I: Selama ini tidak ada kendala karena memang sudah kerjasama bertahun-tahun, kalau komplain itu ada karena memang ini barang pecah belah.

P: Kalau kendala dari karyawan begitu ada tidak ya?

I: Selama ini tidak ada, semuanya tepat waktu. Karena yang jadi kendala itu musim kalo lagi musim hujan pemesan maunya cepet jadi saya dan karyawan kerjanya lebih giat lagi. Takutnya kalo terkendala sama musim begitu hasilnya tidak maksimal. Saya sudah mengantisipasi misal selesainya 2 minggu nanti saya memberikan janji selesainya sampai 3 minggu.

P: Kalau musim hujan seperti itu berpengaruh pada kualitas produknya ya pak?

I: Pasti itu mbak soalnya ada kemungkinan produk kurang merata keringnya jadi bisa mengakibatkan keretakan saat dibakar.

P: Jadi sebelum proses dibakar itu harus dijemur setengah kering ya pak?

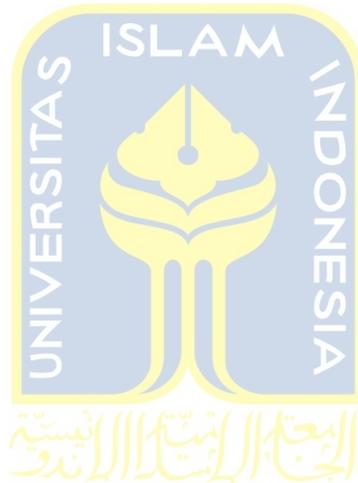
I: Iya mbak kalau saya jemur dulu nanti kalau sudah setengah kering baru proses pembakaran.

P: Kalau mesen barang seperti itu ada ngasih uang muka atau langsung?

I: Biasanya ngasi DP dulu paling tidak 40% buat beli bahan baku.

P: Kalo ada masalah dalam pembuatan gerabahnya bapak langsung turun ke lapangan?

I: Iya, misalnya ada cara bikinnya yang kurang tepat, saya harus benahi ngasih tahu caranya yang tepat bagaimana.



Lampiran 8 Wawancara 7 Bapak SB

Narasumber : Bapak SB

Jabatan : Pemilik UMKM Anindya Souvenir

Tanggal : 8 Februari 2023

P : Assalamualaikum pak, dengan bapak siapa? Umur? Sudah berapa lama usaha bapak ini mulai dijalankan?

I: Waalaikumsalam dengan bapak Subardi, umur 39 tahun. sudah dijalankan dari tahun 2001.

P: Nama bisnis atau tokonya ini apa ya pak?

I: Nama tokonya Anindya Souvenir.

P: Tempat usahanya di mana ini pak?

I: Di Desa Jetis RT 04 Panjangrejo, Pundong, Bantul.

P: Usaha tetap atau usaha sampingan ya pak?

I: Usaha yang saya dirikan ini termasuk usaha pokok mbak.

P: Di sini buka dari jam berapa pak?

I: Buka mulai dari jam 8 sampai jam 9 malam mbak, karena ini memang tokonya satu rumah dengan tempat tinggal.

P: Di sini pembeli bisa langsung ke bapak atau ada website khusus ya pak?

I: Langsung ke sini bisa, website juga ada, kalau pelanggan kebanyakan itu lewat WA mbak.

P: Mekanisme pengirimannya dikirim lewat apa pak biasanya?

I: Pakai kargo mbak, karena lebih murah dan sudah tahu barang yang saya kirim itu gampang pecah dan sudah berlangganan juga.

P: Kalau untuk pembayaran barangnya bagaimana pak? Cash atau bisa transfer

I: Kalau datang ke rumah cash ada, yang transfer juga ada tapi rata-rata online, jadi nanti transfer DP dulu 50% sisanya waktu siap kirim itu kalau langsung tanpa marketplace. Tapi kalau marketplace langsung order ke marketplacenya saja.

P: Barangnya diambil langsung atau bisa juga diantar ya pak?

I: Diantar bisa, diambil juga bisa.

P: Ada target penjualan per bulan tidak pak?

I: Kalo targetnya kepinginnya banyak, kalo dulu sebelum covid sekitar 10rb pics tapi sekarang menurun sampai 20%.

P: Bapak ada menyediakan barang yang ready stock?

I: Kalo barang ready stock tidak rata-rata pre order paling tidak kalo gerabah itu 30 hari.

P: Ini bapak buat sendiri atau bersama karyawan?

I: Ada yang bantuin dari awal sampai akhir sekitar 3 orang, tapi kalo sekarang produk setengah jadi pesan ke tetangga sekitar kalo sudah jadi dan sudah selesai dibakar itu kirim di tempat saya dan tinggal tahap finishing.

P: Karyawan di sini kontrak atau tetap ya pak?

I: Masuknya borongan dihitung sesuai dengan banyaknya yang dikerjakan mbak.

P: Produk apa saja yang bapak buat?

I: Harga paling murah itu dari asbak, tempat lilin harga mulai Rp 2.000 an, pot mini, cangkir, tempat pensil, cepuk, vas mini dan lain sebagainya.

P: Harga paling besar produknya apa pak?

I: Tergantung ukuran sama rumitnya penjualan mbak, paling mahal paling Rp 15.000 mbak.

P: Produk yang paling banyak peminatnya di sini apa saja pak?

I: Kalo di sini paling banyak model cangkir (gerabah) ntar dicat klasik jadi paling banyak.

P: Cara bapak mengenalkan ke masyarakat bagaimana pak?

I: Kalau saya mengenalkan masyarakat itu dengan promosi lewat media sosial mbak seperti Instagram, Facebook dan ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti shopee.

P: Kalo di sini ada pelanggan tetap pak?

I: Kalo reseller itu ada tapi setelah covid ini memang serada menurun mbak.

P: Tapi masih tetap ada yang pesan ya pak?

I: Iya mbak masih ada, cuma kalo dibandingkan masih banyakan dulu sebelum covid tapi alhamdulillah ini sedikit-sedikit sudah mulai membaik.

P: Dijualnya untuk keluar kota atau bagaimana pak? Dan itu di mana saja?

I: Keluar kota dan keluar pulau. Rata-rata itu di luar daerah kalo di luar pulau daerah Sumatera mbak.

P: Pemesan yang dari luar daerah dari mana saja pak?

I: Ada yang dari Jakarta, Surabaya, Purworejo, Klaten, Tegal, Kebumen.

P: Kalau di sini ada kendala dari pelanggan tidak ya pak?

I: Kalo kendalanya tidak ada dari pelanggan soalnya pelanggannya juga ganti-ganti.

P: Berarti jarang ada komplain kalo ada barang rusak ya pak?

I: Kalau itu ada mbak dulu-dulu misalnya ada barang yang pecah terus minta ganti.

P: Kalau ada pelanggan minta ganti bagaimana pak?

I: Saya ganti mbak nanti saya tawarin mau diganti barang atau dikembalikan uangnya.

P: Kira-kira kalau barang pecah seperti itu karena apa ya pak?

I: Biasanya ini mbak ada dua faktor penyebabnya. Bisa jadi dari pengemasan produk saat diangkut kurang tepat sama kurang hati-hatinya kurir yang membawa barang mbak.

P: Kalau kendala dari karyawan ada tidak pak? Seperti menyelesaikan produk tidak tepat waktu begitu?

I: Kalo kayak begitu pasti ada mbak.

P: Kalau begitu bapak langsung turun tangan ya?

I: Iya mbak langsung saya opyaki agar semangat lagi kerjanya.

P: Biasanya ada karyawan yang kesusahan begitu tidak pak waktu membuat produk?

I: Sementara ini belum ada mbak, karena ini karyawan memang sudah lama juga kerja dengan saya.

P: Mengenai bahan bakunya bapak dari mana?

I: Beli mbak di daerah sini juga dapatnya.

P: Berarti aman ya pak?

I: Iya mbak di sini ada tempat pengolahan tanah liat itu belinya per truk, 1 truk sekitar 700 ribu. jadi para pengrajin di sini kebanyakan belinya di situ.

P: Kalo ada masalah dalam pembuatan gerabahnya bapak langsung turun ke lapangan?

I: Iya, misalnya bahan bakunya kurang bagus kadang mudah pecah.

P: Berapa pendapatan yang dihasilkan dari usaha ini pak kalau boleh tahu?

I: Kalau pendapatan bersihnya ada sekitar Rp 2.000.000.an mbak kadang kalau rame begitu bisa lebih.

P: Kalau untuk keuangannya ada pencatatan khusus tidak ya pak?

I: Untuk pencatatan keuangan tidak ada, dulu ada pelatihan seperti itu dan saya coba terapkan tetapi sekarang sudah tidak mbak sibuk buat produk.

P: Jadi hitung keuntungannya bagaimana pak kalau tidak ada pencatatan?

I: Saya disimpan dulu nota-notanya mbak kalau untungnya pasti untung, soalnya nanti dari harga penjualan sudah dibedakan.

P: Ini kan untuk menghitung keuntungan bapak pasti ada ngepres biayanya, nah itu bagaimana pak?

I: Kalo saya kira-kira misalnya seperti saya belinya setengah jadi, contoh harganya Rp 3.500 saya ambil 3 kali lipatnya, nanti Rp. 1000 buat beli barang setengah jadinya, Rp. 1000 buat finishing, RP. 1500 untuk keuntungannya.



Lampiran 9 Wawancara 8 Bapak HA

Narasumber : Bapak HA

Jabatan : Pemilik UMKM HL Souvenir

Tanggal : 8 Februari 2023

P: Assalamualaikum, Dengan Bapak siapa di sini? Umur? Mulai ditahun berapa usaha ini dijalankan?

I: Dengan bapak Hendra, umur 26 tahun, Mulai dari tahun 2008.

P: Di sini buka dari jam berapa pak?

I: Buka 24 jam mbak.

P: Nama bisnisnya apa pak?

I: Nama Bisnisnya ini HL Souvenir

P: Tempat usahanya berada di mana ini pak?

I: Di Desa Jetis RT 04 Panjangrejo, Pundong, Bantul.

P: Ada produk apa saja yang tersedia di sini pak?

I: Ada banyak mbak mulai dari mug karakter, asbak karakter, vas karakter, pot karakter, tempat pensil, tempat lilin, cangkir karakter dan masih banyak lagi.

P: Kalau untuk produk non gerabah ada apa saja pak?

I: Ada souvenir set alat makan, bros, sisir, tasbih, botol, mangkok, centong, talenan, gantungan kunci dan masih banyak lagi.

P: Produk gerabah yang dijual mulai dari harga berapa pak?

I: Harganya di bandrol mulai dari 2000 sampai puluhan ribu mbak.

P: Kalau dari produk non gerabah harga mulai berapa?

I: Rp 1300 sampai Rp 15.000an mbak.

P: Produk yang paling banyak peminatnya di sini apa saja pak?

I: Kalo di sini paling banyak model cangkir, pot mini nanti dicat semenarik mungkin atau bisa sesuai keinginan pemesan.

P: Kebanyakan pemesan dijual lagi atau dipakai sendiri pak?

I: Kalau saya jualnya barang-barang kecil seperti souvenir mbak, jadi kebanyakan pemakai yang beli tapi ada juga yang dijual lagi ngambilnya dari saya.

P: Biasanya buat untuk souvenir apa saja pak?

I: Macam-macam mbak, ada souvenir pernikahan, souvenir ulang tahun, souvenir wisuda dll.

P: Cara bapak mempromosikan produknya seperti apa?

I: Kalau saya dipromosikan lewat facebook, instagram, dan shopee mbak. Berdasarkan pesanan dari reseller, lumayan banyak juga. Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi.

P: Bapak mengerjakan berapa orang karyawan di sini?

I: Saya mengerjakannya itu kalo ada borongan, jadi ada 5 orang karyawan yang membantu saya dalam pembuatan kerajinan gerabah ini.

P: Berarti sistemnya borongan ya?

I: Iya mbak borongan.

P: Berarti ada shif kerjanya ya pak?

I: Iya mbak ada, sistem kerjanya bergantian.

P: Di sini karyawannya tetap atau kontrak pak?

I: Di sini sistemnya partner, karyawan buat barang kemudian saya langsung bayar sesuai produk yang dibuat, nanti saya yang finishing dan melakukan pemasaran.

P: Di sini pembeli bisa langsung ke bapak atau bisa nelfon?

I: Langsung datang ke tempat bisa ataupun mau nelfon juga bisa, kebanyakan itu lewat WA mbak.

P: Sistem pengirimannya dikirim lewat apa pak biasanya?

I: Pakai kargo langganan mbak, karena lebih murah dan terjamin keamanannya dan sudah tahu barang yang saya kirim itu pecah belah.

P: Kalau untuk sistem pembayaran barangnya bagaimana pak?

I: Kalau datang ke rumah cash biasanya kebanyakan, yang transfer juga ada.

P: Di sini sistemnya DP dulu ya pak?

I: Iya mbak DP dulu 50% nanti kalau barang sudah siapa semua baru pelunasan.

P: Pembeli di sini harus grosir atau bisa ecer pak?

I: Kalau saya bisa dua-duanya mbak, grosir bisa ecer juga bisa.

P: Kalau pesan grosir seperti itu ada minimal pemesanan pak?

I: Ada mbak minimal 100 pcs.

P: Barangnya diambil langsung atau dapat juga diantar ya pak?

I: Diantar bisa, diambil juga bisa tergantung dengan perjanjian pembeli di awal maunya seperti apa.

P: Ada target penjualan per bulan tidak pak?

I: Kalo targetnya ya diusahakan sebanyak-banyaknya mbak, tapi usaha seperti ini tidak mesti targetnya.

P: Bapak ada menyediakan barang yang ready stock tidak?

I: Kalo barang ready stock ada. Tapi rata-rata pemesan free order paling tidak itu 30 hari.

P: Kalau di sini ada pelanggan tetap pak?

I: Kalo reseller itu ada mbak.

P: Pemesannya dari mana saja pak?

I: Keluar kota dan keluar pulau mbak, ada yang dari Klaten, Kudus, Boyolali, Jabodetabek, Magelang kalo di luar pulau dari Lampung, Palembang, dari daerah Sumatra mbak.

P: Banyak juga ya pak

I: Iya mbak alhamdulillah.

P: Kalau kendala dari karyawan ada tidak pak? Misal kayak menyelesaikan produk tidak tepat waktu begitu?

I: Kalo kayak begitu pasti ada soalnya di sini misal ada kegiatan di kampung saya memaklumi karena memang tinggal di desa dan walaupun begitu masih bisa mengejar target pesanan.

P: Di sini ada kendala dari pelanggan tidak ya pak?

I: Kalo kendalanya dari pelanggan itu jarang ada. Walaupun ada nanti saya akan mengganti barangnya, jika ada barang yang cacat saat diterima.

P: Untuk bahan bakunya bapak dapat dari mana?

I: Beli mbak, di sini ada tempat pengolahan tanah liat itu belinya per truk.

P: Kalau beli seperti itu dapat harga berapa pak?

I: 1 truk sekitar Rp 700.000an tergantung kalo semakin mahal maka kualitasnya semakin bagus.

P: Kalau waktu musim penghujan begitu bagaimana pak?

I: Kalau lagi musim hujan begitu jadinya nanti agak lama, soalnya nanti susah kering karena tidak ada panas matahari kalo kena angin-angin tidak cukup mbak.

P: Ada target mengeluarkan produk baru untuk menarik pelanggan begitu tidak pak tiap bulan?

I: Kalau mengeluarkan model terbaru itu tidak mesti tapi ada, kalau tidak paling ya bentuknya sama tetapi cuma ubah warna sama motif sedikit, disesuaikan sama keinginan pembeli.

P: Di sini ada tempat pelatihan juga tidak pak?

I: Di sini ada mbak pelatihan begitu untuk anak-anak sekolah dan pengunjung yang datang. Selain pelatihan juga ada Showroom yang dikelola oleh masyarakat setempat.

P: Begitu ya bu, fasilitas yang disediakan ada apa saja bu kalau seperti itu?

I: Nanti dapat melihat-lihat proses produksi, diajari juga cara pembuatan kerajinan gerabah dengan cara mencetak dan mengecat, lalu hasil kerajinan yang dibuat bisa dibawa pulang mbak.

P: Pendapatan yang didapatkan per bulannya berapa pak?

I: Kira-kira itu ada kalau Rp 3.000.000 mbak itu sudah pendapatan bersihnya.

P: Kalau untuk keuntungannya ada pencatatan khusus tidak pak?

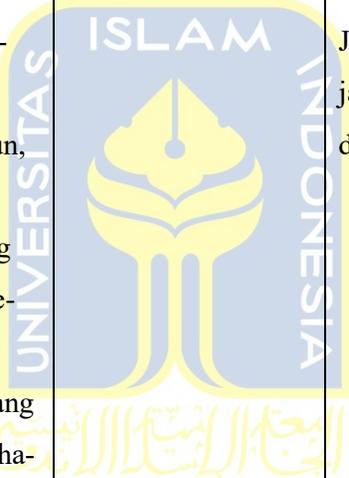
I: Tidak ada pembukuan buat catat keuntungan mbak.

P: Jadi bagaimana hitung keuntungannya kalau tidak ada pencatatan ?

I: Saya kira-kira saja mbak terus uangnya saya simpan dulu, sebagian nanti saya buat beli bahan baku, untuk ngecet berapa, bayar karyawan juga, nanti dihitung jumlahnya untuk keuntungannya harga jualnya dilebihkan dari biaya produksinya itu.

Lampiran 10
Framework Matrices

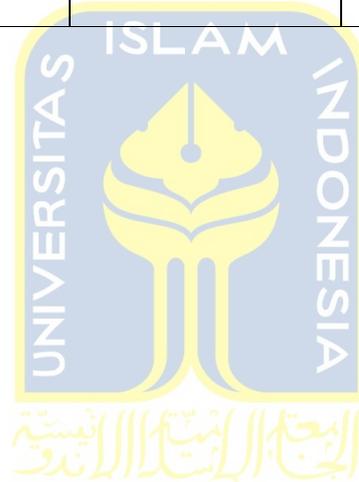
Framework Matrices 1.1 Gambaran Umum Strategi

Nama Informan	A : RM. 1 Gambaran Umum Strategi	B : A. Strategi Penjualan	C : 1. Diversifikasi Produk	D : 2. Penataan Lokasi Usaha	E : B. Menentukan Target Pasar	F : 1. Menganalisa Pesaing
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023		Selama ini tidak ada kendala karena kerjasamanya sudah lama bertahun-tahun, kalau kompalin itu ada karena memang ini barang pecah belah. Apalagi kalo berurusan sama orang luar itu barangnya harus bagus, jadi konsekuensinya kalau ada barang yang rusak saya ganti.		Tempatnya ini di Jetis RT 4 Panjarejo, Pundong, Bantul.		

<p>2 : Bapak DN, 11 Januari 2023</p>			<p>Kalau pelanggan dari saya itu berdasarkan keinginan yang diminta mbak, nanti saya buat contoh satu produk dulu kalau nanti merasa sudah cocok disetujui nanti lanjut pembuatannya. Sedangkan untuk warna cat yang diinginkan dari pesanan lokal itu produk dengan warna-warna yang terang.</p>		<p>Membangun hubungan baik dan kepercayaan kepada pelanggan</p>	
---	--	--	---	--	---	--

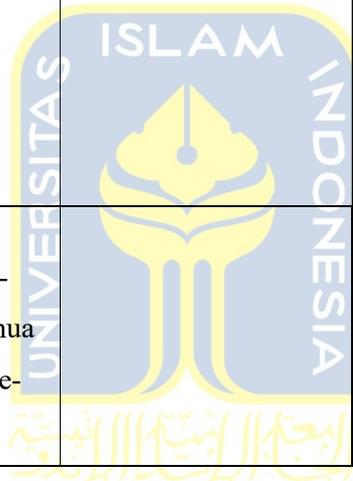
<p>3 : Bapak HA, 8 Februari 2023</p>	<p>Iya mbak DP dulu 50% nanti kalau barang sudah siapa semua baru pelunasan.</p>		<p>Ada banyak mbak mulai dari mug karaketr, asbak karakter, vas mini, pot mini, tempat pensil, tempat lili, cangkir. Untuk produk non gerabah ada berbagai souvenir seperti set alat makan, bros, sisir, tasbih, botol, mangkok, centong, talenan, gantungan kunci.</p>	<p>Di Desa Jetis RT 04 Panjangrejo, Pundong, Bantul.</p>	<p>Kalau mengeluarkan model terbaru itu tidak mesti tapi ada, kalau tidak paling ya bentuknya sama tetapi cuma ubah warna sama motif sedikit, disesuaikan sama keinginan pembeli</p>
<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 2023</p>		<p>Kalo beli di saya tidak ada mbak. Tapi untuk souvenir stempel nama request itu ada minimal 100 pcs. Karena kalo kurang dari itu malah</p>	<p>Ada banyak mbak contohnya yang di sini guci mini, vas bunga mini, pot bunga, celengan, teko, gelas. Untuk produk non gerabah ada botol, gelas,</p>		<p>Kalau barang yang ready stock saya sediakan untuk contoh saja mbak tapi kebanyakan pelanggan itu sudah ada gambar atau request agar</p>

		tambah buat ongkos stempelnya.	mangkok, tas canvas, talenan, kipas bambu atau plastik, pouch, gantungan kunci tempat lilin, gantungan kunci, tempat pensil		dibuatkan produk seperti keinginannya.	
--	--	--------------------------------	---	--	--	--



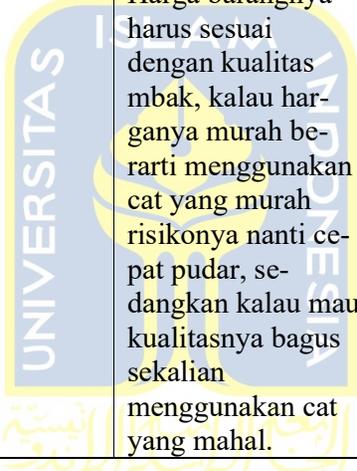
<p>5 : Bapak SB 8 Februari 2023</p>				<p>Di Desa Jetis RT 04 Panjangrejo, Pundong, Bantul.</p>		
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>	<p>Harga barangnya harus sesuai dengan kualitas mbak, kalau harganya murah berarti menggunakan cat yang murah risikonya nanti cepat pudar, sedangkan kalau mau kualitasnya bagus sekalian menggunakan cat yang mahal.</p>		<p>Kalau saya itu bu- atnya yang kecil-kecil seperti souvenir con- tohnya di sini ada tempat pensil, asbak, gelas, mug kecil, pot mini, celengan koin, tungku ratus se- dangkan produk non gerabah ada cangkir, botol, mangkok, cen- tong, talenan, gan- tungan kunci dan masih banyak lagi.</p>	<p>Di Desa Jetis RT 04 Panjangrejo, Pundong, Bantul.</p>	<p>Dipromosikan lewat facebook, in- stagram, bahkan jualan di shopee</p>	<p>Kalau mengeluarkan model terbaru itu tidak mesti sebulan tapi ada, kalau tidak paling ya bentuknya sama tetapi cuma ubah warna sama motif sedikit, dis- esuaikan sama keinginan pembeli, tapi kalau untuk sekarang ini masih tidak terlalu banyak pembeli.</p>

<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>				<p>Di Desa Jetis RT 01 Panjangrejo, Pundong, Bantul.</p>	<p>Langsung ke sini bisa, website juga ada, marketplace juga ada. Namanya GR Souvenir semua. Instagram: souvenirnikahunik, facebook: GR Souvenir. Pendapatan paling besar di marketplace itu tokopedia.</p>	
<p>8 : Ibu DH, 11 Januari 2023</p>		<p>Iya mbak DP dulu 50% nanti kalau barang sudah jadi semua mau dikirim baru pelunasan.</p>		<p>Di Desa Jetis RT 01 Panjangrejo, Pundong, Bantul</p>		



Nama Informan	G : 2. Membangun branding	H : 3. Membangun hubungan baik dan kepercayaan kepada pelanggan	I : C. Pengelolaan SDM yang baik	J : D. Penjaminan kualitas produk	K : E. Perluasan pasar
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023	Adanya facbook, instagram, sama di shopee begitu.			Selama ini tidak ada kendala karena kerjasamanya sudah lama bertahun-tahun, kalau kompalin itu ada karena memang ini barang pecah belah. Apalagi kalo berurusan sama orang luar itu barangnya harus bagus, jadi konsekuensinya kalau ada barang yang rusak saya ganti.	Selama ini ada yang dari Jakarta, Serpong, Kasongan, luar pulau, sampai ke luar Negri.
2 : Bapak DN, 11 Januari 2023		Biasanya kalau belinya dalam jumlah banyak saya kasih diskon atau bonus produk kerajinan yang di pesan mbak.			Kebanyakan itu dari Kasongan, ada juga yang dari Magelang dan Jakarta Kalo itu pemesanan dari Kasongan mbak campuran itu ada juga piring, cobek, cepuk, teko dan masih banyak lagi yang di sana (tempat penyimpanan produk).

<p>3 : Bapak HA, 8 Februari 2023</p>	<p>dipromosikan lewat facebook, instagram, dan shopee</p>		<p>Di sini sistemnya partner, karyawan buat barang kemudian saya langsung bayar sesuai produk yang dibuat, nanti saya yang finishing dan melakukan pemasaran.</p>		<p>Keluar kota dan keluar pulau mbak, ada yang dari Klaten, Kudus, Boyolali, Jabodetabek, Magelang kalo di luar pulau dari lampung, Palembang, dari daerah Sumatra mbak.</p>
<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 2023</p>	<p>Kalau saya promosinya dari facebook, instagram, sama di shopee</p>	<p>Yang paling penting tepat waktu dan menjaga kualitasnya mbak agar tidak mudah rusak jadi pelanggan puas dengan produk yang kita buat.</p>			<p>Selama ini ada yang dari Jepara, Kediri, Purwodadi, Purwokerto, Cilacap, Malang, Semarang, Banten, Tangerang, Temanggung, Kasongan, sampai luar pulau.</p>

<p>5 : Bapak SB 8 Februari 2023</p>		<p>Promosi lewat media sosial mbak seperti Instagram, Facebook dan ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti shopee.</p>			<p>Keluar kota dan keluar pulau. Rata-rata itu di luar daerah kalo di luar pulau daerah Sumatera mbak.</p>
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>	<p>Kalau mengeluarkan model terbaru itu tidak mesti sebulan tapi ada, kalau tidak paling ya bentuknya sama tetapi cuma ubah warna sama motif sedikit, disesuaikan sama keinginan pembeli, tapi kalau untuk sekarang ini masih tidak terlalu banyak pembeli.</p>		<p>Harga barangnya harus sesuai dengan kualitas mbak, kalau harganya murah berarti menggunakan cat yang murah risikonya nanti cepat pudar, sedangkan kalau mau kualitasnya bagus sekalian menggunakan cat yang mahal.</p>	<p>Di sini sistemnya borongan, karyawan buat barang kemudian saya langsung bayar sesuai produk yang dibuat, nanti saya yang finishing dan melakukan pemasaran.</p>	<p>Keluar kota dan keluar pulau. Rata-rata itu dari Kasongan, Jabodetabek, Magelang kalo di luar pulau juga ada.</p>

<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>		<p>Dulu-dulu ada pas awal-awal pembuatan itu kan kargonya juga masih baru, jadi ada beberapa barang pecah tapi saya berani ganti dan kargonya tanggung jawab. Tapi setelah sudah komplain alhamdulillah jarang ada yang pecah. Rata-rata juga saya buatnya lebih misalnya mesan 200 kan ada lebihnya sekalian bonus sama buat jaga-jaga.</p>			<p>Keluar kota dan keluar pulau. Rata-rata itu di Jabodetabek kalo di luar pulau Makassar sama daerah Sumatera.</p>
<p>8 : Ibu DH, 11 Januari 2023</p>				<p>Ini ada karyawan 3 yang bantu nanti dikerjakan bareng saya.</p>	<p>Dari Magelang itu paling sering, dari Jakarta juga ada.</p>

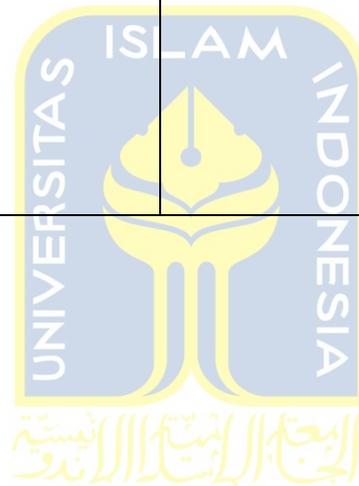


Framework Matrices 2.1 Implementasi Strategi

Nama Informan	A : RM. 2 Implementasi Strategi	B : A. Menyesuaikan permintaan pasar	C : 1. Penjualan produk	D : Produk Gerabah	E : Produk Non Gerabah
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023				Ada banyak macam seperti guci, vas bunga, pot, celengan, teko, gelas, tempat listrik, tempat lilin, tempat sabun, souvenir, patung, kursi, tempat cuci tangan	
2 : Bapak DN, 11 Januari 2023		Kalau pelanggan dari saya itu berdasarkan keinginan yang diminta mbak, nanti saya buat contoh satu produk dulu kalau nanti merasa sudah cocok disetujui nanti lanjut pembuatannya. Sedangkan untuk warna cat		Ada banyak misalnya ada teko, cobek, piring, gelas, cepuk	

		yang diinginkan dari pesanan lokal itu produk dengan warna-warna yang terang.			
3 : Bapak HA, 8 Februari 2023	Kalau saya dipromosikan lewat facebook, instagram, dan shopee mbak. Berdasarkan pesanan dari reseller, lumayan banyak juga. Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi.		Diantar bisa, diambil juga bisa tergantung dengan perjanjian pembeli di awal maunya seperti apa.	Ada banyak mbak mulai dari mug karakter, asbak karakter, vas mini, pot mini, tempat pensil, tempat lili, cangkir	Ada souvenir set alat makan, bros, sisir, tasbih, botol, mangkok, centong, talenan, gantungan kunci

<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 203</p>				<p>Contohnya yang di sini guci mini, vas bunga mini, pot bunga, celengan, teko, gelas, tempat lilin, gantungan kunci, tempat pensil</p>	<p>Ada botol, gelas, mangkok, tas kanvas, talenan, kipas bambu atau plastik, pouch, gantungan kunci</p>
--	--	--	--	---	---



<p>5 : Bapak SB, 8 Februari 2023</p>	<p>Langsung ke sini bisa, website juga ada, kalau pelanggan kebanyakan itu lewat WA mbak.</p>			<p>Harga paling murah itu dari asbak, tempat lilin harga mulai Rp 2.000 an, pot mini, cangkir, tempat pensil, cepuk, vas mini</p>	
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>		<p>Kalau mengeluarkan model terbaru itu tidak mesti tapi ada, kalau tidak paling ya bentuknya sama tetapi cuma ubah warna sama motif sedikit, disesuaikan sama keinginan pembeli</p>		<p>Kalau saya itu buatnya yang kecil-kecil seperti souvenir contohnya di sini ada tempat pensil, asbak, gelas, mug kecil, pot mini, celengan koin, tungku ratus</p>	<p>Ada cangkir, botol, mangkok, centong, talenan, gantungan kunci dan masih banyak lagi.</p>



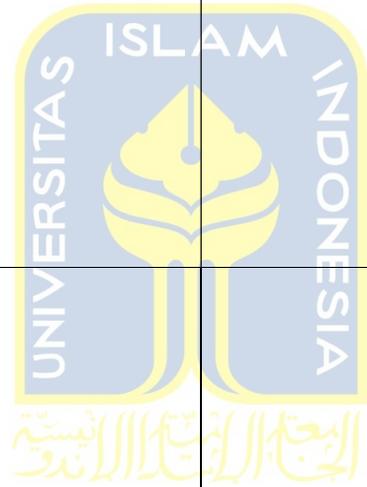
<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>	<p>Kalo untungnya pasti untung, soalnya nanti dari harga penjualan sudah dibedakan.</p>			<p>Harga paling murah itu dari asbak, tempat lilin harga mulai Rp 2.000an, pot mini, cangkir, tempat pensil, cepuk, vas mini</p>	
<p>8 : Ibu DH, 11 Januari 2023</p>			<p>Ada yang mengambil langsung ada juga yang dijemput kargo mbak.</p>	<p>Ada guci, cangkir, asbak, vas bunga, pot bunga, teko, tempat makan burung, kursi</p>	

Nama Informan	F : 2. Letak Lokasi Usaha Strategis (Panjangrejo, Pudong, Bantul)	G : B. Pemasaran dan Promosi Produk	H : 1. Membandingkan produk yang dijual	I : Melakukan Inovasi Produk	J : 2. Memperluas promosi produk
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023	Tempatnya ini di Jetis RT 4 Panjangrejo, Pudong, Bantul.				Sistemnya pesan lewat WA, facebook, ada juga datang ke toko langsung.
2 : Bapak DN, 11 Januari 2023		Kalau untuk pelanggan saya sendiri yang mengambil tidak ada mbak karena risikonya mereka yang tanggung, kecuali saya melakukan pengiriman, nanti jika ada barang yang pecah di jalan saya ganti atau ada potongan harga.			

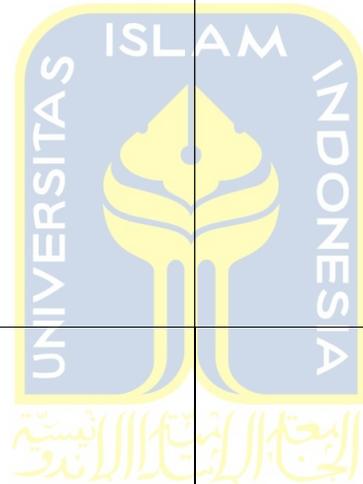
<p>3 : Bapak HA, 8 Februari 2023</p>	<p>Di Desa Jetis RT 04 Panjangrejo, Pundong, Bantul.</p>	<p>Kalau saya dipromosikan lewat facebook, instagram, dan shopee mbak. Berdasarkan pesanan dari reseller, lumayan banyak juga. Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi.</p>		<p>Kalau mengeluarkan model terbaru itu tidak mesti tapi ada, kalau tidak paling ya bentuknya sama tetapi cuma ubah warna sama motif sedikit, disesuaikan sama keinginan pembeli</p>	
<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 203</p>		<p>Ada yang diambil langsung dan ada juga yang dikirim lewat kargo, karna sudah ada kargo langganan yang datang langsung ke sini mbak. Kalau dulu waktu souvenir pakai ekspedisi paketan begitu mbak, ya paling 1 box isinya bisa sampai 100an. Kalau sekarang misal barangnya kebanyakan pesan yang besar-besar itu nanti saya bisa langsung antar nanti ongkos bensin sama total semua baya pembeli yang nanggung.</p>			<p>Sistemnya bisa pesan lewat wa, telfon dan ada juga datang ke toko langsung.</p>

<p>5 : Bapak SB, 8 Februari 2023</p>	<p>Di Desa Jetis RT 04 Panjangrejo, Pundong, Bantul.</p>				
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>	<p>Di Desa Jetis RT 04 Panjangrejo, Pundong, Bantul.</p>	<p>Langsung datang ke tempat bisa ataupun mau nelfon juga bisa. Untuk sistem promosinya saya ada Facebook, Instagram, dan websitenya juga kalau mau pesan lewat sana.</p>	<p>Mengeluarkan model terbaru itu tidak mesti sebulan tapi ada, kalau tidak paling ya bentuknya sama tetapi cuma ubah warna sama motif sedikit.</p>	<p>Kalau mengeluarkan model terbaru itu tidak mesti sebulan tapi ada, kalau tidak paling ya bentuknya sama tetapi cuma ubah warna sama motif sedikit, disesuaikan sama keinginan pembeli, tapi kalau untuk sekarang ini masih tidak terlalu banyak pembeli.</p>	

<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>	<p>Di Desa Jetis RT 01 Panjangrejo, Pundong, Bantul.</p>				<p>Langsung ke sini bisa, website juga ada, marketplace juga ada. Namanya GR Souvenir semua. Instagram: souvenirnikahunik, facebook: GR Souvenir. Pendapatan paling besar di marketplace itu tokopedia, soalnya dari 2013 sudah buka sebelum booming.</p>
<p>8 : Ibu DH, 11 Januari 2023</p>	<p>Di Desa Jetis RT 01 Panjangrejo, Pundong, Bantul</p>				



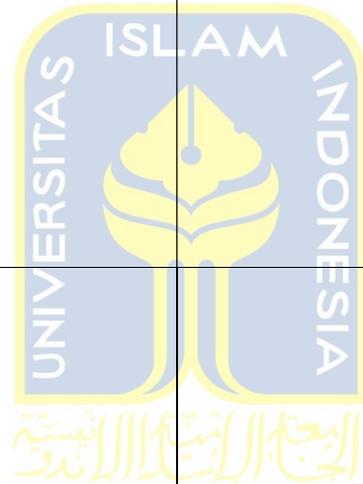
Nama Informan	K : marketplace	L : shopee	M : tokopedia	N : Media Sosial	O : Facebook
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023		<p>Kalo website belum ada. Adanya facbook, instagram, sama di shopee begitu.</p>			<p>Kalo website belum ada. Adanya facbook, instagram, sama di shopee begitu.</p>
2 : Bapak DN, 11 Januari 2023					



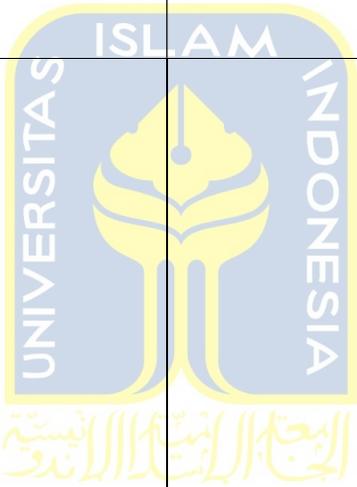
<p>3 : Bapak HA, 8 Februari 2023</p>		<p>Kalau saya dipromosikan lewat facebook, instagram, dan shopee mbak. Berdasarkan pesanan dari reseller, lumayan banyak juga. Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi.</p>		<p>Kalau saya dipromosikan lewat facebook, instagram, dan shopee mbak. Berdasarkan pesanan dari reseller, lumayan banyak juga. Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi.</p>	<p>Kalau saya dipromosikan lewat facebook, instagram, dan shopee mbak. Berdasarkan pesanan dari reseller, lumayan banyak juga. Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi.</p>
<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 203</p>		<p>Kalau saya promosinya dari facebook, instagram, sama di shopee begitu mbak.</p>			<p>Kalau saya promosinya dari facebook, instagram, sama di shopee begitu mbak.</p>

<p>5 : Bapak SB, 8 Februari 2023</p>	<p>Kalau saya mengenalkan masyarakat itu dengan promosi lewat media sosial mbak seperti Instagram, Facebook dan ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti shopee.</p>			<p>Kalau saya mengenalkan masyarakat itu dengan promosi lewat media sosial.</p>	<p>Kalau saya mengenalkan masyarakat itu dengan promosi lewat media sosial mbak seperti Instagram, Facebook dan ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti shopee.</p>
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>		<p>Berdasarkan pesanan dari reseller mbak, Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi, nanti dipromosikan lewat facebook, instagram, bahkan jualan di shopee banyak itu mbak mahasiswa di daerah sini.</p>			<p>Berdasarkan pesanan dari reseller mbak, Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi, nanti dipromosikan lewat facebook, instagram, bahkan jualan di shopee banyak itu mbak mahasiswa di daerah sini.</p>

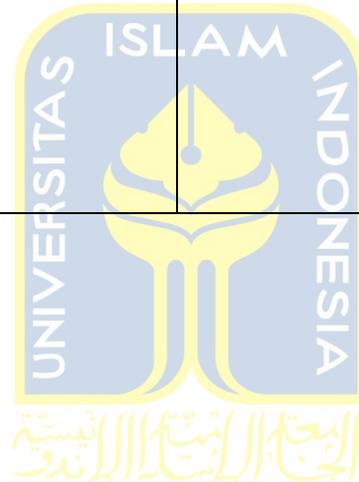
<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>	<p>ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti tokped dan shopee.</p>	<p>Kalau saya mengenalkan masyarakat itu dengan promosi lewat media sosial mbak seperti Instagram, Facebook dan ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti tokped dan shopee.</p>	<p>Kalau saya mengenalkan masyarakat itu dengan promosi lewat media sosial mbak seperti Instagram, Facebook dan ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti tokped dan shopee.</p>		<p>Langsung ke sini bisa, website juga ada, marketplace juga ada. Namanya GR Souvenir semua. Instagram: souvenir-nikahunik, facebook: GR Souvenir. Pendapatan paling besar di marketplace itu tokopedia, soalnya dari 2013 sudah buka sebelum booming.</p>
<p>8 : Ibu DH, 11 Januari 2023</p>					

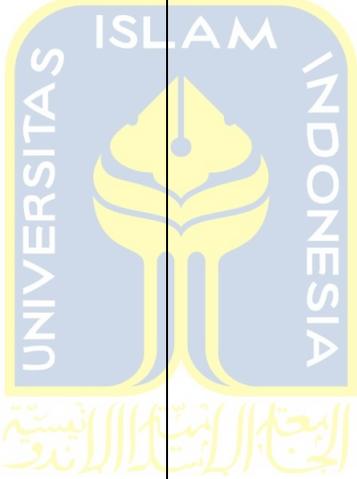


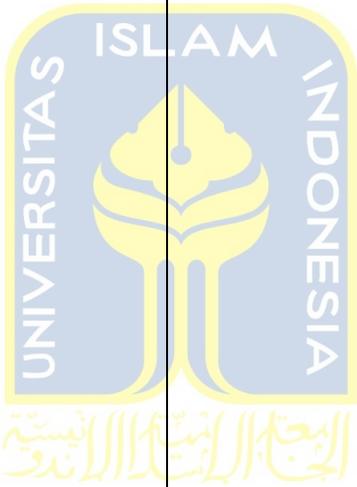
Nama Informan	P : Instagram	Q : 3 Menjaga kepercayaan pelanggan	R : Desain berdasarkan keinginan pelanggan	S : Memberi diskon atau bonus pada pembelian jumlah banyak	T : Menjaga kualitas produk agar tidak mudah rusak
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023	Kalo website belum ada. Adanya facbook, instagram, sama di shopee begitu.				
2 : Bapak DN, 11 Januari 2023			Kalau pelanggan dari saya itu berdasarkan keinginan yang diminta mbak, nanti saya buat contoh satu produk dulu kalau nanti merasa sudah cocok disetujui nanti lanjut pembuatannya. Sedangkan untuk warna cat yang diinginkan dari	Biasanya kalau belinya dalam jumlah banyak saya kasih diskon atau bonus produk kerajinan yang dipesan mbak.	

			pesanan lokal itu produk dengan warna-warna yang terang.		
3 : Bapak HA, 8 Februari 2023	<p>Kalau saya dipromosikan lewat facebook, instagram, dan shopee mbak. Berdasarkan pesanan dari reseller, rumayan banyak juga. Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi.</p>				

<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 203</p>	<p>Kalau saya promosinya dari facebook, instagram, sama di shopee begitu mbak.</p>	<p>Yang paling penting tepat waktu dan menjaga kualitasnya mbak agar tidak mudah rusak jadi pelanggan puas dengan produk yang kita buat.</p>	<p>Kalau barang yang ready stock saya sediakan untuk contoh saja mbak tapi kebanyakan pelanggan itu sudah ada gambar atau request agar dibuatkan produk seperti keinginannya.</p>		<p>Yang paling penting tepat waktu dan menjaga kualitasnya mbak agar tidak mudah rusak jadi pelanggan puas dengan produk yang kita buat.</p>
--	--	--	---	--	--

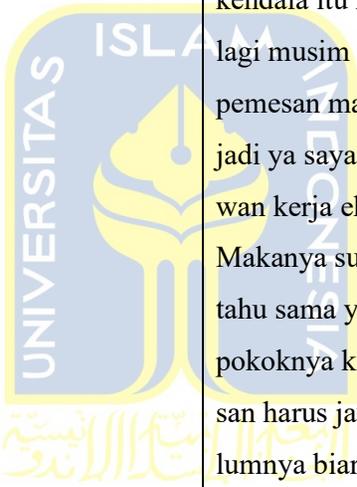


<p>5 : Bapak SB, 8 Februari 2023</p>	<p>Kalau saya mengenalkan masyarakat itu dengan promosi lewat media sosial mbak seperti Instagram, Facebook dan ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti shopee.</p>			<p>Saya ganti mbak nanti saya tawarin mau diganti barang atau dikembalikan uangnya.</p>	
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>	<p>Berdasarkan pesanan dari reseller mbak, Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi, nanti dipromosikan lewat facebook, instagram, bahkan jualan di shopee banyak itu mbak mahasiswa di daerah sini.</p>				

<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>	<p>Langsung ke sini bisa, website juga ada, marketplace juga ada. Namanya GR Souvenir semua. Instagram: souvenirnikahunik, facebook: GR Souvenir.</p> <p>Pendapatan paling besar di marketplace itu tokopedia, soalnya dari 2013 sudah buka sebelum booming.</p> <p>Kalau saya mengenalkan masyarakat itu dengan promosi lewat media sosial mbak seperti Instagram, Facebook dan ada beberapa marketplace yang saya gunakan seperti tokped dan shopee.</p>			<p>Dulu-dulu ada pas awal-awal pembuatan itu kargonya juga masih baru, jadi ada beberapa barang pecah tapi saya berani ganti dan kargonya tanggung jawab.</p> <p>Tapi setelah sudah komplain alhamdulillah jarang ada yang pecah.</p> <p>Rata-rata juga saya buatnya lebih misalnya mesan 200 kan ada lebihnya sekalian bonus sama buat jaga-jaga.</p>	
---	--	---	--	--	--

8 : Ibu DH, 11 Januari 2023		Paling ini mbak bentuk produk yang dibuat ukurannya harus sama jadi harus lebih sabar.			
------------------------------------	--	--	--	--	--



Nama Informan	U : Pemesanan Pre-order	V : Pengantaran barang secara langsung	W : Pengerjaan Tepat Waktu	X : Reseller	Y : C. Sistem partner
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023	Sistemnya pesan lewat WA, facebook, ada juga datang ke toko langsung.		Selama ini tidak ada alhamdulillah tepat waktu. Karena yang jadi kendala itu musim kalo lagi musim hujan pemesan maunya cepet jadi ya saya dan karyawan kerja ekstra. Makanya suka saya kasih tahu sama yang mesan pokoknya kalau mau mesan harus jauh hari sebelumnya biar saya bisa ngontrol persiapan.		

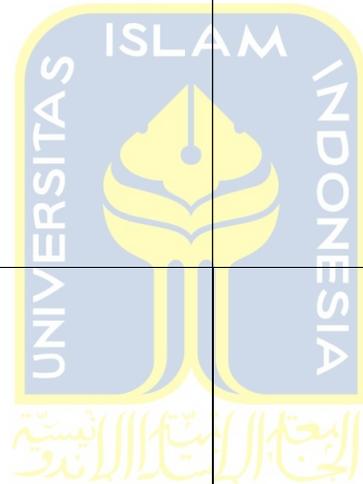
<p>2 : Bapak DN, 11 Januari 2023</p>	<p>Kalau mau pesan langsung datang di sini dan mengenai pembayarannya itu bisa cash ataupun transfer.</p>	<p>Kalau itu bisa diambil langsung ada juga yang minta dikirim.</p>			
<p>3 : Bapak HA, 8 Februari 2023</p>	<p>Langsung datang ke tempat bisa ataupun mau nelfon juga bisa, kebanyakan itu lewat WA mbak.</p>	<p>Diantar bisa, diambil juga bisa tergantung dengan perjanjian pembelian di awal maunya seperti apa.</p>		<p>Berdasarkan pesanan dari reseller mbak, Jadi ada beberapa orang yang mengambil barang dari saya untuk dijual lagi, nanti dipromosikan lewat facebook, instagram, bahkan jualan di shopee banyak itu mbak mahasiswa di daerah sini.</p>	<p>Di sini sistemnya partner, karyawan buat barang kemudian saya langsung bayar sesuai produk yang dibuat, nanti saya yang finishing dan melakukan pemasaran.</p>

<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 203</p>	<p>Sistemnya bisa pesan lewat wa, telfon dan ada juga datang ke toko langsung.</p>	<p>Ada yang diambil langsung dan ada juga yang dikirim lewat kargo, karna sudah ada kargo langganan yang datang langsung ke sini mbak. Kalau dulu waktu souvenir pakai ekspedisi paketan begitu mbak, ya paling 1 box isinya bisa sampai 100an. Kalau sekarang misal barangnya kebanyakan pesan yang besar-besar itu nanti saya bisa langsung antar nanti ongkos bensin sama total semua baya pembeli yang nanggung.</p>	<p>Yang paling penting tepat waktu dan menjaga kualitasnya mbak agar tidak mudah rusak jadi pelanggan puas dengan produk yang kita buat.</p>	<p>Iya mbak ada toko besar juga, dan ada sebagian menjual lagi produknya jadi saya yang buat pesannya.</p>	
--	--	--	--	--	--

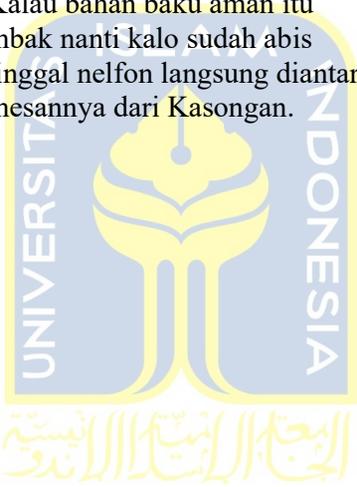
<p>5 : Bapak SB, 8 Februari 2023</p>	<p>Langsung ke sini bisa, website juga ada, kalau pelanggan kebanyakan itu lewat WA mbak.</p>	<p>Diantar bisa, diambil juga bisa.</p>		<p>Kalo reseller itu ada tapi setelah covid ini memang serada menurun mbak.</p>	
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>	<p>Langsung datang ke tempat bisa ataupun mau nelfon juga bisa. Untuk sistem promosinya saya ada Facebook, Instagram, dan websitenya juga kalau mau pesan lewat sana</p>	<p>Diantar bisa, diambil juga bisa tergantung dengan perjanjian pembelian di awal maunya seperti apa mbak.</p>		<p>Kalo reseller itu ada tapi setelah covid ini belum order lagi, rata-rata tempat saya pakai.</p>	<p>Di sini memakai sistem partner, karyawan buat barang kemudian saya langsung bayar sesuai produk yang dibuat, nanti saya yang finishing dan melakukan pemasaran.</p>



<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>	<p>Langsung ke sini bisa, website juga ada, marketplace juga ada. Namanya GR Souvenir semua. Instagram: souvenirnikahu-nik, facebook: GR Souvenir. Pendapatan paling besar di marketplace itu tokopedia, soalnya dari 2013 sudah buka sebelum booming.</p>	<p>Diantar bisa, diambil juga bisa.</p>		<p>Kalo reseller itu ada tapi setelah covid ini belum order lagi, rata-rata tempat saya pemakai.</p>	
<p>8 : Ibu DH, 11 Januari 2023</p>	<p>Tokonya di rumah saja tidak ada toko online, karena ibu tidak bisa pegang gituan.</p>				



Nama Informan	Z : D. Upah dengan borongan	AA : E. Peningkatan daya tahan produk	AB : F. Pasar Dalam Negeri	AC : G. Pasar Luar Negeri
<p>1 : Bapak AR, 11 Januari 2023</p>	<p>Kerjanya itu borongan kalo ada pesanan banyak ya mengerjakan banyak, kalo pun tidak ada pesanan ya berhenti dulu atau mengerjakan yang lainnya.</p>	<p>Saya belinya di Kasongan, tanah liat yang sudah jadi tinggal makai. Kalau seperti itu belinya per truk, tergantung banyak dikitnya nanti dapat harga berapa.</p> 	<p>Selama ini ada yang dari Jakarta, Serpong, Kasongan, luar pulau, sampai ke luar Negeri.</p>	<p>Ada yang paling banyak pesanan yaitu tempat lampu, itu yang mesan dari luar negeri seperti australia dan amerika, tapi mesennya lewat agen kasongan.</p>
<p>2 : Bapak DN, 11 Januari 2023</p>		<p>Kalau tanah biasanya beli sudah ada langganan sejak dulu. Belinya itu dihitung per truk mbak.</p>	<p>Kebanyakan itu dari Kasongan, ada juga yang dari Magelang dan Jakarta</p> <p>Kalo itu pemesanan dari Kasongan mbak campuran itu ada juga piring, cobek, cepuk, teko dan masih banyak lagi yang di sana (tempat penyimpanan produk).</p>	

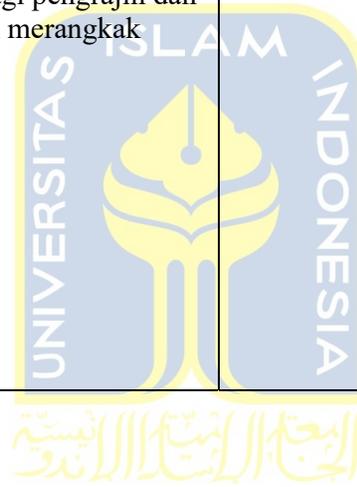
<p>3 : Bapak HA, 8 Februari 2023</p>	<p>Saya mengerjakannya itu kalo ada borongan, jadi ada 5 orang karyawan yang membantu saya dalam pembuatan kerajinan gerabah ini.</p>	<p>Beli mbak, di sini ada tempat pengolahan tanah liat itu belinya per truk.</p>	<p>Keluar kota dan keluar pulau mbak, ada yang dari Klaten, Kudus, Boyolali, Jabodetabek, Magelang kalo di luar pulau dari lampung, Palembang, dari daerah Sumatra mbak.</p>	
<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 203</p>	<p>Kerjanya itu borongan kalo ada pesanan banyak ya mengerjakan banyak, kaloapun tidak ada pesanan ya berhenti dulu atau mengerjakan yang lainnya.</p>	<p>Kalau bahan baku aman itu mbak nanti kalo sudah abis tinggal nelfon langsung diantar mesannya dari Kasongan.</p> 	<p>Selama ini ada yang dari Jepara, Kediri, Purwodadi, Purwokerto, Cilacap, Malang, Semarang, Banten, Tangerang, Temanggung, Kasongan, sampai luar pulau.</p>	

<p>5 : Bapak SB, 8 Februari 2023</p>	<p>Masuknya borongan dihitung sesuai dengan banyaknya yang dikerjakan mbak.</p>	<p>Beli mbak di daerah sini juga dapatnya.</p>	<p>Keluar kota dan keluar pulau. Rata-rata itu di luar daerah kalo di luar pulau daerah Sumatera mbak.</p>	
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>	<p>Di sini sistemnya borongan, karyawan buat barang kemudian saya langsung bayar sesuai produk yang dibuat, nanti saya yang finishing dan melakukan pemasaran.</p> <p>Iya mbak seperti borongan.</p>	<p>Beli, di sini ada tempat pengolahan tanah liat itu belinya per truk, 1 truk sekitar Rp 700.000 tergantung kalo semakin mahal maka kualitasnya semakin bagus.</p>	<p>Keluar kota dan keluar pulau. Rata-rata itu dari Kasongan, Jabodetabek, Magelang kalo di luar pulau juga ada.</p>	

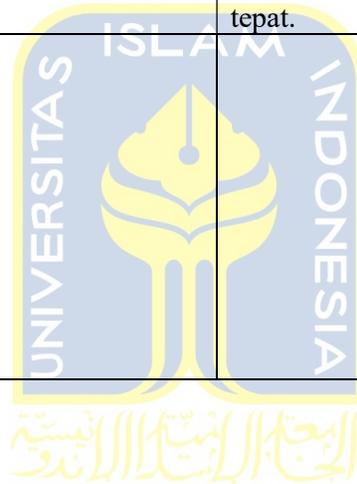
<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>	<p>Masuknya borongan dihitung sesuai dengan banyaknya yang dikerjakan mbak.</p>	<p>Beli, di sini ada tempat pengolahan tanah liat itu belinya per truk, 1 truk sekitar 700 ribu. jadi para pengrajin belinya di situ.</p>	<p>Keluar kota dan keluar pulau. Rata-rata itu di Jabodetabek kalo di luar pulau Makassar sama daerah Sumatera.</p>	
<p>8 : Ibu DH, 11 Januari 2023</p>	<p>Karyawannya tetap mbak kalau ada pesan borongan kayak begitu.</p>		<p>Dari Magelang itu paling sering, dari Jakarta juga ada. P: Di sini sistemnya DP dulu bu?</p>	

Framework Matrices 3.1 Kekurangan dan Kendala Implementasi Strategi

Nama Informan	A : RM. 3 Kekurangan dan Kendala	B : A. Kekurangan	C : 1. Produk mudah pecah	D : 2. Promosi tidak maksimal	E : 3. Penjualan menurun
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023		Ada yang ratusan sampai ribuan kalo waktu banyak pesanan. Karena ada pandemi itu jadi turun sampai sekarang sangat berpengaruh bagi pengrajin dan sekarang sudah merangkak sedikit-sedikit		Kalau suka dukanya saya selama ini alhamdulillah untuk modal kedepannya ada dan kebutuhan sehari-hari cukup, tapi yang jadi kendala itu waktu pesanan tidak ada sama cara memasarkannya itu. Kalau untuk keperluan modal pasarnya sudah jalan modal itu sudah otomatis bisa dicari tapi kalau pasarnya lesu tidak bisa dibuka ya itu yang jadi kendalanya.	Ada yang ratusan sampai ribuan kalo waktu banyak pesanan. Karena ada pandemi itu jadi turun sampai sekarang sangat berpengaruh bagi pengrajin dan sekarang sudah merangkak sedikit-sedikit.

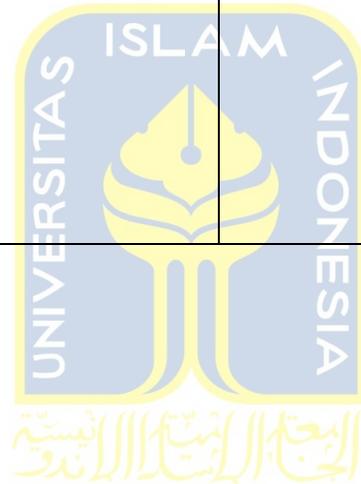


<p>2 : Bapak DN, 11 Januari 2023</p>			<p>P: Biasanya yang memicu terjadinya barang pecah itu gara-gara apa pak? I: Kalau dari saya mungkin produknya kurang kering sempurna jadi barangnya mudah sekali pecah atau bisa jadi pada saat penataan barang di kardus itu kurang tepat.</p>	<p>Saya tidak ada promosi, jadi hanya ada dari pesanan langsung. Kemarin ada anak yang handle tapi malah sibuk dengan pekerjaan lain, jadi malah tidak kepegang. Kalo sekarang itu berdasarkan orang langsung ke toko mbak.</p>	
<p>3 : Bapak HA, 8 Februari 2023</p>	<p>Kalau lagi musim hujan begitu jadinya nanti agak lama, soalnya nanti susah kering karena tidak ada panas matahari kalo kena angin-anjin tidak cukup mbak.</p>				

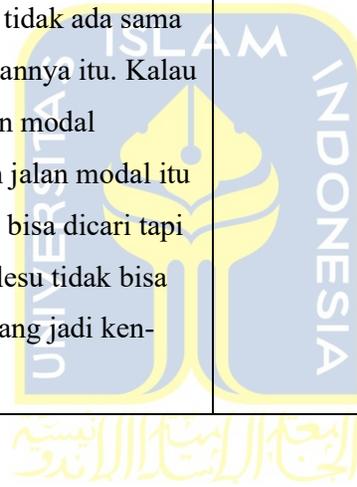


<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 2023</p>			<p>Yang paling penting tepat waktu dan menjaga kualitasnya mbak agar tidak mudah rusak jadi pelanggan puas dengan produk yang kita buat.</p>		
<p>5 : Bapak SB, 8 Februari 2023</p>	<p>Biasanya ini mbak ada dua faktor penyebabnya. Bisa jadi dari pengemasan produk saat diangkut kurang tepat sama kurang hati-hatinya kurir yang membawa barang mbak.</p>				<p>Kalo targetnya kepinginnya banyak, kalo dulu sebelum covid sekitar 10rb pics tapi sekarang menurun sampai 20%</p>
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>					<p>Kalo dibandingkan sekarang sama yang dulu beda jauh malahan ramai sebelum covid selalu ada pemesan dan pesannya itu jumlahnya banyak, pokoknya sangat berpengaruh sekali bagi pengrajin desa ini.</p>

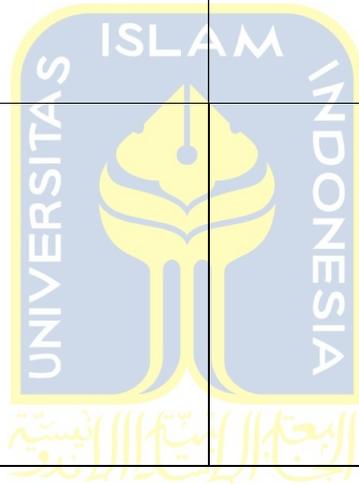
<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>			<p>Iya, misalnya bahan bakunya kurang bagus kadang pecah.</p>		<p>Kalo targetnya kepinginnya banyak, kalo dulu sebelum covid sekitar 10rb pcs tapi sekarang menurun sampai 50%.</p>
<p>8 : Ibu DH, 11 Januari 2023</p>				<p>Tokonya di rumah saja tidak ada toko online, karena ibu tidak bisa pegang gituan.</p>	<p>Setelah terjadinya covid itu tidak mesti kadang sebulan 2 kali menerima pesanan yang paling banyak rata-rata asbak 100 pcs, pot bunga 100 pcs, guci 100 pcs, teko 100 pcs.</p>



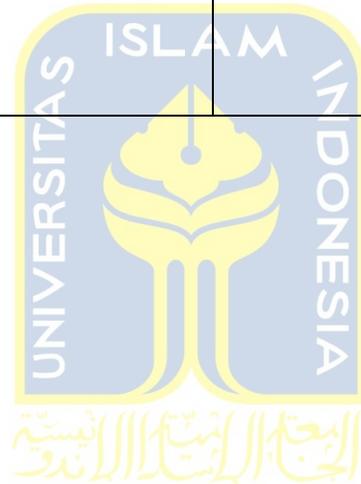
Nama Informan	F : 4. Pencatatan keuangan belum teratur	G : B. Kendala	H : 1. Pengaruh bahan baku	I : 2. Pengemasan produk kurang tepat	J : 3. Kurir kurang hati-hati membawa produk
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023		<p>Kalau suka dukanya saya selama ini alhamdulillah untuk modal kedepannya ada dan kebutuhan sehari-hari cukup, tapi yang jadi kendala itu waktu pesanan tidak ada sama cara memasarkannya itu. Kalau untuk keperluan modal pasarnya sudah jalan modal itu sudah otomatis bisa dicari tapi kalau pasarnya lesu tidak bisa dibuka ya itu yang jadi kendalanya.</p>			

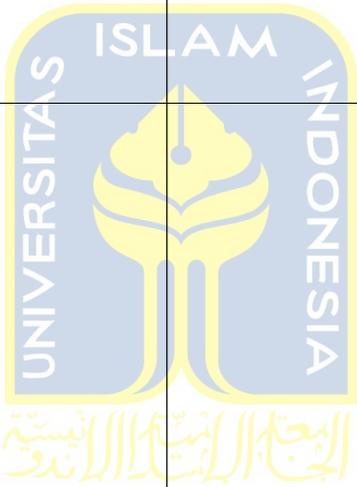


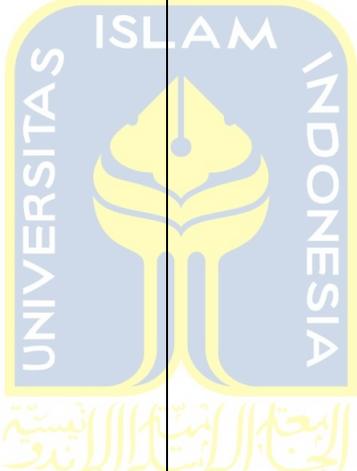
<p>2 : Bapak DN, 11 Januari 2023</p>	<p>P: Jadi hitung keuntungannya bagaimana pak kalau tidak ada pencatatan? I: Mungkin ke depannya saya mulai mencatat untuk menghitung keuntungannya.</p>	<p>P: Kendala dari pelanggan ada tidak pak? I: Ada mbak pastinya kalau ada barang yang pecah seperti itu langsung saya ganti saja.</p>		<p>Kalau dari saya mungkin produknya kurang kering sempurna jadi barangnya mudah sekali pecah atau bisa jadi pada saat penataan barang di kardus itu kurang tepat.</p>	
<p>3 : Bapak HA, 8 Februari 2023</p>	<p>P: Kalau untuk keuntungannya ada pencatatan khusus tidak pak? I: Tidak ada pembukuan buat catat keuntungan mbak.</p>				



<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 2023</p>	<p>P: Sedangkan untuk keuntungannya ada pencatatan khusus tidak pak? I: Tidak ada mbak.</p>	<p>Selama ini tidak ada kendala karena memang sudah kerjasama bertahun-tahun, kalau kompalin itu ada karena memang ini barang pecah belah.</p>			
---	---	--	--	--	--

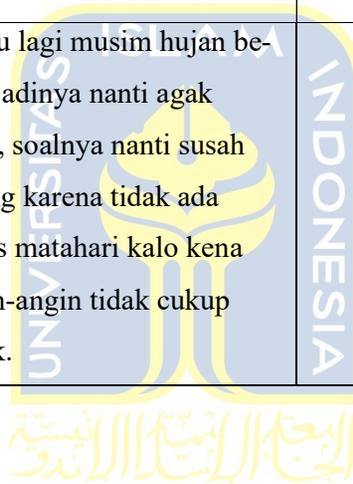


<p>5 : Bapak SB, 8 Februari 2023</p>	<p>P: Kalau untuk keuangannya ada pencatatan khusus tidak ya pak? I: Tidak ada mbak, dulu ada pelatihan seperti itu dan saya coba tapi sekarang sudah tidak mbak sibuk buat produk.</p>		<p>Iya, misalnya bahan bakunya kurang bagus kadang mudah pecah.</p>	<p>Biasanya ini mbak ada dua faktor penyebabnya. Bisa jadi dari pengemasan produk saat diangkut kurang tepat sama kurang hati-hatinya kurir yang membawa barang mbak.</p>	<p>Biasanya ini mbak ada dua faktor penyebabnya. Bisa jadi dari pengemasan produk saat diangkut kurang tepat sama kurang hati-hatinya kurir yang membawa barang mbak.</p>
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>	<p>P: Ada pencatatan khusus untuk keuntungan yang didapat tidak pak? I: Tidak ada mencatat untuk keuntungan mbak jadi nanti dikira-kira saja.</p>				
<p>7 : Bapak TW, 11 Januari 2023</p>	<p>P: Kalau untuk keuangannya ada pencatatan khusus tidak ya pak? I: Tidak ada, dulu</p>		<p>Iya, misalnya bahan bakunya kurang bagus kadang pecah.</p>		

	ada pelatihan seperti itu tapi repot.				
<p>8 : Ibu DH, 11 Januari 2023</p>	<p>P: Di sini ada pencatatan pendapatannya tidak ya bu?</p> <p>I: Tidak ada mbak itu saya kira-kira saja nanti saya simpan dulu misal disisihkan buat bayar karyawan, buat beli tanah liat, buat beli cat, dan diputerin lagi modalnya alhamdulillah cukup mbak.</p>				

Nama Informan	K : 4. Pekerjaan karyawan tidak tepat waktu	L : 5. Pengaruh cuaca	M : 6. Kurangnya pemahaman penjualan mengenai sosial media	N : 7. Tidak ada pencatatan keuangan
1 : Bapak AR, 11 Januari 2023			<p>Kalau suka dukanya saya selama ini alhamdulillah untuk modal kedepannya ada dan kebutuhan sehari-hari cukup, tapi yang jadi kendala itu waktu pesanan tidak ada sama cara memasarkannya itu. Kalau untuk keperluan modal pasarnya sudah jalan modal itu sudah otomatis bisa dicari tapi kalau pasarnya lesu tidak bisa dibuka ya itu yang jadi kendalanya.</p>	

<p>2 : Bapak DN, 11 Januari 2023</p>	<p>Ada mbak, pengerjaannya tidak tepat waktu begitu, apalagi kalau musim penghujan barang susah kering jadinya saya kasih paham karyawan baik-baik.</p>	<p>Kendalanya itu pada waktu musim penghujan mbak, itu bisa memperlambat proses pengeringan jadi berpengaruh pada hasil produknya juga.</p>		<p>Kalau saya modelnya paling nanti dapat berapa disimpan lalu uangnya saya putar lagi buat modal beli bahan baku.</p>
<p>3 : Bapak HA, 8 Februari 2023</p>		<p>Kalau lagi musim hujan begitu jadinya nanti agak lama, soalnya nanti susah kering karena tidak ada panas matahari kalo kena angin-angin tidak cukup mbak.</p>		<p>Tidak ada pembukuan buat catat keuntungan mbak.</p>



<p>4 : Bapak RB, 8 Februari 2023</p>		<p>Selama ini tidak ada semuanya tepat waktu. Karena yang jadi kendala itu musim kalo lagi musim hujan pemesan maunya cepet jadi saya dan karyawan kerjanya lebih giat lagi.</p> <p>Takutnya kalo terkendala sama musim begitu hasilnya tidak maksimal.</p>	<p>P: Jadi bagaimana hitung keuntungannya kalau tidak ada pencatatan?</p> <p>I: Saya kira-kira saja mbak terus uangnya saya simpan dulu sebagian nanti saya buat beli bahan baku, untuk mengecet berapa, bayar karyawan juga, nanti dihitung jumlahnya untuk keuntungannya harga jualnya dilebihkan dari biaya produksinya itu.</p>
<p>5 : Bapak SB, 8 Februari 2023</p>			<p>Tidak ada mbak, dulu ada pelatihan seperti itu dan saya coba tapi sekarang sudah tidak mbak sibuk buat produk.</p>
<p>6 : Bapak SN, 8 Februari 2023</p>		<p>P: Kalau waktu musim hujan begitu pak bagaimana?</p> <p>I: Jadi nanti agak lama sedikit selesai pembuatannya, soalnya susah kering karena tidak ada panas matahari</p>	<p>Tidak ada mencatat untuk keuntungan mbak jadi nanti dikira-kira saja.</p>

		kalo kena angin-angin be- gitu tidak jadi sempurna produknya.		
7 : Bapak TW, 11 Januari 2023				Tidak ada, dulu ada pelatihan sep- erti itu tapi repot.
8 : Ibu DH, 11 Jan- uari 2023		<p>P: Kalau musim hujan bi- asanya mempengaruhi hasil produknya tidak bu?</p> <p>I: Sangat berpengaruh mbak barang susah kering jadi nanti kalau kurang hati-hati juga menimbulkan cacatnya produk.</p>		Tidak ada mbak itu saya kira-kira saja nanti saya simpan dulu misal disisihkan buat bayar karyawan, buat beli tanah liat, buat beli cat, dan diputerin lagi modalnya alham- dulillah cukup mbak.