

**SURVAI IMPLEMENTASI AKTIVITAS MUTU
UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK
KERAJINAN GERABAH DI BANTUL**

Endang Raino Wirjono

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

e-mail: raino.fridata@gmail.com

Agus Budi Raharjono

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

e-mail: dabrahamjono@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan survai penerapan aktivitas-aktivitas terkait mutu yang telah dilakukan di sentra industri kerajinan gerabah. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis, ditambah dengan tuntutan pihak eksternal, memberi tantangan tersendiri bagi UMKM yang bergerak di bidang kerajinan gerabah di Kasongan. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengidentifikasi aktivitas-aktivitas terkait mutu yang telah dilakukan oleh UMKM tersebut. Identifikasi dan analisis terhadap aktivitas-aktivitas terkait mutu tersebut akan digunakan untuk menemukan model pendampingan dan rekomendasi kebijakan yang relevan untuk mengembangkan mutu produk yang dihasilkan oleh UMKM Kasongan. Aktivitas mutu adalah aktivitas yang timbul karena mungkin atau telah terdapat produk yang buruk kualitasnya. Aktivitas kualitas dibagi menjadi 4 komponen yaitu: aktivitas pencegahan (prevention), aktivitas penilaian (appraisal), aktivitas kegagalan internal (internal failure), dan aktivitas kegagalan eksternal (external failure). Penelitian ini dilakukan pada 45 perusahaan mikro dan kecil di Kerajinan Kasongan yang berlokasi di pedukuhan Kajen, desa Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner, wawancara dan observasi secara langsung.

Kata kunci: Aktivitas Pencegahan, Aktivitas Penilaian, Aktivitas Kegagalan Internal, Aktivitas Kegagalan Eksternal, Kerajinan Gerabah

Abstract

This study aims to surveys the implementation of quality related activities that have been done in the pottery industry center. The intense competition in the business world, coupled with external demands, presents its own challenges for MSMEs engaged in pottery in Kasongan. Therefore, this research will identify the quality related activities that have been done by the UMKM. The identification and analysis of such quality related activities will be used to find relevant advisory models and policy recommendations for developing the quality of products produced by UMKM Kasongan. Quality activity is an activity that arises because there may or may not be a poor quality product. Quality activity is divided into 4 components: prevention activities, appraisal activities, internal failure events, and external failure events. This research was conducted on 45 micro and small companies in Kasongan Craft located in Kajen pedukuhan, Bangunjiwo village, Kasihan district, Bantul, Yogyakarta Special Region. Data collection was done by distributing questionnaires, interviews and observation directly.

Keywords: Prevention Activity, Assessment Activity, Internal Failure Activity, External Failure Activities, Pottery

1. Pendahuluan

Pemberdayaan dan pengembangan masyarakat merupakan bagian dari strategi dan program pembangunan kesejahteraan sosial (Hastuti, 2012). Perkembangan industri kreatif melalui Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi besar dalam meningkatkan taraf hidup rakyat. Saat ini industri kreatif menjadi perhatian utama di Indonesia, karena industri kreatif mampu memberikan kontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) sebesar 6,3% (Suerni, 2009).

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu provinsi di Indonesia dengan pertumbuhan ekonomi yang ditentukan dari sektor dan industri kerajinan, perlu pemahaman yang baik tentang industri kreatif. Industri kerajinan rakyat (*handycraft*) merupakan komoditas penting di Yogyakarta, selain produk industri dan jasa modern lainnya. Berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta, jumlah UMKM di DIY mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun. UMKM di DIY memiliki komoditi utama yang dapat dieskpor, antara lain kerajinan kulit, kerajinan kayu, kerajinan kertas, kerajinan batu, kerajinan perak, kerajinan bambu dan kerajinan tanah liat.. Berikut ini data jumlah UMKM dan penyerapan tenaga kerja di DIY:

Tabel 1.1
Jumlah UMKM dan Penyerapan Tenaga Kerja di DIY

Wilayah	Jumlah UMKM (unit)	Penyerapan Tenaga Kerja (orang)
Kota Yogyakarta	875	5.788
Kabupaten Sleman	4.516	62.053
Kabupaten Bantul	6.573	23.445
Kabupaten Kulonprogo	6.355	18.625
Kabupaten Gunungkidul	4.651	13.624

Pada umumnya para pelaku dalam UMKM telah memiliki ketrampilan tangan yang tinggi dan memiliki keahlian yang diperoleh melalui pendidikan informal secara turun temurun. Kemampuan ini memerlukan pembaharuan agar para pelaku UMKM mampu meningkatkan daya saing dalam kancan internasional. Pemberlakuan *Asean China Free Trade Area* (ACFTA) pada tahun 2010, dan disusul dengan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada Desember 2015, akan membawa dampak bagi keberlangsungan UMKM di DIY.

Pemberlakuan ACFTA memberi dampak yaitu munculnya keawatiran meningkatnya defisit perdagangan dengan China apabila produk yang dihasilkan oleh UMKM tidak mampu bersaing. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh *segoconsultant* pada Juni 2011, impor DIY dari China mengalami peningkatan selama kurun waktu lima tahun dari tahun 2005 sebesar US\$ 983.000 menjadi sebesar US\$ 10.008.000 pada tahun 2009 (kenaikan sebesar 918%). Di sisi lain, ekspor DIY ke China mengalami penurunan sebesar 36%, yaitu pada tahun 2005 sebesar US\$ 7.788.000 menjadi US\$ 4.987.000 pada tahun 2009.

Survai yang dilakukan *segoconsultant* terhadap beberapa responden, menemukan bahwa adanya ACFTA akan menguntungkan konsumen dibandingkan dengan produsen. Ada beberapa pertimbangan pemilihan produk dari China, antara lain harga murah dan mutu yang bagus. Oleh karena itu, strategi yang ditempuh oleh UMKM DIY agar mampu bersaing antara lain adalah meningkatkan mutu produk, menghasilkan produk yang lebih bervariasi, menjual dengan harga bersaing, memperbaiki pengemasan dan strategi produksi lainnya.

Pemberlakuan MEA juga memberikan dampak bagi UMKM di DIY. MEA bertujuan untuk mengintegrasikan perekonomian ASEAN dengan empat pilar, yaitu menciptakan pasar tunggal dan basis produksi, meningkatkan daya saing, meningkatkan pembangunan ekonomi

yang adil, dan lebih mengintegrasikan ASEAN dalam ekonomi global. Adanya MEA akan mendorong kawasan ASEAN menjadi lebih dinamis dan kompetitif.

Saat ini UMKM merupakan bagian penting dalam perekonomian ASEAN. Menurut Rofiq (diakses dari *kreatifonline.com*), UMKM di ASEAN sebanyak 96% dari total perusahaan dan memberikan kontribusi 30% sampai dengan 53% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dan berkontribusi 19% sampai dengan 31% dari ekspor. UMKM di Indonesia menyumbang 57% dari PDB nasional dan menyerap 97% tenaga kerja domestik.

Dalam menghadapi MEA, UMKM harus mampu berintegrasi dengan pasar bebas agar memiliki peluang untuk berkembang menjadi lebih baik. MEA memberikan kesempatan bagi UMKM untuk menjadi pemain utama di pasar ASEAN dengan meningkatkan daya saing di tingkat internasional. Menurut data dari *The Global Competitiveness Report 2015-2016*, *World Economic Forum* (2015), bahwa daya saing Indonesia berada di peringkat 37 dari 140 negara di dunia. Di tingkat ASEAN, posisi daya saing Indonesia ada di bawah Singapura, Malaysia dan Thailand.

Menurut Disperindagkop DIY (2014), standarisasi mutu produk menjadi salah satu strategi yang dapat ditempuh oleh UMKM untuk meningkatkan daya saing, khususnya di tengah era perdagangan bebas. Pemenuhan standar mutu produk menjadi penting karena terkait aspek keselamatan, keamanan, dan kesehatan. Saat ini setiap pelaku UMKM yang ingin memenangkan kompetisi harus memberikan perhatian penuh terhadap mutu produk atau jasa yang dihasilkan. Mutu yang baik akan diperoleh para pelaku UMKM melalui proses internal organisasi yang baik, antara lain memiliki sistem dan program-program mutu. Disperindagkop DIY telah melakukan sosialisasi dan pelatihan tentang pentingnya mutu. Akan tetapi, jumlah UMKM di DIY yang telah menerapkan Standar Nasional Indonesia (SNI) hanya sekitar 2,8%.

Menurut *tribunjogja.com*, masih banyak UMKM di DIY yang belum memberikan perhatian khusus terhadap mutu produk yang dihasilkan, meskipun pada saat ini sudah dimulai MEA yang mengharuskan pengusaha untuk lebih baik lagi mengelola UMKM-nya baik dari sisi produk maupun pengelolaan finansial. Dalam hal mutu produk, UMKM diharuskan mengoptimalkan mutu produk untuk meningkatkan daya saing pasar domestik, dengan tidak mengesampingkan peluang besar pangsa pasar ASEAN. Rendahnya pemahaman pelaku UMKM di DIY terhadap sistem dan program-program mutu akan berdampak signifikan dalam jangka panjang. UMKM di DIY tidak akan mampu bersaing dengan produk-produk bermutu yang dihasilkan oleh negara-negara lain.

Salah satu UMKM di DIY yang terkenal adalah kerajinan gerabah Kasongan yang terdapat di pedukuhan Kajen, desa Bangunjiwo, kecamatan Kasihan, Bantul. Kerajinan gerabah telah berlangsung dari generasi ke generasi. Hasil kerajinan gerabah yang diproduksi oleh Kasongan pada umumnya berupa guci dengan berbagai motif (antara lain motif burung merak, naga, dan bunga mawar), pot berbagai ukuran (dari yang kecil hingga seukuran bahu orang dewasa), souvenir, pigura, hiasan dinding, dan perabotan seperti meja dan kursi. Saat ini produk yang dihasilkan semakin bervariasi yaitu bunga tiruan dari daun pisang, perabotan dari bambu, topeng-topongan dan masih banyak yang lainnya.

Hansen dan Mowen (2009) menyatakan bahwa “dalam dua dekade terakhir, mutu menjadi dimensi kompetisi yang penting, baik untuk perusahaan manufaktur maupun jasa”. Mutu produk yang baik dan dapat diterima oleh konsumen, akan tercapai apabila UMKM melakukan program-program dan aktivitas mutu. Secara garis besar, terdapat empat (4) aktivitas mutu yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu aktivitas pencegahan, aktivitas penilaian, aktivitas kegagalan internal dan aktivitas kegagalan eksternal. Bertitik tolak dari temuan dan kajian bahwa aktivitas mutu menjadi hal penting bagi UMKM di DIY dalam menghadapi ACFTA maupun MEA, peneliti ingin mengetahui sejauhmana kesiapan UMKM

dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas mutu selama ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan aktivitas-aktivitas mutu pada kerajinan gerabah Kasongan Bantul.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM yang menjadi obyek penelitian yaitu memberikan informasi terhadap pelaku UMKM akan pentingnya aktivitas-aktivitas mutu agar produk mampu bersaing di tingkat internasional. Selain itu, bagi pemerintah khususnya Disperindagkop yaitu memberikan masukan untuk memberikan pelatihan dan sosialisasi akan pentingnya pelaksanaan aktivitas-aktivitas mutu bagi UMKM di DIY.

2. Kajian Literatur

2.1. Pengertian Mutu

Menurut Hansen dan Mowen (2009: 5), mutu adalah ukuran relatif dari kebaikan (*goodness*). Mutu adalah derajat atau tingkat kesempurnaan. Mutu memiliki beberapa dimensi. Terdapat delapan dimensi dari mutu produk yang perlu diperhatikan oleh setiap produsen yang ingin mengejar kepuasan pelanggan terhadap mutu produk. Menurut Hansen dan Mowen (2009: 5-6) produk atau jasa yang bermutu adalah memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dalam delapan dimensi, yaitu:

- a. Kinerja (*performance*) merupakan tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi-fungsi produk.
- b. Estetika (*aesthetics*) berhubungan dengan penampilan produk serta jasa.
- c. Kemudahan perawatan dan perbaikan (*serviceability*) berhubungan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.
- d. Fitur (*features*) merupakan karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk-produk sejenis.
- e. Keandalan (*reliability*) merupakan probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksudkan dalam jangka waktu tertentu.
- f. Tahan lama (*durability*) merupakan umur manfaat dari fungsi produk.
- g. Mutu kesesuaian (*quality of conformance*) merupakan ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasinya.
- h. Kecocokan penggunaan (*fitnes for use*) merupakan kecocokan dari sebuah produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan.

Mutu bisa diartikan sebagai kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Berdasarkan definisi mutu menurut para ahli di atas, maka mutu adalah karakteristik yang terdapat dalam suatu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan sekaligus dapat menimbulkan kepuasan bagi konsumennya.

2.2. Penggolongan Mutu

Menurut Horngren, Foster dan Datar (2003:684) mutu dapat dikelompokkan menjadi *quality of design* dan *quality of conformance*:

- a. *Quality of Design* adalah suatu fungsi dari berbagai spesifikasi produk dan pengukuran sampai sejauh mana karakteristik produk atau jasa dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- b. *Quality of Conformance* adalah suatu ukuran mengenai bagaimana suatu produk memenuhi berbagai persyaratan atau spesifikasi, atau membuat produk sesuai spesifikasi design teknik produksinya. Jika produk memenuhi semua spesifikasi rancangan, produk tersebut cocok digunakan.

2.3. Ukuran Mutu

Menurut Horngren, Foster dan Datar (2003:685) ukuran mutu finansial dan non finansial dijelaskan sebagai berikut:

1. Ukuran mutu kepuasan konsumen: Biaya kegagalan eksternal seperti biaya garansi perbaikan, tuntutan kewajiban, penurunan kontribusi marjin sebagai akibat penurunan penjualan, dan harga yang rendah dari produk yang dijual, merupakan indikator-indikator finansial dari kepuasan konsumen yang rendah. Tetapi ukuran finansial tidak menunjukkan area yang mana yang memerlukan peningkatan, juga tidak memperlihatkan kebutuhan dan preferensi konsumen di masa depan. Oleh karena alasan itu, kebanyakan perusahaan juga menggunakan ukuran-ukuran non finansial.
2. Ukuran non finansial kepuasan konsumen, meliputi (1) Jumlah unit yang cacat yang dikirimkan ke konsumen sebagai persentase total unit yang dikirimkan, (2) Jumlah keluhan konsumen perusahaan memperkirakan bahwa dari setiap konsumen yang mengeluh, ada antara 10 sampai 20 lainnya yang mengalami masalah dengan produk tetapi tidak mengeluh, (3) Selisih waktu tanggapan konsumen (selisih antara tanggal pengiriman yang dijadwalkan dengan tanggal pengiriman yang diinginkan konsumen), (4) Pengiriman tepat waktu (persentase pengiriman yang dilakukan tepat atau sebelum tanggal pengiriman yang dijadwalkan). Manajemen akan menyelidiki jika angka-angka tersebut terus memburuk dari waktu ke waktu.
3. Ukuran mutu dan kinerja internal : Biaya pencegahan, penilaian dan kegagalan internal merupakan contoh ukuran finansial mengenai kinerja mutu dalam perusahaan. Kebanyakan perusahaan memonitor baik ukuran finansial maupun non finansial dari mutu internal. Ukuran non finansial mengikuti trend dari ukuran-ukuran mutu meliputi (1) Jumlah kerusakan tiap lini produk, (2) Hasil proses produksi (rasio antara output yang baik terhadap total output), (3) Tenggang waktu produksi (waktu yang dibutuhkan untuk mengkonfersi bahan baku langsung menjadi barang jadi), (4) Pergantian pegawai (rasio jumlah pegawai yang meninggalkan perusahaan terhadap total jumlah pegawai).

Dengan penjelasan mengenai pengukuran mutu diatas, maka pengukuran mutu memiliki manfaat baik secara finansial maupun non finansial. Manfaat pengukuran mutu secara finansial adalah:

- a. Biaya mutu memusatkan perhatian pada berapa besar biaya dari mutu yang rendah, walaupun ukuran-ukuran biaya mutu kadang-kadang tidak memasukkan biaya yang penting tapi sulit diukur seperti pengaruh mutu yang rendah terhadap hubungan baik dengan konsumen.
- b. Ukuran biaya mutu finansial adalah cara yang bermanfaat untuk membandingkan antara proyek-proyek peningkatan mutu yang berbeda dan untuk menetapkan prioritas pengurangan biaya yang maksimum.
- c. Ukuran biaya mutu finansial berfungsi sebagai denominator untuk mengevaluasi *trade off* antar biaya pencegahan dengan biaya kegagalan. Biaya mutu memberikan ukuran yang ringkas dan tunggal mengenai kinerja mutu.

Sedangkan secara non finansial, pengukuran mutu memiliki manfaat sebagai berikut :

- a. Ukuran mutu non finansial mudah untuk dikuantifikasi dan dipahami.
- b. Ukuran finansial mengarahkan perhatian ke proses fisik dan memusatkan perhatian pada area permasalahan tertentu yang membutuhkan peningkatan.
- c. Ukuran non finansial memberikan umpan balik jangka pendek secara cepat mengenai keberhasilan usaha-usaha peningkatan mutu.

2.4. Konsep Mutu

Konsep mutu menurut ISO 9000:2000 didefinisikan sebagai karakteristik yang melekat pada produk yang mencukupi persyaratan atau keinginan. Karakteristik produk diantaranya terdiri dari (Suardi, 2003:3) :

- a. Karakteristik fisik, seperti *handphone*, mobil, dan rumah.
- b. Karakteristik perilaku, seperti rumah sakit dan perbankan
- c. Karakteristik sensori, seperti minuman dan makanan.

Jadi secara umum mutu dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Mutu mencakup usaha untuk memenuhi harapan dari pelanggan
- b. Mutu mencakup produk, jasa, proses dan lingkungan.
- c. Mutu merupakan kondisi yang selalu berubah.

Mutu telah menjadi isu kritis dalam persaingan modern dewasa ini, dan hal itu telah menjadi beban tugas bagi para manager menengah. Dalam tataran abstrak mutu telah didefinisikan oleh dua pakar penting bidang mutu yaitu *Joseph Juran* dan *Edward Deming*. Mereka berdua telah berhasil menjadikan mutu sebagai *mindset* yang berkembang terus dalam kajian manajemen, khususnya manajemen mutu.

2.5. Tahap Perkembangan Konsep Mutu

Ada lima tahap perkembangan konsep mutu, yaitu:

1. Tahap pertama dikenal sebagai era tanpa mutu, masa ini dimulai sebelum abad ke-18 dimana produk yang dibuat tidak diperhatikan mutunya. Hal seperti ini mungkin terjadi karena pada saat itu belum ada persaingan (*monopoli*) dalam era modern saat ini, praktik seperti ini masih bisa dijumpai. Pengadaan listrik misalnya, hingga saat ini masih dikuasai oleh PLN sehingga masyarakat tidak bisa pindah meskipun pelayanan listriknya sering mati. Dahulu Telkom menjadi satu-satunya operator telepon sehingga masyarakat tidak bisa berpaling meskipun harganya mahal dan sulit untuk mendapatkan sambungan telepon ke rumah.
2. Kedua, era Inspeksi. Era ini mulai berlangsung sekitar tahun 1800-an, dimana pemilahan produk akhir dilakukan dengan cara melakukan inspeksi sebelum dilepas ke konsumen. Tanggung-jawab mutu produk diserahkan sepenuhnya ke departemen inspeksi (*Quality Control*). Departemen QC akhirnya selalu jadi sasaran bila ada produk cacat yang lolos ke konsumen. Di sisi lain, biaya mutu menjadi membengkak karena produk seharusnya sudah bisa dicegah masuk ke proses berikutnya pada saat departemen terkait menemukan adanya cacat di bagiannya masing-masing sebelum diperiksa oleh petugas inspeksi.
3. Tahap ketiga, dikenal sebagai *Statistical Quality Control Era* (Pengendalian Mutu secara Statistik). Era ini dimulai tahun 1930 oleh Walter Shewart dari *Bell Telephone Laboratories*. Departemen inspeksi dilengkapi dengan alat dan metode statistik untuk mendeteksi penyimpangan yang terjadi pada produk yang dihasilkan departemen produksi. Departemen produksi menggunakan data tersebut untuk melakukan perbaikan terhadap sistem dan proses.
4. Tahap keempat, *Quality Assurance Era*. Era ini mulai berkembang tahun 1950-an. Konsep mutu meluas dari sebatas tahap produksi (hilir) ke tahap desain (hulu) dan berkoordinasi dengan departemen jasa (*Maintenance*, Gudang, dll). Manajemen mulai terlibat dalam penentuan pemasok (*supplier*). Konsep biaya mutu mulai dikenal, bahwa aktivitas pencegahan akan mengurangi pengeluaran daripada upaya perbaikan cacat yang sudah terjadi. Desain yang salah misalnya akan mengakibatkan kesalahan produksi atau instalasi. Oleh sebab itu sangat perlu ketelitian desain untuk mengurangi biaya. Contoh dari era ini adalah penggunaan ISO 9000 versi 1994.
5. Tahap kelima, dikenal sebagai *Strategic Quality Management / Total Quality Management*. Dalam era ini keterlibatan manajemen puncak sangat besar dalam

menjadikan mutu sebagai modal untuk menempatkan perusahaan siap bersaing dengan kompetitor. Sistem ini didefinisikan sebagai sistem manajemen strategis dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan serta menggunakan metode-metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki proses-proses organisasi secara berkesinambungan agar dapat memenuhi dan melampaui harapan pelanggan. Contoh era ini adalah penggunaan Sistem manajemen Mutu ISO 9000 versi 2000 dan 200

2.6. Pengendalian Mutu

Pengendalian mutu diperlukan oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitas produksi mulai dari bahan baku sampai barang jadi. Proses produksi dapat berjalan dengan lancar karena adanya pengendalian yang baik sehingga jumlah kerusakan hasil produksi dapat berkurang seminimal mungkin atau lebih kecil dari standar kerusakan yang telah ditetapkan. pengendalian adalah suatu proses pendelegasian tanggung jawab dan wewenang untuk suatu aktivitas manajemen, dalam menopang usaha-usaha atau sarana dalam rangka menjamin hasil-hasil yang memuaskan. Pengendalian yang baik disetiap bagian sangat diperlukan oleh setiap perusahaan untuk melaksanakan rencananya dalam melakukan proses produksi, sehingga apa yang dicapai tidak menyimpang dari yang telah direncanakan.

Sektor produksi adalah salah satu bagian yang ada dalam perusahaan yang memerlukan adanya suatu pengendalain, untuk menjamin agar mutu produksi dapat sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Pelaksanaan pengendalian mutu tidak hanya dapat dilakukan pada salah satu bagian saja, tetapi pengendalian tersebut harus dilakukan pada semua bagian, baik pada bagian bahan baku, bagian bahan dalam proses produksi dan bagian barang jadi. Pengendalian mutu pada proses produksi membantu perusahaan mencegah dan mengatasi penyimpangan-penyimpangan yang akan terjadi atau yang telah terjadi.

Pengendalian mutu mencakup keseluruhan kegiatan produksi, dari mulai perencanaan (*plan*), kemudian mengimplementasikan perencanaan itu menjadi kenyataan (*do*), dan meninjau kembali sejauhmana kesesuaian antara hasil dengan rencana semula (*check*). Selanjutnya harus dilakukan perbaikan yang perlu apabila kesesuaian antara hasil dengan rencana tidak tercapai (*action*). Keseluruhan langkah tersebut, P-D-C-A (*Plan, Do, Check, Action*) akan menjadi sebuah siklus pengendalian yang satu sama lain saling bergantung dan berkesinambungan.

Oleh sebab itu diperlukan penciptaan terhadap divisi pengendalian mutu dalam sebuah organisasi/perusahaan. Divisi ini bertugas mendelegasikan tanggung jawab untuk menjaga mutu produk ke seluruh divisi dan ini harus melibatkan anggota perusahaan secara keseluruhan dan terpadu.

Pengendalian mutu tersebut adalah sebuah diagnostik. Apabila terjadi kegagalan produksi sehingga menghasilkan produk cacat, maka akan dilakukan identifikasi penyebab dan perbaikan. Akan tetapi, hal yang terpenting adalah mencari dan menelusuri penyebab terjadinya permasalahan, sehingga dapat diterapkan prosedur kerja baru, yang menjamin persoalan yang sama tidak akan terulang.

Dalam industri tradisional seperti yang banyak berkembang di Indonesia, sistem jaminan mutu hanya berfokus pada aktivitas inspeksi untuk mencegah terjadinya produk-produk cacat sampai ke tangan konsumen dengan cara menyortir produk yang baik dari produk cacat. Pada umumnya sistem mutu modern dibangun oleh industri-industri dari negara maju dan memiliki karakteristik:

1. Berorientasi Kepada Konsumen

Produk didesain sesuai dengan keinginan konsumen melalui riset pasar, sehingga memenuhi spesifikasi desain, serta purna jual yang baik.

2. Partisipasi aktif yang dipimpin oleh Manajemen Puncak

Konsekuensi rendahnya motivasi pekerja terhadap mutu karena kurang perhatian dari manajemen puncak.

3. Adanya pemahaman dari setiap orang terhadap Tanggung Jawab yang spesifik untuk Mutu
Adanya komitmen bersama dari level bawah sampai level atas akan pengertian tentang mutu.
4. Aktivitas yang Berorientasi Pada Tindakan pencegahan Kerusakan.
Mutu tidak hanya cukup dilakukan pada mendeteksi kerusakan , tetapi difokuskan pada tindakan pencegahan dengan cara melakukan aktivitas secara baik sesuai dengan instruksi pekerjaan, sesuatu dilakukan dengan cara *do it right the first time*.
5. Filosofi menganggap bahwa Mutu Merupakan Jalan Hidup (*Way of life*)
Isu-isu tentang mutu selalu didiskusikan dalam pertemuan manajemen, karyawan diberikan pelatihan tentang konsep mutu beserta metode-metodenya. Adanya kultur budaya perusahaan melaksanakan *proses peningkatan mutu secara terus menerus*.

2.7. Pengertian Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 pasal 1 ayat 1, 2, dan 3 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro adalah usaha ekonomi produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2.8. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)

Menurut Undang–Undang Republik Indonesia Nomor 20 pasal 6 ayat 1, 2, dan 3 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sebagai berikut:

1. Usaha Mikro
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau;
 - b. Memiliki hasil penjualan setahun paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Usaha Kecil
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau;

- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Usaha Menengah
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau;
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

2.9. Sejarah dan Perkembangan UMKM Gerabah Kasongan

Kasongan adalah sebuah desa yang terletak di Pedukuhan Kajen, Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, sekitar 8 kilometer ke arah barat daya dari pusat Yogyakarta. Kasongan dikenal sebagai sentra kerajinan gerabah. Pada awalnya, gerabah yang diproduksi warga Kasongan hanya berupa perkakas rumah tangga, misalnya kwali, cobek, anglo, tungku dan perkakas lain. Sejalan dengan perkembangan jaman dan masuknya pengaruh modern dan budaya luar melalui berbagai media telah membawa perubahan di Kasongan. Kawasan Kasongan pertama kali diperkenalkan oleh seniman terkenal yaitu Sapto Hudoyo sekitar tahun 1970an.

Berbagai usaha telah dilakukan oleh para pengusaha industri kerajinan Yogyakarta, namun usaha yang dilakukan belum maksimal. Usaha industri kerajinan tersebut bila tidak mendapat pesanan, perusahaan akan mandeg dari semua aktivitasnya baik tenaga kerja maupun alat-alatnya. Oleh karena itu perlu dicari terobosan baru untuk mengantisipasi kejadian tersebut dengan mengembangkan desain dan meningkatkan kualitas *finishing* serta usaha perbaikan yang dapat membuka wawasan bahwa pentingnya desain dan kualitas akan merebut pasar ekspor. Melihat jumlah produksi dan sebaran pemasaran baik dalam negeri dan luar negeri, maka pembinaan lain yang mendukung yakni pembinaan finising, pengeringan, pewarnaan, pemasangan asesori, studi pasar dan studi banding.

Daur hidup usaha keramik ini tidak selalu stabil. Terkadang ramai pembeli namun terkadang pula sepi akan pembeli ataupun pesanan. Penjualan produk biasanya terjadi secara musiman. Biasanya pada saat liburan hari-hari besar di mana banyak wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang pergi ke sentra industri keramik di Kasongan ini untuk membeli cendera mata khas dari Yogyakarta.

Dalam perjalanannya, sentra industri gerabah di Kasongan juga mengalami pasang surut, terlebih dengan adanya gempa yang mengguncang Yogyakarta dan sekitarnya pada 27 Mei 2006 silam. Peristiwa gempa tersebut membawa dampak yang cukup besar bagi perkembangan sentra industri gerabah di Kasongan. Peristiwa ini merupakan titik tolak dari kebangkitan industri gerabah di Kasongan. Semenjak gempa yang melanda desa tersebut, masyarakat telah berusaha keras untuk membangun kembali industri gerabah yang menjadi mata pencaharian utama bagi mereka. Hal tersebut ternyata mampu mengembalikan kehidupan sentra industri gerabah Kasongan, bahkan menjadi lebih baik bila dibandingkan dengan kondisi sebelum gempa terjadi.

3. Metode Penelitian

3.1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari sampai dengan Juni 2017. Penelitian ini dirancang sebagai penelitian survai. Peneliti melakukan survai di Kerajinan Gerabah Kasongan Bantul. Sebelum membagikan kuesioner, peneliti terlebih dahulu melakukan survai pendahuluan untuk memastikan responden bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.

Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dalam menentukan calon responden. Menurut Jogiyanto (2013), *purposive sampling* adalah proses pengambilan sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan peneliti adalah:

1. Unit usaha yang melakukan proses produksi sebelum dijual
2. Unit usaha yang diteliti adalah perusahaan yang menggunakan bahan baku berupa leleran (tanah liat)

3.2. Daftar Sampel

Peneliti memiliki target untuk membagikan kuesioner kepada 52 UMKM di Kasongan Bantul yang sebelumnya pada survei pendahuluan telah menyetujui untuk mengisi kuesioner.

Tabel 3.1
Daftar Perusahaan yang Akan Diteliti

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	Lanji Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
2	Kunting Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
3	Sartini Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
4	Marwan Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
5	Rejo Keramik	Kasongan RT 01,Bantul
6	Dian Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
7	Tini Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
8	Ijah Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
9	Mujino Keramik	Kasongan RT 01,Bantul
10	Yan Ardiant Keramik	Kasongan RT 01,Bantul
11	Sentana Keramik	Kasongan RT 02,Bantul
12	Paryanti Keramik	Kasongan RT 04,Bantul
13	Kariyo Keramik	Kasongan RT 04,Bantul
14	Ali Gerabah	Kasongan RT 04,Bantul
15	Nurya Craft	Sentanan,jalan Raya Kasongan,Bantul
16	Ginaryo Ceramics 2	Senantan,RT 06,jalan Raya Kasongan,Bantul
17	Mergo Keramik	Kajen RT 02,Bantul
18	Nyukiti Keramik	Kasongan RT 04,Bantul
19	Mandala Citra Keramik	Kasongan RT 04,Bantul
20	Iyem Angklo Keramik	Kajen RT 02,Bantul
21	Bisma Craft	Kasongan RT 03,Bantul
22	Rahayu Souvenir	Kajen RT 02,Bantul
23	Ginaryo Ceramic 1	Santanan RT 06,Bantul
24	Sastro Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
25	Ronggo Keramik	Kasongan RT 04,Bantul
26	Yopan Keramik	Kasongan RT 05,Bantul
27	Subur Keramik	Sentanan RT 05,Bantul
28	Pairan Keramik	Kasongan RT 05,Bantul
29	Painem Keramik 3	Sentanan RT 05,Bantul
30	Moko Keramik	Sentanan, RT 05,Bantul
31	Nurni Keramik	Sentanan RT 05,Bantul
32	Cipta Kreasi	Jalan Raya Kasongan,Bantul
33	Randy Studio Keramik	Sentanan RT 05,Bantul
34	BM Ceramic	Sentanan RT 05,Bantul
35	Seto Keramik	Goren RT 01,Bantul

No	Nama Perusahaan	Alamat
36	Mujiyo Keramik	Sentanan RT 05,Bantul
37	Jambul Keramik	Jalan Raya Kasongan,Bantul
38	Madio Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
39	Poniyem Keramik	Kajen RT 01,Bantul
40	Restuning Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
41	Ribut Keramik	Sentanan RT 05,Bantul
42	Wuwung Asri	Kajen RT 01,Bantul
43	Tirajak Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
44	Gumilang Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
45	Rahma Ceramics	Goren RT 02,Bantul
46	Kaboel Craft	Jalan Raya Kasongan,Bantul
47	Parimin Keramik	Sentanan RT 05,Bantul
48	ROY Keramik	Sentanan RT 05,Bantul
49	Jumiran Keramik	Kajen RT 01,Bantul
50	Sanggar Guji Ponimin	Sentanan RT 05,Bantul
51	Wildan Keramik	Kasongan RT 03,Bantul
52	Naga sakti Keramik	Kasongan RT 05,Bantul

Sampel yang dipilih terletak di daerah pedukuhan Kajen, desa Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta, atau lebih sering disebut daerah kerajinan Kasongan Bantul.

Produk-produk yang dipasarkan pada perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel berupa kerajinan tangan yang terbuat dari tanah liat, diantaranya:

1. Peralatan rumah tangga, contoh:teko, cobek atau ulekan, panci, piring, tungku arang, wajan, sendok sayur, mangkok, tempat pensil, asbak,dll.
2. Hiasan, contoh : patung, guci, miniatur, kendi hias, vas bunga, bingkai foto, celengan, hiasan dinding, dan lain-lain.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan merupakan data primer,dimana data primer merupakan data yang didapat secara langsung dari narasumber. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah pemilik usaha kerajinan gerabah kasongan Bantul. Data didapat dengan cara :

1. Kuesioner
Kuesioner dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan berupa angket terhadap objek yang diteliti.
2. Observasi
Proses observasi dilakukan untuk melihat praktik-praktik produksi yang dilakukan oleh responden, sehingga dapat mempermudah peneliti dalam menjelaskan istilah-istilah teoritis kedalam bahasa atau istilah yang dipahami dan telah dilakukan oleh responden.
3. Wawancara
Dilakukan dengan melakukan komunikasi langsung pihak-pihak yang terkait dengan penelitian.

3.4. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Data yang dikumpulkan tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel dan gambar supaya mudah dimengerti, komunikatif, dan informatif bagi pihak lain. Peneliti menggunakan analisis

deskriptif untuk menjelaskan dan menggambarkan biaya kualitas pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kasongan Bantul.

4. Analisis Data

Aktivitas kualitas terdiri dari dua bagian yaitu aktivitas pengendalian yang terdiri dari aktivitas pencegahan dan aktivitas penilaian, serta aktivitas kegagalan yang terdiri dari aktivitas kegagalan internal dan aktivitas kegagalan eksternal. Untuk mengetahui apakah usaha gerabah telah menerapkan aktivitas kualitas, penulis mendistribusikan kuesioner kepada 52 responden. Berdasarkan kuesioner yang telah terisi, ada empat (4) buah perusahaan yang tidak bersedia mengisi kuesioner dan tiga (3) buah perusahaan yang tidak mengisi kuesioner secara lengkap. Kuesioner yang dikembalikan dan diisi secara lengkap berjumlah 45 buah sebagaimana dapat dilihat dalam tabel 3.

Tabel 4.1
Rincian Kuesioner yang Diberikan dan Kembali

	Jumlah Kuesioner (buah)
Kuesioner dibagikan	52
Kuesioner kembali kosong	4
Kuesioner kurang lengkap	3
Kuesioner dapat diolah	45

Responden yang bersedia mengisi kuesioner juga bersedia untuk diwawancarai demi mendapatkan keterangan selengkapnya, selain dari keterangan yang sudah di tulis di kuesioner.

Responden yang diteliti terdiri dari usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah berdasarkan UU no 20 tahun 2008 tentang UMKM, dengan kriteria perusahaan yang memperoleh pendapatan pertahun sebesar:

- Usaha mikro memiliki pendapatan Rp1 - Rp300.000.000
- Usaha kecil memiliki pendapatan Rp300.000.001 - Rp2.500.000.000
- Usaha menengah memiliki pendapatan Rp2.500.000.001 -Rp50.000.000.000

Kategori UMKM dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4 berikut:

Tabel 4.2
Kategori Perusahaan yang Diteliti Berdasarkan Undang-Undang UMKM

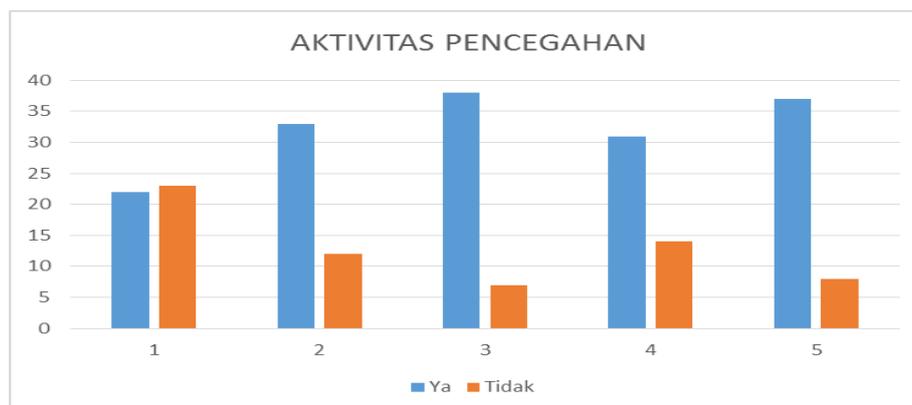
Kriteria UMKM	Jumlah Perusahaan (sampel)
Usaha mikro	36
Usaha kecil	9
Usaha menengah	0

4.1. Hasil Survei Aktivitas Kualitas

4.1.1. Aktivitas Pencegahan

Aktivitas pencegahan adalah aktivitas yang terjadi untuk mencegah kualitas buruk pada produk atau jasa yang dihasilkan. Dengan adanya peningkatan aktivitas pencegahan maka diharapkan aktivitas kegagalan akan turun. Peneliti memasukkan lima aktivitas yang berhubungan dengan pencegahan yang meliputi perencanaan kualitas, tinjauan-tinjauan produk baru, pengendalian proses, audit kualitas, evaluasi kualitas pemasok, dan pelatihan.

Berdasarkan survei yang telah dilaksanakan kepada 45 responden, maka didapat data mengenai aktivitas pencegahan seperti pada gambar 4.1 berikut ini:



Gambar 4.1
Aktivitas Pencegahan

Ada lima pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden, terkait dengan aktivitas pencegahan, yaitu:

1. UMKM memberikan pelatihan kepada calon karyawan atau karyawan lama untuk membuat gerabah yang akan dijual. Kalau ada, berapa kali dalam setahun dilakukan pelatihan?
2. UMKM melakukan seleksi pembelian tanah liat.
3. UMKM memiliki perencanaan terhadap kualitas gerabah yang akan dijual. Kalau ada, bagaimana perencanaan kualitas yang dilakukan UMKM?
4. UMKM melakukan evaluasi terhadap semua kegiatan perbaikan kualitas baik produksi maupun non-produksi.
5. UMKM melakukan proses perbaikan secara terus menerus terhadap produknya.

4.1.2. Perusahaan Memberikan Pelatihan Kepada Calon Karyawan Atau Karyawan Lama Untuk Membuat Gerabah

Pada aktivitas ini, penulis ingin mengetahui apakah usaha gerabah, yang bersedia menjadi responden, melakukan pemberian pelatihan kepada karyawan baru maupun karyawan lama. Berdasarkan jawaban dari 45 responden, maka diketahui bahwa sebanyak 22 responden (49%) menjawab “Ya”, dan 23 responden (51%) menjawab “Tidak”. Berdasarkan kolom keterangan dan wawancara, responden mengatakan ya apabila terdapat jenis atau bentuk produk baru atau pesanan baru maka akan diberikan pelatihan, sedangkan responden yang mengatakan tidak, karena mereka beranggapan karyawan sudah terampil membuat gerabah secara turun temurun.

4.1.3. Seleksi Pembelian Pada Tanah Liat

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti melakukan seleksi pemasok pada saat pembelian tanah liat. Responden yang menjawab ya sebanyak 33 (73%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 12 (27%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, responden mengatakan ya karena untuk mencegah gerabah yang pecah dalam proses pengerjaan, sedangkan responden yang mengatakan tidak karena tanah liat yang dibeli sudah digiling atau sudah siap produksi.

4.1.4. Perusahaan Memiliki Perencanaan Terhadap Kualitas Gerabah Yang Akan Dijual

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti memiliki perencanaan terhadap kualitas gerabah yang akan dijual. Responden pada usaha mikro yang menjawab ya sebanyak 38 (84%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 7 (16%) perusahaan, sedangkan pada usaha kecil, semua responden menjawab ya.

Berdasarkan keterangan dan wawancara, sebagian besar responden menyatakan proses pembakaran gerabah merupakan proses terbaik untuk menentukan kualitas gerabah, sedangkan sebagian responden menyatakan cara terbaik mencegah gerabah rusak dengan meningkatkan kualitas tanah liatnya.

4.1.5. Perusahaan melakukan evaluasi terhadap semua kegiatan perbaikan kualitas

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti melakukan evaluasi terhadap semua kegiatan perbaikan kualitas. Responden pada usaha mikro yang menjawab ya sebanyak 31 (69%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 14 (31%) perusahaan.

Berdasarkan keterangan dan wawancara, evaluasi kegiatan perbaikan kualitas dilakukan apabila banyak terjadi kesalahan yang dilakukan karyawan yang menyebabkan kerusakan gerabah sehingga memerlukan perbaikan.

4.1.6. Perusahaan selalu melakukan proses perbaikan kualitas secara terus menerus

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti melakukan selalu melakukan proses perbaikan kualitas secara terus menerus untuk meningkatkan penjualan. Responden pada usaha mikro yang menjawab ya sebanyak 37 (82%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 8 (18%) perusahaan.

Berdasarkan keterangan dan wawancara, responden menyatakan perbaikan terus menerus pasti diperlukan karena untuk mencegah pelanggan membeli di tempat lain dan menarik calon pelanggan.

Proporsi semua aktivitas pencegahan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2.1 sebagai berikut :

Tabel 4.2.1
Aktivitas Pencegahan

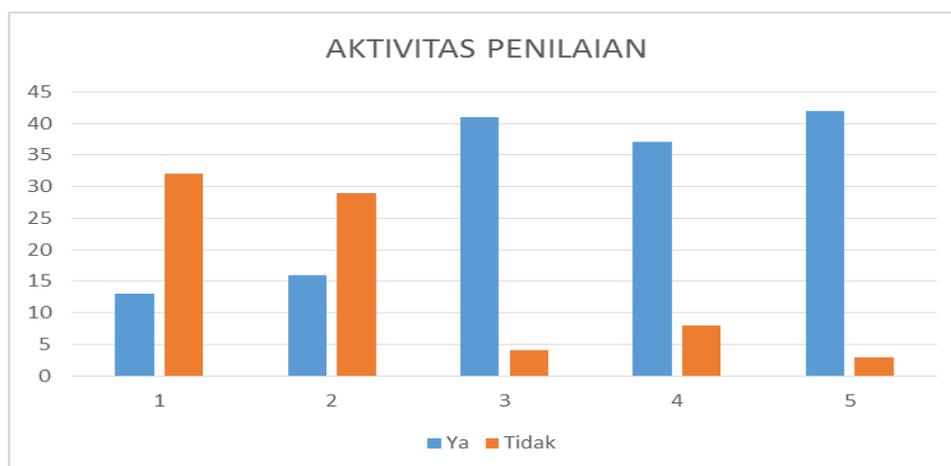
No	Aktivitas	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Pemberian pelatihan	22	49	23	51
2	Seleksi pemasok tanah liat	33	73	12	27
3	Perencanaan kualitas	38	84	7	16
4	Evaluasi kegiatan perbaikan kualitas	31	69	14	31
5	Perbaikan terus menerus	37	82	8	17

Berdasarkan tabel 5, terlihat bahwa aktivitas pencegahan kualitas yang paling banyak dilakukan perusahaan adalah perencanaan kualitas dan perbaikan terus menerus dengan persentase masing-masing sebesar 84% dan 82%. Sementara itu, aktivitas pemberian pelatihan kepada karyawan kurang dilakukan oleh perusahaan dengan persentase sebesar

48%. Padahal, pemberian pelatihan kepada karyawan justru akan membuat karyawan lebih efisien dalam bekerja.

4.1.7. Aktivitas Penilaian

Aktivitas penilaian adalah aktivitas yang terjadi untuk menentukan apakah produk atau jasa telah sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan pelanggan. Penulis memasukkan lima aktivitas yang berhubungan dengan penilaian. Berdasarkan survei yang telah dilaksanakan kepada 45 responden, maka didapat data mengenai aktivitas penilaian seperti pada gambar 4.2 sebagai berikut:



Gamb

ar 2. Aktivitas Penilaian

Ada lima pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden, terkait dengan aktivitas penilaian, yaitu:

1. UMKM memiliki karyawan yang bertugas mengawasi gerabah yang sedang dalam proses produksi atau mesin yang berfungsi mengawasi proses produksi. Kalau ada, berapa orang atau mesin yang berfungsi mengawasi proses produksi?
2. UMKM memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau sejenisnya
3. UMKM melakukan penilaian kelayakan sebelum gerabah dijual. Bagaimana proses penilaian kelayakan yang dilakukan UMKM anda?
4. UMKM selalu memeriksa dan menilai tanah liat yang diperoleh
5. UMKM melakukan pemeliharaan terhadap semua peralatan yang dimiliki untuk menunjang kualitas produk yang dihasilkan

4.1.8. Pengawasan terhadap mesin produksi secara rutin

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, penulis ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti memiliki karyawan atau mesin yang bertugas mengawasi gerabah yang sedang dalam proses produksi. Responden yang menjawab ya sebanyak 13 (29%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 32 (71%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, responden mengatakan yang bertugas mengawasi proses produksi adalah pemilik perusahaan, sedangkan responden yang mengatakan tidak melakukan pengawasan proses produksi karena beranggapan bahwa karyawan yang dipekerjakan sudah mahir sehingga tidak perlu diawasi.

4.1.9. Pengesahan dari pihak luar

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau sejenisnya. Responden yang

menjawab ya sebanyak 16 (36%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 29 (64%) perusahaan

Berdasarkan kolom keterangan dan wawancara, responden mengatakan ya karena menurut mereka surat izin resmi pemerintah merupakan sesuatu yang penting dalam usaha dagang, sedangkan responden yang mengatakan tidak karena mereka menganggap perusahaan rumahan seperti mereka tidak memerlukan surat izin.

4.1.10. Penilaian Kelayakan

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti melakukan penilaian kelayakan sebelum gerabah dijual. Responden yang menjawab ya sebanyak 41 (91%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 4 (9%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, penilaian kelayakan gerabah dilakukan pada saat gerabah siap jual, dilihat dari model atau pesanan sudah sesuai apa tidak, tidak ada keretakan dan halus sebelum dan setelah pengecatan.

4.1.11. Pemeriksaan dan penilaian tanah liat

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti selalu memeriksa dan menilai terlebih dahulu tanah liat yang diperoleh. Responden yang menjawab ya sebanyak 37 (82%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 8 (18%). Berdasarkan keterangan dan wawancara, responden mengatakan ya karena mereka menganggap tanah liat yang dibeli sedikit atau tinggal sedikit akan lebih mudah kering di tempat penyimpanan, karena itu mereka selalu memeriksa tanah liat sebelum mengolahnya, sedangkan responden yang mengatakan tidak melakukan pemeriksaan dan penilaian disebabkan tanah liat yang dibeli sudah merupakan tanah liat jadi dan siap diproduksi.

4.1.12. Pemeliharaan Peralatan

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti melakukan pemeliharaan pada peralatan untuk menunjang produksi. Responden yang menjawab ya sebanyak 42 (93%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 3 (7%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, peralatan (termasuk perbot) diperiksa setiap akan digunakan sehingga tidak ada jangka waktu dilakukan pemeriksaan.

Proporsi semua aktivitas biaya penilaian dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2.2
Aktivitas Penilaian

No	Aktivitas	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Pengawasan proses produksi	13	29	32	71
2	Pengesan dari pihak luar	16	36	29	64
3	Penilaian kelayakan	41	91	4	9
4	Pemeriksaan dan penilaian tanah liat	37	82	8	18
5	Pemeliharaan peralatan	42	93	3	7

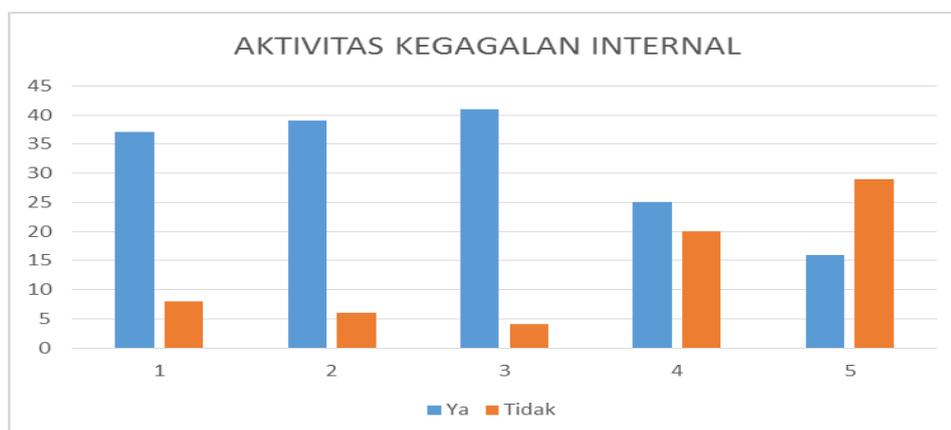
Berdasarkan survei, terlihat bahwa aktivitas penilaian kualitas yang paling banyak dilakukan perusahaan adalah pemeliharaan peralatan dengan persentase sebesar 93% dan

aktivitas penilaian kelayakan sebesar 91%, tetapi pengawasan proses produksi pada gerabah kurang dilakukan oleh perusahaan dengan persentase 29%. Aktivitas pengawasan kegiatan penilaian sangat diperlukan, namun menurut keterangan dalam kuesioner dan wawancara, banyak pengusaha yang beranggapan karyawan yang dipekerjakan sudah mahir karena pengolahan gerabah merupakan pekerjaan turun temurun di Kasongan.

Aktivitas pengesahan dari pihak luar juga rendah yaitu sebesar 39%. Pengesahan dari pihak luar diperlukan karena izin usaha memiliki berbagai manfaat, diantaranya izin usaha merupakan salah satu syarat utama untuk mengajukan kredit modal usaha, sebagai sarana promosi dan sebagai sarana pengembangan usaha ke tingkat internasional karena izin usaha merupakan syarat untuk melakukan ekspor-impor.

4.1.13. Aktivitas Kegagalan Internal

Aktivitas kegagalan internal adalah aktivitas yang terjadi karena produk atau jasa yang dihasilkan tidak sesuai dengan spesifikasi atau kebutuhan pelanggan sebelum dikirim ke pelanggan. Penulis memasukkan lima aktivitas yang berhubungan dengan kegagalan internal. Berdasarkan survei yang telah dilaksanakan kepada 45 responden, maka didapat data mengenai aktivitas kegagalan internal seperti pada gambar 4.3:



Gambar 4.3 Aktivitas Kegagalan Internal

Ada lima pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden, terkait dengan aktivitas kegagalan internal, yaitu:

1. Setiap proses produksi dilakukan selalu ada sisa tanah liat yang tidak terpakai. Kalau ada sisa tanah liat yang terpakai, biasanya dijual kembali atau digunakan untuk produksi selanjutnya?
2. UMKM selalu melakukan pemeriksaan ulang sebelum gerabah dijual
3. Setiap proses produksi dilakukan selalu ada ditemukan gerabah rusak atau tidak sesuai dengan kualitas seharusnya. Kalau ada, gerabah rusak tersebut dibuang atau diperbaiki agar bisa dijual?
4. UMKM selalu membeli tanah liat sedikit lebih banyak dari kapasitas produksi. Kalau ya, apa alasan UMKM membeli tanah liat lebih banyak dari kapasitas produksi?
5. UMKM pernah menemukan mesin produksi yang rusak dan menyebabkan produk yang diproduksi mesin tersebut juga rusak

4.1.14. Tanah liat sisa produksi

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti selalu memiliki tanah liat sisa produksi gerabah. Responden pada usaha mikro yang menjawab ya sebanyak 37 (82%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 8

(18%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, sisa tanah liat yang banyak biasanya digunakan untuk memproduksi gerabah besar selanjutnya, untuk sisa tanah liat yang sedikit biasanya dibuat untuk memproduksi gerabah kecil, seperti anglo dan pot, tetapi ada responden yang memberikan sisa tanah liat kepada orang lain untuk membuat tungku.

4.1.15. Pemeriksaan ulang

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti selalu memeriksa dan menilai terlebih dahulu gerabah sebelum dijual. Responden yang menjawab ya sebanyak 39 (87%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 6 (13%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, pemeriksaan ulang gerabah dilakukan oleh karyawan pada tahap pengecatan yang merupakan tahap akhir produksi untuk mengetahui apakah gerabah sudah sesuai.

4.1.16. Pengerjaan ulang gerabah

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti pernah menemukan gerabah rusak atau tidak sesuai dengan kualitas seharusnya. Responden pada usaha mikro yang menjawab ya sebanyak 42 (93%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 3 (7%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, gerabah yang sudah dibakar rusak biasanya diperbaiki apabila kerusakannya kecil tetapi apabila kerusakannya besar maka akan dibuang atau dijadikan sampel produk (pajangan).

4.1.17. Pembelian lebih tanah liat

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti membeli tanah liat sedikit lebih banyak dari kapasitas produksi. Responden pada usaha mikro yang menjawab ya sebanyak 25 (56%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 20 (44%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, responden yang membeli tanah liat lebih banyak dari kapasitas produksi disebabkan untuk persediaan sehingga apabila ada pesanan gerabah maka akan cepat diproduksi, sedangkan responden yang mengatakan tidak karena mereka beranggapan tanah liat sisa produksi apabila dibiarkan terlalu lama maka akan mengering dan tidak bisa digunakan lagi sehingga akan menyebabkan kerugian.

4.1.18. Mesin rusak menyebabkan gerabah rusak

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti pernah menemukan gerabah rusak atau tidak sesuai dengan kualitas seharusnya karena alat pemutar (perbot) yang rusak. Responden pada usaha mikro yang menjawab ya sebanyak 16 (36%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 29 (64%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, alat pemutar (perbot) sebenarnya jarang sekali rusak padahal sudah digunakan secara turun-temurun. Kerusakan besar pada perbot akan sangat mudah dikenali karena akan menyebabkan perbot sulit diputar, tetapi kerusakan kecil pada perbot akan dapat dilihat pada saat gerabah sudah dibakar, biasanya akan menyebabkan gerabah tidak simetris di kedua sisi. Proporsi semua aktivitas kegagalan internal dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.2.3 sebagai berikut:

Tabel 4.2.3
Aktivitas Kegagalan Internal

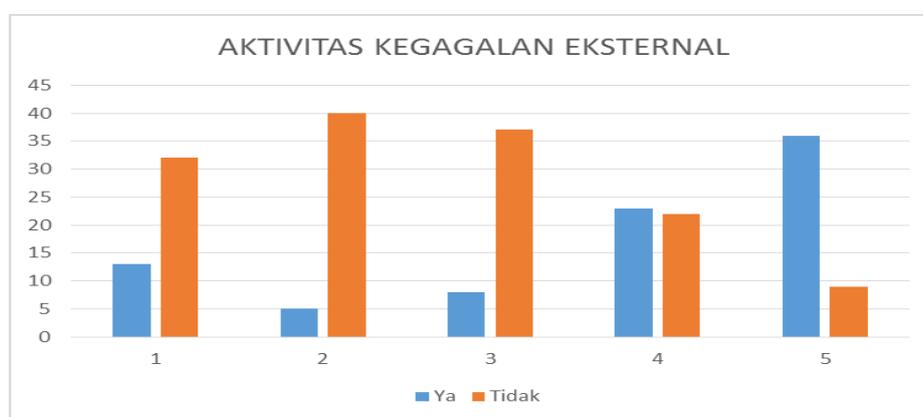
No	Aktivitas	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Tanah liat sisa produksi	37	82	8	18
2	Pemeriksaan ulang	39	87	6	13
3	Pengerjaan ulang gerabah	41	91	4	9

4	Pembelian lebih tanah liat	25	56	20	44
5	Mesin rusak menyebabkan produk cacat	16	36	29	64

Berdasarkan tabel 7, aktivitas pengerjaan ulang dan pemeriksaan ulang pada gerabah sangat banyak terjadi dengan persentase masing-masing 91% dan 87%. Aktivitas paling sedikit terjadi pada perusahaan adalah produk cacat yang disebabkan oleh mesin produksi (perbot) yang rusak dengan persentase 36%.

4.1.19. Aktivitas Kegagalan Eksternal

Aktivitas kegagalan eksternal adalah aktivitas yang terjadi karena produk atau jasa yang dihasilkan gagal memenuhi persyaratan atau tidak memuaskan kebutuhan pelanggan setelah produk diserahkan kepada pelanggan. Penulis memasukkan lima aktivitas yang berhubungan dengan kegagalan eksternal. Berdasarkan survei yang telah dilaksanakan kepada 45 responden, maka didapat data mengenai aktivitas kegagalan eksternal seperti pada gambar 4.4:



Gambar 4.4. Aktivitas Biaya Kegagalan Eksternal

Ada lima pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden, terkait dengan aktivitas kegagalan eksternal, yaitu:

1. UMKM memiliki garansi pada produk yang sudah dijual. Kalau ada, berapa lama garansi yang diberikan untuk setiap pembelian?
2. UMKM pernah menarik produk yang telah dijual karena keluhan konsumen
3. Kalau ada, apakah biaya untuk mengembalikan produk ditanggung UMKM?
4. UMKM memiliki customer service untuk menangani keluhan pelanggan
5. UMKM pernah menjual sebuah gerabah dengan harga yang murah karena produk tersebut telah rusak.
6. UMKM beranggapan gerabah yang dihasilkan sudah memenuhi kepuasan konsumen

4.1.20. Pemberian garansi kepada pelanggan

Pada aktivitas ini, penulis ingin mengetahui apakah UMKM, yang bersedia menjadi responden, memberikan garansi pada gerabah yang dijual. Responden yang menjawab ya sebanyak 13 (29%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 32 (71%) perusahaan. Berdasarkan kolom keterangan dan wawancara, kebanyakan perusahaan memberikan garansi apabila gerabah dikirim menggunakan jasa pengiriman.

4.1.21. Pengembalian Gerabah yang sudah terjual

Pada aktivitas ini, penulis ingin mengetahui apakah UMKM, yang bersedia menjadi responden, bertanggung jawab atas gerabah yang diberikan perusahaan. Berdasarkan

pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti pernah mendapat pengembalian gerabah oleh pelanggan. Responden yang menjawab ya sebanyak 5 (11%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 40 (89%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, biasanya pengembalian gerabah yang sudah terjual terjadi karena kerusakan pada saat pengiriman menggunakan jasa pengiriman.

4.1.22. Customer Service

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti memiliki *customer service*. Responden yang menjawab ya sebanyak 8 (18%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 37 (82%) perusahaan

Berdasarkan keterangan dan wawancara, hampir semua perusahaan yang diteliti tidak memiliki telepon yang berfungsi khusus untuk perdagangan. Pemilik perusahaan mengatakan hanya menggunakan telepon genggam untuk berkomunikasi dengan pelanggan, dan hanya kepada pelanggan tetap nomor telepon diberikan.

4.1.23. Potongan harga karena gerabah rusak

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti pernah menjual gerabah dengan harga murah karena gerabah yang dijual sudah rusak. Responden yang menjawab ya sebanyak 23 (51%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 22 (49%) perusahaan. Berdasarkan keterangan dan wawancara, penjualan produk rusak sangat jarang terjadi karena biasanya produk rusak akan dibuang atau dijadikan sampel (pajangan).

4.1.24. Gerabah memenuhi kepuasan pelanggan

Berdasarkan pernyataan dalam kuesioner, peneliti ingin mengetahui apakah UMKM yang diteliti merasa sudah memenuhi kepuasan pelanggan. Responden yang menjawab ya sebanyak 36 (80%) perusahaan dan yang menjawab tidak sebanyak 9 (20%) perusahaan.

Proporsi semua aktivitas kegagalan eksternal dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 4.2.5
Aktivitas Kegagalan Eksternal

No	Aktivitas	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Garansi	13	29	32	71
2	Pengembalian gerabah oleh pelanggan	5	11	40	89
3	<i>Customer service</i>	8	18	37	82
4	Potongan harga karena gerabah cacat	23	51	22	49
5	Gerabah memenuhi kepuasan pelanggan	36	80	9	20

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 4.2.5, sebagian besar perusahaan sudah sangat yakin bahwa gerabahnya dapat memuaskan pelanggan dengan persentase 80%, hal ini dapat terlihat dari terkenalnya nama gerabah Kasongan di Indonesia maupun pasar internasional. Retur penjualan juga rendah yaitu sebesar 11%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kegagalan eksternal dapat dikendalikan dengan baik. Akan tetapi, banyak perusahaan yang belum memiliki *customer service* pada usahanya dengan besaran 18% yang sudah memilikinya.

5. Kesimpulan dan Implikasi Penelitian

5.1. Kesimpulan

Pada bagian ini, peneliti akan menjelaskan dan menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya melalui persentase nilai tertinggi dan nilai terendah aktivitas kualitas yang terdiri dari empat elemen aktivitas, meliputi aktivitas pencegahan, aktivitas penilaian, aktivitas kegagalan internal, dan aktivitas kegagalan eksternal. Berdasarkan hasil penelitian survei aktivitas kualitas yang telah dilakukan di Kasongan Bantul, peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. **Aktivitas Pencegahan**

Aktivitas pencegahan terbanyak yang dilakukan oleh perusahaan adalah perencanaan kualitas gerabah yang akan dijual yaitu sebanyak 84%, sedangkan aktivitas pelatihan merupakan aktivitas terendah yang dilakukan oleh perusahaan yaitu sebanyak 49%.

2. **Aktivitas Penilaian**

Aktivitas penilaian terbanyak yang dilakukan oleh perusahaan adalah pemeliharaan semua peralatan yang dimiliki untuk menunjang kualitas produk yang dihasilkan yaitu sebesar 93%, sedangkan aktivitas pengawasan merupakan aktivitas terendah yang dilakukan oleh perusahaan yaitu sebesar 29%.

3. **Aktivitas Kegagalan Internal**

Aktivitas kegagalan internal terbanyak yang dilakukan oleh perusahaan adalah menemukan gerabah rusak atau tidak sesuai dengan kualitas seharusnya, yaitu sebesar 93%. Aktivitas terendah yang dilakukan perusahaan adalah menemukan mesin produksi yang rusak dan menyebabkan produk yang diproduksi mesin tersebut juga rusak dengan persentase sebesar 36%.

4. **Aktivitas Kegagalan Eksternal**

Aktivitas kegagalan eksternal yang paling banyak dilakukan oleh perusahaan adalah aktivitas bahwa perusahaan beranggapan gerabah yang dihasilkan sudah memenuhi kepuasan konsumen, dengan persentase sebesar 80%. Aktivitas kegagalan eksternal terendah yang dilakukan perusahaan adalah aktivitas menarik produk yang telah dijual karena keluhan konsumen, yaitu sebesar 11%.

5.2. Implikasi Penelitian

Implikasi berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Dalam data bisa dilihat bahwa pengerjaan ulang gerabah cukup besar, yakni 92% pada perusahaan mikro dan 88% pada perusahaan kecil. Kerusakan gerabah ini bisa dikurangi dengan meningkatkan aktivitas pengawasan proses produksi yang cukup sedikit dilakukan oleh perusahaan kategori mikro dan kecil, yakni 28% dan 33% dan meningkatkan pemberian pelatihan kepada karyawan, pada saat ini pemberian pelatihan sedikit yang melakukannya, sebesar 48% perusahaan kategori mikro dan 55% perusahaan kategori kecil.
2. Diharapkan penelitian dapat menjadi masukan terhadap program-program pemerintah yang akan dilakukan dalam proses pendampingan dan pemberdayaan mengenai kualitas produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kasongan Bantul.

Daftar Pustaka

Bhinadi, Ardito (2011), "Survey Dampak ACFTA terhadap Perekonomian di DIY" kerjasama Kantor Bank Indonesia Yogyakarta dengan PPE FE UPN "Yogyakarta", diakses dari segoconsultant.com

Disperindagkop DIY

- Hansen, Don R., and Mowen, Maryanne M., (2009), *Managerial Accounting, 8th Edition*, Thomson South-Western.
- Hastuti, Indra (2012), “Perkembangan Usaha Industri Kerajinan Gerabah, Faktor yang Mempengaruhi dan Strategi Pemberdayaan pada Masyarakat di Desa Melikan Kecamatan Wedi Kabupaten Klaten”, *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume 16, Nomor 2, Desember, hal. 127-135.
- Horngrén, Charles T; Foster, George; and Datar, Srikant M, (2000), *Cost Accounting: A Managerial Emphasis*, Upper Saddle River, New Jersey, Prentice Hall.
- Jogiyanto, H.M., (2013), *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman, edisi keenam*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Nugraha, Singgih Wahyu, (2004), “Daya Saing UMKM Yogya Masih Minim” diakses dari www.jogja.tribunnews.com.
- Rofiq, Aunur (2016), Industri Kerajinan Gerabah Berbasis Rumah Tangga di Kasongan Bantul diakses dari kreatifonline.com
- Suardi, Rudi, (2004), *Sistem Manajemen Mutu ISO 9000:2000 Penerapannya Untuk Mencapai TQM*, Jakarta: PPM.
- Suerni, Tri (2009), “Observasi Industri Kreatif Bidang Desain Produk Kreatif (Craft) di Daerah Istimewa Yogyakarta”, diakses dari google.com
- Tambunan, Tulus, (2012), *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia Isu-isu Penting*. Jakarta, LP3ES.
- Tambunan, Tulus T.H. (2009), *UMKM Di Indonesia*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Winarni, F, dkk. (2014), Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pemberdayaan SDM.