

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada uraian pembahasan ini peneliti akan mengungkap hasil temuan penelitian yang diperoleh dari lapangan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di industri kerajinan genteng kecamatan Ngunut dengan cara membandingkan atau mengaitkan sesuai dengan fokus penelitian yang telah dirumuskan.

A. Strategi Pengembangan Sentra Industri Kerajinan Genteng Dalam Mempertahankan Eksistensi di Tengah Persaingan Global

Setiap industri usaha pasti memiliki sebuah strategi dalam mengembangkan usahanya, hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas maupun bersaing dengan produk produk lain. Berdasarkan hasil temuan di desa Sumberingin Kulon peneliti dapat menganalisis bahwa dalam mengembangkan sentra industri kerajinan genteng untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan global diantaranya yaitu meliputi:

1. Mempertahankan Kualitas

Kualitas produk merupakan salah satu hal yang penting bagi para pengusaha, termasuk dengan pengrajin kerajinan genteng. Strategi dengan mempertahankan kualitas ini hampir digunakan oleh seluruh pengrajin genteng di desa Sumberingin Kulon, sebab mempertahankan kualitas termasuk salah satu faktor penentu yang menentukan perkembangan usaha gentengnya. Hal ini seperti teori yang diungkapkan oleh Hery, yaitu strategi

dalam mengembangkan produksi yaitu dengan membuat sebuah perencanaan dalam meningkatkan kualitas produk.¹¹⁶

Tingginya persaingan dagang menyebabkan para pengrajin berlomba-lomba menunjukkan kualitas genteng terbaik. Lancarnya penjualan akan membuat usaha pengrajin genteng tetap eksis sampai sekarang.

Kualitas produk yang baik merupakan hal utama yang harus dijaga agar hasil pembuatan industri genteng tetap berjalan dengan baik bahkan meningkat, menjadikan peluang usaha produksi yang menjanjikan, serta dapat menghadapi persaingan pasar industri dan senantiasa menunjang kesejahteraan pengrajin.

Hasil analisis ini menguatkan penelitian yang telah dipublikasikan oleh Itsna Muflihah dalam penelitiannya yaitu dalam mempertahankan eksistensi produk di tengah persaingan global yaitu dengan mempertahankan mutu dan kualitas serta menyesuaikan minat konsumen.¹¹⁷

2. Melakukan Promosi

Promosi merupakan strategi dalam memperluas jaringan, memiliki nilai, dan salah satu upaya untuk mempengaruhi pelanggan. Promosi memberikan dampak yang besar dalam dunia wirausaha. Pengusaha yang melakukan promosi memberikan kesan-kesan yang baik agar pelanggan

¹¹⁶ Hery, *Manajemen Strategik.....*, Hal. 2

¹¹⁷ Itsna Muflihah, *Industri Genteng Godean: Studi Strategi Masyarakat Dusun Berjo Wetan Dalam Mempertahankan Eksistensi Produksi Di Tengah Persaingan Global*, (Skripsi Program Studi Ekonomi Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015)

percaya pada usahanya, hal ini secara tidak langsung membuat jaringan pengusaha semakin luas.

Dalam mempromosikan dan memberikan kesan yang baik terhadap pelanggan ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Suryana yaitu strategi yang digunakan dengan menempatkan produk tersebut ke pasar dan bertemu dengan pelanggan serta meninjau berbagai aspek lingkungan eksternal.¹¹⁸

Dengan adanya promosi usaha para pengrajin dapat semakin dikenal oleh pelanggan. Promosi yang mereka gunakan mayoritas adalah dengan mengandalkan informasi mulut ke mulut atau yang sering dikenal dengan istilah *gethok tular*. Cara ini merupakan sebuah alternatif yang paling mudah dalam mempromosikan produk. Selain itu ada juga yang mengandalkan kwitansi dan menyebar kartu nama.

Hal ini sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Hery yaitu dalam mengembangkan produksi yaitu merumuskan berbagai alternatif dengan mengamati lingkungan sekitar dan menyusun strategi pemasaran supaya lebih dikenal.¹¹⁹

Adapula yang memanfaatkan media sosial seperti facebook dalam melakukan promosi. Seperti yang dilakukan oleh sebagian pengrajin desa Sumberingin Kulon dan juga dalam proses pendistribusian genteng dilakukan dengan cepat sehingga tidak mengecewakan orang yang

¹¹⁸ Suryana, *Kewirausahaan.....*, Hal. 173

¹¹⁹ Hery, *Manajemen Strategik.....*, Hal. 2

memesan genteng. Dan genteng yang dikirim pun tidak mengalami kerusakan. Sehingga tidak merugikan orang yang memesan/pelanggan.

Penelitian ini menguatkan penelitian yang sebelumnya telah dipublikasikan terdahulu oleh Intan Putri Sundari yaitu strategi dalam mengembangkan sentra industri kerajinan genteng dengan menggunakan promosi kepada para konsumen.¹²⁰

Selain itu Itsna Muflihah juga menambahkan dalam penelitiannya, strategi yang digunakan untuk mempromosikan produk juga menggunakan teknologi media komunikasi seperti internet.¹²¹

3. Membuat Inovasi

Berinovasi dalam wirausaha merupakan hal yang perlu dimiliki dan dikembangkan dalam diri wirausaha demi perkembangan dan kesuksesan sebuah usaha. Pada dasarnya sebuah inovasi dalam berusaha adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperbaiki kinerja usaha.

Untuk dapat meningkatkan penjualan memenuhi kebutuhan permintaan sesuai selera konsumen tentunya industri kecil kerajinan harus mengembangkan inovasi baru. Inovasi dapat dilakukan dengan cara menambah variasi, corak, motif dan bentuk kerajinan genteng agar lebih menarik minat masyarakat.

¹²⁰ Intan Putri Sundari, *Strategi Mempertahankan Eksistensi Pengrajin Genteng Skala Kecil di Desa Sidoluhur, Kecamatan Godean, Kabupaten Sleman*, (Jurnal Pendidikan Sosiologi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016)

¹²¹ Itsna Muflihah, *Industri Genteng Godean: Studi Strategi Masyarakat Dusun Berjo Wetan Dalam Mempertahankan Eksistensi Produksi Di Tengah Persaingan Global*, (Skripsi Program Studi Ekonomi Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015)

Hal ini sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Hery, yaitu dalam mengembangkan produksi yaitu merancang strategi dengan kreatif dan fleksibel supaya produksi tetap berjalan dan memiliki kebaruan serta dapat menyesuaikan dengan kondisi yang penuh persaingan.¹²²

4. Menjalinkan Kerjasama

Menjalinkan kerjasama merupakan salah cara agar usaha genteng pengrajin kecil tetap berjalan. Kerjasama yang merupakan simbiosis mutualisme tersebut terjadi terus menerus antara pengrajin dengan pelanggan, antara sesama pengrajin, dan pengrajin dengan juragan.

Selalu bekerja sama dalam bidang kerukunan, dan tidak saling menjatuhkan merupakan kunci utama untuk menjalin kerjasama yang baik kunci dengan pelanggan maupun antar sesama pengrajin.

5. Menjaga Kepercayaan

Menjaga kepercayaan dengan pelanggan dan juragan merupakan salah satu strategi pengrajin genteng untuk mempertahankan eksistensinya. Adanya kepercayaan terhadap pelanggan dan juragan akan memberikan dampak yang baik. Pelanggan akan lebih percaya dan akan berdatangan terus. Kepercayaan yang baik akan terjalin dengan baik, bersama sikap kejujuran yang harus diterapkan dalam setiap kegiatan berindustri.

¹²² Hery, *Manajemen Strategik.....*, Hal. 2

B. Faktor Pendukung dan Penghambat Yang Dirasakan Oleh Masyarakat Industri Kerajinan Genteng di Desa Sumberingin Kulon

Setiap industri kerajinan pasti memiliki beberapa faktor pendorong dan penghambat dalam menjalankan setiap kegiatan industri. Berdasarkan hasil temuan di desa Sumberingin Kulon peneliti dapat menganalisis bahwa dalam mengembangkan sentra industri kerajinan genteng terdapat faktor pendukung dan penghambat dalam upaya untuk mempertahankan eksistensi di tengah persaingan global diantaranya yaitu meliputi:

1. Faktor Pendukung

a) Modal

Modal berupa uang ataupun barang untuk menjalankan kegiatan industri genteng yang dapat digunakan dalam proses produksi untuk menghasilkan produk. Modal tidak hanya ditekankan pada modal awal saat usaha tersebut berdiri seperti modal peralatan, namun juga termasuk modal operasional perbulan yang berbentuk uang yang digunakan untuk gaji, upah, serta modal kerja.

Modal merupakan salah satu faktor yang paling penting bagi kelangsungan industri. Hal ini seperti teori yang diungkapkan oleh Irsan Azhary Saleh, yaitu Faktor pendukung utama industri yang bersifat padat modal adalah modal.¹²³

Yang mana digunakan untuk mengembangkan atau memperluas usaha. Modal sangat dibutuhkan oleh industri dalam rangka

¹²³ Irsan Azhary Saleh, *Industri Kecil (Sebuah Tinjauan Perbandingan)*, (Jakarta: Darodjatun Kunjorojakti LP3ES, 1986), Hal. 32

melancarkan kegiatan operasionalnya. Ketersediaan modal akan membuat perusahaan mampu bertahan bahkan mampu berkembang menjadi lebih besar

b) Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan faktor yang penting karena merupakan penggerak untuk mencapai tujuan dalam produksi suatu industri, dimana yang dimaksud sumber daya manusia adalah tenaga kerja yang ada dalam proses, selain itu diperlukannya pembetukan dengan pembangunan manajemen perlu dilakukan guna meningkatkan sumber daya manusia itu sendiri.

Keadaan suatu tenaga kerja yang merupakan salah satu unsur dalam industri sangat berperan penting. Hal ini menguatkan penelitian yang telah dipublikasikan oleh Aisyah Nurul Fitriana, yaitu di dalam faktor sumber daya manusia ini terdapat beberapa unsur penting yaitu kekuatan fisik, pikiran, kemampuan, keterampilan dan keahlian (*skill*).¹²⁴

c) Peralatan

Peralatan termasuk faktor pendukung jalannya usaha industri genteng. Yang mana peralatan yang lengkap dalam setiap proses kegiatan dapat menghasilkan produk secara maksimal baik dari segi jumlah dan waktu yang dibutuhkan.

¹²⁴ Aisyah Nurul Fitriana, *Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu)*, Jurnal Administrasi Publik (JAP) Vol.2 No.2 Hal. 284

Peralatan merupakan barang-barang yang berbentuk alat maupun tempat yang digunakan untuk mendukung suatu pekerjaan yang kita lakukan, sehingga pekerjaan tersebut dapat berjalan dengan baik. Semakin tinggi kualitas mesin, maka semakin tinggi pula jumlah produksi yang dapat tercapai.

Hal ini menguatkan penelitian yang telah dipublikasikan oleh Aisyah Nurul Fitriana, yaitu peralatan yang memadai juga menjadi faktor yang sangat penting dalam proses produksi.¹²⁵

2. Faktor Penghambat

a) Bahan Baku

Bahan baku adalah faktor yang sangat penting karena merupakan input dalam proses produksi, ketersediaan bahan baku ini berhubungan dengan kuantitas, kualitas dan berapa harga yang ditetapkan pada waktu yang telah di tentukan, jika bahan baku kurang maka kegiatan produksi yang dilakukan tidak akan berjalan maksimal. Untuk itu pasokan bahan mentah yang cukup, baik dari dalam maupun luar daerah atau impor sangat di butuhkan untuk mendapatkan produk yang berkualitas bagus.

Sedangkan bahan baku untuk pembuatan genteng sendiri kini sudah mulai sulit ditemukan, yang mana ketersediaan bahan baku tidak selalu terus mencukupi. Karena pada dasarnya bahan baku yang digunakan untuk pembuatan genteng merupakan bahan baku

¹²⁵ Aisyah Nurul Fitriana, *Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu)*, Jurnal Administrasi Publik (JAP) Vol.2 No.2 Hal. 284

yang tersedia di alam. Jadi bagaimanapun juga alam tidak dapat memenuhi kebutuhan produksi secara terus menerus. Hal ini seperti teori yang diungkapkan oleh Irsan Azhary Saleh, yaitu Bahan baku untuk jenis-jenis barang tertentu sangat sulit diperoleh karena tergantung dari ketersediaan bahan baku.¹²⁶

b) Pemasaran

Pemasaran adalah aktifitas proses mengomunikasikan dan menyampaikan tawaran yang bernilai bagi pelanggan. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keiinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan, mulai dari pemenuhan produk, penetapan harga, dan pengiriman barang.

Semakin banyak pesaing dengan produk yang sama maka akan menentukan kekuatan produk yang ada di pasar. Pemasaran yang semakin kurang baik dilatar belakang dengan adanya persaingan dari pendatang baru. Munculnya produk baru dengan fungsi yang sama menyebabkan jumlah pemasaran semakin menurun dari waktu ke waktu. Hal ini seperti teori yang diungkapkan oleh Irsan Azhary Saleh, yaitu pemasaran kurang lancar yang diakibatkan karena

¹²⁶ Irsan Azhary Saleh, *Industri Kecil (Sebuah Tinjauan Perbandingan)*, (Jakarta: Darodjatun Kunjorojakti LP3ES, 1986), Hal. 32

persaingan dari bahan pengganti sejenis yang harganya lebih murah.¹²⁷

¹²⁷ Irsan Azhary Saleh, *Industri Kecil (Sebuah Tinjauan Perbandingan)*, (Jakarta: Darodjatun Kunjorojakti LP3ES, 1986), Hal. 32