

# Analisis Kesiapan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) *Hanmade* Industri Sepatu Kabupaten Magetan Menghadapi Era Globalisasi (Studi Kasus *Hanmade* Industri Sepatu Kabupaten Magetan)

Yogi Yunanto  
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri  
Jl. Selomangleng No. 1 Kediri, Jawa Timur

## **Abstrak**

*Industri kecil dan menengah merupakan kelompok industri yang paling bertahan dalam menghadapi krisis perekonomian indonesia. tujuan penelitian ini mengetahui kondisi perkembangan IKM hanmade industri sepatu di kabupaten magetan dan mengetahui kondisi daya saing IKM hanmade industri sepatu di kabupaten magetan menghadapi era globalisasi. Jenis penelitian deskriptif kualitatif menghasilkan data berupa kata-kata, tulisan atau lisan dan perilaku orang dapat diamati, mengungkapkan fakta apa adanya tentang suatu objek, gejala, keadaan, dengan pencandraan, menggambarkan, menguraikan, menginterpretasikannya dan diambil kesimpulan yang sistematis. Para pemilik IKM merekrut tenaga kerja profesional di bidang produksi sepatu bentuk perubahan mode dan penguasaan teknologi, Penggunaan mesin produksi yang bagus serta jaminan produk, implikasi praktis artikel kondisi perkembangan IKM hanmade industri sepatu di kabupaten magetan memberikan dampak positif terhadap upaya pencapaian tujuan para pemilik usaha. Adanya peningkatan daya saing sehingga mampu memberikan jaminan atas dukungan pemilik untuk mengembangkan usaha. Hasil kesimpulan perlu adanya pelatihan teknologi pengembangan produk dan kemasan serta peningkatan SDM pengrajin. Fasilitas mesin dan peralatan produksi mengikuti perkembangan teknologi. Peningkatan kualitas melalui standarisasi produk memberikan jaminan atas kepuasan konsumen. Sosialisasi dan penerapan (SNI). Pemasaran melalui jalinan kerjasama (Kemitraan industri daerah lain) Peningkatan intensitas pemasaran melalui jaringan online.*

**Kata Kunci:** *Industri Kecil Menengah (IKM), Kemampuan Daya Saing, Era Globalisasi*

## **PENDAHULUAN**

Industri kecil dan menengah merupakan kelompok industri yang paling bertahan dalam menghadapi krisis perekonomian indonesia. Istilah industri menurut Hartanto (1987) adalah suatu bentuk kegiatan manusia yang meningkatkan nilai guna dari bahan atau barang dengan mengerahkan inovasi teknologi dan ketrampilan fisik maupun sumber alam yang ada. Pengembangan industri merupakan satu jalur kegiatan untuk peningkatan kesejahteraan dalam arti tingkat hidup yang lebih maju maupun taraf hidup yang lebih bermutu. Industrialisasi tidak terlepas dari usaha untuk meningkatkan mutu

sumber daya manusia dan kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya alam serta sumber daya yang lainnya. Dengan demikian industrialisasi sebagai bentuk usaha untuk meningkatkan produktivitas tenaga manusia disertai usaha untuk meluaskan ruang lingkup kegiatan manusia (Arsyad, 1992) Keikutsertaan Indonesia dalam berbagai perjanjian perdagangan bebas selama ini sering kali dilatarbelakangi ketakutan pada dampak trade diversion. Artinya kalau dua negara melakukan perjanjian bebas maka kegiatan ekspor-Impor oleh dua negara tersebut. Akibatnya negara lain seperti Indonesia akan mengalami kehilangan potensi ekspor di kedua negara tersebut. Namun yang perlu dicatat, trade diversion hanya berlaku bagi dua negara atau lebih yang memiliki produk yang sama dengan tujuan pasar yang sama. Dengan kata lain, ketakutan kehilangan potensi pasar ekspor seharusnya tidak menjadi alasan bagi sebuah negara merasa terasingkan sehingga akhirnya tanpa kesiapan yang matang nekad menceburkan diri masuk dalam perjanjian perdagangan bebas meski dengan risiko pasar dalam negeri akan diserbu oleh berbagai macam produk luar yang dapat mengancam kelangsungan produsen lokal.

Sektor industri kecil seperti kebanyakan pengalaman di negara maju memiliki peluang besar sebagai sektor tulang punggung perekonomian, dan mengalami perkembangan yang sangat cepat dengan menggunakan teknologi yang semakin maju dan canggih. Dalam upaya peningkatan produktivitas sektor industri kecil ini maka diperlukan usaha-usaha dalam rangka mendukung perkembangannya, hal tersebut mengingat bahwa sektor ini mempunyai peranan yang sangat besar dalam perekonomian suatu bangsa.

Industri sepatu adalah salah satu industri yang menjanjikan dimasa yang akan datang bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia, karena industri ini adalah salah satu industri yang menjadi unggulan Indonesia. Setelah pemerintah kita menggalakkan ekspor dalam sector non migas maka industri sepatu merupakan salah satu alternatif yang menjanjikan dari berbagai komoditi lainnya dalam fenomena perekonomian dewasa ini. Seiring dengan perkembangan zaman, dimana era globalisasi lebih mengisyaratkan kemunculan liberalisasi khususnya dibidang ekonomi oleh para aktor negara, sehingga menuntut pemerintah Indonesia dalam hal ini mempunyai otoritas untuk memberikan kontribusi terhadap perkembangan industri dan perdagangan dalam hal ini khususnya sepatu agar dapat eksis menghadapi pasar bebas dan mampu berkompetisi di era globalisasi.

Salah satu daerah yang memiliki banyak industri kecil adalah Kabupaten Magetan. Industri yang dijumpai di Kabupaten Magetan yaitu misalnya industri sepatu/sandal kulit, kerajinan bambu,emping mlinjo, penyamakan kulit, jenang candi. Tetapi produk unggulan dijumpai pada industri sepatu/sandal kulit. Karena jumlah perajin sepatu dan sandal kulit di Kabupaten Magetan tercatat paling banyak dibandingkan dengan kerajinan jenis lain. Kabupaten Magetan adalah sentra industri sepatu dimana sebagian besar industri pengolahan bergerak di bidang industri sepatu/sandal kulit.

Perkembangan industri kerajinan sandal/sepatu kulit di Kabupaten Magetan menunjukkan adanya perkembangan, kondisi itu menunjukkan adanya keberhasilan pengelolaan yang dilakukan oleh pemilik dan pemerintah daerah dalam upaya peningkatan pada kerajinan sandal/sepatu kulit.

Melalui analisis atas kemampuan daya saing yang dimiliki oleh sebuah IKM akan dapat dijadikan sebagai dasar dalam penetapan kebijakan terkait dengan upaya pemilik dalam menghadapi persaingan usaha yang terjadi. Pada sisi yang lain adanya kemampuan pemilik dalam menghadapi persaingan di era globalisasi akan memberikan jaminan bahwa seluruh aktivitas yang dilakukan oleh suatu IKM dapat memberikan

dukungan dalam upaya untuk memaksimalkan potensi yang dimiliki sehingga era globalisasi bukan menjadi ancaman bagi IKM. Mengingat hal tersebut maka dapat dijadikan sebuah tantangan baru bagi industri sepatu untuk dapat lebih memanfaatkan peluang ini yang mengakibatkan persaingan dalam kualitas produk dan harga, Sehingga membuat industri sepatu Indonesia khususnya di Magetan ini bisa bersaing pada pasaran global. Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul “Analisis Kesiapan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan Menghadapi Era Globalisasi”

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, seperti yang diungkapkan oleh Kirk dan Miller dalam Moleong (2002:4) penelitian kualitatif didefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peritilahnannya. Menurut Bodgan dan Taylor yang juga dikutip oleh Moleong (2002:4) yang mendefinisikan metode penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, tulisan atau lisan dan orang-orang yang berperilaku yang dapat diamati. Jadi penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengungkapkan fakta apa adanya tentang suatu objek, gejala, keadaan, dengan pencandraan, menggambarkan, menguraikan, menginterpretasikannya dan diambil suatu kesimpulan dalam bentuk tulisan yang sistematis. Dalam penelitian ini akan dilakukan analisis mengenai kondisi perkembangan dan daya saing IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan.

## **Ruang Lingkup Penelitian**

Fokus penelitian ini lebih dititik beratkan pada bidang perencanaan pembangunan dalam hal ini terkait dengan kondisi perkembangan dan daya saing IKM *Handmade* Industri Sepatu Kabupaten Magetan dalam menghadapi Era Globalisasi.

## **Jenis Data**

### **1. Data primer**

Data yang diperoleh langsung dari para pengrajin dalam memberikan informasi. Adanya data primer diperoleh dengan cara wawancara kepada para pengrajin/pemilik IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan terkait dengan dampak Era Globalisasi dalam perkembangan IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan. Wawancara juga dilakukan kepada Kepala Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan.

### **2. Data sekunder**

Data yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak peneliti maupun pihak lain. Yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah mengenai gambaran umum industri, jumlah karyawan dan lain-lain.

## **Sumber Informan**

Adapun sumber informan dalam penelitian ini yaitu:

1. Pemerintah Daerah khususnya Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan dalam hal ini adalah Staff yang menangani Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan.
2. Pelaku Industri Kecil Menengah Kabupaten Magetan, yaitu para pemilik Industri Kecil Menengah IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah:

1. Wawancara

Wawancara adalah cara mendapatkan informasi dengan bertanya langsung kepada para pengrajin/ pemilik IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan, dimana peneliti menyampaikan pertanyaan-pertanyaan kepada pemilik untuk menjawabnya, menggali jawaban lebih jauh bila dikehendaki dan mencatatnya.

2. Dokumentasi

Langkah ini berupa kegiatan mengumpulkan data-data sekunder dengan cara melihat atau menyalin catatan kertas kerja yang dianggap berhubungan dengan penelitian.

### **Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Inovasi Produk, merupakan upaya dari pemilik IKM untuk melakukan pengembangan atau inovasi produk yang dihasilkan sehingga produk dapat memiliki nilai yang lebih baik dari produk yang dihasilkan sebelumnya. Indikator variabel inovasi produk yaitu melakukan inovasi/ perubahan mengenai model/ desain produk, kombinasi warna dan jenis produk yang diproduksi selama kurun waktu kurang dari 3-5 bulan terakhir.
2. Kualitas produk, jaminan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan oleh pasar sehingga produk mampu bersaing terutama dengan produk sejenis. Kualitas produk dapat memberikan jaminan bahwa produk yang ditawarkan benar-benar sesuai dengan harapan konsumen. Indikator variabel kualitas produk yaitu adanya dan tidak adanya peningkatan jumlah produksi selama 1 tahun terakhir.
3. Pemanfaatan teknologi, merupakan upaya pemilik untuk menghasilkan produk yang lebih baik dan lebih efisien dalam penggunaan sumber daya yang dimiliki oleh pemilik IKM. Indikator pemanfaatan teknologi pada penelitian ini adalah tenaga kerja terhadap produktivitas karyawan dengan satuan unit/ orang selama 1 tahun terakhir.
4. Pemasaran produk, merupakan kebijakan pemilik dalam kegiatan memasarkan produk yang dihasilkan sehingga konsumen dapat dengan mudah untuk mendapatkan produk yang diinginkan. Indikator pemasaran produk dalam penelitian ini adalah jumlah media yang digunakan untuk mengenalkan produknya.

### **Teknik Analisis Data**

Sesuai dengan jenis dan metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, maka dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif dengan model interaktif. Miles dan Huberman (1992:15-20) menyebutkan bahwa dalam analisa data kualitatif dengan model interaktif, data yang muncul berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka. Dan kemudian analisa data ini terdiri dari tiga langkah kegiatan, yaitu:

1. Reduksi data merupakan pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan informasi data "kasar" yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Hal ini merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data.
2. Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan.
3. Menarik kesimpulan/ verifikasi yaitu membuat kesimpulan sementara yang longgar, terbuka dan dari yang mula-mula belum jelas kemudian meningkat menjadi lebih rinci

dengan cara verifikasi, dalam artian meninjau ulang catatan-catatan lapangan dengan maksud agar data-data yang diperoleh itu benar-benar valid.

### **Keadaan Perekonomian**

Dalam struktur ekonomi Kabupaten Magetan, sektor industri pengolahan baru memberi kontribusi sebesar 8,69 persen. Demikian pula di wilayah Kecamatan Magetan yang penduduknya sebagian besar bekerja di perdagangan, kontribusi sektor industri belum terlalu signifikan. Industri pengolahan di Kecamatan Magetan sebagian besar masih berskala kecil dan rumah tangga. Berdasarkan jenis usaha yang terbanyak adalah industri anyaman bambu, emping mlinjo dan produk dari kulit seperti, sandal, ikat pinggang serta produk kulit olahan. Data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan, pada tahun 2013 jumlah industri kecil di Kecamatan Magetan sebanyak 766 unit usaha dengan serapan tenaga kerja 3 sampai dengan 4 tenaga kerja per unit usaha. Dilihat dari jenisnya sebagian besar merupakan industri kecil non formal sebanyak 567 unit usaha atau sekitar 74,02 persen. Sedangkan untuk industri kecil formal hanya berjumlah 199 unit usaha, namun mampu menyerap 1.058 tenaga kerja atau rata-rata 5 sampai dengan 6 tenaga kerja per unit usaha. Dibandingkan tahun 2012 jumlah industri kecil, tahun 2013 mengalami peningkatan.

Kondisi demikian dinilai merupakan pertumbuhan ekonomi yang tinggi mengingat beberapa tahun sebelumnya perekonomian Kabupaten Magetan terkategori labil sebagai dampak terjadinya krisis ekonomi. Dalam struktur perekonomian Kabupaten Magetan, sektor industri bukan merupakan sektor paling dominan. Namun, peranannya dalam mendukung perekonomian Kabupaten Magetan tidak bisa diabaikan. Kinerja sektor industri pengolahan berada dalam tren yang positif.

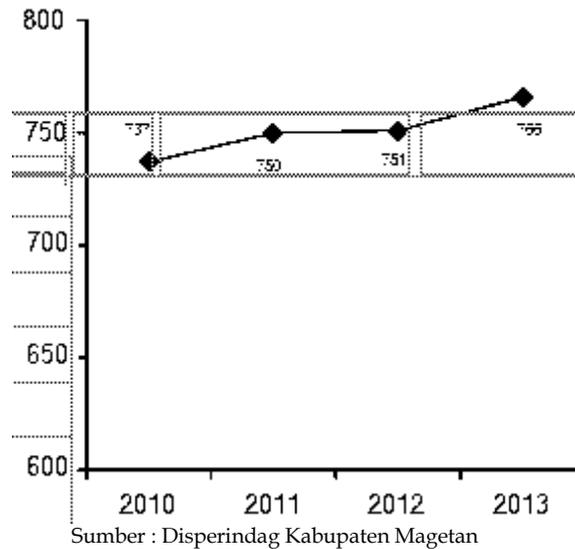
**Tabel 1.**

Industri kerajinan menurut jenisnya di Kecamatan Magetan tahun 2013

<b>Jenis Industri</b>	<b>Unit Usaha</b>	<b>Tenaga Kerja</b>
Kerajinan Bamboo	1.060	2.255
Sepatu/Sandal Kulit	100	290
Emping Mlinjo	224	490
Penyamakan Kulit	40	312
Jenang Candi	15	21

Sumber: Dinas Koperasi, Perindustrian & Perdagangan Kabupaten Magetan

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa adanya Kontribusi sektor industri di Kecamatan Magetan tidak terlalu signifikan selain jumlah dan jenis usaha yang tidak terlalu banyak, skala usaha sebagian besar berskala kecil dan rumah tangga. Jenis usaha terbanyak adalah industri anyaman bambu



**Gambar 1.**  
Jumlah industri kecil di Kecamatan Magetan tahun 2010-2013

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa adanya peningkatan IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan tahun 2010-2013.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari dokumentasi dan hasil wawancara yang dilakukan kepada para pemilik sehingga dapat diketahui identifikasi dari kesiapan daya saing IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan menghadapi Era Globalisasi. Adapun hasil analisis data yang telah dilakukan maka dapat diuarikan sebagai berikut: Perkembangan IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan, Kondisi daya saing IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan, Inovasi produk yang dilakukan oleh pemilik IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan, Kualitas produk yang dilakukan oleh pemilik IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan, pemanfaatan teknologi yang dilakukan oleh pemilik IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan, pemasaran produk yang dilakukan oleh pemilik IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan. Karakteristik inovasi yaitu meliputi:

### 1. Keunggulan relatif/ *relative advantage*

Derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik atau unggul daripada yang pernah ada. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi seperti segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, dan kepuasan. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi.

### 2. Kompatibilitas/ *compatibility*

Derajat dimana suatu inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya inovasi yang sesuai.

3. Kerumitan/ *complexity*

Derajat dimana suatu inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi suatu cepat suatu inovasi diadopsi.

4. Kemampuan diujicobakan/ *trialability*

Derajat dimana suatu inovasi dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diujicobakan dalam setting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.

5. Kemampuan untuk diamati/ *observability*

Derajat dimana suatu inovasi dapat dilihat orang lain. Semakin mudah seseorang melihat suatu hasil inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi.

Dapat disimpulkan bahwa selama ini pemilik selalu berupaya untuk melakukan perbaikan mutu maupun model produk sehingga konsumen dapat menerima atas produk yang ditawarkan tersebut. Upaya yang dilakukan tersebut terkait erat dengan dukungan yang diberikan kepada konsumen agar mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan konsumen dan sesuai dengan manfaat yang akan diterima oleh konsumen.

Menurut Juran dalam Tjiptono dan Diana (2003) terdapat sepuluh langkah dalam rangka perbaikan atas kualitas produk, yaitu meliputi:

1. Membentuk kesadaran terhadap kebutuhan akan perbaikan dan peluang untuk mengadakan perbaikan.
2. Menetapkan tujuan perbaikan.
3. Mengorganisasikan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
4. Menyediakan pelatihan.
5. Melaksanakan proyek-proyek yang ditujukan untuk pemecahan masalah.
6. Melaporkan perkembangan.
7. Memberikan penghargaan.
8. Mengkomunikasikan hasil-hasil.
9. Menyimpan dan mempertahankan hasil yang dicapai.
10. Memelihara momentum dengan melakukan perbaikan dalam sistem reguler perusahaan.

Dapat diketahui peningkatan jumlah produksi terakhir juga tergantung oleh pesanan, inovasi kita maupun karena bencana alam sehingga peningkatan produksi tidak tetap (naik turun) dan dapat diketahui bahwa selama ini pemilik usaha selalu memberikan dukungan terkait dengan upaya pemenuhan kebutuhan konsumen dan pemenuhan pasar. Upaya yang dilakukan pemilik yaitu selalu berupaya menjalankan aktivitas operasional yang dilakukan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan.

Perkembangan teknologi mendorong transformasi dilingkungan bisnis, sehingga kondisi pasar pada berbagai skala (lokal, regional dan global) menjadi semakin kompetitif. Setiap pelaku bisnis berusaha menerapkan strategi efisien atau diferensiasi produk untuk memperoleh keunggulan bersaing dan lebih berorientasi pada pencapaian jangka waktu panjang. Menurut Porter (1993) Setiap perusahaan melibatkan sejumlah besar teknologi. Setiap hal yang dilakukan sebuah perusahaan sudah pasti melibatkan teknologi tertentu, walaupun jenis teknologi yang mendominasi produk atau proses produk dalam perusahaan yang satu mungkin berbeda dari jenis teknologi yang mendominasi produk atau proses produksi dalam perusahaan lain. Setiap jenis teknologi

yang dipakai perusahaan dapat memiliki dampak persaingan. Teknologi penting bagi perusahaan jika berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan atau terhadap struktur industri. Hasil tersebut maka dapat dikatakan bahwa selama ini para pemilik selalu berupaya untuk mengembangkan potensi yang dimiliki untuk menjalankan aktivitas operasional usaha. Langkah-langkah yang dilakukan yaitu dengan menyediakan fasilitas yang memenuhi, mempertahankan atas kualitas produk serta memaksimalkan penggunaan teknologi.

Istilah pemasaran (*marketing*) selama bertahun-tahun telah berevolusi dan didefinisikan beraneka ragam oleh para ahli pemasaran. Pemasaran pada mulanya menurut (*American Marketing Association*) dalam Kotler dan Keller (2009) didefinisikan sebagai "Suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan". Berdasarkan definisi ini kelihatan hanya menekankan aspek distribusi pada lingkup pemasaran. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa selama ini promosi menjadi kebijakan yang akan diambil digunakan untuk memberikan jaminan bahwa aktivitas produksi dapat dilaksanakan sesuai dengan ketentuan. Promosi menjadi alternatif penting agar keunggulan produk dapat diketahui secara jelas oleh konsumen. Promosi dilakukan sebanyak mungkin, digunakan pameran, brosur memiliki dampak yang besar sehingga dapat meningkatkan penjualan yang akan dilakukan.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kebutuhan merupakan keadaan dimana manusia merasa kekurangan dan membutuhkan sesuatu yang merupakan kebutuhan dasar manusia, dimana keinginan tersebut berupa objek yang dapat memuaskan kebutuhan, serta apabila keinginan tersebut didukung dengan adanya daya beli maka terjadilah permintaan.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Kondisi perkembangan IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan dapat diketahui bahwa adanya kecenderungan mengalami peningkatan hasil penjualan pada IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan tahun 2010-2013. Kondisi daya saing IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan menghadapi Era Globalisasi. Pada kenyataannya usaha kecil dapat mampu bertahan dan mengantisipasi kelesuan perekonomian yang diakibatkan oleh faktor-faktor yang dapat menghambat pertumbuhan usaha tersebut baik secara internal maupun eksternal. Pada sisi yang lain tidak dapat dipungkiri bahwa asal-usul hampir semua pengusaha nasional yang tangguh dan berumur panjang saat ini telah dimulai dari usaha kecil-kecilan yang sukses karena beberapa faktor. Perusahaan kecil atau industri kecil mempunyai beberapa kekuatan disamping itu juga terdapat beberapa kelemahan, dengan adanya keadaan tersebut maka dengan demikian segala sesuatu hanya mungkin dapat atau bisa diperbaiki atau dimulai berdasarkan kekuatan dengan mengatasi kelemahan serta memanfaatkan peluang yang tersedia demi kemajuan yang diharapkan pada masa-masa yang akan datang.

dapat diketahui bahwa: Inovasi Produk Pemilik IKM Hanmade Industri Sepatu Kabupaten Magetan selalu melakukan inovasi produk yaitu dengan melakukan perubahan model/ desain produk, perubahan warna produk dan perubahan jenis produk, pembedaan hak, warna berubah menurut pesanan, sesuai dengan trend, perubahan model/ desain produk dilakukan selama 3-5 bulan terakhir. Menurut Csis

(1982) kualitas Produk Peningkatan kualitas produk selalu menjalankan aktivitas sesuai dengan permintaan konsumen sehingga produk yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan harapan konsumen. Pemanfaatan Teknologi Dalam pemanfaatan teknologi penggunaan tenaga kerja digunakan untuk peningkatan jumlah produksi yang dihasilkan oleh karyawan dan bentuk peningkatan tersebut dari dampak penggunaan teknologi seperti dalam proses penjualan atau promosi yang dilakukan. Pemasaran Produk Upaya mendukung kegiatan pemasaran produk maka pemilik melakukan kegiatan promosi. Karakteristik inovasi yaitu meliputi:

1. Keunggulan relatif/ *relative advantage*

Derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik atau unggul daripada yang pernah ada. Hal ini dapat diukur dari beberapa segi seperti segi ekonomi, prestise sosial, kenyamanan, dan kepuasan. Semakin besar keunggulan relatif dirasakan oleh pengadopsi, semakin cepat inovasi tersebut dapat diadopsi.

2. Kompatibilitas/ *compatibility*

Derajat dimana suatu inovasi tersebut dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang berlaku, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi. Sebagai contoh jika suatu inovasi atau ide baru tertentu tidak sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku, inovasi itu tidak dapat diadopsi dengan mudah sebagaimana halnya inovasi yang sesuai.

3. Kerumitan/ *complexity*

Derajat dimana suatu inovasi dianggap sebagai suatu yang sulit untuk dipahami dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dimengerti dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula sebaliknya. Semakin mudah dipahami dan dimengerti oleh pengadopsi suatu cepat suatu inovasi diadopsi.

4. Kemampuan diujicobakan/ *trialability*

Derajat dimana suatu inovasi dapat diuji coba batas tertentu. Suatu inovasi yang dapat diujicobakan dalam setting sesungguhnya umumnya akan lebih cepat diadopsi. Jadi agar dapat dengan cepat diadopsi, suatu inovasi harus mampu mengemukakan keunggulannya.

5. Kemampuan untuk diamati/ *observability*

Derajat dimana suatu inovasi dapat dilihat orang lain. Semakin mudah seseorang melihat suatu hasil inovasi, semakin besar kemungkinan orang atau sekelompok orang tersebut mengadopsi.

Menurut Juran dalam Tjiptono dan Diana (2003:54) terdapat sepuluh langkah dalam rangka perbaikan atas kualitas produk, yaitu meliputi:

1. Membentuk kesadaran terhadap kebutuhan akan perbaikan dan peluang untuk mengadakan perbaikan.
2. Menetapkan tujuan perbaikan.
3. Mengorganisasikan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.
4. Menyediakan pelatihan.
5. Melaksanakan proyek-proyek yang ditujukan untuk pemecahan masalah.
6. Melaporkan perkembangan.
7. Memberikan penghargaan.
8. Mengkomunikasikan hasil-hasil.
9. Menyimpan dan mempertahankan hasil yang dicapai.
10. Memelihara momentum dengan melakukan perbaikan dalam sistem reguler perusahaan.

Perkembangan teknologi mendorong transformasi dilingkungan bisnis, sehingga kondisi pasar pada berbagai skala (lokal, regional dan global) menjadi semakin

kompetitif. Setiap pelaku bisnis berusaha menerapkan strategi efisien atau diferensiasi produk untuk memperoleh keunggulan bersaing dan lebih berorientasi pada pencapaian jangka waktu panjang. Menurut Porter (1993:154-155) Setiap perusahaan melibatkan sejumlah besar teknologi. Setiap hal yang dilakukan sebuah perusahaan sudah pasti melibatkan teknologi tertentu, walaupun jenis teknologi yang mendominasi produk atau proses produk dalam perusahaan yang satu mungkin berbeda dari jenis teknologi yang mendominasi produk atau proses produksi dalam perusahaan lain. Setiap jenis teknologi yang dipakai perusahaan dapat memiliki dampak persaingan. Teknologi penting bagi perusahaan jika berpengaruh secara signifikan terhadap keunggulan bersaing perusahaan atau terhadap struktur industri.

Istilah pemasaran (*marketing*) selama bertahun-tahun telah berevolusi dan didefinisikan beraneka ragam oleh para ahli pemasaran. Pemasaran pada mulanya menurut (*American Marketing Association*) dalam Kotler dan Keller (2009:5) didefinisikan sebagai "Suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan". Berdasarkan definisi ini kelihatan hanya menekankan aspek distribusi pada lingkup pemasaran. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kebutuhan merupakan keadaan dimana manusia merasa kekurangan dan membutuhkan sesuatu yang merupakan kebutuhan dasar manusia, dimana keinginan tersebut berupa objek yang dapat memuaskan kebutuhan, serta apabila keinginan tersebut didukung dengan adanya daya beli maka terjadilah permintaan.

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian, maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut: Perlu adanya pelatihan teknologi pengembangan produk dan kemasan serta peningkatan SDM pengrajin secara berkesinambungan. Fasilitas mesin dan peralatan produksi mengikuti perkembangan teknologi, sehingga produk yang dihasilkan benar-benar mampu bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan sejenis. Peningkatan kualitas melalui standarisasi produk harus benar-benar dilaksanakan sehingga dapat memberikan jaminan atas kepuasan konsumen. Sosialisasi dan penerapan standarisasi produk dan sertifikasi (SNI) sehingga dapat memberikan dukungan atas upaya menciptakan produk yang memiliki jaminan standar kualitas. Pemasaran melalui jalinan kerjasama (Kemitraan dengan industri pendukung daerah lain) Peningkatan intensitas pemasaran melalui jaringan online (jaringan internet)

### **Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan dari hasil penelitian, maka diajukan beberapa saran yaitu sebagai berikut: Perlu adanya pelatihan teknologi pengembangan produk dan kemasan serta peningkatan SDM pengrajin secara berkesinambungan. Fasilitas mesin dan peralatan produksi mengikuti perkembangan teknologi, sehingga produk yang dihasilkan benar-benar mampu bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan sejenis. Peningkatan kualitas melalui standarisasi produk harus benar-benar dilaksanakan sehingga dapat memberikan jaminan atas kepuasan konsumen. Sosialisasi dan penerapan standarisasi produk dan sertifikasi (SNI) sehingga dapat memberikan dukungan atas upaya menciptakan produk yang memiliki jaminan standar kualitas. Pemasaran melalui jalinan kerjasama (Kemitraan dengan industri pendukung daerah lain) Peningkatan intensitas pemasaran melalui jaringan online (jaringan internet)

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, S., Djaafara, R., & Budiman, A. (2002). *Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) 2015*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Arsyad, L. (1992). *Ekonomi pembangunan*. Yogyakarta : Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- CSIS. (1982). *Industrialisasi dalam rangka pembangunan nasional dan industri kecil*. Centre for Strategic and Internasional Studies Jakarta.
- Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan . Daftar Sentra IKM alas kaki Kabupaten Magetan 2010-2013.
- Firmansyah. (2008). Posisi daya saing dan spesialisasi perdagangan teh Indonesia dalam menghadapi globalisasi. (Skripsi). Universitas Brawijaya Malang.
- Hartanto, F.M. (2009). *Paradigma baru manajemen Indonesia*. Bandung: Mizan Media Utama. Kabupaten Magetan. *Daftar produk unggulan kabupaten magetan*. Diperoleh dari [www.magetan.go.id](http://www.magetan.go.id).
- Kabupaten Magetan. Gambaran Umum Wilayah Kabupaten Magetan. Diperoleh dari [www.magetan.go.id](http://www.magetan.go.id).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Marbun. (1996). *Manajemen perusahaan kecil*. PT Pustaka Binamaan Pressindo.
- Maulana, A., & Porter, M. (1987). *Strategi bersaing teknik menganalisis industri dan pesaing, institut pendidikan dan pengembangan manajemen*.
- Milles, B. M., & Huberman, A.M. (1992). *Analisis data kualitatif: Buku sumber tentang metode-metode baru*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, L.J. (2004). *Metodelogi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Porter, M. (1993). *Keunggulan bersaing menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Subanar, H. (2001). *Manajemen usaha kecil*. Yogyakarta: BPFE.
- Thoha, Mahmud, 1998, Dampak Persetujuan Putaran Uruguay-GATT terhadap Industri Kecil, Universitas Indonesia (UI-PRESS).
- Tjiptono, F., & Diana. (2003). *Total quality management*. Yogyakarta: Andi.
- Yunita. (2012). Implikasi ACFTA terhadap daya saing usaha kecil menengah (UKM) Indonesia dalam perspektif strukturalis (2005-2010). (Skripsi). Universitas Brawijaya Malang.
- Yusida. (2013). Dampak penerapan ACFTA terhadap keberlangsungan Industri Kecil Menengah (IKM) dilihat dari prespektif varian produk IKM di Jawa Timur. (Skripsi). Universitas Brawijaya Malang.