

**MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
UD.IDA JAYA DESA ANTIROGO KECAMATAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER DI PASAR ASIA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Syariah



Disusun oleh :

Muhammad Ali Yasin
NIM. 083 144 105

Dosen Pembimbing :

Daru Anondo, SE, M.Si
NIP. 197503032009011009

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
JULI 2020**

**MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
UD.IDA JAYA DESA ANTIROGO KECAMATAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER DI PASAR ASIA**

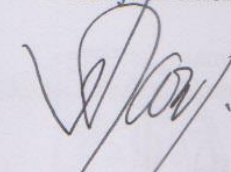
SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Muhammad Ali Yasin
NIM. 083 144 105

Disetujui Pembimbing



Dayu Anondo, SE, M.Si
NIP. 197503032009011009

**MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING
UD.IDA JAYA DESA ANTIROGO KECAMATAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER DI PASAR ASIA**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima Untuk memenuhi
salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Kamis

Tanggal : 30 April 2020

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

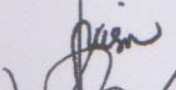
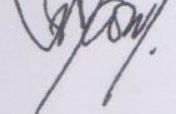


Toton Fanshurna, M.E.I
NIP.198112242011011008

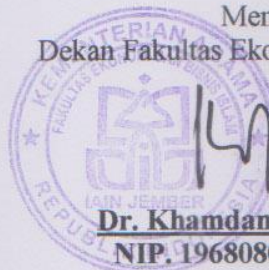


Roni Subhan, M.Pd
NIP. 197103062005011001

Anggota:

1. Dr. Khairunnisa Musari, M.MT ()
2. Daru Anondo, M.Si ()

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si
NIP. 19680807 200003 1 001

MOTTO

... أَدْخُلُوا فِي السِّلْمِ ...

Artinya :

”...Masuklah kamu ke dalam islam secara kaffah...”

(QS. Al Baqarah : 208)¹



¹ QS. Al Baqarah : 208

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan kepada:

Kedua orang tuaku Bapak dan Ibu

Istriku Tercinta

Teman-teman yang tak bisa ku sebutkan satu persatu

Karena kalian selalu mensupport hingga terselesaikannya tugas akhir ini



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah, serta inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini yang berjudul “**Manajemen Mutu Dalam Meningkatkan Daya Saing UD. Ida Jaya Desa Antirogo Kecamatan Sumpersari Kabupaten Jember Di Pasar Asia**”. Penulis menyadari akan keterbatasan dan kemampuan penulis, maka dari itu skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu dengan berlapang dada penulis menerima kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Menyadari penuh bahwa skripsi ini melibatkan banyak pihak, baik perorangan maupun kelembagaan, penulis menghaturkan penghargaan dan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E, M.M Selaku Rektor IAIN Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa’i, S.E.,M.S.i Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Nikmatul Masruroh, M.EI Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Daru Anondo, SE, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah sudi meluangkan waktunya untuk bersedia membimbing, memberi motivasi dan mengarahkan sampai terselesaikan.

5. Segenap tim penguji yang telah berkenan menguji skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya yang telah memberikan ilmu dan para karyawan yang sudah melayani kami selama proses perkuliahan.

Tiada ucapan yang dapat penulis sampaikan kecuali “*Jazakumullah Khairan Ahsana Jaza’a*”. Dalam hal ini pula penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena masih banyak kekurangan dari aspek metode penelitian, tata penulisan, maupun isi skripsi ini, sehingga kritik dan saran sangat kami harapkan sehingga memberikan jalan untuk kesempurnaan pada proses selanjutnya. Dan semoga apa yang telah diupayakan dapat diambil manfaat bagi diri penulis khususnya bagi pembaca umumnya. *Amin Ya Robbal Alamin.*

Jember, 20 Januari 2020

Muhammad Ali Yasin

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Muhammad Ali Yasin, 2020: *Manajemen Mutu dalam Meningkatkan Daya Saing UD. IDA JAYA Desa Antirogo Kecamatan Summersari Kabupaten Jember di Pasar Asia.*

Mutu merupakan suatu usaha yang dilakukan secara serius dengan tujuan agar tercapainya suatu nilai yang mampu memberi kepuasan secara maksimal kepada pemakainya. Perubahan mutu akan dapat meningkatkan keuntungan melalui penjualan. Dengan merespon selera pasar atau konsumen mutu dapat dibentuk sesuai dengan permintaan, mutu yang dapat memenuhi permintaan pasar atau konsumen dapat membentuk nilai yang tinggi terhadap produk yang dihasilkan. Di desa Antirogo Kecamatan Summersari Kabupaten Jember terdapat banyak tanaman seperti bambu dan rotan yang kemudian diolah oleh masyarakat setempat dan potensi alam dan seni yang dimiliki UD IDA JAYA memberikan dampak positif bagi masyarakat karena dapat membuka lapangan pekerjaan baru dan peningkatan kesejahteraan ekonomi warga setempat.

Fokus penelitian adalah: 1) Bagaimana manajemen mutu di UD. IDA JAYA?, 2) Bagaimana daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia?, 3) Bagaimana manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia?. Serta Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui manajemen mutu di UD. IDA JAYA. 2) Untuk mengetahui daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia. 3) Untuk mengetahui manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian *kualitatif deskriptif*. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, adalah: observasi, wawancara, dokumentasi. Penentuan informan menggunakan purposive. Analisis data yang digunakan model Miles dan Huberman meliputi: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk pengujian keabsahan data peneliti menggunakan *triangulasi metode dan sumber*.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah: 1) Manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA meliputi kepuasan pelanggan, menaruh rasa hormat pada setiap orang, serta adanya perbaikan yang berkesinambungan. 2) Daya Saing UD. IDA JAYA Di Pasar Asia dapat dikatakan bisa bersaing karena produk yang di hasilkan juga banyak peminatnya serta dengan konsistensi dari UD IDA JAYA sendiri yang selalu menjaga kualitas dan sikap profesionalnya. 3) Manajemen Mutu dalam Meningkatkan Daya Saing UD IDA JAYA di pasar Asia berhasil karena dengan adanya pengelolaan manajemen mutu yang baik seperti kepuasan pelanggan yang harus dilayani dengan baik dan profesional sudah di ajarkan oleh pendiri sekaligus pemilik, menaruh rasa hormat pada setiap orang artinya saling menghargai baik itu dri atasan yang menghargai pendapat dari bawahan serta bawahan yang harus selalu profesional pada atasan dan yang terakhir adalah kegiatan Plan – Do – Check – Act yang sangat baik diterapkan pada manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA. Juga dalam penjagaan kualitas yang baik serta pengemasan yang menarik sehingga memiliki ciri khas tersendiri dan pelayanan yang selalu baik dan profesional dari UD. IDA JAYA.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	8
E. Definisi Istilah	8
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori	20
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	42

B. Lokasi Penelitian	43
C. Subyek Penelitian	43
D. Teknik Pengumpulan Data	44
E. Analisis Data	47
F. Keabsahan Data	49
G. Tahap-tahap Penelitian	50
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	52
A. Gambaran Obyek Penelitian	52
B. Penyajian Data dan Analisis Data	54
C. Pembahasan Temuan	63
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran-saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

IAIN JEMBER

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
2.1	Mapping Penelitian Terdahulu	17



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari seringkali kita mendengar orang membicarakan masalah kualitas, misalnya mengenai kualitas sebagian besar produk buatan luar negeri yang lebih baik dari pada produk dalam negeri¹ Salah satu sebab suatu produk diterima dipasar karena mutu produk tersebut sesuai dengan keinginan seorang konsumen. Salah satu alasan mengapa produk Indonesia menembus pasar internasional tidak lain karena mutu produk Indonesia belum sesuai dengan standart Internasional. Kasus ini sangat sering terjadi pada produk makanan dan minuman (food and beverage) yang tidak diterima di pasar Internasional karena mutu produk kita tidak mengacu pada standar Internasional. Padahal bangsa pasar Internasional sangatlah menggiurkan, terutama profit yang akan diterima nantinya.²

Perkembangan zaman yang pesat membuat dunia pesaing bisnis semakin hari semakin ketat. Mengakibatkan terjadinya perubahan yang disebabkan berbagai faktor baik eksternal maupun internal, yang terjadi di dalam hampir semua aspek, yaitu aspek politik, sosial budaya, ekonomi, teknologi hukum dan berbagai aspek lainnya. Keadaan ini kian menjadi ancaman yang berisiko bagi setiap organisasi atau perusahaan yang ikut serta di dalamnya, dibutuhkan cara dan kemampuan khusus agar suatu perusahaan

¹ Fendy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Managemen* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2003).2.

² Irham Fahmi, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014),45.

mampu bertahan dan berhasil memenangi persaingan. Kelangsungan hidup suatu perusahaan atau organisasi sangat tergantung pada seberapa besar kemampuan untuk memberikan respon terhadap berbagai perubahan tersebut. Demikian halnya dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang produksi. apabila ingin memiliki keunggulan dalam pasar nasional dan internasional. maka perusahaan-perusahaan tersebut harus mampu melakukan setiap pekerjaan secara lebih baik dalam rangka menghasilkan produk yang berkualitas dengan harga yang wajar dan bersaing.

Mutu merupakan suatu usaha yang dilakukan secara serius dengan tujuan agar tercapainya suatu nilai yang mampu memberi kepuasan secara maksimal kepada pemakainya. Sebuah produk dianggap memiliki mutu jika produk tersebut sesuai dengan harapan berbagai pihak. terutama pihak produsen dan konsumen.³

Perubahan mutu akan dapat meningkatkan keuntungan melalui penjualan. Dengan merespon selera pasar atau konsumen mutu dapat dibentuk sesuai dengan permintaan, mutu yang dapat memenuhi permintaan pasar atau konsumen dapat membentuk nilai yang tinggi terhadap produk yang dihasilkan. Penciptaan nilai yang tinggi atas produk yang dihasilkan akan dapat mengubah anggapan (image) pasar. Sehingga reputasi perusahaan atau organisasi akan menjadi populer dan terkenal di tingkat lokal maupun tingkat dunia atau internasional.

³ Irham Fahmi, *Manajemen Produksi dan Operasi*, (Bandung: Alfabeta, 2014),46.

Perubahan mutu juga akan dapat menugurangi biaya melalui peningkatan produktivitas akan semakin tinggi sebagai akibat tuntutan mutu yang diminta, sehingga dengan produktivitas yang tinggi akan dapat dilakukan efisiensi biaya. Demikian juga dengan masalah tingkat kesalahan, semakin berkurangnya tingkat kesalahan di dalam melakukan pekerjaan, maka tingkat pengulangan pekerjaan akan semakin kecil, bahkan diharapkan tidak akan terjadi kesalahan (*defect free*). Produktivitas yang tinggi, kecilnya tingkat kesalahan, secara otomatis akan membuat biaya pelayanan purna jual semakin kecil (*low warranty costs*).⁴

Sektor industri merupakan salah satu sektor utama sebagai mesin penggerak ekonomi nasional, dimana sektor industri salah satu sektor prioritas pembangunan ekonomi, dengan tetap memperhatikan sektor lain. Dalam era globalisasi bangsa Indonesia dituntut untuk maju mengejar ketinggalan disemua sektor. Karena dengan selalu memperbaiki disemua sektor dan melihat potensi-potensi yang ada akan memajukan Indonesia agar lebih berkembang dan dapat bersaing dengan negara lain.

Manajemen mutu merupakan rangkaian dari dua kosa kata yang mempunyai makna berbeda, yaitu manajemen dan mutu. Menurut Ariani , secara etimologi dapat di artikan bahwa manajmen berarti pengelolaan. Sedangkan mutu adalah kualitas atau nilai. Artinya bahwa manajemen mutu adalah pengelolaan nilai. Adapun secara terminologi manajemen mutu dapat di pahami sebagaimana definisi yang di berikan oleh beberapa ahli berikut ini.

⁴ Manahan P. Tampubolon, *Manajemen Operasional & Rantai Pemasak* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014).3.

Untuk memperoleh pemahaman tentang manajemen mutu, satu persatu kata tersebut akan diuraikan berdasarkan pendapat para ahli manajemen.⁵

Dalam mendefinisikan mutu atau kualitas ini, ada beberapa pakar utama dalam manajemen mutu (*quality Management*) yang saling berbeda pendapat tetapi maksudnya sama. Sebagaimana diungkap dalam buku Nasution sebagai berikut:

1. Menurut Crosby (1979), kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produksi jadi.
2. Menurut Deming (1982) Kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar. Ini artinya sebuah perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan pelanggan atas suatu produk yang akan dihasilkan.
3. Menurut Feigenbaum (1986), kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk dikatakan berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.
4. Menurut Garvin (1988), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah

⁵ Ariai, Dorothea Wahyu, *Manajemen kualitas pendekatan sisi kualitatif* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 19

sehingga kualitas produk juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.⁶

ASEAN Economic Community atau Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) di bentuk pada Desember 1997 di Kuala Lumpur, Malaysia dan direalisasikan pada tahun 2015. MEA bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan stabilitas ekonomi di kawasan Asia Tenggara, dan di harapkan dapat mengatasi masalah – masalah ekonomi antar negara ASEAN. MEA mempunyai empat pilar utama yaitu, pasar tunggal dan basis produksi, kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi, kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata, dan kawasan yang terintegrasi penuh dengan ekonomi global. Pilar ke tiga MEA yaitu kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata mempunyai dua elemen, salah satunya adalah pengembangan UKM dan Usaha Dagang. Pada elemen ini juga membahas tentang pengembangan UMKM dan UD. UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang kegiatannya di atur berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta Usaha Dagang (UD) mempunyai peranan penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dari data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia tahun 2011 sebesar 56,6%

⁶ Nasution, *manajemen mututerpada (Total Quality Manajemen) Anggota IKPI*, (Jakarta, Ghalia Indonesia, 2001), 16

dan menyerap 97% tenaga kerja nasional, juga berkontribusi dalam penambahan devisa negara dalam bentuk penerimaan ekspor sebesar 27.700 miliar dan menciptakan peranan sebesar 4,86% terhadap total ekspor. Dengan ini, sudah sewajarnya jika kegiatan UMKM dan UD harus tetap diperluas setiap tahunnya. Untuk menghadapi persaingan di pasar Asia daya saing UMKM Indonesia masih terlihat lemah.⁷

Potensi alam dan seni yang dimiliki UD IDA JAYA serta penjagaan kualitas dan pelayanan yang selalu diutamakan memberikan dampak positif bagi masyarakat karena dapat membuka lapangan pekerjaan baru dan peningkatan kesejahteraan ekonomi warga setempat serta akan mampu bersaing di Pasar Asia. Berdasarkan penjelasan tersebut membuat peneliti tertarik untuk mengkaji dan meneliti UD Ida Jaya dengan penelitian yang berjudul “MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UD. IDA JAYA DESA ANTIROGO KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER DI PASAR ASIA.”

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.⁸ Adapun masalah-masalah dalam penelitian ini difokuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen mutu di UD. IDA JAYA?
2. Bagaimana daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia?

⁷ Adhinta Salsabila dan Supriono, “Analisis Strategi Pengembangan Pasar UMKM Ke kawasan Asia Tenggara dalam menghadapi kebijakan ME”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 62 No. 1 September 2018.

⁸Tim Penyusun, *Pedoman Penuisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2017), 44.

3. Bagaimana manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.⁹ Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui manajemen mutu di UD. IDA JAYA.
2. Untuk mengetahui daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia.
3. Untuk mengetahui manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat bersifat teoritis dan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan referensi berkaitan dengan permasalahan yang diangkat.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing

⁹Ibid., 45

di pasar asia.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat mempermudah mengukur sejauh mana kesesuaian keilmuan yang berkaitan dengan manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing di pasar asia dan dapat menjadi penelitian ilmiah yang memenuhi syarat sebagai laporan atau tugas akhir untuk mendapat gelar Sarjana Strata Satu (S1).

b. Bagi IAIN Jember

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan IAIN Jember dalam mengembangkan kajian tentang manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing di pasar asia khususnya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

c. Bagi instansi atau UD. Ida Jaya

Hasil penelitian ini bisa dijadikan penelitian yang menghasilkan informasi yang bermanfaat sebagai masukan atau pertimbangan untuk mengetahui pentingnya manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing di pasar asia.

E. Definisi Istilah

Untuk memudahkan pemahaman dan kejelasan dalam penelitian ini, maka dipandang perlu adanya pemaparan definisi yang tertera pada judul agar tidak

terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.

Adapun definisi yang perlu adanya pemaparan adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Mutu

merupakan rangkaian dari dua kosa kata yang mempunyai makna berbeda, yaitu manajemen dan mutu. Menurut Ariani (2003: 19),

secara etimologi dapat diartikan bahwa manajemen berarti pengelolaan. Sedangkan mutu adalah kualitas atau nilai. Ini artinya bahwa Manajemen mutu adalah pengelolaan nilai. Adapun Secara terminology manajemen mutu dapat dipahami sebagaimana definisi yang diberikan oleh beberapa ahli berikut ini. Untuk memperoleh pemahaman tentang manajemen mutu, satu persatu kata tersebut akan diuraikan berdasarkan pendapat para ahli manajemen.¹⁰

a. Pengertian manajemen

secara terminologi sebagaimana dikemukakan oleh Taylor adalah : *Management the ar of management is defined as knowing exactl wha you wan to do and then seing that they do in the bes and cheapest way.*

Manajemen adalah seni yang ditentukan untuk mengetahui dengan sungguh-sungguh apa yang ingin kamu lakukan, dan

¹⁰ Dorothea wahyu Ariani, *manajemen Kualitas Pendekatan sisi Kualitatif* (Jakarta:Ghalia Indonesia,2003),19

mangawasi bahwa mereka mengerjakan sesuatu dengan sebaik-baiknya dan dengan cara yang semudah-mudahnya.¹¹

Hasibuan mengartikan manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.¹²

Dari beberapa definisi tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa manajemen merupakan suatu ilmu dan seni yang dimiliki oleh manusia dalam upaya memanfaatkan sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya lain dalam kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan, yang dilakukan secara efektif dan efisien dengan melibatkan seluruh anggota secara aktif untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2. Peningkatan

Di dalam kamus besar bahasa Indonesia peningkatan berarti proses, perbuatan, cara meningkatkan, menaikkan, (menaikkan derajat, taraf dan sebagainya) dalam proses perbaikan-perbaikan dalam mencapai hasil yang lebih baik dari sebelumnya.¹³

3. Daya saing

Pada hakikatnya suatu komoditas dikatakan memiliki daya saing manakala memiliki harga jual yang bersaing dan mutunya baik. Seperti

¹¹ Frederik wisnlow taylor, *scientific manajement* (new York harper;1974),02

¹² Hasibuan, *Manajemen sumber daya manusia* (Jakarta; Bumi Aksara,2001),02

¹³ Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia, *Kamus Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2008), 854.

yang di kemukakan oleh simanjuntak (1992) bahwa daya saing merupakan suatu konsep yang menyatakan kemampuan suatu produsen untuk memproduksi suatu komoditas dengan mutu yang cukup baik dan biaya produksi yang cukup rendah, sehingga pada harga-harga yang terjadi di pasar internasional dapat di produksi dan di pasarkan oleh produsen dengan memperoleh harga laba yang mencukupi sehingga dapat mempertahankan kelanjutan biaya produksinya.

4. Pasar Asia

Pasar Asia adalah pasar yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan stabilitas ekonomi di kawasan Asia Tenggara, dan diharapkan dapat mengatasi masalah – masalah ekonomi antar negara ASEAN. MEA mempunyai empat pilar utama yaitu, pasar tunggal dan basis produksi, kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi, kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata, dan kawasan yang terintegrasi penuh dengan ekonomi global.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk memberikan gambaran secara global tentang isi penelitian ini dari tiap bab, sehingga akan mempermudah dalam melakukan tinjauan terhadap isinya. Format penulisan sistematika pembahasan adalah dalam bentuk deskriptif naratif, bukan seperti daftar isi.¹⁴

¹⁴ Ibid, 42

Topik-topik yang hendak dibahas disampaikan secara garis besar sehingga nampak alur penelitian yang akan dilakukan dari awal sampai akhir. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB satu: Pendahuluan, pada bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, fokus masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah/operasional, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Fungsi dari bab ini adalah untuk memperoleh gambaran secara umum mengenai pembahasan dalam skripsi.

BAB dua: Kajian Pustaka, pada bab ini berisi tentang kajian terdahulu dan kajian teori. Penelitian terdahulu memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan saat ini. Sedangkan kajian teori berisi tentang teori yang terkait sehingga berguna perspektif dalam penelitian.

BAB tiga: Metode penelitian mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

BAB empat: Penyajian data dan analisis data berisi tentang gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis serta pembahasan temuan yang diperoleh di lapangan.

BAB lima: Penutup, yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang bersifat konstruktif.

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan. Kemudian membuat ringkasan, baik penelitian yang sudah dipublikasikan maupun belum dipublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.¹⁶

Peneliti juga mencantumkan perbedaan dan persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dimana judul penelitian peneliti adalah Manajemen Mutu dalam meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA Desa Antirogo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember Di Pasar Asia.

Adapun kajian yang mempunyai keterkaitan dengan penelitian ini antara lain:

1. Penelitian yang pertama adalah :

Skripsi Freshty Yulia Arthatiani (2008) Institut Pertanian Bogor Berjudul: "Manajemen Mutu Terpadu pada PT Maya Food Industries di kota Pekalongan" metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan studi kasus dengan satuan kasusnya adalah PT Maya Food Industries yang merupakan perusahaan pengalangan ikan yang memproduksi untuk pasar

¹⁶Babun Suharto, dkk., *Panduan Penulisan Karya Tulis Ilmiah*, 45

lokal dan juga sebagai eksportir ke berbagai Negara. Skripsi ini meneliti sejauh mana penerapan Manajemen Mutu terpadu PT Maya food Industries dan permasalahan yang di hadapi.¹⁷

2. Penelitian terdahulu yang kedua adalah:

Skripsi Vivi Novi Yanah (2011) STAIN PURWOKERTO. Berjudul "Manajemen Mutu Produksi Home industri Perspektif Ekonomi Islam" . Metode yang digunakan adalah Kualitatif dengan studi kasus pada Home industri Fair Lady Karangbanjar Bojosari Purbalingga, Peneliti ini bertujuan untuk mengkaji manajemen mutu produksi yang berada di home industri Fair Lady.¹⁸

3. Penelitian terdahulu yang ketiga adalah:

Skripsi Cristy M. Tumbel (2016) universitas Sam Ratulangi Manado. Berjudul: "Penerapan Manajemen mutu dalam meningkatkan kinerja operasional koperasi simpan pinjam Glaistygil Manado" metode yang digunakan adalah kualitatif dengan studi kasus pada koperasi simpan pinjam Glaistygil Manado. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan sistem manajemen mutu koperasi simpan pinjam glaistygil manado serta untuk menganalisis dampak sistem manajemen mutu dalam meningkatkan kinerja operasional di koperasi simpan pinjam Glaistygil Manado.¹⁹

¹⁷ Freshty Yulia Arthatiani, "Manajemen Mutu Terpadu pada PT Maya Food Industries di kota Pekalongan". (Skripsi, Institut Pertanian Bogor, 2008)

¹⁸ Vivi Novi Yanah, "Manajemen Mutu Produksi Home industri Perspektif Ekonomi Islam". (Skripsi, STAIN Purwokerto, 2011)

¹⁹ Cristy M. Tumbel, "Penerapan Manajemen mutu dalam meningkatkan kinerja operasional koperasi simpan pinjam Glaistygil Manado". (skripsi, universitas Sam Ratulangi Manado. 2016)

4. Penelitian terdahulu yang keempat adalah:

Skripsi Farhan Iatifna (2013) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Berjudul: “Analisis Pengendalian Kualitas Perusahaan Bakpia Pathuk dalam upaya mengendalikan tingkat kerusakan produk dengan menggunakan metode x dan R”. metode yang digunakan adalah Kualitatif dengan studi kasus di Perusahaan Bakpia Pathuk Yogyakarta. Penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan Mutu menggunakan alat bantu statistik yang bermanfaat dalam upaya mengendalikan tingkat kerusakan produk di perusahaan.²⁰

5. Penelitian terdahulu yang kelima adalah :

Skripsi Umi Tyasi (2007) Universitas Indonesia, Berjudul "Analisis Managemen Mutu Pada Industri Batik Cetak PT X Jakarta Selatan". metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan studi kasus di industri batik cetak. Penelitian ini bertujuan untuk menjaga mutu dan citra produk yang telah cukup dikenal.²¹

6. Penelitian terdahulu yang keenam adalah:

Skripsi Viji Setyaningsih (2015) STAIN Purwokerto. Berjudul "Manajemen Pengendalian kualitas produk batik perspektif ekonomi islam pada home industri Zahra Batik Kebumen”. metode yang digunakan

²⁰ Farhan Iatifna, “Analisis Pengendalian Kualitas Perusahaan Bakpia Pathuk dalam upaya mengendalikan tingkat kerusakan produk dengan menggunakan metode x dan R”. (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. 2013)

²¹ Skripsi Umi Tyasi , "Analisis Managemen Mutu Pada Industri Batik Cetak PT X Jakarta Selatan. (skripsi, Universitas Indonesia, 2007)

adalah Kualitatif dengan satuan di industri Zahra Batik Kebumen yang bertujuan untuk mengendalikan kualitas produk batik.²²

7. Penelitian terdahulu yang ke tujuh adalah:

Skripsi Rizki Parhani (2008) Universitas Sultan Ageng Tritayasa. Berjudul “Manajemen Pengelolaan objek wisata kota tua jakarta berbasis masyarakat”. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan satuan di wisata kota tua Jakarta berbasis masyarakat.²³

8. Penelitian terdahulu yang ke delapan adalah:

Penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Al Taufiq dengan judul “Kepuasan pengunjung terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan rumah makan di pantai dirni kabupaten gunung kidul”. Penelitian ini mengungkapkan kepuasan pengunjung terhadap fasilitas dan pelayanan pada rumah makan di Pantai Dirni Kabupaten Gunung Kidul.²⁴

9. penelitian terdahulu yang ke sembilan adalah:

penelitian yang dilakukan oleh Ita Risqiani dengan judul penelitian “pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan wisata pantai payangan di desa sumberejo kecamatan ambulu kabupaten jember perspektif islam”. Penelitian ini mengungkapkan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pendapatan pengelolaan wisata pantai payangan.²⁵

²² Skripsi Viji Setyaningsih, "Manajemen Pengendalian kualitas produk batik perspektif ekonomi islam pada home industri Zahra Batik Kebumen. (skripsi, STAIN Purwokerto, 2015)

²³ Skripsi Rizki Parhani, “Manajemen Pengelolaan objek wisata kota tua jakarta berbasis masyarakat”. (Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tritayasa, 2008)

²⁴ Ibnu Al Taufiq, “Kepuasan pengunjung terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan rumah makan di pantai dirni kabupaten gunung kidul”

²⁵ Ita Risqiani, “pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan wisata pantai payangan di desa sumberejo kecamatan ambulu kabupaten jember perspektif islam”

10. penelitian terdahulu yang ke sepuluh adalah:

penelitian yang dilakukan oleh Agri dengan judul “Tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayan”. Peneliti ini mengungkapkan tingkat kepuasan pengunjung terhadap pelayanan di objek wisata sehingga dapat memperbaiki atau mengembangkan kualitas pelayanan lebih baik lagi.²⁶

Tabel 2.1
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Nama	Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Freshty Yulia Arthatiani	(2008) Institut Pertanian Bogor	Manajemen Mutu Terpadu pada PT Maya Food Industries di kota Pekalongan	Sama- sama meneliti tentang Manajemen mutu	Fresthy meneliti tentang manajemen mutu sedangkan peneliti, meneliti tentang Manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing
2	Vivi Novi Yanah	2011, STAIN Purwokerto	Manajemen mutu produksi Home industri perspektif ekonomi islam	Persamaannya terletak pada meneliti tentang manajemen mutu	Vivi meneliti tentang manajemen mutu produksi sedangkan peneliti, meneliti tentang

²⁶ Agri, “Tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayan”

					manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing
3	Cristy M. Tumbel	2016, universitas sam ratulangi manado	Penerapan manajemen mutu dalam meningkatkan kinerja operasional koperasi simpan pinjam Glaistygil Manado	Metode penelitian yang digunakan sama yaitu kualitatif dan sama- sama membahas manajemen mutu	Cristy meneliti tentang kinerja operasional koperasi simpan pinjam sedangkan peneliti, meneliti tentang meningkatkan daya saing
4	Farhan Latifna	2013, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Analisis pengendalian kualitas di perusahaan bakpia pathuk dalam upaya mengendalikan tingkat kerusakan produk dengan menggunakan metode x dan R	Metode penelitian yang digunakan sama yaitu kualitatif	Farhan meneliti analisis pengendalian kualitas sedangkan, peneliti tentang meningkatkan daya saing
5	Umi Tyasi	2007, Universitas Indonesi	Analisis manajemen mutu pada industri batik cetak PT X Jakarta selatan	Sama – sama meneliti tentang manajemen mutu	Umi meneliti tentang manajemen mutu pada industri, sedangkan peneliti

					meneliti tentang manajemen mutu untuk meningkatkan daya saing
6	Viji Setyaningsih	2015 STAIN Purwokerto	Manajemen pengendalian kualitas produk Batik Perspektif ekonomi islam pada home industri Zahra Batik Kebumen	Sama-sama meneliti tentang manajemen dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Viji meneliti tentang manajemen pengendalian, sedangkan peneliti meneliti tentang manajemen mutu
7	Rizki Parhani	2008, Universitas Sultan Ageng Trisatya	Manajemen pengelolaan objek wisata kota tua jakarta berbasis masyarakat	Sama-sama meneliti tentang manajemen dan sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Rizki fokus pada pengelolaan sedangkan peneliti fokus pada manajemen mutu
8	Ibnu Al Taufiq	2016, Universitas Negeri Yogyakarta	Kepuasan pengunjung terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan rumah makan di pantai dirni kabupaten gunung kidul	Peneliti dan Ibnu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Ibnu meneliti tentang kepuasan pengunjung, sedangkan peneliti meneliti tentang manajemen mutu

9	Ita Risqani	2016, IAIN Jember	Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan wisata pantai payangan di desa sumberejo kecamatan ambulu jember dalam perspektif Ekonomi islam	Ita dan peneliti sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Ita meneliti tentang pemberdayaan ekonomi, sedangkan peneliti meneliti tentang manajemen mutu
10	Agri	2017, Universitas Sam Ratulangi	Tingkat Kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayanan	Agri dan peneliti sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif	Agri dan peneliti tentang tingkat kepuasan pengunjung, sedangkan peneliti meneliti tentang manajemen mutu

Sumber : Data diolah

B. Kajian Teori

1. Kajian Teori tentang manajemen mutu

Menurut Goetsch dan Davis (1994:4) mutu (quality) merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Ada tiga elemen penting yang terkandung dalam definisi tersebut yaitu:

- a. Mutu meliputi usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan (customers).
- b. Mutu meliputi produk; jasa; manusia; proses; dan lingkungan.
- c. Mutu merupakan kondisi yang selalu berubah (saat ini dianggap berkualitas namun di masa yang akan datang sudah kedaluarsa).²⁷

Secara historis mutu sebenarnya sebaagai suatu konsep yang sudah lama di kenal, tetapi kemunculannya sebagai bagian integral manajemen baru terjadi akhir akhir ini. Lovelock (1994:101-107) membagi pendekatan modern terhadap mutu ke dalam lima tahapan, yaitu inspeksi,, pengendalian mutu secara statistis, jamian mutu strategis, dan obsesi mutu meyeluruh.²⁸

a. Manajemen Mutu Terpadu (TQM)

Manajemen mutu terpadu (Total Quality Management) ialah suatu pendekatan dalam menjalankan usaha yang mencoba untuk memaksimumkan daya saing organisasi melalui perbaikan terus menerus atas produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya.²⁹

Aspek yang harus dipertimbangkan dalam MMT antara lain.

- 1) Perhatian pada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal.
- 2) Memiliki obsesi yang tinggi terhadap pengembangan mutu.

²⁷S. Davis dan D.L. Goetsch Introduction to Total Quality: Quality, productivity, competitiveness. (New York:Prentice Hall Internasonal 1994)4.

²⁸ C. Lovelock, *Produck plus;How product + Service =competitive Advetage.*(New York: McGraw Hill. 1994)101-107.

²⁹ Anatasia Diana da Tjiptono, Total Quality Manajemen (Yogyakarta: Andi Offset 1995)4.

- 3) Menggunakan pendekatan ilmiah dalam pengambilan keputusan dan pemecahan masalah.
- 4) Memiliki komitmen Jangka panjang.
- 5) Membangun kerjasama tim yang solid.
- 6) Memperbaiki proses secara berkesinambungan.
- 7) Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan.
- 8) Memberikan kebebasan yang terkendali.
- 9) Memiliki kesatuan tujuan.
- 10) Adanya keterlibatan dan pemberdayaan karyawan.

b. Manfaat Sistem Manajemen Mutu

Manfaat Sistem Manajemen Mutu bagi pelanggan, antara lain sedikit atau bahkan tidak memiliki masalah dengan produk atau jasa, kepedulian terhadap pelanggan menjadi lebih baik atau pelanggan lebih diperhatikan, dan kepuasan pelanggan terjamin atau terpenuhi. Sedangkan manfaat Sistem Manajemen Mutu bagi perusahaan, antara lain terdapat perubahan kualitas produk dan jasa, staf lebih termotivasi, produktivitas meningkat, biaya turun, produk cacat berkurang, dan permasalahan dapat diselesaikan dengan cepat. Beberapa langkah dalam rangka menerapkan sistem manajemen mutu antara lain:

- 1) Memutuskan untuk mengadopsi suatu standar sistem manajemen mutu yang akan diterapkan. Standar-standar sistem manajemen mutu itu dipilih berdasarkan dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

- 2) Menetapkan suatu komitmen pada tingkat. Implementasi dari sistem manajemen mutu membutuhkan komitmen dari manajemen organisasi dan semua standar sistem manajemen mutu membutuhkan komitmen ini agar dapat didokumentasikan. Menetapkan suatu kelompok kerja yang terdiri dari pimpinan dan pengurus. Semua pengurus harus berpartisipasi aktif dan paham secara benar tentang persyaratan-persyaratan standar dari sistem manajemen mutu itu. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 03 Tahun 2016 Christy M. Tumbel 23
- 3) Menugaskan pengurus untuk menjamin bahwa persyaratan-persyaratan sistem manajemen mutu itu diterapkan dan dipelihara.
- 4) Menetapkan tujuan-tujuan mutu dan implementasi sistem. Tidak ada metode baku atau tunggal dari implementasi sistem manajemen mutu dalam organisasi. Bagaimanapun, program implementasi (prosedur- prosedur kerja) harus merupakan tanggung jawab dari semua anggota organisasi dan dilakukan secara benar dari awal.
- 5) Meninjau ulang sistem manajemen mutu yang sekarang. Berkaitan dengan hal ini perlu dilakukan suatu audit sistem atau penilaian terhadap sistem manajemen mutu yang ada. 6. Mendefinisikan struktur organisasi dan tanggung jawab. Pengembangan suatu sistem manajemen mutu menghadirkan suatu kesempatan ideal untuk suatu organisasi melakukan evaluasi terperinci dan meninjau ulang struktur manajemen yang ada.

- 6) Menciptakan keasadaran mutu (quality awareness) pada semua tingkat dalam organisasi. Kesadaran mutu dapat dibangkitkan melalui serangkaian pelatihan tentang mutu guna menjawab pertanyaan-pertanyaan: apa itu mutu?, mengapa perlu memiliki sistem manajemen mutu?, apa itu manual mutu?, mengapa harus mendokumentasikan sistem manajemen mutu dalam prosedur-prosedur sistem dan prosedur-prosedur kerja terperinci?, apa itu kebijakan mutu organisasi?, mengapa memerlukan kerjasama dalam implementasi sistem manajemen mutu?, dan lain-lain.
- 7) Mengembangkan peninjauan ulang dari sistem manajemen mutu dalam manual (buku panduan) mutu. Hal ini berkaitan dengan peninjauan ulang secara singkat dari sistem manajemen mutu itu dan apakah kebijakan dan dokumen-dokumen yang diperlukan telah lengkap dan tersusun rapi dalam sistem manajemen.
- 8) Menyepakati bahwa fungsi-fungsi dan aktivitas dikendalikan oleh prosedur-prosedur. Berkaitan dengan hal ini perlu mengembangkan suatu diagram alir dari aktivitas bisnis organisasi dan menentukan hal-hal kritis yang akan mempengaruhi keberhasilan organisasi.
- 9) Mendokumentasikan aktivitas terperinci dalam prosedur operasional atau prosedur terperinci. Hal ini berkaitan dengan dokumen-dokumen spesifik terhadap produk, aktivitas-aktivitas atau proses-proses dan harus ditempatkan pada lokasi kerja sehingga mudah dibaca oleh karyawan atau pekerja yang terkait.

10) Memperkenalkan dokumentasi. sekali manual mutu dan prosedur-prosedur telah disepakati , maka implementasi dari praktek-praktek sistem manajemen mutu pada tingkat manajemen dapat dilakukan.

11) Menetapkan partisipasi karyawan dan pelatihan dalam sistem.

Tahap ini akan menjadi sangat penting untuk keberhasilan dan efisiensi dari sistem manajemen mutu.

12) Meninjau ulang dan melakukan audit sistem manajemen mutu.

Peninjauan ulang sistem manajemen mutu diperlukan untuk menjamin kesesuaian terhadap persyaratan-persyaratan standar dari sistem manajemen mutu itu.³⁰

Agar manajemen mutu terpadu berjalan secara global, di perlukan perubahan besar dalam budaya dan sistem ilai suatu organisasi.

Hensler dan Brunell dalam Scheuing dan Christopher, 1993:165-166 mengemukakan 4 Prinsip Utama Manajemen Mutu Terpadu yaitu:

c. Kepuasan Pelanggan,

termasuk pelanggan di sini, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Dalam hal ini kebutuhan pelanggan diusahaan untuk dipuaskan dalam berbagai aspek yang meliputi harga, keamanan dan ketepatan waktu.

³⁰ Christy M. Tumbel, Altje L. Tumbel, Indrie D. Palandeng, "PENERAPAN SISTEM MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN KINERJA OPERASIONAL KOPERASI SIMPAN PINJAM (STUDI PADA KOPERASI GLAISTYGIL MANADO)", Volume 16 No.3 Tahun 2016

- d. Menaruh rasa hormat terhadap setiap orang.

Menyadari bahwa setiap individu memiliki daya kreatif yang unik, karyawan dianggap sebagai sumber daya organisasi yang paling bernilai.

- e. Manajemen berdasarkan fakta.

Setiap keputusan hendaknya selalu didasarkan pada fakta, bukan didasarkan pada intuisi. Hal penting yang harus diperhatikan ialah Prioritas dan Variabilitas kinerja manusia.

- f. Perbaikan berkesinambungan.

Kegiatan ini dijalankan melalui Proses PDCA (Plan- Do -Check-Act) yaitu perbaikan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan rencana, pemeriksaan hasil perencanaan dan tindakan perbaikan terhadap hasil yang diperoleh..

2. Kajian Teori Tentang Peningkatan Daya Saing

- a. Pengertian Daya Saing

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang standar proses, mendefinisikan daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah (1) kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, (2) kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, (3) kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, (4) kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

World economic forum mendefinisikan daya saing sebagai kombinasi dari institusi, kebijakan, dan faktor yang menentukan tingkat produktivitas suatu negara. Dimana tingkat produktivitas akan menentukan tingkat kemakmuran yang dapat dicapai oleh suatu perekonomian. Tingkat produktivitas juga menentukan tingkat pengembalian investasi dalam perekonomian yang pada akhirnya menjadi pendorong fundamental dari pertumbuhan ekonomi. Dengan kata lain, negara yang berdaya saing akan cenderung memiliki pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat (World economic forum, 2016).

Daya saing sangat bergantung kepada produktivitas. Teori komparasi produktivitas antar perekonomian telah dijelaskan oleh beberapa teori mulai dari teori absolute advantage yang dianalisa oleh Adam Smith hingga teori daya saing Porter. Adam Smith menjelaskan bahwa suatu negara akan mendapat manfaat dari perdagangan antar negara karena melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang jika negara ini memiliki keunggulan mutlak tersebut sebaliknya akan mengimpor barang bila tidak memiliki absolute advantage dalam memproduksi barang tersebut (Safitri, 2011). Sehingga dapat disimpulkan menurut Adam Smith produktivitas dijelaskan oleh spesialisasi produksi.

Berbeda dengan teori absolute advantage, David Ricardo dalam teori comparative advantage menjelaskan bahwa perbedaan

produktivitas antar negara disebabkan adanya perbedaan produktivitas tenaga kerja. Negara yang memiliki produktivitas tenaga kerja lebih tinggi akan mampu menghasilkan output yang lebih besar dengan menggunakan jumlah input yang sama dibandingkan dengan negara lain. Sehingga perbedaan produktivitas suatu negara disebabkan oleh perbedaan produktivitas tenaganya.

Meskipun teori Heckser – Ohlin menjelaskan keunggulan komparasi, namun menurut teori ini sumber keunggulan komparasi suatu negara muncul akibat perbedaan jumlah sumber daya (endowment factors) antar negara. Teori ini menyatakan bahwa negara yang memiliki sumber daya/faktor produksi melimpah akan memiliki opportunity cost biaya produksi yang lebih rendah dan akan meningkatkan output. Lebih lanjut dijelaskan bahwa setiap proses produksi menggunakan intensitas produksi yang berbeda (Krugman, Obstfeld, and Melitz, 2012). Dari teori Heckser-Ohlin dapat disimpulkan bahwa negara yang memiliki faktor produksi yang melimpah akan mendapat keuntungan sementara negara yang memiliki sumber daya rendah akan tidak akan mampu bersaing.

Porter membahas bahwa kemakmuran nasional diciptakan bukan diwariskan. Porter menjelaskan bahwa daya saing bangsa tergantung pada kapasitas industri untuk berinovasi. Teori ini juga mencatat bahwa tidak mungkin suatu negara unggul di setiap jenis industri, namun suatu negara dapat meraih sukses di industri tertentu. Porter

memperkenalkan model diamond of national advantage untuk menjelaskan mengapa industri tertentu di suatu negara berhasil. Model diamond of national advantage menyatakan bahwa ada empat kondisi yang dapat menyebabkan daya saing industri.

Pertama, faktor keadaan (factor condition), hal ini terkait posisi negara dalam kepemilikan faktor produksi untuk bersaing dalam suatu industri tertentu seperti tenaga kerja terampil atau infrastruktur. Kedua, kondisi permintaan (demand factor), bagian ini menunjukkan kondisi sifat pasar negara asal dari produk atau jasa tertentu. Ketiga, industri terkait dan industri pendukung (related and supporting industries), seperti ketersediaan pemasok kompetitif. Dan yang terakhir adalah, strategi perusahaan, struktur, dan persaingan (firm strategy, structure, and rivalry) yang merupakan kondisi bagaimana perusahaan diciptakan, dan dikelola, termasuk kecenderungan kompetisi pada industri domestik di negara tersebut.

Keempat atribut model diamond of national advantage adalah suatu sistem yang akan mempengaruhi satu sama lain. Selain itu, model diamond of national advantage mendorong meningkatnya kluster industri di suatu negara. Porter menjelaskan peran pemerintah untuk meningkatkan daya saing dengan mendorong fungsi pemerintah sebagai katalis, untuk mempromosikan atau mendorong perusahaan untuk meningkatkan aspirasi mereka untuk bergerak maju ke tingkat yang lebih tinggi dari kinerja yang sudah ada. Menurut Porter

pemerintah tidak dapat menciptakan daya saing negara, daya saing suatu negara diciptakan oleh perusahaan-perusahaan yang ada di negara tersebut. Perusahaan yang berdaya saing menurut Porter dapat dicapai dengan menciptakan tantangan untuk berinovasi, melihat persaingan sebagai motivasi, membangun sistem peringatan dini, menyambut persaingan domestik, globalisasi untuk mendapat keuntungan terkait di negara-negara lain, pemanfaatan kerjasama secara selektif, dan menemukan sumber untuk mendukung keunggulan kompetitif.

Pertumbuhan UMKM di Indonesia masih sangat jauh jika dibandingkan dengan negara-negara maju seperti Singapura. Dipandang dari segi kewilayahan, Indonesia memiliki wilayah yang lebih luas jika dibandingkan dengan Singapura namun dari segi kualitas sumber daya manusia, Indonesia tertinggal jauh dibanding Singapura. Tingkat daya saing, keterampilan, dan produktivitas juga sangat berbeda, padahal di Indonesia kaya akan sumber daya alamnya, namun akibat dari kurangnya kemampuan dalam pemanfaatan sumber daya alam dengan baik, menyebabkan Indonesia banyak mengimpor barang dari luar negeri. Tidak jarang kebutuhan pokok seperti beras, harus diimpor dari negara lain meskipun Indonesia terkenal dengan sektor pertanian yang masih banyak dapat ditemukan di berbagai daerah dari Sabang sampai Merauke.

Keberadaan industri kecil dan menengah akan membantu pemerintah dalam meningkatkan pendapatan asli daerah berupa pajak yang dibayarkan oleh pelaku usaha sesuai dengan penghasilannya. Beberapa sektor usaha yang hingga saat ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Jember dilihat dari volume dan nilai ekspor yang dihasilkan oleh usaha mikro kecil dan menengah.

Peningkatan kualitas diperlukan untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean dalam kategori usaha menengah bisa terus berkembang dan memiliki daya saing yang cukup baik. Dalam hal ini persaingan merupakan suatu hal yang sangat penting karena untuk memastikan bahwa setiap orang dan negara akan melakukan apa yang paling sesuai mereka lakukan (Suharsih dan Asih Sriwinarti, 2012:1).

Sebagaimana yang ada dalam 4 dimensi Porter yang akan digunakan dalam studi ini yaitu dimensi kondisi faktor, kondisi permintaan, strategi perusahaan dan struktur persaingan, industri pendukung dan industri terkait. Keempat dimensi ini dijadikan acuan dalam pengukuran tingkat daya saing usaha mikro kecil dan menengah yang ada di Jember. Sumber pendapatan daerah sebagian besar berasal dari sektor pariwisata, tidak menutup kemungkinan hal ini akan memberikan dampak positif bagi UMKM sehingga bisa memberikan peningkatan pendapatan dan berkembangnya UMKM yang ada di Jember.³¹

³¹ Siti Rahmana Bintari1, Lilies Setiartiti. "pengukuran daya saing usaha mikro"V. 14 No.2

b. Cara Menentukan Daya Saing

Berbagai cara dapat dilakukan untuk menentukan daya saing, antara lain. Harga yang murah Harga murah artinya tidak sekedar murah, namun tetap mempertahankan kualitas. Kualitas samatapi harga yang lebih murah tentu saja lebih menguntungkan konsumen. Akanlebih baik lagi bila harga murahtetapi mampu memberikan kualitas yang lebih baik dibandingkan pesaing. Umumnya perusahaan yang menawarkan produk yang lebih murah adalah perusahaan yang umumnya dapat melakukan efisiensi. Dalam istilah Michael Porter, perusahaan mempunyai keunggulan dari segi biaya (cost leadership). Dengan efisiensi ini, perusahaan memperoleh margin yang sama atau lebih besar meskipun menetapkan harga yang murah karena biaya yang lebih kecil.

1) Diferensiasi

Melakukan diferensiasi berarti menawarkan atau melakukan hal yang berbeda dibandingkan dengan pesaing. Sesuatu yang ditawarkan berbeda, akan memberikanperhatian bagi konsumen. Berbeda, maksudnya bukan hanya sekedar berbeda, misalnya berbeda hanya dalam kemasan, tetapi perbedaan tersebut haruslah unik, atau bisa memberikan nilai tambah yang tidak bisa diberikan produk pesaing.

Perusahaan akan melakukan diferensiasi terhadap para pesaingnya apabila perusahaan tersebut telah berhasil

menampilkan keunikan yang dinilai penting oleh pelanggan, selain dengan penawaran harga yang rendah dimana telah banyak dilakukan oleh perusahaan atau pesaing. Padahal diferensiasi dapat dilakukan dengan penawaran harga tinggi, sehingga perusahaan yang melakukan diferensiasi harus merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran yang diberikan perusahaan dengan tawaran pesaing. Diferensiasi adalah cara merancang perbedaan yang berarti untuk membedakan penawaran perusahaan dari penawaran pesaingnya.

Strategi diferensiasi adalah suatu strategi yang dapat memelihara loyalitas pelanggan dimana dengan menggunakan strategi diferensiasi, pelanggan mendapat nilai lebih dibandingkan dengan produk lainnya. Aaker dalam Ferdinand menyatakan bahwa strategi diferensiasi yang sukses haruslah strategi yang mampu :

- a) Menghasilkan nilai pelanggan,
- b) Memunculkan persepsi yang bernilai khas dan baik serta
- c) Tampil sebagai wujud berbeda yang sulit untuk ditiru. Hal ini menyimpulkan bahwa kunci untuk strategi diferensiasi yang sukses terletak pada upaya mengembangkan “point of differentiation” terutama dari perspektif pandangan pelanggan daripada perspektif pandangan operasi bisnis.

Kotler dan Susanto menyatakan juga bahwa perusahaan dapat melakukan diferensiasi dengan cara mengenali sumber keunggulan

kompetitif yang mungkin ada, memiliki ciri pembeda utama yang dimiliki perusahaan, memilih penentu posisi yang efektif di pasar dan mengkomunikasikan penentu posisinya di pasar, Dengan cara-cara tersebut, khususnya perusahaan jasa dapat mendiferensiasikan penawaran yang diberikan kepada pasar dari tiga segi, antara lain dengan strategi diferensiasikan produk, diferensiasi pelayanan, dan diferensiasi citra yang dimiliki perusahaan. Diferensiasi produk dapat dikatakan sebagai produk baru. Dalam penelitian Song dan Parry menemukan hubungan positif yang signifikan antara tingkat keberhasilan produk baru dengan pengukuran diferensiasi produk. Masuknya produk baru ke dalam pasar akan menggeser pilihan pelanggan dari produk lama ke produk baru. Penelitian Nowlis dan Simmonson meneliti adanya pengaruh dari produk baru tersebut pada dampak perilaku memilih. Masuknya suatu produk baru yang mempunyai karakteristik tertentu (new brand entry) ternyata mempunyai dampak tertentu. Pelanggan juga menyukai alternatif pilihan produk yang jelas-jelas memiliki atribut yang lebih baik dan tidak ekstrem. Dalam diferensiasi produk, produk memiliki arti atau nilai bahwa perusahaan menciptakan suatu produk baru yang dirasakan oleh keseluruhan pelanggan sebagai produk yang unik dan berbeda. Dalam hal ini, produk yang dimaksud adalah mutu produk yang akan mendukung posisi produk dipasaran. Mutu dapat didefinisikan sebagai pembanding dengan alternatif pesaing dari

pandangan pasar. Mutu dapat dikatakan sebagai bagaimana produk itu disesuaikan dengan baik dan sesuai dengan yang digunakan, dan juga dipercaya selama berakhirnya waktu. Suatu penentu terpenting pada kesuksesan produk baru dan keuntungan adalah pada mutu produk.

Diferensiasi pelayanan adalah suatu bentuk peningkatan pelayanan dan mutu dimana di dalamnya terkandung nilai yang berbeda dalam memberikan penawaran pelayanannya kepada pelanggan. Sedangkan penelitian Mahajan, et.al menyatakan bahwa diferensiasi pelayanan merupakan seperangkat kemampuan sumber daya baik manusia maupun teknologi tinggi yang digunakan dalam menyediakan jasa pelayanan yang berbeda dari pesaingnya. Hal ini sesuai dengan penelitian Bharghavan yang menegaskan bahwa perusahaan dapat memfokuskan diferensiasi pelayanan yang real daripada memberikan pelayanan yang bersifat garansi dari produk perusahaannya. Dalam diferensiasi citra, penelitian yang dipelopori Delmas et.al menyatakan bahwa diferensiasi citra diperoleh dari suatu cara pemasaran yang berbeda. Citra merupakan arti penting dalam bisnis. Citra yang penting bagi seorang pelanggan adalah citra yang dirasakan memiliki perbedaan dari citra pesaing. Dalam hal ini, citra yang dimaksud berupa image dari produk dan perusahaan. Pelanggan merasakan adanya perbedaan dari produk yang digunakan.

Zuraida dan Chasanah menyebutkan bahwa membangun citra yang kuat membutuhkan kreatifitas dan kerja keras. Citra tidak bisa dibangun seketika melalui satu media saja, citra harus dibangun lewat seluruh media yang ada secara berkelanjutan baik dari media cetak maupun media elektronik. Membangun citra berarti membentuk citra merek dari suatu produk. Citra merek dapat dibentuk melalui periklanan. Iklan berfungsi memberitahu akan kehadiran suatu produk, juga memperlihatkan citra perusahaan kepada pelanggan. Tanpa iklan, para pelanggan yang berada jauh dari pusat produksi tidak akan memperoleh informasi mengenai produk yang dibutuhkannya. Jadi, iklan dapat membentuk reputasi di mata masyarakat.³²

2) Pelayanan

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, baik bisnis yang bergerak di bidang jasa atau bidang non jasa. Perkembangan perekonomian secara menyeluruh yang diiringi dengan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan menciptakan sebuah persaingan yang semakin ketat, baik di pasar domestik maupun pasar internasional. Oleh karena itu dalam persaingan yang demikian, perusahaan dituntut untuk dapat memuaskan pelanggannya dengan menciptakan produk atau jasa yang berkualitas sesuai dengan keinginan

³² Nicky Hannry Ronaldo Tamp. “analisis strategi diferensiasi produk, diferensiasi layanan dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran” Jurnal EMBA Vol.3 No.4 Desember 2015, Hal. 68-81

konsumen. Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan memenuhi keinginan pelanggan agar merasa puas. Serta Dimensi – dimensi Kualitas Pelayanan sebagai berikut :

a) Bukti fisik (Tangible)

Bukti fisik merupakan suatu service yang bisa dilihat, bisa dicium dan bisa diraba, maka aspek tangible menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. Bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Tangible yang baik akan mempengaruhi persepsi pelanggan.

b) Keandalan (Reliability)

Reliability merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam

menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

c) Ketanggapan (Responsiveness)

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan dan penanganan keluhan pelanggan.

d) Jaminan (Assurance)

Merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen

melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi karyawan yang meliputi ketrampilan, pengetahuan yang dimiliki karyawan untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti, reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

e) Empati (Empathy)

Merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan atau kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (access) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2007). Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumennya.³³

Pelayanan juga dapat dijadikan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Perusahaan yang dapat memberikan service excellence dapat memuaskan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan-perusahaan bersaing terutama dalam memanjakan pelanggannya, yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.

3. Pasar Asia

Pengembangan pasar berfokus pada pengembangan pasar baru untuk produk yang sudah ada sebelumnya. Menurut Flouris dan Oswald mengatakan bahwa pengembangan pasar dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk membawa produk mereka ke pasar yang baru. Pasar baru ini secara geografis bisa sangat berbeda dengan pasar sebelumnya seperti pasar luar negeri atau ekspansi secara internasional dan bisa juga pasar dengan pelanggan yang baru. Strategi pengembangan pasar melibatkan pengenalan produk yang ada saat ini ke area geografi yang baru. Sedangkan menurut Pearce dan Robinson, strategi pengembangan pasar adalah memasarkan produk lama, seringkali dengan sedikit memodifikasi

³³ Journal of Business Administration Vol 1, No 2, September 2017, hlm. 232-243

produk kepada pelanggan di wilayah – wilayah pasar terkait dengan menambah saluran distribusi atau dengan mengubah isi iklan atau promosi.³⁴

Pasar Asia adalah salah satu pasar yang di bentuk oleh kesepakatan negara-negara ASEAN yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian dan stabilitas ekonomi di kawasan Asia Tenggara, dan di harapkan dapat mengatasi masalah – masalah ekonomi antar negara ASEAN. MEA mempunyai empat pilar utama yaitu, pasar tunggal dan basis produksi, kawasan ekonomi yang berdaya saing tinggi, kawasan dengan pembangunan ekonomi yang merata, dan kawasan yang terintegrasi penuh dengan ekonomi global.



³⁴ Adhinta Salsabila dan Supriono, “Analisis Strategi Pengembangan Pasar UMKM Ke kawasan Asia Tenggara dalam menghadapi kebijakan ME”, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 62 No. 1 September 2018.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Secara umum metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.³⁵ Dalam penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang di alami oleh subyek penelitian. Misalnya: perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Sedangkan bentuk penelitian ini berbentuk deskriptif. Deskriptif disini adalah penelitian yang diupayakan untuk mengamati permasalahan secara sistematis dan akurat mengenai fakta dan sifat obyek tertentu. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memaparkan, menggambarkan, dan memetakan fakta-fakta berdasarkan cara pandang atau kerangka berfikir tertentu. Metode ini berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan kondisi, pendapat yang berkembang, proses yang sedang berlangsung, efek yang terjadi atau kecenderungan yang tengah berkembang.

Oleh karena itu, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk melakukan penelitian secara terinci dan mendalam melalui pemaparan,

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung:Alfabeta, 2010), 3.

penggambaran, serta menemukan fakta-fakta terhadap Manajemen Mutu dalam meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA Desa Antirogo Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember di Pasar Asia.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat yang akan dijadikan sebagai lapangan penelitian atau tempat dimana penelitian tersebut hendak dilakukan. Wilayah penelitian biasanya berisi tentang Desa, organisasi, peristiwa, teks dan sebagainya.³⁶

Penelitian ini akan dilaksanakan di Desa Antirogo Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember. Adapun alasan penelitian ini dilakukan di Desa Antirogo berdasarkan beberapa pertimbangan, yaitu karena Desa tersebut merupakan desa yang terkenal dengan kerajinan tangan berupa anyaman yang berbahan dasar bambu dan rotan maupun kerajinan tangan lainnya..

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data. Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh, siapa yang hendak dijadikan informan atau subjek penelitian, bagaimana data akan dicari dan dijangkau sehingga validitasnya dapat dijamin.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan. Pemilihan sample purposive ini dilakukan untuk

³⁶ Ibid.,46.

menjaring sebanyak mungkin informan dari berbagai macam sumber dan juga menggali informasi yang akan menjadi dasar rancangan dan teori yang muncul.

Subjek yang diharapkan peneliti disini yaitu pertama subjek yang memahami secara keseluruhan tentang UD. IDA JAYA, kedua yang memahami bagian administrasi dan pemasaran, ketiga yaitu memahami betul proses pengerjaannya mulai dari bahan mentah hingga menjadi sebuah produk yang akan di pasarkan.

Berdasarkan uraian di atas maka yang sesuai dengan kriteria yang diharapkan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bapak Santoso selaku pemilik UD. IDA JAYA
2. Ibu Rima Selaku Wakil di UD. IDA JAYA
3. Bapak Roni Selaku pekerja yang sudah senior di UD. IDA JAYA

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.³⁷ Adapun teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi, teknik wawancara, dan teknik dokumentasi.

1. Teknik Observasi

Observasi adalah aktivitas yang dilakukan oleh makhluk cerdas, terhadap suatu proses atau objek dengan maksud memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah

³⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 224.

diketahui sebelumnya untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melanjutkan suatu penelitian. Observasi dapat dilakukan dengan kuisioner, rekaman gambar, dan rekaman suara. Peneliti akan melakukan observasi untuk melihat kebenaran yang terjadi di lapangan dengan cara merekam gambar dan rekaman suara saat wawancara yang diperlukan untuk penguatan penelitian.

2. Teknik Wawancara(*Interview*)

Wawancara adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi perasaan, dan sebagainya yang dilakukan dua pihak yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dengan orang yang diwawancarai.³⁸ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara

Menurut Esterberg, dalam bukunya Sugiyono mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi struktur dan tidak struktur.

a. Wawancara terstruktur.

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan di peroleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan.

³⁸ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT RajaGrafindoPersada, 2001), 155.

b. Wawancara semi struktur.

Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-depth interview*, dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Dalam melakukan wawancara peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

c. Wawancara tak berstruktur.

Wawancara tak berstruktur adalah wawancara bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan datanya. Pedoman wawancara digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.³⁹

Adapun jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi struktur. Peneliti akan melakukan wawancara kepada pengelola sanggar lana jaya grup dan pengrajin. Serta melakukan wawancara tentang pemasaran dengan *e-commerce*, sehingga peneliti mengetahui segmentasi pasar setelah adanya *e-commerce*. Hal itu peneliti lakukan agar data yang diperoleh lebih akurat dan semakin mendukung penelitian yang peneliti lakukan.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 233.

biasanya berbentuk lisan, gambar, dan karya-karya monumental dari seseorang.⁴⁰ Pengumpulan dokumen ini mungkin dilakukan untuk mengecek kebenaran atau ketepatan informasi yang diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam.⁴¹

Dokumen yang akan peneliti ambil adalah dokumen hasil wawancara. Karena wawancara akan sangat membantu peneliti dalam mendapatkan dokumen/ data yang dibutuhkan.

E. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit. Melakukan sintesa, penyusunan ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang harus dipelajari, dan membuat kesimpulan agar mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian kualitatif maka data yang diambil adalah data analisis deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku orang-orang yang dapat diamati. Data-data tersebut diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi dan bahan-bahan lainnya.⁴²

Metode analisis data deskriptif dilakukan melalui tiga tahap yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan rangkuman, meneliti hal-hal yang pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting dari tema dan polanya. Dengan

⁴⁰ Ibid., 240.

⁴¹ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 21.

⁴² Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), 62.

demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data.⁴³

2. Penyajian data

Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat. Bagan, hubungan antar kategori, dan sebagainya. Adanya penyajian data dapat mempermudah peneliti memahami apa yang terjadi.

3. Verifikasi

Yakni penarikan kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan penemuan baru yang sebelumnya belum ada. Kesimpulan dengan ini dapat menjawab fokus penelitian yang telah dirumuskan sejak awal. Temuan-temuan baru dapat berupa deskripsi atau gambaran objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti dapat menjadi jelas.

Sedangkan dalam pelaksanaan analisis data perlu adanya langkah-langkah dalam pelaksanaannya. Adapun proses analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

- a. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi, dokumentasi resmi, gambar dan sebagainya.
- b. Reduksi data yang telah dibaca, dipelajari dan ditelaah tersebut mungkin sangat banyak sekali jumlahnya sehingga memerlukan reduksi.
- c. Menyusun data hasil reduksi ke dalam satuan-satuan.

⁴³ Sugiyono, *Metode*, 247.

- d. Melakukan kategorisasi terhadap satuan-satuan data sambil membuat koding.
- e. Uji keabsahan data
- f. Penafsiran data dalam mengelola hasil sementara menjadi teori substansi dengan menggunakan beberapa metode tertentu.

F. Keabsahan Data

Bagian ini bagaimana usaha-usaha yang hendak dilakukan oleh peneliti untuk memperoleh keabsahan data-data yang diperoleh di lapangan. Dalam pengujian validitas data yang diperoleh, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dimana dilakukan pengecekan data dari bebrbagai sumber dengan melakukan berbagai cara dan berbagai waktu, hal tersebut dilakukan dengan cara:⁴⁴

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang-orang dengan situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan perspektif orang dengan berbagai pendapat pandangan orang lain
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen berkaitan.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode*, 260.

G. Tahap-tahap Penelitian

Selayaknya suatu kegiatan ilmiah, sebuah penelitian dilaksanakan melalui prosedur kerja yang berurutan. Keurutannya diperlihatkan melalui cara-cara penemuan masalah. Secara garis besar prosedur kerja penelitian dilalui tahapan-tahapan yaitu: tahapan sebelum lapangan, pekerjaan lapangan, analisis data dan penulisan laporan.

Tahap sebelum lapangan segala macam persiapan yang diperlukan sebelum penelitian terjun ke dalam kegiatan lapangan. dalam tahap ini peneliti melakukan rancangan penelitian. Rencana ini berupa proposal penelitian, mengurus perijinan, dan instrumen penelitian.

Tahap selanjutnya yaitu, tahap lapangan. dimana tahap lapangan adalah suatu tahapan dimana peneliti dengan sungguh-sungguh memahami latar belakang penelitian. Dalam tahap ini peneliti mencari dan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang ditentukan.

Selanjutnya adalah tahap penulisan laporan, pada tahap ini penulis menganalisis data yang diperoleh dari lapangan. setelah data dianalisis barulah masuk pada tahap penulisan laporan.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup.⁴⁵ Keseluruhan penulisan skripsi ini terdiri dari beberapa bab, dan setiap bab terbagi menjadi

⁴⁵Ibid., 45.

beberapa sub bab, hal ini merupakan satu kesatuan yang bulat dan utuh, oleh karena itu kami akan diskripsikan secara singkat mengenai keseluruhan pembahasan.

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini berusaha memberikan gambaran secara singkat mengenai keseluruhan pembahasan sekaligus memberikan rambu-rambu untuk masuk pada bab-bab berikutnya. Bab ini dimulai dari latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

Bab kedua berisi tentang kajian terdahulu dan kerangka teoritik yang berusaha menyajikan landasan dan teori tentang pengembangan dan strategi ekonomi dalam megembangkan komunitas ekonomi.

Bab ketiga berisi metode penelitian. Dalam bab ini dibahas mengenai pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulam data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

Bab keempat berisi mengenai gambaran objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta membahas temuan. Bagian ini adalah pemaparan data yang diperoleh dilapangan dan juga menarik kesimpulan dalam rangka menjawab masalah yang telah dirumuskan.

Bab kelima berisi tentang kesimpulan dan saran-saran. Kesimpulan ini berisi tentang berbagai temuan hasil analisa dari bab-bab sebelumnya, sedangkan saran-saran merupakan tindak lanjut dan bersifat konstruktif.

Selanjutnya skripsi ini diakhiri dengan daftar pustaka dan beberapa lampiran-lampiran sebagai pendukung pemenuhan kelengkapan data skripsi.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya UD IDA JAYA

UD. IDA JAYA berdiri pada tahun 2013, termasuk dalam usaha Home Industri yang terletak di di Desa Antirogo Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember. Didirikan oleh Bapak Santoso yang sekaligus menjadi pemilik UD. IDA JAYA. Menurut pengakuan beliau usaha ini berangkat dari nol, adanya inspirasi, pengalaman ikut orang, melimpahnya sumberdaya alam berupa bambu dan rotan yang pada saat itu masih belum banyak dimanfaatkan dan diolah menjadi barang atau suatu kerajinan yang bernilai ekonomis. Dari sinilah beliau memulai usahanya.

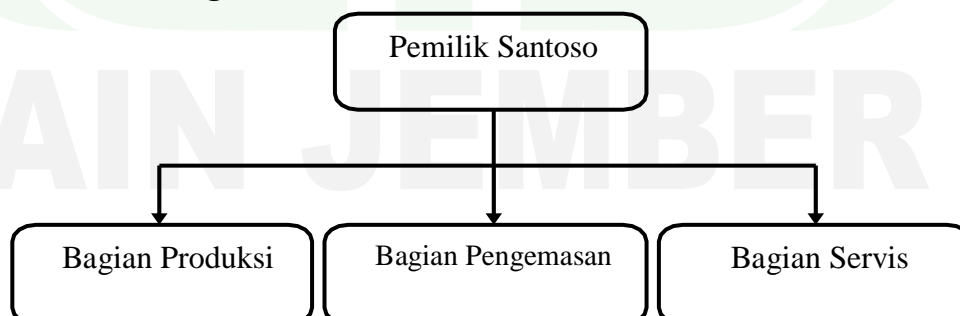
Dalam menjalankan usahanya ini selain memanfaatkan sumberdaya alam tetapi Beliau juga ingin memberdayakan masyarakat agar lebih produktif, terutama para pemuda yang ada di Desa Desa Antirogo Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember. Setelah 2 tahun berjalan tepatnya tahun 2015 usaha UD. IDA JAYA mengalami perkembangan yang sangat pesat terbukti dalam waktu 2 tahun sudah mendapat 3 pelanggan tetap. Perkembangan dari UD. IDA JAYA ini diikuti dengan bertambahnya jenis produk dan model desain yang dibuat sendiri oleh Bapak Santoso.

Kemandirian dan kreatifitas Bapak Santoso dalam mendesain model produknya menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumennya. Dan Bapak Santoso juga sering mendapat pesanan model baru yang dipesan langsung oleh seseorang. Perkembangan dari tahun ke tahun semakin berkembang, hingga saat ini UD. IDA JAYA mempunyai 20 karyawan yang tidak hanya dari Desa Antirogo tetapi juga dari luar. 20 karyawan ini terbagi dalam 3 bagian, yaitu bagian produksi terdapat 16 karyawan, bagian pengemasan 3 karyawan, bagian servis 2 karyawan. Sekarang sudah mempunyai tempat produksi yang lebih luas.⁴⁶

2. Letak Geografis UD IDA JAYA

Penelitian ini terletak di Desa Antirogo Kecamatan Summersari Kabupaten Jember. Adapun alasan penelitian ini dilakukan di Desa Antirogo berdasarkan beberapa pertimbangan, yaitu karena Desa tersebut merupakan desa yang terkenal dengan kerajinan tangan berupa anyaman yang berbahan dasar bambu dan rotan maupun kerajinan tangan lainnya.⁴⁷

3. Struktur Organisasi UD IDA JAYA



Gambar 1.5: Struktur Kepengurusan UD IDA JAYA

⁴⁶ Data observasi, 17 Desember 2019

⁴⁷ Santoso, *Wawancara*, 17 Desember 2019

B. Penyajian Data dan Analisis

Penelitian merupakan proses mencari, menemukan dan dapat mendeskripsikan kembali secara terus-menerus untuk memvalidkan atau menguji teori-teori yang sudah ada, melalui prosedur penelitian yang sebelumnya sudah dijalankan peneliti. Baik itu laporan hasil observasi (pengamatan), *interview* (wawancara) dan perolehan data dari dokumentasi yang diperoleh peneliti selama dilapangan.

Penyajian data dalam penelitian sendiri merupakan laporan tertulis dari peneliti, tentang aktifitas-aktifitas penelitian yang dilakukan di lapangan. Sehingga data yang sudah didapatkan oleh peneliti dituangkan pada laporan ilmiah ini.

Adapun penyajian data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manajemen mutu di UD IDA JAYA

Mutu merupakan suatu hal yang memang sangat diperhatikan di UD IDA JAYA baik berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses maupun lingkungan dari UD IDA JAYA sendiri, jadi dalam pembentukan mutu memang sangat diperhatikan secara baik yaitu dengan adanya pengelolaan manajemen mutu di UD IDA JAYA.

Banyak hal yang harus diperhatikan dalam menjaga kualitas dari sebuah produk apalagi produk kerajinan, seperti kerajinan UD IDA JAYA yang berbahan dasar bambu dan rotan. Ketika ada pelanggan atau customer yang ingin memesan sebuah model kerajinan seperti yang mereka harapkan UD IDA JAYA melayaninya dengan baik, seperti yang

disampaikan Bapak Santoso selaku pendiri dan pemilik dari UD IDA JAYA, sebagai berikut :

“ketika ada pelanggan yang ingin memesan dengan desain yang dia harapkan kami selalu melayani dengan karena kepuasan pelanggan menjadi yang pertama di UD IDA JAYA, walaupun desainnya itu rumit kami selalu berusaha agar pelanggan menjadi puas.”⁴⁸

Hal tersebut diperkuat oleh salah satu karyawan dari UD IDA JAYA yaitu bapak Dahlan, menyatakan sebagai berikut:

“kami selaku karyawan oleh bapak di ajari untuk menjadi profesional dan yang paling sering di ingatkan oleh beliau pada kami yaitu tentang kepuasan pelanggan, walaupun pelanggan meminta permintaan yang agak rumit kami harus tetap profesional dan tetap melayaninya dengan baik.”⁴⁹

Bapak Santoso memang sosok leader yang baik hal itu tidak semerta-merta beliau dapatkan secara mudah namun melalui tahapan-tahapan proses yang banyak orang lain tidak tahu, dari pengalaman itulah beliau bisa sampai ke tahap yang sekarang ini dan menjadikan UD IDA JAYA menjadi lebih maju.

Namun tidak hanya berhenti pada itu saja bapak Santoso tidak memosisikan dirinya sebagai bos yang hanya bisa menyuruh bawahannya se enakya namun memosisikan dirinya sebagai patner bagi setiap pekerjanya, jadi jika ada masukan atau saran dari karyawannya beliau selalu mendengarkannya hingga selesai baru setelah itu di musyawarahkan kalau usulannya baik pasti beliau laksanakan, seperti

⁴⁸ Santoso, *Wawancara*, Jember, 17 Desember 2019

⁴⁹ Dahlan, *Wawancara*, Jember, 17 Desember 2019

yang disampaikan oleh Rima selaku Wakil dan orang kepercayaan bapak Santoso di UD IDA JAYA menyatakan sebagai berikut :

”walaupun bapak pendiri dan pemilik UD IDA JAYA namun beliau selalu mendengarkan curahan hati dari setiap pegawainya baik itu saran ataupun kritik pasti beliau terima dan setelah itu baru di musyawarahkan bersama dengan pegawai yang lain.”⁵⁰

Tidak hanya Rima yang membenarkan hal itu namun Roni sebagai pekerja yang lebih dulu dan lebih memiliki skill dalam bidang produksi dari Rima, menyatakan sebagai berikut :

“benar memang bapak seperti itu orangnya, jadi dengan begitu para pekerja menjadi senang bekerja di UD IDA JAYA. Karena saya merupakan karyawan yang telah lama bekerja pada bapak Santoso maka sudah paham akan sifat bapak yang seperti itu”⁵¹

Jadi beliau memang memiliki sifat rasa hormat terhadap setiap orang apalagi pada karyawan kaywannya, rasa hormat disini yaitu saling menghargai dan saling mendengarkan, karena bapak menyadari bahwa setiap individu memiliki daya kreatif yang unik, dan karyawan dianggap sebagai sumber daya organisasi yang paling bernilai.

Selanjutnya yaitu perbaikan yang dilakukan berkesinambungan, kegiatan ini dijalankan melalui beberapa tahap yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan rencana, pemeriksaan hasil peencanaan dan tindakan perbaikan terhadap hasil yang diperoleh. Hal tersebut sama seperti yang disampaikan oleh Bapak Santoso, sebagai berikut :

“jadi dalam menjaga kualitas produk tetap baik, maka kami menggunakan PDCA (Plan-Do-Check-Act) dimana ada

⁵⁰ Rima, *Wawancara*, Jember, 20 Desember 2019

⁵¹ Roni, *Wawancara*, Jember, 20 Desember 2019

perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang mempermudah kita dalam melaksanakan pekerjaan.”⁵²

Hal tersebut diperkuat oleh salah satu pernyataan dari pekerja di

UD IDA JAYA yaitu Mahrus :

“Jika Bapak ingin melakukan sesuatu pasti di siapkan sebelumnya apalagi tentang UD IDA JAYA pasti beliau membuat perencanaan yang baik dan sudah melewati musyawarah bersama dengan para pekerjanya.”⁵³

Jadi, manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang memang di tanamkan kepada seluruh karyawan yang ada disana, rasa hormat pada setiap orang, disini bapak Santoso tidak memposisikan dirinya sebagai bos yang bisa menyuruh saja namun lebih menjadi patner bagi para pekerjanya. Yang terakhir yaitu perbaikan yang berkesinambungan artinya ada evaluasi untuk menemukan kekurangan dari produk yang nantinya akan produksi lagi secara baik.

2. Daya Saing UD. IDA JAYA Di Pasar Asia

Dalam upaya menjual produk kerajinan bambu ke luar negeri UD. IDA JAYA lebih dulu memfokuskan pada bagaimana cara untuk memasuki pasar Asia Tenggara melalui pembelajaran standart serta , syarat – syarat dan prosedur ekspor, juga memfokuskan pada standar pengemasan barang dan standar kualitas barang.

Seperti yang disampaikan oleh bapak Santoso selaku pemilik UD.

IDA JAYA sebagai berikut:

⁵² Santoso, *Wawancara*, Jember, 20 Desember 2019

⁵³ Mahrus, *Wawancara*, Jember, 20 Desember 2019

“dalam belajar bagaimana memasuki pasar asia, saya sering mengikuti pelatihan dan seminar-seminar tentang bagaimana membuat produk yang sekiranya bisa di ekspor dan mampu terjual ke luar negeri, standart produk pengemasan dan sebagainya”⁵⁴

Jadi bapak santoso belajar terlebih dahulu tentang pasar asia dan bagaimana cara produknya agar bisa masuk disana, karena jika memenuhi syarat baik standat pengemasan produk dan lainnya maka tidak akan bisa di ekspor.

UD.IDA JAYA memanfaatkan pameran-pameran kesenian untuk memasarkan produk mereka tidak dan juga memanfaatkan era digital yang saat ini sangat mudah di jangkau oleh semua orang baik dalam maupun luar negeri seperti website kerajinan indonesia dan facebook serta instagram, hal itu sesuai dengan yang disampaikan oleh ibu Rima selaku wakil dan bagian pemasaran :

“produk-produk yang kami hasilkan kami ikutkan pameran yang bisa kami akses agar lebih bisa di kenal serta menggunakan media sosial dan internet untuk pemasarannya juga.”⁵⁵

Dalam melakukan penjualan sampai ke pasar asia banyak hal harus selalu diperhatikan dalam meningkatkan daya saing, pada hakikatnya suatu komoditas dikatakan memiliki daya saing manakala memiliki harga jual yang bersaing dan mutunya baik. Seperti yang di kemukakan oleh simanjuntak bahwa daya saing merupakan suatu konsep yang menyatakan kemampuan suatu produsen untuk memproduksi suatu komoditas dengan mutu yang cukup baik dan biaya produksi yang cukup

⁵⁴ Santoso , Wawancara, Jember, 12 Mei 2020

⁵⁵ Rima , Wawancara, Jember, 12 Mei 2020

rendah, sehingga pada harga-harga yang terjadi di Pasar Asia dapat di produksi dan di pasarkan oleh produsen dengan memperoleh harga laba yang mencukupi sehingga dapat mempertahankan kelanjutan biaya produksinya.

Berbagai cara dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing, antara lain. Harga yang murah artinya tidak sekedar murah, namun tetap mempertahankan kualitas. Kualitas sama tapi harga yang murah tentu saja lebih menguntungkan konsumen. Akan lebih baik lagi bila harga murah tetapi mampu memberikan kualitas yang baik dibandingkan pesaing di Pasar Asia.

Hal itu sesuai dengan apa yang di sampaikan oleh Santoso pendiri sekaligus pemilik UD IDA JAYA, yaitu:

“Persaingan dalam sebuah usaha merupakan hal yang sangat wajar. jadi memang sangat perlu adanya perencanaan yang matang agar mampu bersaing di Pasar Asia. Biasanya tergantung pada harga dan kualitas ketika harga murah dan kualitas baik maka akan sangat mudah bersaing karena yang demikian biasanya yang dicari oleh konsumen.”⁵⁶

Roni selaku pekerja yang sudah senior dan lebih memiliki skill dalam bidang produksi pekerja di UD IDA JAYA mengungkapkan:

“Pembeli atau konsumen tidak akan mau tentang bagaimana kami mengelola perusahaan sampai seperti apapun karena yang akan di lihat pertama oleh konsumen yaitu harga dan kualitas, ketika harga lebih murah dan kualitas lebih baik dari pada yang lain itu akan menarik minat konsumen.”⁵⁷

⁵⁶Santoso , Wawancara, Jember, 21 Desember 2019

⁵⁷Roni , Wawancara, Jember, 21 Desember 2019

Selain perencanaan yang baik serta tampilan produk berbeda dengan yang lain artinya harus lebih menarik masih ada hal penting serta tidak bisa ditinggalkan dalam sebuah usaha yaitu pelayanan yang disampaikan oleh Bapak Santoso, sebagai berikut :

“dalam dunia bisnis semua harus bisa lebih menarik dari pada yang lain atau memiliki ciri khas dari produk kita sendiri, juga pelayanan yang sering saya sampaikan kepada para pekerja saya, jadi walaupun permintaan konsumen rumit kita harus selalu memberikan pelayanan yang baik dan maksimal”⁵⁸

Bapak Dahlan juga menambahkan, sebagai berikut :

“bapak santoso pasti selalu mengingatkan kami sebagai pekerja harus bisa profesional dalam bekerja dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada semua konsumen dengan tipe konsumen yang berbeda - beda ”⁵⁹

Dalam persaingan usaha memang sangat dibutuhkan akses yang mudah atau komunikasi yang mudah antara konsumen dan produsen agar konsumen bisa memiliki kepercayaan terhadap produsen serta harus memiliki ciri khas tersendiri yang dapat ditonjolkan apa lagi di pasar Asia. selain kemasan, pelayanan yang baik dan profesional juga menjadi hal sangat penting karena konsumen akan berfikir dua kali untuk membeli sebuah produk jika pelayanannya kurang baik.

3. Manajemen Mutu dalam Meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA di Pasar Asia

Manajemen mutu secara etimologi dapat diartikan bahwa manajemen berarti pengelolaan. Sedangkan mutu adalah kualitas atau

⁵⁸ Santoso , Wawancara, Jember, 21 Desember 2019

⁵⁹Dahlan , Wawancara, Jember, 21 Desember 2019

nilai. Ini artinya bahwa Manajemen mutu adalah pengelolaan nilai. Adapun Secara terminology manajemen mutu dapat dipahami sebagaimana definisi yang diberikan oleh beberapa ahli.

Manajemen mutu yang sangat diperhatikan oleh UD IDA JAYA yaitu hal yang mengenai Kepuasan pelanggan, rasa hormat pada setiap orang serta perbaikan yang berkesinambungan, karena jika salah satu hal tersebut kurang baik maka imbasnya akan kepada yang lain, jadi harus saling berdampingan seperti yang disampaikan Bapak Santoso, yaitu

“dalam manajemen mutu yang baik pastinya di dukung oleh semua bagian yang ada di UD IDA JAYA, seperti jika produk sudah menarik,, sudah adanya evaluasi bahkan kepuasan pelanggan sudah tercapai tapi pelayanan tidak baik maka yang lain tidak akan berjalan”⁶⁰

Hal tersebut diperkuat oleh Roni selaku pekerja di UD IDA JAYA mengungkapkan:

“mutu perusahaan UD IDA JAYA sudah baik seperti ini bukan hanya dalam waktu singkat namun sudah banyak hal yang dilewati , UD IDA JAYA sampai sekarang namun hal-hal yang penting seperti kepuasan pelanggan dan pelayanan yang baik selalu di nomor satukan oleh bapak Santoso.”⁶¹

Selain manajemen mutu yang harus baik daya saing juga harus diperhatikan agar UD IDA JAYA mampu bersaing di Pasar Asia, seperti yang disampaikan oleh Bapak Santoso, sebagai berikut :

“dalam dunia bisnis pasti ada pesaing, itu menjadi tanggung kami semua agar mampu bersaing dengan yang lain karena ketika tidak mampu bersaing maka akan hilang usaha yang telah dilalui dari dulu semenjak berdirinya UD IDA JAYA, dan yang dibutuhkan ide-ide kreatif.”⁶²

⁶⁰ Santoso , Wawancara, Jember, 21 Desember 2019

⁶¹ Roni, Wawancara, Jember, 22 Desember 2019

⁶² Santoso , Wawancara, Jember, 22 Desember 2019

Hal tersebut diperkuat oleh Mahrus selaku pekerja di UD IDA

JAYA mengatakan:

“Bapak santoso selalu senang berdiskusi kepada para pekerjanya karena dari hal itulah akan muncul inovasi dan ide – ide kreatif yang nantinya akan dipilih mana yang baik untuk digunakan dalam persaingan usaha di Pasar Asia.”⁶³

Manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA berkaitan dengan kepuasan pelanggan, rasa hormat pada setiap orang, serta perbaikan yang berkesinambungan artinya ada evaluasi untuk menemukan kekurangan dari produk yang nantinya akan produksi lagi secara baik. Seperti yang disampaikan oleh Dahlan, sebagai berikut:

“manajemen mutu UD IDA JAYA selalu memperhatikan kepuasan pelanggan, rasa hormat atau saling menghargai dan perbaikan yang berkesinambungan”⁶⁴

Selanjutnya, persaingan usaha memang sangat dibutuhkan akses yang mudah atau komunikasi yang mudah antara konsumen dan produsen agar konsumen bisa memiliki kepercayaan terhadap produsen serta harus memiliki ciri khas tersendiri yang dapat ditonjolkan apa lagi di pasar Asia. Seperti yang disampaikan Rima, sebagai berikut:

“dalam persaingan usaha harus memiliki ide-ide kreatif yang akan digunakan untuk bersaing di Pasar Asia, karena inovasi – inovasi seperti itu harus selalu di perbarui agar mampu memberikan solusi kepada masalah yang selalu berkembang.”⁶⁵

Jadi, manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang memang di tanamkan kepada seluruh karyawan yang ada disana, rasa hormat pada setiap orang, disini bapak

⁶³ Mahrus , Wawancara, Jember, 22 Desember 2019

⁶⁴ Dahlan , Wawancara, Jember, 22 Desember 2019

⁶⁵ Rima , Wawancara, Jember, 22 Desember 2019

Santoso tidak memposisikan dirinya sebagai bos yang bisa menyuruh saja namun lebih menjadi patner bagi para pekerjanya. Yang terakhir yaitu perbaikan yang berkesinambungan artinya ada evaluasi untuk menemukan kekurangan dari produk yang nantinya akan produksi lagi secara baik, mampu meningkatkan daya saing di Pasar Asia karena dengan adanya hal tersebut akan muncul ide-ide kreatif yang digunakan untuk meningkatkan daya saing UD IDA JAYA di pasar Asia.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penyajian data penelitian, metode wawancara observasi dan dokumentasi serta analisis yang dilakukan berdasarkan fokus masalah yang telah dirumuskan, maka kemudian akan dikemukakan berbagai temuan di lapangan tersebut yang akan dikomunikasikan dengan teori-teori serta penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai landasan oleh peneliti dalam melakukan penelitian.

Dalam penelitian ini membahas tentang “manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing UD IDA JAYA desa antirogo kecamatan sumbersari kabupaten jember di pasar asia. penelitian ini akan secara mendetail dalam pembahasan temuan sebagai berikut:

1. Manajemen mutu di UD IDA JAYA

Berdasarkan hasil obsevasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti tentang manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA yaitu berkaitan dengan kepuasan pelanggan, dimana tetap diberikan pelayanan jika pelanggan memiliki desain sendiri terhadap produk kerajinan yang

akan dikerjakan hal itu yang memang di tanamkan oleh bapak Santoso kepada seluruh pekerja yang ada disana, rasa hormat pada setiap orang, disini bapak Santoso selaku pendiri dan pemilik tidak memosisikan dirinya sebagai bos yang bisa menyuruh saja namun lebih menjadi partner bagi para pekerjanya. Yang terakhir yaitu perbaikan yang berkesinambungan artinya kegiatan ini dijalankan melalui proses PDCA (Plan – Do – Check – Act) yaitu perbaikan melalui tahapan Perencanaan, pelaksanaan rencana, pemeriksaan hasil perencanaan dan tindakan perbaikan terhadap hasil yang diperoleh di UD IDA JAYA.⁶⁶

Sebelumnya juga terdapat penelitian tentang manajemen mutu yaitu manajemen mutu terpadu oleh Fresthy Yulia Arthatiani tahun 2008 di PT Maya Food Industries pekalongan dan manajemen mutu produksi home industri perspektif ekonomi islam yang dilakukan oleh Vivi Novi Yanah pada tahun 2011 STAIN Purwokerto, namun kedua penelitian tersebut berbeda dengan yang dilakukan peneliti karena peneliti fokus pada manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sesuai dengan Prinsip Utama Manajemen Mutu terpadu yang disampaikan Hensler dan Brunell dalam Scheuing dan Christopher, yaitu: yang pertama Kepuasan Pelanggan: kepuasan pelanggan di sini, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Dalam hal ini kebutuhan pelanggan diusahakan untuk dipuaskan dalam berbagai aspek yang meliputi harga,

⁶⁶ Hasil wawancara dan Observasi, Jember 22 Desember 2019

keamanan dan ketepatan waktu. Yang kedua : Menaruh rasa hormat terhadap setiap orang. Menyadari bahwa setiap individu memiliki daya kreatif yang unik, karyawan dianggap sebagai sumber daya organisasi yang paling bernilai. Dan yang terakhir Perbaikan berkesinambungan dimana Kegiatan ini dijalankan melalui Proses PDCA (Plan- Do -Check-Act) yaitu perbaikan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan rencana, pemeriksaan hasil perencanaan dan tindakan perbaikan terhadap hasil yang diperoleh⁶⁷.

Jadi, Manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA meliputi kepuasan pelanggan yang harus dilayani dengan baik dan profesional sudah di ajarkan oleh pendiri sekaligus pemilik, menaruh rasa hormat pada setiap orang artinya saling menghargai baik itu dri atasan yang menghargai pendapat dari bawahan serta bawahan yang harus selalu profesional pada atasan dan yang terakhir adalah kegiatan Plan – Do – Check – Act yang sangat baik diterapkan pada manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA.

2. Daya Saing UD. IDA JAYA Di Pasar Asia

Berbagai cara dapat dilakukan untuk menentukan daya saing, antara lain. Harga yang murah artinya tidak sekedar murah, namun tetap mempertahankan kualitas. Kualitas sama tapi harga yang murah tentu saja lebih menguntungkan konsumen. Akan lebih baik lagi bila harga murah

⁶⁷ Hensler dan Brunell dalam Scheuing dan Christopher, 1993:165-166

tetapi mampu memberikan kualitas yang baik dibandingkan pesaing di Pasar Asia (Indonesia, Malaysia, Singapura dan Thailand).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti tentang daya saing UD IDA JAYA memperoleh hasil bahwasanya persaingan usaha akan terus berkembang semakin ke depan apalagi di pasar asia, maka UD IDA JAYA perlu menghadirkan ide-ide serta inovasi – inovasi yang selalu update seperti pada hasil produk meliputi kualitas dan tampilan serta kemasan, mengikutkan lebih banyak lagi pameran yang bisa diakses, perencanaan yang dibuat secara matang sebelumnya serta pelayanan yang harus selalu profesional ⁶⁸ Serta dalam persaingan usaha memang sangat dibutuhkan akses yang mudah atau komunikasi yang mudah antara konsumen dan produsen seperti media sosial agar konsumen bisa memiliki kepercayaan terhadap produsen serta harus memiliki ciri khas tersendiri yang dapat ditonjolkan apa lagi di pasar Asia. selain kemasan, pelayanan yang baik dan profesional juga menjadi hal sangat penting karena konsumen akan berfikir dua kali untuk membeli sebuah produk jika pelayanannya kurang baik.

Dalam manajemen mutu sangat diperlukan adanya peningkatan karena hal itu untuk menjaga kualitas dari mutu itu sendiri terdapat penelitian sebelumnya tentang hal tersebut yaitu penerapan manajemen mutu dalam meningkatkan kinerja operasional koperasi simpan pinjam Glaistygil yang dilakukan oleh Cristy M. Tumbel, namun hal tersebut

⁶⁸ Hasil wawancara dan Observasi, Jember 22 Desember 2019

berbeda dengan yang dilakukan oleh peneliti karena peneliti lebih fokus pada manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing.

Penelitian tentang peningkatan daya saing yang dilakukan peneliti tersebut sesuai dengan cara menentukan Daya saing ada dua yaitu : yang pertama, Diferensiasi yang berarti menawarkan atau melakukan hal yang berbeda dibandingkan dengan pesaing. Sesuatu yang ditawarkan berbeda, akan memberikan perhatian bagi konsumen. Berbeda, maksudnya bukan hanya sekedar berbeda, misalnya berbeda hanya dalam kemasan, tetapi perbedaan tersebut haruslah unik, atau bisa memberikan nilai tambah yang tidak bisa diberikan produk pesaing. Yang kedua : Pelayanan, dimana Pelayanan juga dapat dijadikan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Perusahaan yang dapat memberikan service excellence dapat memuaskan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan-perusahaan bersaing terutama dalam memanjakan pelanggannya, yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.

Jadi, Daya Saing UD. IDA JAYA Di Pasar Asia dapat dikatakan bisa bersaing karena produk yang di hasilkan juga banyak peminatnya serta dengan konsistensi dari UD IDA JAYA sendiri yang selalu menjaga kualitas dan sikap profesionalnya.

3. Manajemen Mutu dalam Meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA di Pasar Asia

Manajemen mutu secara etimologi dapat diartikan bahwa manajemen berarti pengelolaan. Sedangkan mutu adalah kualitas atau nilai. Ini artinya bahwa Manajemen mutu adalah pengelolaan nilai. Adapun Secara terminology manajemen mutu dapat dipahami sebagaimana definisi yang diberikan oleh beberapa ahli.

Banyak penelitian tentang manajemen baik manajemen mutu, manajemen pengendalian dan masih banyak lagi yang lainnya sama halnya seperti penelitian tentang peningkatan, tidak hanya peningkatan daya saing terdapat peningkatan kinerja dan sebagainya. Namun penelitian ini fokus pada manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing.

Manajemen mutu yang terdapat di UD IDA JAYA lebih memperhatikan hal-hal yang mengenai Kepuasan pelanggan, rasa hormat pada setiap orang serta perbaikan yang berkesinambungan, karena jika salah satu hal tersebut kurang baik maka imbasnya akan kepada yang lain, jadi harus saling berdampingan. Serta hal yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yang memang di tanamkan kepada seluruh karyawan yang ada disana, rasa hormat pada setiap orang, disini bapak Santoso tidak memposisikan dirinya sebagai bos yang bisa menyuruh saja namun lebih menjadi patner bagi para pekerjanya. Yang terakhir yaitu perbaikan yang berkesinambungan artinya ada evaluasi untuk menemukan

kekurangan dari produk yang nantinya akan produksi lagi secara baik, mampu meningkatkan daya saing di Pasar Asia karena dengan adanya hal tersebut akan muncul ide-ide kreatif yang digunakan untuk meningkatkan daya saing UD IDA JAYA di pasar Asia.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara diatas sesuai dengan teori Prinsip Utama Manajemen Mutu terpadu dimana Yang pertama Kepuasan Pelanggan: kepuasan pelanggan di sini, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal. Dalam hal ini kebutuhan pelanggan diusahakan untuk dipuaskan dalam berbagai aspek yang meliputi harga, keamanan dan ketepatan waktu. Yang kedua : Menaruh rasa hormat terhadap setiap orang. Menyadari bahwa setiap individu memiliki daya kreatif yang unik, karyawan dianggap sebagai sumber daya organisasi yang paling bernilai. Dan yang terakhir Perbaikan berkesinambungan dimana Kegiatan ini dijalankan melalui Proses PDCA (Plan- Do -Check-Act) yaitu perbaikan melalui tahapan perencanaan, pelaksanaan rencana, pemeriksaan hasil perencanaan dan tindakan perbaikan terhadap hasil yang diperoleh⁶⁹.

Serta dengan teori cara menentukan Daya saing ada dua yaitu : yang pertama, Diferensiasi yang berarti menawarkan atau melakukan hal yang berbeda dibandingkan dengan pesaing. Sesuatu yang ditawarkan berbeda, akan memberikan perhatian bagi konsumen. Berbeda, maksudnya bukan hanya sekedar berbeda, misalnya berbeda hanya dalam kemasan,

⁶⁹ Hensler dan Brunell dalam Scheuing dan Christopher, 1993:165-166

tetapi perbedaan tersebut haruslah unik, atau bisa memberikan nilai tambah yang tidak bisa diberikan produk pesaing. Yang kedua : Pelayanan, dimana Pelayanan juga dapat dijadikan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Perusahaan yang dapat memberikan service excellence dapat memuaskan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan-perusahaan bersaing terutama dalam memanjakan pelanggannya, yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya.

Jadi, manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing UD IDA JAYA di pasar Asia berhasil karena dengan adanya pengelolaan manajemen mutu yang baik seperti kepuasan pelanggan yang harus dilayani dengan baik dan profesional sudah di ajarkan oleh pendiri sekaligus pemilik, menaruh rasa hormat pada setiap orang artinya saling menghargai baik itu dri atasan yang menghargai pendapat dari bawahan serta bawahan yang harus selalu profesional pada atasan dan yang terakhir adalah kegiatan Plan – Do – Check – Act yang sangat baik diterapkan pada manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA. Juga dalam penjagaan kualitas yang baik serta pengemasan yang menarik sehingga memiliki ciri khas tersendiri dan pelayanan yang selalu baik dan profesional dari UD. IDA JAYA.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA meliputi kepuasan pelanggan yang harus dilayani dengan baik dan profesional sudah di ajarkan oleh pendiri sekaligus pemilik, menaruh rasa hormat pada setiap orang artinya saling menghargai baik itu dri atasan yang menghargai pendapat dari bawahan serta bawahan yang harus selalu profesional pada atasan dan yang terakhir adalah kegiatan Plan – Do – Check – Act yang sangat baik diterapkan pada manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA.

Daya Saing UD. IDA JAYA Di Pasar Asia dapat dikatakan bisa bersaing karena produk yang di hasilkan juga banyak peminatnya serta dengan konsistensi dari UD IDA JAYA sendiri yang selalu menjaga kualitas dan sikap profesionalnya.

Manajemen Mutu dalam Meningkatkan Daya Saing UD IDA JAYA di pasar Asia berhasil karena dengan adanya pengelolaan manajemen mutu yang baik seperti kepuasan pelanggan yang harus dilayani dengan baik dan profesional sudah di ajarkan oleh pendiri sekaligus pemilik, menaruh rasa hormat pada setiap orang artinya saling menghargai baik itu dri atasan yang menghargai pendapat dari bawahan serta bawahan yang harus selalu profesional pada atasan dan yang terakhir adalah kegiatan Plan – Do – Check – Act yang sangat baik diterapkan pada manajemen mutu yang ada di UD IDA JAYA. Juga dalam penjagaan kualitas yang baik serta pengemasan yang

menarik sehingga memiliki ciri khas tersendiri dan pelayanan yang selalu baik dan profesional dari UD. IDA JAYA.

B. Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian di atas, maka peneliti menyarankan sebagai berikut:

1. Untuk UD. IDA JAYA sebaiknya mempertahankan loyalitas pelanggan dengan menjaga hubungan baik dan arus komunikasi agar dapat terus meningkatkan penjualan.
2. Untuk menunjang kebutuhan konsumen UD. IDA JAYA diharapkan memiliki contoh foto hasil produk lebih lengkap sehingga dapat memberikan edukasi dan inovasi bersama konsumen.
3. UD. IDA JAYA sebaiknya terus berinovasi membuat sistem manajemen yang lebih stabil sehingga mampu melayani kebutuhan konsumen.
4. Saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti pengembangan produk.

IAIN JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. 2014 .*Metode Penelitian Kualitatif* .jakarta: PT Raja Grafindo persada
- Agri. 2017. *tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas pelayan*. Skripsi.universitas sam ratulangi.
- Ariani, Dorothea wahyu. 2003. *manajemen Kualitas Pendekatan sisi Kualitatif* . Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Arthatiani, Freshty Yulia. 2008 "*Manajemen Mutu Terpadu pada PT Maya Food Industries di kota Pekalongan*". Skripsi, Institut Pertanian Bogor
- Bungin, Burhan, 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Bungin. burhan. 2001.*metode penelitian kualitatif*. jakarta:PT Raja grafindo persada
- C lovelock. 2000. *produk plus:how produk+service=competitive advetage*.new york:mcgraw hill
- C. Lovelock, 1994. *Product plus;How product + Service =competitive Advetage*.(New York: McGraw Hill.
- Cristy M, tumbel. 2016. *penerapan manajemen mutu dalam meningkatkan kinerja operasional koperasi simpan pinjam glaistygil manado*". skripsi universitas sam ratulangi manado.
- Darmawan. deni. 2014. *metode penelitian kualitatif* .bandung. PT RemajaRosda karya
- Dorothea wahyu Ariani, 2003. *manajemen Kualitas Pendekatan sisi Kualitatif*. Jakarta:Ghalia Indonesia.
- Farhan latifna. 2003. "*analisis pengendalian kualitas di perusahaan bakpia pathuk dalam upaya mengendalikan tingkat kerusakan produk dengan menggunakan metode x dan R* ,skripsi uin sunan kalijaga.yogyakarta
- Fendy Tjiptono & Anastasia Diana, 2003. *Total Quality Managemen*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET
- Frederik winslow taylor. 2000. *scientific manajemen*.new york harper

- Fresthy yulia arthanty, 2008. *"manajemen mutu terpadu pada PT Maya Food industries di kota pekalongan"*.skripsi institute pertanian. Bogor
- Hasibuan, 2001. *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta; Bumi Aksara
- Iatifna, Farhan. 2013. *"Analisis Pengendalian Kualitas Perusahaan Bakpia Pathuk dalam upaya mengendalikan tingkat kerusakan produk dengan menggunakan metode x dan R"*. Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Ibnu al taufiq, 2016, *kepuasan pengunjung terhadap fasilitas dan kualitas pelayanan rumah makan di pantai dirni kabupaten gunung kidul*. Skripsi universitas negeri Yogyakarta
- Irham Fahmi, 2014. *Manajemen Produksi dan Operasi*, Bandung: Alfabeta
- Ita risqani, 2016. *pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan wisata pantai payangan di deasa sumberjo kecamatan ambulu jember dalam perspektif ekonomi islam*. SKRIPSI IAIN JEMBER
- Journal of Business Administration Vol 1, No 2, September 2017.
- Meleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moh.kasiram. 2008. *Metode Penelitian*.UIN MALIKI PRESS
- Moleong, lexy j. 2008. *metodelogi penelitian kualitatif*, Bandung:PT Remaja Rosda Karya
- Nasution, 2001. *manajemen mututerpadu (Total Quality Manajemen) Anggota IKPI*. Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Nicky Hannry Ronaldo Tamp. *"analisis strategi diferensiasi produk, diferensiasi layanan dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran"* Jurnal EMBA Vol.3 No.4 Desember 2015.
- Parhani, Rizki. 2008. *"Manajemen Pengelolaan objek wisata kota tua jakarta berbasis masyarakat"*. Skripsi, Universitas Sultan Ageng Tritayasa.
- Risqiani, Ita. 2015. *"pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengelolaan wisata pantai payangan di desa sumberejo kecamatan ambulu kabupaten jember perspektif islam"* skripsi, IAIN Jember.
- Rizki parhani, 2008. *manajemen pengelolaan objek wisata kota tua Jakarta berbasis masyarakat*,Skripsi:Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

- S. Davis dan D.L. 1994. *Goetsch Introduction to Total Quality: Quality, productivity, competitiveness*. New York:Prentice Hall Internasional
- Setyaningsih, Viji. 2015. *"Manajemen Pengendalian kualitas produk batik perspektif ekonomi islam pada home industri Zahra Batik Kebumen*. skripsi, STAIN Purwokerto.
- Simpan Pinjam (Studi Pada Koperasi Glaistygil Manado)", Volume 16 No.3 Tahun 2016
- Siti Rahmana Bintari1, Lilies Setiartiti. "pengukuran daya saing usaha mikro"V. 14 No.2
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung:Alfabeta.
- Tampubolon, Manahan P. 2014. *Manajemen Operasional & Rantai Pemasak* . Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Tampubolon, Manahan p. 2014. *manajemen operasional &rantai pemasak* .Jakarta:Mitra Wacana Media
- Tim Penyusun, 2017. *Pedoman Penuisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia, 2008. "*Kamus Bahasa Indonesia*". Jakarta: Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- Tjiptono, Anastasia Diana da. 2000. *total quality manajemen*,Yogyakarta:andi offset
- Tumbel, Cristy M. 2016 "*Penerapan Manajemen mutu dalam meningkatkan kinerja operasional koperasi simpan pinjam Glaistygil Manado*". skripsi, universitas Sam Ratulangi Manado
- Tyasi ,Umi. 2007. "*Analisis Manajemen Mutu Pada Industri Batik Cetak PT X Jakarta Selatan*". skripsi, Universitas Indonesia.
- Umi tyasi, 2007. *analisi manajemen mutu pada industry batik cetak PT X Jaakrta selatan*" skripsi.universitas Indonesia,Jakarta.
- viji setyaningsih, 2015.*manajemen pengendalian kualitas produk batik perspektif ekonomi islamn pada home industry Zahra batik kebumen*. Skripsi.STAIN Purwokerto
- Vivi noviyannah, 2011."*manajemen mutu produksi home industry perspektif ekonomi islam*. Skripsi STAIN Purwokerto

Wahyu.ariai.dorothea. 2003. *manajemen kualitas pendekatan sisi kualitatif*. Jakarta:ghalia Indonesia.

Yanah, Vivi Novi, 2011. "*Manajemen Mutu Produksi Home industri Perspektif Ekonomi Islam*". Skripsi, STAIN Purwokerto.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Ali Yasin
N I M : 083 144 105
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Institut Agama Islam Negeri Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi yang berjudul
“*MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UD.IDA
JAYA DESA ANTIROGO KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN
JEMBER DI PASAR ASIA*” secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau
karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.
Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk
digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 21 Januari 2020












Muhammad Ali Yasin

NIM. 083 144 105

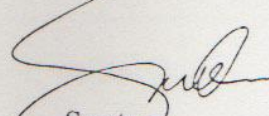
MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Manajemen Mutu dalam Meningkatkan Daya Saing UD.IDA JAYA Desa Antirogo Kecamatan Sumpalsari Kabupaten Jember di Pasar Asia	Manajemen Mutu dalam Meningkatkan Daya Saing	1. Manajemen Mutu 2. Daya Saing	1. Kepuasan Pelanggan 2. Hormat terhadap setiap orang 3. Manajemen berdasarkan fakta 4. Perbaikan berkesinambungan 1. Diferensiasi 2. Pelayanan	1. Informan : a. Pengelola UD. IDA JAYA b. Pengerajin atau pekerja 2. Dokumentasi 3. Kepustakaan	1. Metode Penelitian kualitatif deskriptif 2. Subjek Penelitian : teknik <i>purposive</i> 3. Metode pengumpulan data a. Observasi b. Interview/wawancara c. Dokumentasi 4. Metode Analisa Data: Kondensasi data, penyajian data, dan kesimpulan 5. Keabsahan Data: 1. <i>Triangulasi Teknik</i> 2. <i>Triangulasi Sumber</i>	1. Bagaimana manajemen mutu di UD. IDA JAYA? 2. Bagaimana daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia? 3. Bagaimana manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia?

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
UD.IDA JAYA DESA ANTIROGO KECAMATAN SUMBERSARI
KABUPATEN JEMBER

No	Tanggal	Kegiatan	Paraf
1	30 Nov 2019	Pra penelitian untuk memastikan kondisi yang ada di lapang dan melengkapi data proposal skripsi	
2	05 Des 2019	Menyerahkan surat penelitian dan silaturahmi di UD.IDA JAYA Desa Antirogo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember	
3	17 Des 2019	Observasi dan penggalan data di UD.IDA JAYA Desa Antirogo Kecamatan Sumbersari Kabupaten Jember	
4	17 Des 2019	Wawancara Bapak Supriono dan Bapak Dahlan tentang manajemen mutu yang ada di UD. IDA JAYA	
5	20 Des 2019	Wawancara dengan Rima dan Roni tentang manajemen mutu yang ada di UD. IDA JAYA	
6	20 Des 2019	Observasi Tentang manajemen mutu yang ada di UD. IDA JAYA	
7	21 Des 2019	Observasi dan meminta dokumentasi UD. IDA JAYA	
8	21 Des 2019	Wawancara dengan Roni dan Dahlan tentang Daya Saing UD. IDA JAYA	
9	22 Des 2019	Interview dan Observasi tambahan untuk melengkapi data dan meminta Tanda tangan	

Jember , 22 Desember 2019
Pimpinan UD.IDA JAYA


Santoso

PEDOMAN PENELITIAN

A. Pedoman Observasi

1. Letak Geografis UD.IDA JAYA
2. Manajemen Mutu di UD. IDA JAYA
3. Daya Saing UD. IDA JAYA di pasar Asia
4. Manajemen Mutu dalam Meningkatkan Daya Saing UD. IDA JAYA di pasar Asia

B. Pedoman Dokumenter

1. Sejarah dan Profil UD.IDA JAYA
2. Struktur organisasi UD.IDA JAYA
3. Struktur kepengurusan Pramuka MTs Raudhatul Jannah Bondowoso

C. Pedoman Wawancara

1. Bagaimana manajemen mutu di UD. IDA JAYA?
2. Bagaimana daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia?
3. Bagaimana manajemen mutu dalam meningkatkan daya saing UD. IDA JAYA di pasar Asia?

IAIN JEMBER

DOKUMENTASI



Wawancara Para Pekerja UD. IDA JAYA



Contoh Pembuatan Karya oleh Para Pekerja UD. IDA JAYA



Hasil Kerajinan UD. IDA JAYA



Hasil Kerajinan UD. IDA JAYA

DENAH
UD.IDA JAYA DESA ANTIROGO
KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B-2854 /In.20/7.a/PP.00.9/12/2019
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr : Pimpinan UD. IDA JAYA

di-

TEMPAT

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat, Mohon berkenan kepada Bapak pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut :

Nama Mahasiswa : Muhammad Ali Yasin

NIM : 083 144 105

Semester : XI (Sebelas)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

No Telpon : 081357953882

Dosen Pembimbing : Daru Anondo, SE, M.Si

NIP : 197503032009011009

Judul Penelitian : MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN
DAYA SAING UD.IDA JAYA DESA ANTIROGO
KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN
JEMBER DI PASAR ASIA

Demikian Surat Permohonan izin penelitian ini, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Jember, 31 Desember 2019

a.n. Dekan,

Makil Dekan Bidang Akademik



Rokhim

Tembusan:

1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
2. LP2M IAIN Jember
3. Arsip

**SURAT KETERANGAN
Selesai Penelitian**

Yang bertanda tangan dibawah ini, Pimpinan UD. IDA JAYA menerangkan dengan sebenar-benarnya bahwa saudara :

Nama : Muhammad Ali Yasin

NIM : 083 144 105

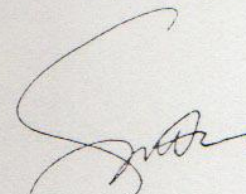
Program studi : Ekonomi Syariah

Universitas : Institut Agama Islam Negeri Jember

Telah selesai mengadakan penelitian dari 12 September 2019 sampai dengan 22 Desember 2019, dalam rangka penyusunan skripsi di UD. IDA JAYA dengan judul "MANAJEMEN MUTU DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UD.IDA JAYA DESA ANTIROGO KECAMATAN SUMBERSARI KABUPATEN JEMBER DI PASAR ASIA".

Dengan demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 22 Desember 2019
Pimpinan UD. IDA JAYA


Santoso

BIODATA PENULIS



Nama : Muhammad Ali Yasin
NIM : 083 144 105
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Tempat/Tangga Lahir : Jember, 19 Juni 1995
Alamat : Jambuan – Antirogo - Jember

Riwayat Pendidikan

- SDN Karangrejo 06 2003 – 2009
- SMPN 14 Jember 2009 – 2011
- MAN 2 Jember 2011 – 2014
- IAIN Jember 2014 – 2020

IAIN JEMBER