

# **ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA MELALUI INOVASI PRODUK**

## **PADA UMKM KERAJINAN MONEL**

### **DI SENTRA KERAJINAN MONEL KRIYAN JEPARA**

(Studi pada UMKM di Sentra Kerajinan Monel Kriyan Jepara)

Oleh:

Muhammad Rizky Alamsyah

NIM. 14020214140122

#### **Abstract**

Kriyan monel craft is one of the superior products in Jepara Regency. Therefore, the development of monel Kriyan MSMEs is important, including through Innovation. The problems that occur in monel craft are facing competition from foreign countries, especially from China. The objectives of this study were: 1) to know the condition of MSMEs in the center of Kriyan monel craft. 2) Knowing the business development of SME craft monel in Kriyan Kalinyamatan Jepara village. 3) Knowing the innovations made on monel Kriyan craft products, 4) Knowing business development and innovation in monel Kriyan Kalinyamatan Jepara craft products.

The method of this research is qualitative descriptive. The research locus was conducted at the Kriyan village monel craft center, Jepara. The subjects of this study are producers or craftsmen, as well as monel traders. The data in this study were obtained from MSMEs, monel craftsmen and traders.

The results of research in the field are known to 59 SMEs who are in the center of Kriyan monel craft. Of these, there are 44 small MSMEs or around 75 percent, medium MSMEs totaling 8 MSMEs or 13 percent and large MSMEs as many as 7 MSMEs or 12 percent. The conclusion is that based on the number of workers owned by most MSMEs, the monel craft at the Kriyan monel craft center is a small MSME status.

Conclusion: Large MSMEs are more innovative than small MSMEs due to limited human resources. It is necessary to innovate product development through product design innovation, equipment innovation, marketing innovation and innovation of small and medium MSME production facilities in order to further increase sales and competitiveness until finally business development occurs, the advice given to MSME players is internal consolidation through strengthening organization or association. Then increase the capacity of business people and build communication and cooperation with relevant stakeholders to find solutions to develop monel craft business.

Keywords: MSME Development, Product Innovation, Kriyan Monel Craft.

## ABSTRAK

Kerajinan monel Kriyan merupakan salah satu produk unggulan di Kabupaten Jepara. Oleh karena itu, pengembangan UMKM monel Kriyan penting dilakukan, antara lain melalui Inovasi. Permasalahan yang terjadi pada kerajinan monel adalah menghadapi persaingan produk manca negara, khususnya dari China. Tujuan dalam penelitian ini adalah: 1) Mengetahui kondisi UMKM di sentra kerajinan monel Kriyan. 2) Mengetahui pengembangan usaha pada UMKM kerajinan monel di desa Kriyan Kalinyamatan Jepara. 3) Mengetahui inovasi yang dilakukan pada produk kerajinan monel Kriyan, 4) Mengetahui pengembangan usaha dan inovasi produk kerajinan monel Kriyan Kalinyamatan Jepara.

Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Lokus penelitian dilakukan di sentra kerajinan monel desa Kriyan Kalinyamatan Jepara. Adapun subjek penelitian ini adalah produsen atau perajin, maupun pedagang monel. Data dalam penelitian ini diperoleh dari pelaku UMKM, perajin dan pedagang monel.

Hasil penelitian di lapangan diketahui 59 pelaku UMKM yang berada di sentra kerajinan monel Kriyan. Dari jumlah tersebut, terdapat 44 UMKM kecil atau sekitar 75 persen, UMKM sedang berjumlah 8 UMKM atau 13 persen dan UMKM besar sebanyak 7 UMKM atau 12 persen. Simpulan bahwa berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimiliki sebagian besar UMKM kerajinan monel di sentra kerajinan monel Kriyan adalah berstatus UMKM kecil.

Kesimpulan: UMKM besar lebih banyak melakukan inovasi dibandingkan dengan UMKM kecil karena keterbatasan SDM. Perlu dilakukan upaya inovasi pengembangan produk melalui inovasi desain produk, inovasi peralatan, inovasi pemasaran dan inovasi sarana produksi UMKM kecil dan sedang agar lebih meningkatkan penjualan dan daya saing sampai pada akhirnya terjadi pengembangan usaha maka saran yang diberikan kepada pelaku UMKM adalah melakukan konsolidasi internal melalui penguatan organisasi atau paguyuban. Kemudian meningkatkan kapasitas SDM pelaku usaha dan membangun komunikasi serta kerjasama dengan stakeholder terkait untuk mencari solusi pengembangan usaha kerajinan monel.

Kata kunci: Pengembangan UMKM, Inovasi Produk, Kerajinan Monel Kriyan.

## A. Pendahuluan

Inovasi dan pengembangan usaha merupakan dua kata yang menjadi kunci bagi pertumbuhan dan sustainabilitas dunia usaha, termasuk di dalamnya adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan segmen terbesar pelaku ekonomi nasional. UMKM juga merupakan usaha yang kuat menghadapi situasi ekonomi yang sulit, terlihat saat krisis ekonomi melanda Indonesia UMKM tetap mampu bertahan, bahkan UMKM mampu memberikan sumbangan dalam proses penyembuhan perekonomian nasional (*national economic recovery*). Salah satu wujud dari UMKM tersebut adalah usaha kerajinan monel yang terdapat di desa Kriyan kalinyamatan Jepara.

Kerajinan ini berawal dari kreatifitas masyarakat setempat yang ingin mencoba mengolah limbah logam monel, kemudian semakin berkembang menjadi sebuah usaha kerajinan monel. Berdasarkan data pada dinas perindustrian dan perdagangan

Kabupaten Jepara, pada tahun 2015 sebagaimana dilansir oleh Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Perijinan Terpadu (BPPMPPT) Kabupaten Jepara dalam profil investasi Kabupaten Jepara tahun 2015, tercatat sejumlah 582 unit usaha yang bergerak di sektor industri kerajinan monel di desa Kriyan dan sekitarnya antara lain meliputi desa Krasak, desa Robayan, desa Gemulung, desa Margoyoso, Banyuputih dan desa Bakalan. Dari jumlah unit usaha tersebut, tenaga kerja yang terlibat di dalamnya adalah sekitar 1.220 orang. Adapun produktivitas yang dihasilkan kurang lebih 7.215.138 buah/set produk monel dari berbagai jenis, dengan nilai investasi Rp. 6.675.782.000,- dan estimasi nilai produksi sebanyak Rp. 108.748.138.000,-. (BPPMPPT Kabupaten Jepara, Profil Investasi Kab. Jepara 2015).

Berdasarkan data dan paparan permasalahan di atas, maka saya tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam terhadap inovasi dan pengembangan usaha

yang telah dilakukan pada UMKM monel di sentra UMKM monel Kriyan Kalinyamatan Jepara.

## **B. Tinjauan Pustaka**

Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria. Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (*start up*), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

Kerajinan monel merupakan seni kerajinan tangan yang menghasilkan berbagai macam jenis produk dengan

memakai bahan monel sebagai bahan bakunya. Menurut (Indianto, 2010:37) Logam monel adalah paduan nikel (Ni = 67%) dengan logam tembaga (Cu = 28%) dan elemen logam lain ferro, Mn, dan Si. Keunggulan logam monel adalah mudah dibentuk, selain itu juga kekuatan dan ketahanannya terhadap korosi cukup tinggi sehingga dapat dimanfaatkan untuk berbagai alat industri.

Inovasi yang dilakukan oleh masyarakat di sekitar desa Kriyan adalah dengan memanfaatkan bahan-bahan bekas atau rongsokan yang berupa plat, pipa dan kawat yang masing-masing mempunyai ukuran dari yang terkecil, sedang dan besar, dimanfaatkan oleh para perajin setempat sebagai pembuatan barang-barang perhiasan seperti, kalung, cincin, gelang, giwang, tusuk konde dan lain lain.

Logam monel sebagai bahan pembuatan perhiasan menghasilkan karakter fisik bahan yang menarik, dari bentuk yang sederhana (tidak terlalu banyak ornamen), sifat bahan mampu

memberi nuansa tersendiri, berwarna putih bersih mengkilat. Daya kilaunya tinggi dan tahan lama karena ketahanan korosi dalam udara terbuka sangat tinggi.

Produk kerajinan monel Kriyan mengalami inovasi terutama dalam hal desain produk. Dengan adanya perkembangan bentuk desain produk menunjukkan bahwa kerajinan monel masih memiliki gairah untuk berkompetisi dengan produk kerajinan lainnya.

Berdasarkan pada hasil penelitian di lapangan, diketahui bahwa pengembangan UMKM di sentra kerajinan monel Kriyan meliputi beberapa bagian atau segmen. Seperti pengembangan desain produk, pengembangan alat dan sarana produksi, pengembangan permodalan dan pengembangan pemasaran. Semua elemen ini merupakan unsur-unsur yang tidak terpisahkan satu sama lain dalam pengembangan UMKM di sentra kerajinan monel Kriyan.

### **C. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Djamar Satori (2011: 23) mengungkapkan bahwa penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif seperti proses suatu langkah kerja, formula suatu resep, pengertian-pengertian tentang suatu konsep yang beragam, karakteristik suatu barang dan jasa, gambar-gambar, gaya-gaya, tata cara suatu budaya, model fisik suatu artifak dan lain sebagainya.

penelitian deskriptif kualitatif yaitu rangkaian kegiatan untuk memperoleh data yang bersifat apa adanya tanpa ada dalam kondisi tertentu yang hasilnya lebih menekankan makna. Di sini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif karena penelitian ini menganalisis inovasi dan pengembangan usaha yang telah dan sedang dilakukan oleh parapelaku usaha dan pengrajin monel di sentra UMKM monel Kriyan

Kalinyamatan Jepara dalam upaya pengembangan produknya. Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode induktif. Maksudnya adalah suatu proses penalaran yang didasarkan pada fenomena empirik yang bersifat khusus berdasarkan kajian kasus di lapangan yang diakhiri dengan penarikan kesimpulan yang bersifat umum atau general. Sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis domain dan analisis taksonomi.

#### **D. Hasil Penelitian**

Berdasarkan pada hasil penelitian di lapangan, diketahui bahwa pengembangan UMKM di sentra kerajinan monel Kriyan meliputi beberapa bagian atau segmen. Seperti pengembangan desain produk, pengembangan alat dan sarana produksi, pengembangan permodalan dan pengembangan pemasaran. Semua elemen ini merupakan unsur-unsur yang tidak terpisahkan satu sama lain dalam pengembangan UMKM di sentra kerajinan monel Kriyan.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh salah satu narasumber dalam penelitian ini yaitu bapak H. Ali Mustofa. Sebagai salah seorang pelaku UMKM monel di desa Kriyan, bapak H. Ali Mustofa merintis usaha kerajinan monel dari titik nol. Meskipun sebenarnya ayah dari bapak H. Ali Mustofa juga seorang pengusaha kerajinan monel. Namun bapak H. Ali Mustofa memilih untuk merintis usaha sendiri dari nol, bukan mewarisi usaha orang tuanya. Karena menurutnya, pengalaman adalah modal yang paling penting bagi setiap orang dalam melakukan sebuah usaha, dan pengalaman tersebut tidak bisa didapatkan melalui warisan, namun harus dijalani sendiri.

Berbekal prinsip seperti itu, bapak H. Ali Mustofa memulai usaha kerajinan monel pada tahun 1998. Modal awal yang dimiliki oleh bapak H. Ali Mustofa ketika pertama kali memulai usaha kerajinan monel adalah sebesar Rp. 30.000.000,-. Awalnya dia memproduksi kerajinan

berupa cincin. Namun seiring dengan perjalanan waktu dia mencoba memproduksi liontin dan etsa, yaitu tulisan yang dicetak pada media monel baik timbul maupun cekung. Lambat laun pesanan liontin dan etsa semakin banyak, justru sebaliknya pesanan cincin berkurang. Karena kualitasnya produksinya bagus di mata pelanggan, sehingga akhirnya H. Ali Mustofa dikenal sebagai spesialis produksi liontin dan etsa. Meskipun demikian H. Ali Mustofa tidak membatasi jenis order yang masuk. Artinya, semua jenis order akan dikerjakan sesuai keinginan pelanggan atau pembeli.

Pada awalnya desain produk liontin dibuat secara manual, dengan gambar tangan. Hal ini dirasakan banyak sekali kelemahan, terutama detail gambar dan presisinya tidak dapat terbaca secara jelas, sehingga berpengaruh pada hasil akhir produk yang dibuat. Dengan berkembangnya teknologi komputer, desain produk liontin kemudian dibuat

dengan menggunakan komputer sehingga hasil yang diperoleh lebih baik.

Demikian juga dengan alat dan sarana kerja, pada awalnya peralatan produksi yang dimiliki H. Ali Mustofa adalah manual. Seperti alat untuk menghaluskan liontin hanya dikikir dengan tangan. Namun saat ini semua peralatan produksi telah dikembangkan atau dimodernisasi, sehingga produksi semakin cepat dan hasilnya semakin bagus.

Pada aspek permodalan, H. Ali Mustofa memang belum pernah melakukan pengembangan permodalan secara signifikan. Beliau hanya mengandalkan modal sendiri dan pinjaman dari beberapa orang. Namun belum pernah mengajukan pinjaman permodalan ke perbankan atau mendapatkan bantuan permodalan dari pemerintah. Namun demikian tidak mengurangi semangat H. Ali Mustofa dalam mengembangkan usaha kerajinan monel tersebut. Beliau dengan tekun dan teliti terus memproduksi order

kerajinan monel yang datang meski dengan modal seadanya.

Dalam hal pemasaran, pengembangan usaha yang dilakukan oleh H. Ali Mustofa adalah dengan mengembangkan pemasaran langsung ke berbagai daerah, namun bukan beliau sendiri yang melakukan hal ini. Akan tetapi beliau mempercayakan kepada beberapa orang untuk mencari daerah pemasaran baru terhadap produk-produk yang dihasilkan. Dengan cara tersebut, kini pemasaran produk kerajinan monel yang diproduksi oleh bapak H. Ali Mustofa tidak lagi bergantung pada salah satu pedagang atau pengepul saja. Sehingga harga jual produk kerajinan monel yang dihasilkan akan membaik. Selain itu juga akan mengurangi resiko kerugian akibat adanya pedagang nakal yang kadang-kadang mengemplang dagangan yang dibawanya. Karena monel pemasaran sebelum menggunakan sistem konsinyasi. Artinya pedagang membawa barang dagangan terlebih dahulu, setelah terjual

baru dibayarkan kepada bapak H. Ali Mustofa. Sehingga hal ini memiliki resiko yang besar atas tidak dibayarnya barang dagangan tersebut kalau ketemu dengan pedagang yang nakal. Dengan pengembangan pemasaran yang dilakukan saat ini penjualan produk kerajinan monel dapat terhindar dari resiko tersebut.

Di sana sentra kerajinan monel Kriyan saat ini terdapat sebanyak 59 pelaku UMKM yang berada di sentra kerajinan monel Kriyan. Dari jumlah pelaku UMKM tersebut kemudian dilakukan pengelompokan berdasarkan empat indikator, antara lain: 1) jumlah tenaga kerja yang dimiliki, 2) volume produksi yang dihasilkan, 3) jumlah nilai produksi dan 4) jumlah nilai penjualan rata-rata setiap bulan. Pengelompokan ini dimaksudkan untuk mengetahui klasifikasi UMKM monel berdasarkan tingkatan besar, sedang atau menengah dan kecil.

Pada indikator tenaga kerja, terdapat klasifikasi sebagai berikut: 1) UMKM yang memiliki kurang dari 5 tenaga kerja



termasuk dalam kategori UMKM kecil. 2) UMKM yang memiliki antara 5 sampai dengan 10 tenaga kerja termasuk dalam kategori UMKM sedang atau menengah. Dan 3) UMKM yang memiliki lebih dari 10 tenaga kerja termasuk dalam kategori UMKM besar.

Kemudian pada indikator volume produksi, kondisi UMKM akan diklasifikasikan sebagai berikut: 1) UMKM yang memiliki volume produksi kurang dari 300 kodi perbulan termasuk dalam kategori UMKM kecil. 2) UMKM yang memiliki volume produksi antara 300 kodi sampai dengan 600 kodi perbulan termasuk dalam kategori UMKM sedang. Dan 3) UMKM yang memiliki volume produksi lebih dari 600 kodi perbulan termasuk dalam kategori UMKM besar.

Pada indikator nilai produksi, akan diklasifikasikan sebagai berikut: 1) UMKM yang memiliki nilai produksi kurang dari Rp. 10.000.000,- perbulan termasuk dalam kategori UMKM kecil. 2) UMKM yang memiliki nilai produksi

antara dari Rp. 10.000.000,- sampai dengan Rp. 30.000.000,- perbulan termasuk dalam kategori UMKM sedang atau menengah. Dan 3) UMKM yang memiliki nilai produksi lebih dari Rp. 30.000.000,- perbulan termasuk dalam kategori UMKM besar.

Selanjutnya pada indikator nilai penjualan, klasifikasinya adalah sebagai berikut: 1) UMKM yang memiliki nilai penjualan kurang dari Rp. 20.000.000,- perbulan termasuk dalam kategori UMKM kecil. 2) UMKM yang memiliki nilai penjualan antara Rp. 20.000.000,- sampai dengan Rp. 40.000.000,- perbulan termasuk dalam kategori UMKM sedang/menengah. Dan 3) UMKM yang memiliki nilai penjualan lebih dari Rp. 40.000.000,- perbulan termasuk dalam kategori UMKM besar.

Berdasarkan masing-masing indikator tersebut diatas, kemudian diperoleh hasil analisis terhadap klasifikasi UMKM monel di sentra kerajinan monel Kriyan. Berdasarkan aspek tenaga kerja,

diketahui bahwa Jumlah UMKM kecil sebanyak 44 UMKM atau sebesar 75 % dari total UMKM. Sedangkan jumlah UMKM sedang atau menengah sebanyak 8 UMKM atau sebesar 13 % dari total UMKM, dan jumlah UMKM besar sebanyak 7 UMKM atau sebesar 12 % dari total UMKM.

Berdasarkan aspek volume produksi, diketahui UMKM yang memiliki volume produksi kurang dari 300 kodi perbulan berjumlah 28 UMKM atau sebesar 47 % dari total UMKM. Sedangkan UMKM yang memiliki volume produksi antara 300 kodi sampe dengan 600 kodi perbulan berjumlah 23 UMKM atau sebesar 39 % dari total UMKM. Adapun UMKM yang memiliki volume produksi lebih dari 300 kodi perbulan berjumlah 8 UMKM atau sebesar 14 % dari total UMKM.

Berdasarkan aspek nilai produksi, diketahui UMKM yang memiliki nilai produksi kurang dari Rp. 10.000.000,- perbulan berjumlah 43 UMKM atau sebesar 73 % dari total UMKM. Kemudian

UMKM yang memiliki nilai produksi antara dari Rp. 10.000.000,- sampai dengan Rp. 30.000.000,- perbulan berjumlah 9 UMKM atau sebesar 15 % dari total UMKM. Sedangkan UMKM yang memiliki nilai produksi lebih dari Rp. 30.000.000,- perbulan berjumlah 7 UMKM atau sebesar 12 % dari total UMKM.

Berdasarkan aspek nilai penjualan, UMKM yang memiliki nilai penjualan kurang dari Rp. 20.000.000,- perbulan berjumlah 39 UMKM atau sebesar 66 % dari total UMKM. Kemudian UMKM yang memiliki nilai penjualan antara Rp. 20.000.000,- sampai dengan Rp. 40.000.000,- perbulan berjumlah 13 UMKM atau sebesar 22 % dari total UMKM. Sedangkan UMKM yang memiliki nilai penjualan lebih dari Rp. 40.000.000,- perbulan berjumlah 7 UMKM atau sebesar 12 % dari total UMKM.

Upaya pengembangan usaha yang dilakukan pada UMKM kerajinan monel di

sentra kerajinan monel Kriyan pada saat ini antara lain dilakukan melalui inovasi desain produk kerajinan monel. Inovasi desain ditekankan pada perubahan bentuk beberapa produk kerajinan monel dan penambahan aksesoris atau ornamen pada produk kerajinan monel, sehingga produk kerajinan monel terlihat lebih elegan. Beberapa produk yang telah mengalami inovasi desain antara lain: produk kerajinan cincin, produk kerajinan kalung, produk kerajinan gelang, produk kerajinan liontin, dan produk kerajinan giwang. Kemudian melalui inovasi pemasaran produk kerajinan monel. Pemasaran produk kerajinan monel sebelumnya dilakukan melalui pedagang atau pengepul saja dengan sistem konsinyasi. Belakangan ini beberapa pelaku UMKM telah memanfaatkan teknologi informasi untuk menjual atau memasarkan produk kerajinan monel. Teknologi informasi yang digunakan antara lain melalui *e-commerce* atau aplikasi toko online, sosial media dan website. Dengan inovasi

pemasaran ini, akan memangkas mata rantai alur pemasaran produk kerajinan monel. Sehingga nilai jual produk secara otomatis akan meningkat.

## **E. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan produktivitas kerajinan monel di sentra industri monel kabupaten Jepara selama tahun 2015 sampai dengan 2017 mengalami fluktuasi secara signifikan. Secara umum kondisi perkembangan UMKM monel tersebut mengalami peningkatan pada tahun kedua yaitu tahun 2016 akan tetapi kemudian mengalami penurunan kembali pada tahun ketiga yaitu tahun 2017.
2. Inovasi yang dilakukan oleh masyarakat di sekitar desa Kriyan adalah

### 1) Inovasi Desain pada Produk Kalung

Pada produk kalung desain baru tampak adanya beberapa variasi desain. Desain produk baru pada kalung monel ini merupakan pengembangan desain lama untuk memberikan kesan lebih modern pada desain. Bentuk desain produk baru lebih bervolume dengan adanya raut bentuk geometris lingkaran yang didestilasi. Hasil destilasi pada desain memberikan karakter kuat pada desain. Bentuk desain memiliki irama yang tidak monoton karena di setiap komposisi bentuk berbeda di setiap sisi kanan dan kiri desain.

### 2) Inovasi Desain pada Produk Cincin

Inovasi yang dilakukan pada desain baru adalah dengan menambahkan ornamen atau motif pada cincin. Penambahan

garis-garis memberikan kesan keserasian pada cincin yang tidak monoton jika tanpa ada penambahan motif pada desain cincin.

### 3) Inovasi Desain pada Produk Gelang

Inovasi desain yang ditonjolkan dari segi fisik desain produk baru menerapkan bentuk model gelang yang dominan menggunakan plat monel dengan motif hasil dari proses pengikiran. Salah satu contoh gelang desain baru ini adalah yang pernah dijadikan identitas jamaah haji Jepara.

### 4) Inovasi Desain pada Produk Giwang

Desain giwang produk baru atau disebut dengan giwang gandul. Bentuk global giwang dengan adanya garis lengkung yang memberikan kesan lembut

dan luwes. Secara keseluruhan desain produk baru giwang ini memiliki perubahan dari segi bentuk dan penambahan motif yang melingkar di batu mulia giwang.

#### 5) Inovasi Desain pada Produk Liontin

Pada liontin desain produk baru liontin atau di sebut dengan liontin krawang. Desain produk liontin baru ini menggunakan teknik krawang dalam pembuatannya yang menghasilkan lubang-lubang. Lubang pada liontin tersebut merupakan motif atau hiasan yang menjadi ciri khas raut desain liontin krawanga.

3. Pengembangan UMKM di sentra kerajinan monel Kriyan meliputi beberapa bagian atau segmen. Seperti pengembangan desain produk, pengembangan alat dan sarana produksi, pengembangan

permodalan dan pengembangan pemasaran.

4. Faktor-faktor yang mendorong dilakukannya inovasi tersebut, antara lain adalah:

- 1) Adanya kompetisi produk sejenis yang beredar di pasaran. Hal ini membuat pelaku UMKM dan pengrajin monel Kriyan tidak punya pilihan lain selain harus melakukan inovasi kalau ingin tetap eksis dalam percaturan kompetisi tersebut.

- 2) Faktor berikutnya adalah permintaan pasar atau konsumen kerajinan monel itu sendiri. Inovasi dalam hal ini biasanya dilakukan secara custome atau berdasarkan permintaan tertentu sehingga tidak diproduksi secara massal.

Perkembangan teknologi informasi. Dengan berkembangnya teknologi informasi secara pesat komunikasi semakin mudah dilakukan, baik antar personal maupun komunikasi sosial. Sehingga tidak heran jika belakangan muncul berbagai media sosial yang semakin memudahkan semua orang berkomunikasi secara massif. Hal ini secara tidak langsung juga menjadi faktor munculnya inovasi berbagai produk termasuk dalam produksi kerajinan monel.

#### **F. Daftar Pustaka**

1. BPPMPPT Kab. Jepara. (2015). *Profil Investasi Kab. Jepara tahun 2015*. Jepara: BPPMPPT.
2. BPPMPPT Kab. Jepara. (2016). *Profil Investasi Kab. Jepara tahun 2016*. Jepara: BPPMPPT.
3. BPPMPPT Kab. Jepara. (2017). *Profil Investasi Kab. Jepara tahun 2017*. Jepara: BPPMPPT.
4. Fontana, Avanti and Vincent Gasperz. (2011). Edisi Revisi, *Lean Six Sigma for Manufacturing and Service Industries*. Bogor : Vinchrsto Publication.
5. Fontana, Avanti and Vincent Gasperz. (2011). *Integrated Management Problem Solving*. Bogor : Vinchrsto Publication.
6. Hartini, Sri. (2012). *Peran Inovasi: Pengembangan Kualitas Produk dan Kinerja Bisnis*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan VOL.14, NO. 1, MARET 2012: 63-90.
7. Hirdinis. (2009). *Perencanaan Produk Baru*. Jakarta: Universitas Mercubuana.
8. Kusumo, Agung R.W. (2006). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Inovasi Produk Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Dan Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Batik Skala Besar dan Sedang Di Kota dan Kabupaten Pekalongan)*. Semarang :Universitas Diponegoro.
9. Miles, Matthew B dan Huberman, A Michael. (2009). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta:Universitas Indonesia Press.
10. Muhadjir, Nung, (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi IV*, cetakan ke-2. Yogyakarta: Rake Sarasin.
11. Muhdarsyah, Sinungan. (2008). *Produktivitas Apa dan Bagaimana*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
12. Nasution, S, 2009. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta : PT. Bumi Aksara.
13. Sugiyarti, Gita (2012). *Membangun Keunggulan Bersaing*

*Produkmelalui Orientasi Pembelajaran , Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk (Studi empiris padaindustry pakaianjadiskala kecil dan menengah di kota Semarang). Semarang: Jurnal Ilmiah Serat Acitya UNTAG Semarang, Vol.1, No.2.*

14. Sugiyono.(2002). *Metode Penelitian Bisnis*.Bandung: Alfabeta.
15. Sukmadinata, nana syaodi., (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
16. Tambunan T.T.H. (2009). *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia Indonesia.