BAB IV

ANALISI STRATEGI PENINGKATAN MUTU PRODUK USAHA SANDAL KULIT DALAM PENINGKATAN JUMLAH PRODUKSI DI KELURAHAN MIJI KECAMATAN PRAJURIT KULON KOTA MOJOKERTO

A. Analisis Strategi Peningkatan Mutu Produk Usaha Sandal Kulit di Kelurahan Miji

Mutu merupakan istilah yang mempunyai makna berbeda bagi setiap orang. Mutu produk suatu perusahaan melakukan langkah awal dalam mengembangkan dan memelihara produk dalam persaingan bisnis. Disukai atau tidak, konsumen merupakan pihak yang paling berkepentingan dalam menilai mutu yang dikonsumsinya. Tiap definisi menekankan pada aspek mutu yang berbeda meliputi kecocokan penggunaan, tingkat dimana suatu produk dapat memenuhi keinginan konsumen, dan tingkat dimana suatu produk sesuai dengan spesifikasi desain dan persyaratan teknisnya. Keseluruhan sifat dan kinerja yang benar menjadi sasaran optimalisasi untuk menentukan apakah suatu produk barang atau jasa memenuhi maksud penggunaannya atau tidak.[1]

Dari penjelasan di atas dapat di simpulkan mutu adalah jumlah dari sifat-sifat produk, seperti daya tahan, kenyamanan pemakaian daya guna dan lain sebagainya. Mutu selalu dihubungkan dengan kegunaan khusus, panjang, lebar, warna, berat, karakter dan cara produksi yang memenuhi kepuasan pengguna produk tersebut (pelanggan).

Mutu produk dapat didefinisikan sebagai keunggulan dalam suatu produk bila dibandingkan dengan produk pesaing dilihat dari sudut pandang pelanggan. Mutu produk selalu dikaitkan dengan spesifikasi, fitur, fungsi, atau kinerja dari suatu

[1] Peter salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontenporer* (Jakarta : Modern Press, 1995), hal:160.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

produk. Mutu produk juga merupakan peluang menambah nilai bagi perusahaan agar dapat dipergunakan untuk meraih margin keuntungan yang lebih besar lagi. Mutu merupakan faktor ketertarikan berdasar logika atau pertimbangan-pertimbangan. Bila konsumen merasa akan mendapatkan kepuasan dari suatu produk maka konsumen tersebut akan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Maka haruslah ada ilmu konsep pengendalian mutu produk dalam membangun suatu kegiatan usaha yang memberikan atau menciptakan suatu kondisi yang dapat memuaskan konsumen saat membeli atau memakai produk yang sudah dihasilkan.

Menurut Ahyari, dalam kaitannya dengan mutu atau kualitas produk mengatakan bahwa pengendalian adalah aktivitas untuk menjaga dan mengarahkan agar mutu atau kualitas produk dapat dipertahankan sebagaimana yang telah direncanakan. Mutu bukan suatu hal yang bersifat kebetulan atau tiba-tiba, tetati merupakan hal perencanaan yang terencana dan sistematis jauh sebelum produk tersebut dibuat.[2]

Mutu produk dapat didefinisikan sebagai keunggulan dalam suatu produk bila dibandingkan dengan produk pesaing dilihat dari sudut pandang pelanggan. Mutu produk selalu dikaitkan dengan spesifikasi, fitur, fungsi, atau kinerja dari suatu produk. Mutu produk juga merupakan peluang menambah nilai bagi perusahaan agar dapat dipergunakan untuk meraih margin keuntungan yang lebih besar lagi. Mutu merupakan faktor ketertarikan berdasar logika atau pertimbangan-pertimbangan. Bila konsumen merasa akan mendapatkan kepuasan dari suatu produk maka konsumen tersebut akan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Maka haruslah ada ilmu konsep pengendalian mutu produk dalam membangun suatu kegiatan usaha yang memberikan atau menciptakan suatu kondisi yang dapat

[2] Rudy Prihantoro, 2012, *Konsep Pengendalian Mutu*, Cetakan Pertama, Bandung, hal.3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memuaskan konsumen saat membeli atau memakai produk yang sudah dihasilkan. Menurut Crosby, kaitan dengan mutu berpendapat bahwa, mutu datang dari pencegahan dan pencegahan adalah sebuah hasil dari hal seperti pelatihan, disiplin, contoh, kepemimpinan.[3]

Ada beberapa cara yang dilakukan oleh para pengusaha Sandal Kulit di Kelurahan Miji dalam meningkatkan strategi mutu produksinya yakni, dengan mengikuti pelatihan, melakukan perubahan model / desain produk / warna di setiap minggunya sesuai dengan trend yang ada, menggunakan alat produksi yang lebih modern, mengurus surat perizinan MERK, SNI dan DisPerinDag agar produk mereka dimata konsumen lebih berkualitas dan juga penambahan modal untuk pembelian bahan baku yang lebih baik. Hal tersebut di dukung oleh penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Ni Nyoman Resmi yang berjudul "Strategi Memingkatkan Kualitas Produk Untuk Menang Dalam Kompetisi" penelitian tersebut berasumsi semakin puasnya konsumen terhadap produk yang dihasilkan dengan inovasi-inovasi gaya dan warna pada produk tersebut dapat meningkatkan posisi dalam persaingan pasar.

Menurut Ahyari, Produk merupakan salah satu dari faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, di samping harga dan jangkauan distribusinya. Oleh karena itu setiap perusahaan mengembangkan produksinya, agar mampu bersaing dengan produk-produk saingannya di pasar. Unsur yang terpenting dalam produk adalah mutu atau kualitas. Produk tidak hanya memuaskan pelanggan, tetapi juga memuaskan dan sekaligus membuat dan membangun keunggulan perusahaan dari berbagi fungsi yang ada seperti penjualan, produksi, dan keuangan, sehingga dapat mengungguli para pesaing di pasar. [4]

[3] Rudy Prihantoro, 2012, *Konsep Pengendalian Mutu*, Cetakan Pertama, Bandung, hal.4.
[4] Rudy Prihantoro, 2012, *Konsep Pengendalian Mutu*, Cetakan Pertama, Bandung, hal.6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Strategi peningkatan mutu atau kualitas produk merupakan pembahasan penting yang harus terus dikaji, disempurnakan dan ditingkatkan agar usaha yang sudah berjalan bisa berjalan lebih pesat dan di ditangani agar lebih efektif dan efisien.

Produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk dapat memenuhi kebutuhan dan melebihi harapan konsumen, serta memenuhi dimensi kualitas dari segi performa, keistimewaan, keandalan, konformasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan.[5]

Dampak yang ditimbulkan dengan kualitas produk yang tinggi adalah produk tetap diminati konsumen sehingga tetap eksis di pasaran. Strategi yang dapat meningkatkan kualitas produk perusahaan adalah melalui penelitian dan pengembangan produk, pengamatan daur kehidupan produk, total quality manajemant, antribut produk serta diferensiasi produk. Tujuan dari strategi peningkatan mutu atau kualitas produk adalah agar produk tetap diminati, dibeli dan dikonsumsi oleh konsumen sehingga tujuan perusahaan untuk tetap eksis, tumbuh, dan berkembang dapat dicapai.[6]

B. Analisis Peningkatan Jumlah Produksi Usaha Sandal Kulit di Kelurahan Miji

Pada tahun 2012 Kota Mojokerto memilih 268 unit industri alas kaki yang terbesar dari 14 kelurahan. Industri alas kaki ini menyerap tenaga kerja lebih dari 2.000 orang. Hingga saat ini industri alas kaki dirasakan masih mengalami kekurangan tenaga kerja, hal ini dapat diartikan bahwa peluang kerja dalam industri ini masih terbuka lebar baik untuk tenaga ahli maupun tenaga kerja kasar. Kondisi

[5] Agus Rahman, 2000, *Manajemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Edisi 4, Yogyakarta, BPFE.

[6] Rudy Prihantoro, 2012, *Konsep Pengendalian Mutu*, Cetakan Pertama, Bandung, hal.4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

industri alas kaki kota Mojokerto dapat dianalisis secara lebih tajam dengan menggunakan beberapa kriteria untuk melihat pentingnya industri ini bagi kota Mojokerto. Adapun rantai pasok industri alas kaki kota Mojokerto dapat diketahui juga keterkaitan antara wilayah dalam hal ini Kota Mojokerto dengan wilayah yang ada di sekitar (Provinsi Jawa Timur) maupun dengan wilayah lain seperti Yogyakarta , Jakarta, dan luar negeri.

Di tahun 2002 mulai berkembang dan bermunculan para pengusaha alas kaki di Kelurahan Miji. Dengan modal yang sedikit para pengusaha memberanikan diri untuk mendirikan usaha ini. Selain itu di tahun tersebut bantuan pinjaman modal dari pemerintah untuk UMKM sangatlah bermanfaat, sehingga hal ini yang memicu pemikiran para pengusaha alas kaki untuk berbisnis sepatu dan sandal kulit.[7]

Sedangkan di tahun 1998 pengusaha sepatu dan sandal kulit tergolong sedikit. Disebabkan tahun tersebut masyarakat yang mampu mengolah usaha alas kaki hanya golongan para pengrajin yang memiliki dana dan mencoba untuk mendirikan usaha tersebut dengan ilmu atau pengalaman yang sudah mahir.[8]

Metode produksi adalah tahapan awal para pengusaha sandal kulit dalam meningkatkan strategi bisnisnya. Diantaranya metode produksi yang terdapat pada pengusaha alas kaki terbagi menjadi 2 perbedaan yakni, alat produksi milik sendiri dan menggunakan alat modern mulai dari mesin pemotong, mesin pres, mesin pengering pencetak, dan pengemas, dan alat produksi yang manual, menggunakan alat seadanya dengan memanfaatkan kondisi alam yang ada.

Dalam analisis saya para pengusaha Sandal Kulit di Kelurahan Miji melakukan proses produksinya sebagian besar menggunakan alat-alat produksi

[7] Monografi Desa, kelurahan Prajurit Kulon, 2015.
[8] R. Hersetijo Hadi, Sekertaris kelurahan Miji, *wawancara*, kelurahan Miji kecamatan Prajurit Kulon Kota Mojokerto, 12 Februari 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tradisional dan hanya 2 pengusaha sandal kulit yang melakukan proses produksinya dengan menggunakan mesin modern.

Pada tahun 2013 para pemilik usaha kecil menengah (UKM) juga menetapkan standart kualitas dengan harapan produk yang dihasilkan UKM alas kaki di Kota Mojokerto memiliki *image* yang baik dari masyarakat, kondisi ini menjadikan nilai tambah terhadap produk yang ditawarakan. Selain itu dukungan adanya perluasan pangsa pasar menjadi pendukung dalam proses pemasaran produk sehingga terjadi peningkatan hasil penjualan produk. Peningkatan penjualan juga dikarenakan adanya upaya nyata pemilik untuk mengembangkan usaha yang dilakukan melalui upaya-upaya riil untuk mencapai tujuan tersebut, misalnya secara rutin mengikuti pameran, mengunakan media sosial sebagai media promosi serta peningkatan kualitas produk dan inovasi produk selalu dilakukan.

Perkembangan Industri Kecil Menengah (IKM) alas kaki di Kota Mojokerto dapat diketahui dari hasil penjualan dari produk dari seluruh IKM alas kaki di kota Mojokerto. Adapun perkembangan selama empat tahun terakhir jumlah penjualan produk UKM alas kaki Sandal Kulit di kota Mojokerto secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut :

Tabel 4.1
Perkembangan Penjualan Produksi Pengusaha Sandal Kulit Tahun 2011-2014.

Tahun	Jumlah (kodi)	Tenaga Kerja	Kapasitas Produksi	Jumlah Usaha
2011	**14.814**	**243**	**68.698**	**7 Usaha**
2012	**56.574**	**342**	**191.420**	**7 Usaha**

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2013	**86.854**	**348**	**253.774**	**7 Usaha**
2014	**430.998**	**381**	**297.400**	**7 Usaha**

Sumber: Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kota Mojokerto.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa adanya kecenderungan mengalami peningkatan hasil penjualan pada produksi pengusaha alas kaki di Kelurahan Miji Kota Mojokerto tahun 2011-2014. Kondisi ini memberikan gambaran mengenai bentuk dukungan yang diberikan instansi memberikan dampak positif terhadap upaya pencapaian tujuan para pemilik usaha alas kaki.

Pengusaha Sandal Kulit saling membantu dalam meningkatkan pendapatan seperti halnya ketika, ada beberapa pengusaha Sandal Kulit yang mengalami kehilangan pelanggan, maka dari pihak pengusaha lain pada waktu pesanan menumpuk dapat mengarahkan atau bekerjasama pada pengusaha yang lain sehingga ketika pengusaha yang lainnya mengalami hampir bangkrut.

Kemudian strategi yang harus digunakan oleh pengusaha Sandal Kulit yakni, perencanaan keuangan industri dan peningkatan mutu produk yang mempengaruhi strategi pemasaran usaha tersebut. Permodalan atau sirkulasi pemasukan dan pengeluaran keuangan memungkinkan pengusaha Sandal Kulit dapat mengendalikan keuangannya dengan berencana demi mencapai hasil produksi yang maksimal, pengusaha harus memikirkan dan menyisihkan sebagian dana untuk modal operasi seperti pembelian bahan baku, cadangan kas untuk gaji karyawan, administrasi, operasional, dll.[9]

Strategi selanjutnya adalah pemasaran. Pemasaran adalah sisi yang jarang kurang diperhatikan oleh banyak pengusaha alas kaki di Kelurahan Miji ini. Sebab tingkat tingkat solidaritas yang rendah sulit untuk mengembang luaskan usaha yang

[9] "Manajemen Operasional dan Industri Kecil" dalam (http://basicekonomi.blogspot.com/2013/05/manajeman-operasional-dan-indistri-kecil.html tanggal 04 januari 2016)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ada. Maka strategi pemasaran yang tepat adalah mempromosikan produk mereka yang sudah terjamin dengan kualitas produknya. Promosi merupakan elemen bauran pemasaran terakhir yang tersusun dalam tahap-tahap strategi yang harus dilakukan oleh UMKM atau industri menengah. Dengan promosi keunggulan sebuah produk dapat diketahui oleh konsumen lama maupun baru. Komponen promosi terdiri dari periklanan, hubungan masyarakat, penjualan personal dan promosi penjualan.[10]

Periklanan yang mana dapat disiarkan melalui televisi lokal, radio, majalah, surata kabar, internet atau media sosial lainnya. Tujuan iklan adalah membangkitkan kesadaran konsumen akan adanya suatu produk / merek, menjelaskan keunggulan mutu suatu produk. Namun yang relevan dilakukan oleh para pengusaha Sandal Kulit adalah periklanan dalam media internet, sebab media internet atau media on line seperti BBM, Facebook, Instagram, Website dan media online lainnya masih dalam kategori murah, mudah dan efesien, karena media online bagaikan membuka lapak atau lahan toko pada dunia maya. Yang potensinya untuk dunia bisnis sangat menjanjikan. Dari media online konsumen tidak perlu jauh-jauh datang ke lapak atau toko mereka konsumen sudah dapat melihat produk Sandal Kulit yang sudah ada. Hal ini akan lebih meningkatkan peminat pasar dan dapat memingkatkan jumlah produksi karena pesanan di setiap tahunnya akan menjadi lebih banyak.

[10] Wijayanto, *Pengantar Enterpreneurship*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010) Hal: 88.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id