

# STRATEGI PENGEMBANGAN UKM BATU ARCA DI DESA WATESUMPAK DALAM MENGHADAPI ERA GLOBALISASI

Anita Kustiarini dan Dhiah Fitriyati

Fakultas Ekonomi, Unesa, Kampus Ketintang Surabaya

## ABSTRACT

*Watesumpak village is an area that is famous for SMEs stone statues. These SMEs prosper while the 1997 crisis, but in the current era of globalization dwindling due to many problems and obstacles faced by entrepreneurs. This research aims to (1) determine the development strategies of SMEs stone statue in Watesumpak village in the era of globalization, (2) find out the problems faced by SMEs stone statues in the Watesumpak village in the era of globalization, (3) determine the development of SMEs stone statue in the Watesumpak village. This research is a descriptive study with a qualitative approach. The subjects were villagers Watesumpak especially owners stone statues SME as much as 20 informants. Determination of informants using snowball sampling technique. Data analysis consisted of data reduction, data presentation, draw conclusions or verification. The results of this study were (1) a strategy for competitiveness is improve service quality, improve product quality, improve financial management, increase innovation, recruit human resources field appropriate, (2) the obstacles faced by entrepreneurs is the acquisition of raw materials, capital, marketing, marketing, and lack of government support (3) the development of SMEs stone statue in the Watesumpak village is said to decline.*

*Keywords: strategy development SMEs.*

## ABSTRAK

Desa Watesumpak adalah daerah yang terkenal dengan UKM batu arca. UKM ini berjaya saat krisis 1997, tetapi dalam era globalisasi saat ini jumlahnya semakin berkurang karena banyaknya permasalahan dan hambatan yang dihadapi para pengusaha. Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui strategi pengembangan yang digunakan UKM batu arca di desa Watesumpak untuk berdaya saing dalam menghadapi era globalisasi, (2) mengetahui masalah yang dihadapi UKM batu arca di desa Watesumpak dalam era globalisasi, (3) mengetahui perkembangan UKM batu arca di desa Watesumpak. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Subjek penelitian ini adalah masyarakat desa Watesumpak khususnya pemilik UKM batu arca sebanyak 20 informan. Penentuan informan menggunakan teknik *snowball sampling*. Analisa data terdiri dari reduksi data, penyajian data, menarik kesimpulan atau verifikasi. Hasil penelitian ini adalah (1) strategi untuk berdaya saing adalah meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kualitas produk, memperbaiki manajemen keuangan, meningkatkan inovasi, merekrut SDM sesuai bidangnya, (2) hambatan yang dihadapi para pengusaha adalah perolehan bahan baku, permodalan, pemasaran, pemasaran, dan kurangnya dukungan pemerintah (3) perkembangan UKM batu arca di desa Watesumpak dikatakan menurun.

Kata kunci : Strategi pengembangan UKM.

## PENDAHULUAN

UKM adalah usaha yang paling banyak digeluti oleh masyarakat Indonesia karena UKM dianggap sebagai jenis usaha yang paling mudah untuk dijalankan dan juga tidak membutuhkan modal besar untuk menjalankannya. Selain itu UKM juga dianggap sebagai sektor usaha yang tahan pukul dalam arti mempunyai kekuatan dalam menghadapi berbagai macam hambatan .

Saat ini Indonesia telah memasuki era globalisasi, dimana globalisasi adalah “interkoneksi sedunia pada level kultural, politik dan ekonomi yang dihasilkan dari eliminasi hambatan-hambatan komunikasi dan perdagangan serta proses konvergensi aspek-aspek budaya, politik dan ekonomi dalam kehidupan” (Giddens, 2001; Jati, 2013). Berbagai perubahan telah, sedang, dan bakal terjadi, adanya kemajuan dalam berbagai bidang, seperti ilmu pengetahuan, telekomunikasi, teknologi informasi, jaringan transportasi dan sektor-sektor kehidupan lainnya menyebabkan arus informasi semakin mudah dan lancar mengalir antar individu dan kelompok.

Menurut Kuncoro (2010) pasar global yang besar menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi setiap perusahaan yang menggeluti suatu bisnis tertentu. Tantangan yang sering dihadapi UKM bagi usaha dengan omset kurang dari Rp. 300 juta pertahun umumnya tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga kelangsungan

hidup usahanya. Sedangkan bagi usaha dengan omset antara Rp. 300 juta hingga Rp. 2,5 Milyar setahun, tantangan yang dihadapi jauh lebih kompleks. Umumnya pengusaha mulai memikirkan untuk melakukan ekspansi usaha lebih lanjut.

UKM harus bisa menghadapi tantangan dalam menjalankan usahanya, Prioritas permasalahan yang biasa dihadapi oleh UKM adalah: (a) Masalah belum adanya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik karena belum dipisahkannya kepemilikan dan pengelolaan perusahaan. (b) Masalah bagaimana menyusun proposal dan membuat studi modal ventura karena kebanyakan UKM mengeluh berbelitnya prosedur mendapatkan kredit agunan tidak memenuhi syarat dan tingkat bunga dinilai terlalu tinggi. (c) Masalah menyusun perencanaan bisnis karena persaingan dalam merebut pasar semakin ketat. (d) Masalah akses terhadap teknologi terutama bila pasar dikuasai oleh perusahaan atau grup bisnis tertentu dan selera konsumen cepat berubah. (e) Masalah memperoleh bahan baku terutama karena adanya persaingan yang ketat dalam mendapatkan bahan baku, bahan baku berkualitas rendah, dan tingginya harga bahan baku. (f) Masalah perbaikan kualitas barang dan efisiensi terutama bagi yang sudah menggarap pasar ekspor karena selera konsumen berubah cepat, pasar dikuasai perusahaan tertentu dan banyak barang pengganti. (g) Masalah tenaga kerja karena

sulit mendapatkan tenaga kerja yang terampil. tantangan seperti ini pasti banyak dijumpai para pengusaha UKM tidak terkecuali UKM batu arca di desa Watesumpak kecamatan Trowulan kabupaten Mojokerto. UKM ini masih sering menghadapi permasalahan dalam hal pemasaran dan perolehan bahan baku, ketatnya persaingan antar para pengusaha menuntut mereka agar bisa lebih aktif dalam memperoleh pasaran. Maka dari itu para pemilik UKM harus menjalankan strategi agar bisa mengembangkan usahanya dalam memasuki pasar global.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang digunakan UKM batu arca di desa Watesumpak untuk berdaya saing dalam menghadapi era globalisasi, untuk mengetahui masalah yang dihadapi UKM batu arca di desa watesumpak dalam era globalisasi dan untuk mengetahui perkembangan UKM batu arca di desa Watesumpak.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Usaha Kecil dan Menengah (UKM)**

Menurut Kementerian Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), yang dimaksud dengan Usaha Kecil (UK), termasuk Usaha Mikro (UMI) adalah entitas usaha yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, dan memiliki penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,-. Sementara itu, Usaha

Menengah (UM) merupakan entitas usaha milik warga negara Indonesia yang memiliki kekayaan bersih antara Rp 200.000.000 s.d. Rp 10.000.000.000,- tidak termasuk tanah dan bangunan.

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

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, usaha kecil didefinisikan sebagai perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun Rp. 600.000.000 (di luar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari:

- a) Badan usaha (Fa, CV, PT, dan koperasi), dan
- b) Perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani, peternak, nelayan, perambah hutan, penambang, pedagang barang dan jasa) yang pada tanggal 4 Juli 2008 telah ditetapkan Undang-undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

### **Faktor yang Menentukan Keberhasilan Manajemen Usaha Kecil**

Faktor-faktor yang perlu dimiliki oleh pengusaha yang menjalankan atau melakukan manajemen usaha kecil adalah (Sule, 2010):

- 1) *Entrepreneurship*
- 2) Profesional
- 3) Inovatif
- 4) Keluasan jaringan
- 5) Kemampuan adaptif

### Strategi Meningkatkan Permintaan

Berikut ini adalah strategi yang bisa diterapkan (Tjiptono, 2008): 1) Mempertahankan tingkat kepuasan konsumen, 2) Relationship *Marketing*.

### Globalisasi

Menurut Stoner (dalam Jati, 2013) globalisasi merupakan suatu proses yang terkait dengan tiga faktor yang saling berhubungan yaitu mengenai kedekatan, lokasi dan sikap. Kedekatan memberikan penekanan pada ikatan dengan pelanggan, pesaing, pemasok dan pemerintah yang jauh lebih banyak dan beragam. Lokasi memberikan penekanan pada terintegrasinya organisasi melewati batas-batas wilayah teritorial suatu negara. Oleh karena itu, kita harus mampu berkompetisi dalam kehidupan ekonomi untuk menjadi yang tercepat dan terbaik di antara para pesaing melalui strategi yang tepat.

### Strategi Untuk Menjamin Mutu Produk Dalam Menghadapi Era Globalisasi

Ada tiga strategi yang bisa dilakukan untuk menjamin mutu produk yaitu Suviarto (dalam Carolina. Dkk, 2012):

- 1) Melakukan perencanaan mutu
  - a. Mengetahui kebutuhan dan persyaratan konsumen dengan cara melakukan wawancara langsung dengan konsumen.
  - b. Merancang proses dan peralatan pembuatan produk dengan cara melakukan kunjungan dan observasi ke industri produk yang lebih besar (*benchmarking*).
- 2) Pengendalian mutu
  - a. Menyusun standar dan spesifikasi dengan menggunakan acuan modal

dari pemesan (pembeli dari dalam maupun luar negeri).

- b. Melakukan pemeriksaan dan sortasi secara visual.
- 3) Perbaikan mutu
    - a. Melakukan *benchmarking* untuk melihat peralatan dan proses pada industri yang lebih besar.
    - b. Melihat model-model produk dari majalah-majalah terbaru.

### METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data untuk data primer berupa hasil penelitian mengenai UKM yang ada di desa Watesumpak, sedangkan sumber data untuk data sekunder berasal dari data daftar UKM di desa Watesumpak yang diperoleh dari kepala desa Watesumpak. Dalam penelitian ini prosedur pengumpulan data menggunakan beberapa metode yaitu observasi, dokumentasi, wawancara/ interview.

Aktivitas dalam analisis data yaitu reduksi (*data reduction*), penyajian data (*data display*) dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion drawing*), karena secara umum pada penelitian kualitatif terdapat tiga langkah tersebut dalam melakukan analisa data.

### HASIL PENELITIAN

Desa Watesumpak adalah satu desa di Kecamatan Trowulan Kabupaten Mojokerto yang mempunyai luas areal 298,898 Ha, dengan kondisi wilayah didataran rendah dan mayoritas lahannya digunakan sebagai lahan pertanian. Selain itu juga terdapat banyak pengrajin patung yang

dapat dijadikan produk unggulan desa Watesumpak. Dari informasi yang diperoleh dari Bapak Tatung selaku kepala dusun di desa Watesumpak (22 April 2014) kerajinan pahat patung arca sudah ada sejak dulu dari jaman nenek moyang kerajaan majapahit. Sampai saat ini keahlian memahat batu selalu diwariskan secara turun temurun, usaha pahat batu selalu dilestarikan oleh masyarakat di desa watesumpak karena dianggap sebagai kekayaan daerah yang harus dibanggakan. Desa Watesumpak terdapat 13 UKM batu arca dengan keseluruhan tenaga kerja berjumlah 114 orang. Selain itu ada banyak sekali UKM yang berbentuk pengrajin individu dalam kata lain pengrajin tersebut tidak mempunyai karyawan, mereka mengerjakan sendiri pekerjaan memahat patung.

Modal untuk mendirikan usaha batu arca ini dibagi menjadi 2 yaitu modal untuk membeli peralatan dan bahan baku. Harga bahan baku untuk batu andesit (batu hitam) satu truk sekitar Rp. 1,5 juta dan batu hijau 2,6 juta. Sedangkan modal alatnya yaitu adalah palu, paju, kertas gosok, dan grenda. Harga palu Rp.30.000, cukit Rp.15.000, kertas gosok per gulung Rp.25.000 dan harga grenda Rp.300.000. setiap UKM biasanya memiliki 1 atau 2 grenda, dan palu rata-rata 20 buah sedangkan paju rata-rata punya 50 buah.

Proses pembuatan patung batu arca mulai dari awal sampai selesai yaitu mempersiapkan alat dan bahan baku, pembuatan bentuk dasar, pembentukan muka dan tangan, penghalusan dan yang terakhir adalah pencucian. Produk batu arca ini dipasarkan di lokal maupun interlokal, tidak hanya masyarakat dalam negeri yang berminat membelinya tetapi produk ini juga banyak diminati masyarakat luar negeri. Pemasaran di dalam negeri biasanya di kirim ke Bali dan ada sebagian kecil yang di kirim

ke Yogyakarta. Sedangkan ekspor ke mancanegara meliputi beberapa negara diantaranya yaitu Prancis, Australia, Swiss, Belanda, Amerika dan lain-lain.

UKM batu arca mempunyai strategi-strategi yang diterapkan agar tidak kalah bersaing dengan produk dari negara lain, strategi tersebut adalah meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan kualitas produk, memperbaiki manajemen keuangan, meningkatkan inovasi dan kreativitas, merekrut SDM sesuai dengan bidangnya. UKM batu arca di desa Watesumpak juga masih menghadapi permasalahan antara lain perolehan bahan baku, permodalan, pemasaran dan kurangnya dukungan dari pemerintah.

UKM batu arca telah ada sejak jaman kerajaan majapahit yang sampai saat ini masih dilestarikan dan diteruskan usahanya oleh para masyarakat di desa Watesumpak. Para informan yang memberikan informasi mengenai perkembangan UKM, mereka memberikan keterangan bahwa UKM batu arca berkembang pesat saat krisis 1997, tetapi saat ini jumlahnya tidak sebanyak dulu saat tahun 1997.

## PEMBAHASAN

### **Strategi Yang Digunakan UKM Batu Arca di Desa Watesumpak Untuk Berdaya Saing Dalam Menghadapi Era Globalisasi**

Saat ini Indonesia telah memasuki era globalisasi dimana tidak ada batasan jual beli antar negara, termasuk juga UKM batu arca di desa Watesumpak yang juga telah memasuki pasar global. Maka dari itu para pengusaha harus mempunyai strategi-strategi yang digunakan untuk berdaya saing dalam era globalisasi yaitu:

1. Meningkatkan kualitas pelayanan

Beberapa informan menerangkan bahwa strategi berdaya saing adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Pelayanan terhadap para konsumen harus benar-benar baik misalnya bersikap ramah terhadap konsumen, menjaga komunikasi dengan teman dan pembeli, dan apabila ada pesanan selalu berusaha menyelesaikannya tepat waktu sehingga pembeli tidak kecewa sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

2. Meningkatkan kualitas produk

Semua informan menerapkan strategi yang sama yaitu meningkatkan kualitas produk. Para pengusaha selalu menjaga karakter atau ciri khas dari kerajaan mojopahit. Sebelum melakukan produksi, pengusaha terlebih dahulu melakukan pemeriksaan dan pemilihan bahan baku yang akan dijadikan patung, mereka memberikan jaminan kualitas bagus kepada para pembeli. Apabila ada kerusakan atau pahatan yang kurang baik, pembeli bisa langsung komplain ke pemilik UKM batu arca.

3. Memperbaiki manajemen keuangan

Beberapa informan juga menerapkan strategi memperbaiki manajemen keuangan untuk berdaya saing di era globalisasi. Seperti yang dijelaskan di awal bahwa permodalan sering menjadi masalah dalam menjalankan UKM ini jadi perlu adanya perbaikan manajemen keuangan. Banyak UKM yang gulung tikar karena kurang pandai mengatur keuangan dalam usaha mereka, tetapi pengusaha yang bisa memutar modalnya masih bisa bertahan bahkan mengembangkan usahanya.

4. Meningkatkan inovasi dan kreatifitas

Beberapa informan menerangkan bahwa mereka menggunakan strategi meningkatkan inovasi dan kreatifitas dalam berproduksi. Inovasi dan kreatifitas sangat penting dalam usaha yang berbau seni. Para pengusaha selalu memperbarui motif sesuai *trand* yang ada di negara importir, tidak hanya sekedar memahat tapi para pekerja terlebih dulu melihat model-model produk dari gambar yang diperoleh dari internet atau langsung diperoleh dari pembeli.

5. Merekrut SDM sesuai bidangnya

Ada informan yang menerangkan bahwa mereka menerapkan strategi merekrut SDM sesuai bidangnya. UKM batu arca tidak membutuhkan karyawan yang mempunyai ijazah tinggi tapi kelanjutan usaha mereka tergantung pada SDM yang mempunyai keahlian memahat batu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, ada 5 strategi yang diterapkan para pengusaha UKM batu arca untuk berdaya saing dalam era globalisasi yaitu 1) meningkatkan kualitas pelayanan, 2) meningkatkan kualitas produk, 3) memperbaiki manajemen keuangan, 4) meningkatkan inovasi dan kreativitas, 5) merekrut SDM sesuai bidangnya. Tetapi pada teorinya masih banyak strategi yang bisa diterapkan agar bisa berdaya saing dalam dunia usaha, menurut teori Tjiptono (2008) strategi yang bisa diterapkan adalah 1) mempertahankan tingkat kepuasan konsumen, 2) *Relationship Marketing*. Kedua strategi yang dikemukakan oleh Tjiptono sudah dijalankan oleh para pengusaha batu arca di desa Watesumpak.

Kemudian teori dari Suviarto (dalam Carolina. Dkk, 2012) menyebutkan bahwa strategi untuk menghadapi era globalisasi

adalah 1) mengetahui kebutuhan dan persyaratan konsumen dengan cara melakukan wawancara langsung dengan konsumen, 2) melakukan pemeriksaan dan sortasi secara visual, 3) melakukan *benchmarking* untuk melihat peralatan dan proses pada industri yang lebih besar, 4) melihat model-model produk dari majalah terbaru. Dari ke empat strategi ini ada sebagian yang sudah diterapkan oleh para pengusaha yaitu melakukan pemeriksaan serta sortasi secara visual dan melihat model-model produk dari majalah-majalah terbaru. Tetapi ada sebagian yang belum diterapkan oleh para pengusaha batu arca yaitu melakukan *benchmarking* untuk melihat peralatan dan proses pada industri yang lebih besar serta mengetahui dan persyaratan konsumen dengan cara melakukan wawancara langsung dengan konsumen. Para pengusaha batu arca di desa Watesumpak belum pernah melihat peralatan dan proses pembuatan patung ke industri yang lebih besar, mereka masih tetap menggunakan peralatan tradisional untuk memproduksi produknya.

Kemudian teori dari Sule (2010) yang mengemukakan bahwa ada faktor-faktor yang harus dimiliki oleh usaha kecil untuk mensukseskan manajemen usahanya yaitu 1) *entrepreneurship*, 2) profesional, 3) inovatif, 4) keluasan jaringan, 5) kemampuan adaptif. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa kelima faktor tersebut telah dimiliki oleh para pengusaha batu arca di desa Watesumpak karena faktor-faktor tersebut selalu diterapkan dalam strategi untuk mensukseskan usaha mereka.

### **Masalah Yang Dihadapi UKM Batu Arca di Desa Watesumpak.**

Sejak pertama UKM batu arca didirikan sudah ada masalah atau hambatan yang sering dihadapi oleh pengusaha.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan 17 informan yaitu para pengusaha dan pengrajin batu arca di desa Watesumpak (22 April – 28 April 2014) terdapat beberapa masalah atau hambatan yang sering dihadapi dalam menjalankan UKM batu arca yaitu:

#### 1. Bahan baku

Bahan baku masih menjadi permasalahan dalam menjalankan usahanya. Permasalahan yang dimaksud meliputi tingginya harga bahan baku yang mengakibatkan para pengrajin harus menambah biaya produksinya, sulitnya perolehan izin pengambilan bahan baku, dan penutupan akses jalan menuju ke lokasi pengambilan bahan baku selama berbulan-bulan apabila sedang ada bencana alam.

#### 2. Permodalan

Permodalan adalah hambatan yang juga sering dihadapi oleh para pengusaha. Permasalahan ini dikarenakan sistem pembayaran produk dengan menggunakan cek bisa mengakibatkan lemahnya perputaran modal. Ketika modal sudah habis untuk biaya produksi, pembeli melakukan pembayaran dengan menggunakan cek yang biasanya tidak bisa langsung dicarikan dan harus menunggu beberapa bulan sedangkan para karyawan harus tetap dibayar setiap minggunya. Dalam kondisi seperti ini para informan mengaku kesulitan dan pada akhirnya harus meminjam uang ke koperasi untuk membayar para karyawan.

#### 3. Pemasaran

Pemasaran juga masih menjadi hambatan bagi para pengusaha. Pemasaran yang tidak menentu dipengaruhi oleh musim di mancanegara, apabila di negara konsumen sedang terjadi musim salju mereka tidak akan mau mengurus

bisnisnya, mereka terlalu sibuk menghantarkan badan sehingga semua bisnis di *pending*. Kemudian kondisi negara yang tidak aman seperti adanya isu-isu teroris juga mengakibatkan pemasaran sepi karena menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia.

#### 4. Kurangnya dukungan dari pemerintah

Pemerintah masih kurang memberikan dukungan terhadap usaha yang mereka dirikan. Apabila pemerintah mau mendirikan pariwisata di daerah Mojokerto pasti bisa membantu pemasaran UKM batu arca karena secara tidak langsung tempat wisata bisa menarik minat konsumen untuk berkunjung ke daerah mereka.

Dalam teori Kuncoro (2010) menyebutkan bahwa masalah yang dihadapi UKM dalam menjalankan usahanya yaitu: 1) kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar, 2) kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan, 3) kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia, 4) keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran), 5) iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan, 6) pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Berdasarkan hasil penelitian tentang UKM batu arca di desa Watesumpak dapat diketahui bahwa ada 4 masalah yang sering dihadapi oleh pengusaha batu arca yaitu 1) perolehan bahan baku, 2) permodalan, 3) pemasaran, 4) kurangnya dukungan dari pemerintah. Bila dikaitkan dengan teori dari

Kuncoro (2010) mengenai permasalahan yang dihadapi UKM yang telah disebutkan diatas, ada 2 masalah yang tidak dihadapi oleh pengusaha UKM batu arca di desa Watesumpak yaitu 1) kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia, 2) keterbatasan jaringan usaha kerja sama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran).

Masalah mengenai kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia tidak dihadapi oleh para pengusaha karena di desa Watesumpak terdapat banyak SDM yang sudah mahir dalam memahat patung, mereka dari kecil sudah diajari oleh para seniornya untuk memahat patung. Masalah kedua mengenai keterbatasan jaringan usaha kerja antar pengusaha kecil tidak dihadapi oleh para pengusaha UKM batu arca karena ketika salah satu pengusaha mendapatkan order yang jumlahnya cukup besar dan tidak bisa di selesaikan sendiri maka mereka akan melakukan kerjasama dengan pengusaha lain untuk memenuhi pesanan dari konsumen.

#### **Perkembangan UKM Batu Arca di Desa Watesumpak**

Kerajinan batu arca di kecamatan Trowulan sudah ada sejak jaman kerajaan Majapahit dan sampai saat ini kerajinan batu arca masih dilestarikan sebagai bagian dari kekayaan daerah. Kerajinan ini juga digunakan masyarakat untuk menghasilkan uang yaitu dengan mendirikan UKM batu arca, selain itu rasa cinta dan kebanggaan akan peninggalan kerajaan majapahit ini menjadi motivasi tersendiri bagi para pengusaha dan para pemahat selalu menurunkan rasa cinta seni pahat kepada anak-anaknya.

Berdasarkan informasi dari beberapa informan yang ada di desa Watesumpak sebagian besar mereka memulai usaha batu

arca pada tahun 1997. Pada saat itu terjadi krisis ekonomi di Indonesia yang berdampak sangat positif terhadap perkembangan UKM batu arca. Semua informan mengaku usahanya untung besar saat terjadi krisis 1997, banyak pekerja yang awalnya bekerja di pabrik-pabrik besar kemudian beralih mendirikan UKM batu arca. Hal ini sesuai dengan data BPS 1998 dalam (Partomo dan Soejoedono, 2002) yang menunjukkan bahwa saat krisis tahun 1997 yang pernah melanda tanah air dan sempat mengguncang perekonomian Indonesia tetapi UKM tetap tangguh dan bisa bertahan dalam keadaan krisis. Saat itu jumlah UKM sebesar 3.543.397 atau 99,30% di banding industri atau usaha berskala besar yang hanya berjumlah 23.386 atau 0,70% dari jumlah unit usaha.

Perkembangan UKM batu arca saat krisis 1997 dikatakan sangat pesat, dari keterangan para informan mengatakan bahwa sebelum krisis hanya ada sekitar 100 UKM batu arca, tetapi saat krisis dimana saat itu harga patung meroket tinggi, para warga yang sebelumnya bekerja di pabrik maupun bidang lain tertarik dan beralih untuk mendirikan UKM batu arca sehingga pada tahun 1997 jumlah UKM batu arca mencapai 500 UKM. Terjadi perkembangan lima kali lipat dari jumlah sebelumnya. Para pembeli lokal maupun interlokal berebut membeli produk dari Trowulan sampai para pengusaha kesusahan melayani pesanan dari konsumen.

Bila dilihat secara keseluruhan kondisi perkembangan UKM batu arca di desa Watesumpak kondisinya meningkat pada tahun 1997 karena pada saat itu banyak masyarakat yang beralih profesi menjadi pengusaha dan pemahat patung batu arca, tetapi mulai tahun 2000 hingga saat ini jumlah UKM batu arca di desa Watesumpak dikatakan berkurang karena pasar mulai sepi dan nilai mata uang sudah mulai stabil

sehingga pemasaran juga menurun tidak seramai saat krisis dan pengusaha yang awalnya hanya mencoba-coba di bidang UKM batu arca banyak yang gulung tikar. Hanya sebagian kecil yang masih eksis dalam usaha batu arca ini yaitu pengusaha yang memang mempunyai potensi dan keahlian di bidang batu arca.

## KESIMPULAN

1. UKM batu arca di desa Watesumpak mempunyai beberapa strategi untuk mengembangkan produknya antara lain: a) meningkatkan kualitas pelayanan, b) meningkatkan kualitas produk, c) memperbaiki manajemen keuangan, d) meningkatkan inovasi dan kreativitas, e) merekrut SDM sesuai bidangnya.
2. UKM batu arca di desa Watesumpak masih menghadapi hambatan dalam menjalankan usahanya yaitu a) perolehan bahan baku, b) permodalan, c) pemasaran yang tidak menentu d) kurangnya dukungan dari pemerintah dalam membangun fasilitas atau pariwisata.
3. Saat ini di desa Watesumpak kecamatan Trowulan Mojokerto terdapat kurang lebih 100 unit UKM batu arca, terdiri dari 13 pengusaha yang mempunyai karyawan dan sisanya adalah pengrajin rumahan yang menjalankan usahanya sendiri atau perorangan. Jumlah ini menurun dibanding saat krisis tahun 1997 yang jumlahnya sekitar 500 unit UKM.

## SARAN

1. Bagi pengusaha UKM agar bisa membentuk koperasi untuk mengatasi masalah yang dihadapinya dan menerapkan strategi pemasaran dengan baik agar usahanya semakin berkembang.
2. Bagi pemerintah agar lebih antusias dalam mengembangkan pariwisata di kecamatan Trowulan untuk menarik para

wisatawan berkunjung dan bisa membantu para pengrajin memasarkan produknya.

3. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dalam hal peningkatan sosial ekonomi para pengrajin dan pemahat patung di desa Watesumpak agar bisa melengkap hasil penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Carolina, verani. Dkk. 2012. *Kajian Teoritis Sistem Manajemen Mutu Pada Usaha Kecil Menengah Dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi*. FMI (Online): Yogyakarta.
- Chandra, Gregorius. Dkk. 2003. *Pemasaran Global*. Yogyakarta: Andi.
- Darmiyati, Tri. 2009. *Pengaruh Globalisasi Terhadap Nilai-Nilai Nasionalisme*. Paper (Online) [asisbuton.files.wordpress.com/2009/02/id4-pengaruh-globalisasi-terhadap-nilai-nilai-nasionalisme.pdf](http://asisbuton.files.wordpress.com/2009/02/id4-pengaruh-globalisasi-terhadap-nilai-nilai-nasionalisme.pdf)
- Halwani, R. Hendra. 2005. *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Haming, Murdifin dan Nurnajamuddin, Mahfud. 2007. *Manajemen Produksi Modern*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Irdayanti. 2012. *Peran Pemerintah Dalam Pengembangan UKM Berorientasi Ekspor Studi Kasus: Klaster Kasongan Dalam Rantai Nilai Tambah Global*. Jurnal Transnasional, (Online), Vol.3, No.2.
- Jati, Wasisto Raharjo. 2013. *Pengantar Kajian Globalisasi*. Jakarta: Mitra wacana Media.
- Kuncoro, Mudrajad. 2010. *Ekonomika Pembangunan*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Partomo, Tiktik Sartika dan Soejoedono, Abdul Rachman. 2002. *Ekonomi Skala Kecil/Menengah Dan Koperasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Patilima, Hamid. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Prawirokusumo, Soeharto. 2001. *Ekonomi Rakyat*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Purwanto, Iwan. 2006. *Manajemen Strategi*. Bandung: Yrama Widya.
- Putra, Bayu Airlangga dan Irawan, Andi. 2006. *Kewirausahaan UKM*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rahmana, Arief. 2009. *Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Menengah*. SNATI: Yogyakarta, (Online).
- Saparuddin dan Bado, Basri. 2011. *Pengaruh Kemitraan Usaha Terhadap Kinerja Usaha Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Koperasi di Kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan*. Jurnal Ekonomi, (Online), Vol.9, No.2.

Sriyana, Jaka. 2010. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul*. UII: Yogyakarta (Online).

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

Sule, Ernie Tisnawati dan Saefullah, Kurniawan. 2010. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Prenada Media Group.

Sulistiono dan Mulyana, Mumuh. 2012. *Strategi Pengembangan Pemasaran UKM Pengrajin Sepatu Sandal*. Jurnal Ilmiah Ranggagading, (Online), Vol.12, No.1.

Tjiptono, Fandy. Dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

