

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Ilmu Pemerintahan merupakan bidang yang mengkaji berbagai permasalahan organisasi, administrasi, manajemen, dan kepemimpinan dalam penyelenggaraan organisasi maupun badan publik yang bertugas melaksanakan kekuasaan negara sebagaimana tertuang dalam peraturan perundang-undangan. Sistem pemerintahan negara menggambarkan adanya lembaga-lembaga negara, hubungan antar lembaga negara, dan bekerjanya lembaga negara dalam mencapai tujuan pemerintahan negara yang bersangkutan. Tujuan pemerintahan negara pada umumnya didasarkan pada cita-cita atau tujuan negara. Misalnya, tujuan pemerintahan negara Indonesia adalah melindungi segenap bangsa Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan social. Lembaga-lembaga yang berada dalam satu system pemerintahan Indonesia bekerja secara bersama dan saling menunjang untuk terwujudnya tujuan dari pemerintahan di negara Indonesia.

Selain adanya peran pemerintah yaitu pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar, strategi peningkatan penjualan produk IKM juga diperlukan sebuah kesiapan dari pelaku IKM itu sendiri. Persyaratan penting dalam mengikuti perkembangan pasar dalam menerapkan teknologi informasi merupakan bagian dari kesiapan pelaku IKM untuk mengadopsi inovasi baru dan berperan penting pada dunia bisnis dan industri. kesiapan suatu usaha dalam suatu negara dengan cara terintegrasi untuk mengadopsi, menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi, sehingga dapat dikembangkan untuk merasionalisasikan tindakan, meningkatkan daya saing, dan mengelola sumber daya secara efisien (Nurmasari & Hafis, 2019; Widayani & Yuniarti, 2021).

Industri kecil menengah (IKM) adalah bisnis yang menghasilkan atau membuat produk. Istilah IKM hampir sama dengan UKM, sedangkan UKM adalah bisnis yang hanya menjual produk yang di hasilkan oleh IKM. Dijelaskan pada Peraturan Menteri Perindustrian Tahun 2016, Nomor 64 dan undang-undang tahun 2014 nomor 3 di dalam peraturan tersebut di jelaskan bahwa perbedaan UKM dan IKM bisa di bedakan berdasarkan jumlah omset dan aset. IKM mempunyai aset maksimal sebanyak 200 miliar rupiah, sedangkan UKM mempunyai perkiraan aset 50 juta sampai 500 juta rupiah. Sedangkan dari segi omset IKM memiliki 1 sampai 50 miliar dan UKM memiliki omset 300 juta sampai 2 miliar rupiah.

Industri Kecil dan Menengah (IKM) memegang peranan penting bagi perekonomian Indonesia. Sektor ini dapat mengatasi permasalahan pemerataan dalam distribusi pendapatan antar wilayah. Sistem pengerjaan industri kecil belum banyak diimbangi kinerja yang tinggi, oleh sebab itu jumlah industri kecil ini pertumbuhannya lambat dan bersaing dengan produk industri besar. Saat ini industri makanan dan minuman di Indonesia berkembang semakin pesat, dibanding industri kreatif lainnya. Industri makanan dan minuman mendapat peluang yang sangat besar untuk terus bertumbuh, bahkan pada saat krisis sekalipun industri ini terbilang mampu bertahan.(Wahyuni 2012)

Industri kecil merupakan salah satu tulang punggung ekonomi masyarakat di daerah pedesaan. Hal ini menjadikan industri kecil sebagai salah satu potensi penopang ekonomi Indonesia menuju negara industri. Perekonomian masyarakat didominasi oleh oleh usaha-usaha perekonomian rakyat yang berskala kecil, baik sektor pertanian, perdagangan, kegiatan industri. Industri mempunyai peranan penting dalam perekonomian, baik dalam menambah pendapatan negara ataupun menambah kesejahteraan masyarakat.

Mengingat IKM berperan sangat tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia antara lain mengurangi pengangguran dan mengurangi kemiskinan, untuk itu perlu adanya dukungan dari berbagai pihak baik pemerintah maupun berbagai sektor lainnya termasuk Perguruan Tinggi, selain itu diperlukan adanya motivasi, dan dukungan yang harus diberikan terhadap

IKM agar mereka mampu bersaing dan mampu menghadapi pasar bebas apalagi setelah diberlakukan MEA dimana produk-produk import semakin membanjiri pasar, sehingga IKM Indonesia harus mempersiapkan produk yang lebih kreatif, inovatif dan proaktif dalam merebut pasar, kemampuan ini merupakan bagian dari kecerdasan IKM yang dalam menjalankan bisnis mereka. (Firmansyah and Arham 2021)

Selain itu karena jumlahnya yang banyak dan lokasi usaha menyebar luas di seluruh daerah, maka perkembangan sektor ini menunjang tercapainya pemerataan kesempatan kerja dan sekaligus pemerataan pendapatan. Industri kecil dan menengah memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia, karena industri kecil dan menengah terbukti mampu bertahan dan terus berkembang di tengah krisis, karena pada umumnya sektor ini masih memanfaatkan sumberdaya lokal, baik itu untuk sumberdaya manusia, modal, bahan baku, hingga peralatan. Artinya sebagian besar kebutuhan industri kecil dan menengah tidak mengandalkan impor.

Seorang wirausahawan atau pelaku IKM harus memiliki kemampuan dalam mengembangkan bisnisnya dengan membaca peluang usaha, mengelola usaha, mengembangkan usaha dengan kreatif inovatif dan proaktif. Selain itu juga diperlukan suatu kecerdasan kewirausahaan. Kecerdasan kewirausahaan (entrepreneurial intelligence atau Entre-Q) menunjukkan bagaimana seorang wirausahawan dapat mengendalikan kehidupannya secara finansial, emosional, sosial dan spiritual baik di masa kini maupun di masa depan. Dijelaskan bahwa kecerdasan wirausaha (entrepreneurial intelligence) bukan sekedar keterampilan membangun bisnis semata, tetapi lebih dari itu adalah sebuah pola pikir dan pola tindak yang menghasilkan kreativitas dan inovasi yang bertujuan untuk senantiasa memberikan nilai tambah dari setiap sumber daya yang dimiliki seorang pemilik IKM.

Selanjutnya Kecerdasan wirausaha, kecerdasan wirausaha tercermin dari sikap pengusaha yang dapat dilihat dari kecerdasan emosional. Seperti apa yang dituliskan di anytimes.com, bahwa sikap wirausaha di Indonesia kebanyakan masih keras kepala, tidak mau berhadapan dengan risiko dan konflik, paranoid, perfeksionis, dan merasa paling benar, sering kali membuatnya tak mampu menerima ide atau masukan dari orang lain atau bawahannya. Hal inilah yang dapat memicu kegagalan dalam bisnis. Disampaikan lebih lanjut bahwa kemampuan merencanakan keuangan dan menggunakannya dengan tepat merupakan salah satu kemampuan yang harus dimiliki oleh wirausahawan.

Seorang wirausaha dituntut bukan hanya memiliki keterampilan membangun bisnis, tetapi juga memiliki sebuah pola pikir dan pola tindakan yang menghasilkan kreativitas dan inovasi yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah dari setiap sumber daya yang di miliki oleh wirausahawan. Selain itu juga diperlukan kecerdasan wirausaha yang terdiri dari kecerdasan sosial, kecerdasan emosional, kecerdasan finansial dan kecerdasan spiritual. Mengembangkan jiwa entrepreneur dikembangkan dari diri sendiri. Di samping itu, seorang entrepreneur harus dapat mengembangkan bisnisnya sendiri sekaligus dapat meneliti karier di perusahaan yang bisa dijalankan, kedua hal tersebut harus dapat di jalankan dengan kecerdasan seorang entrepreneur (Julioe 2017).

Pandemi Covid-19 secara nyata telah banyak melumpuhkan seluruh sendi berkehidupan. Sektor perekonomian merupakan salah satu sektor yang terdampak. Lebih dari satu tahun Indonesia telah dilanda pandemi, keadaan ini membuat banyak pelaku industri gulung tikar bukan hanya industri besar yang merugi tetapi industri rumahan juga ikut terdampak. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa semua pekerjaan dari seluruh sektor merasakan dampak covid-19. Pendapatan masyarakat sebelum dan sesudah pandemik secara signifikan sangat terdampak Covid-19, sehingga kemampuan belanja masyarakat akan kebutuhan hidup sebelum pandemic dan sesudah pandemik juga berdampak signifikan. penghasilan masyarakat mengalami penurunan, namun masih dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, sedangkan lapangan

kerja terbatas, biaya hidup masyarakat menjadi lebih besar karena didominasi pembelian bahan makanan secara on-line. Dari sisi pedagang, banyak pelaku usaha yang mengeluh disaat pandemi ini karena pendapatan mereka hanya cukup untuk makan saja. Sejak adanya Covid-19 banyak industri yang terdampak Pandemi.

Industri yang paling terdampak adalah industri pariwisata. Lesunya industri pariwisata memiliki efek terhadap sektor IKM. Efek ini mengakibatkan menurunnya pendapatan pelaku IKM dan koperasi sangat signifikan. Bahkan pasar ritel modern, baik skala besar, mikro, maupun kecil mulai mengalami penurunan pendapatan yang nyata. Untuk menanggulangi masalah ini pemerintah mengambil kebijakan yaitu memberikan sejumlah bantuan dari subsidi hingga keringanan pembayaran pajak yang dihitung mulai dari april hingga september 2020, bantuan yang diterima pelaku Usaha memang sangat membantu namun, mustahil dengan adanya bantuan tersebut dapat membuat ekonomi kembali seperti sebelum terjadinya pandemik. Hal ini disebabkan terganggunya operasional IKM, bisnis menengah maupun atas karena daya beli masyarakat yang rendah (Firmansyah and Arham 2021).

Pandemi covid-19 ini menyebabkan adanya pergeseran dan perubahan pola pembelian konsumen. Biasanya meskipun sudah ada penjualan secara online, namun konsumen tetap banyak yang membeli produk secara langsung. Namun saat ditengah pandemic covid-19, karena ada pembatasan dan peraturan pemerintah dan Peraturan Bupati Blitar untuk tidak keluar rumah, maka tidak memungkinkan konsumen untuk berlama-lama di luar rumah. Pelaku IKM juga harus menyesuaikan diri dan mengkondisikan penjualan produk dan jasanya. Perlu adanya perbaikan kualitas produk dan penyesuaian pelayanan untuk dapat menarik konsumen (Penerimaan 2015).

Berdasarkan dari hasil observasi di Kabupaten Blitar, rata-rata IKM mengalami penurunan omset selama pandemi covid-19. Hal ini terjadi karena mulai berkurangnya aktivitas yang dilakukan diluar rumah, kesulitan dalam memperoleh bahan baku karena terjadi kendala dalam distribusi, serta mulai turunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk yang ada di luar terutama

dibidang kuliner. Padahal IKM merupakan salah satu penopang perekonomian karena mereka mampu menyediakan lapangan pekerjaan. Dengan adanya covid-19 ini, banyak para pelaku usaha yang melakukan PHK karena usaha mereka mengalami kebangkrutan atau merumahkan karyawan sementara karena usaha mereka harus tutup sementara sampai batas waktu yang tidak ditentukan.

Temuan yang lain berdasarkan hasil observasi pada IKM di Kabupaten Blitar yaitu tidak semua IKM merasakan penurunan omset penjualan dan harus menutup usahanya, tetapi ada juga UMKM yang mampu bertahan, stabil dalam operasionalnya, bahkan mengalami peningkatan omzet penjualannya karena mereka mampu menyesuaikan diri dalam hal produk dan melakukan beberapa strategi pemasaran digital di tengah pandemi covid-19 saat ini. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh IKM termasuk memilih membuka lini produk baru atau memperbaharui sistem pemasaran mereka, karena bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang resposif terhadap perubahan lingkungan mereka.(Hartono and Ubed 2018)

Perumusan dalam perencanaan strategi sangat dibutuhkan oleh suatu organisasi untuk menghadapi adanya ancaman, kesempatan atau peluang serta kekuatan dan juga kelemahan yang ada pada organisasi Strategi mengoptimalkan potensi yang ada dan meminimalkan kelemahan dalam kompetensi bersaing(M. Dewi, Hubeis, and Riani 2020). Strategi merupakan suatu proses rencana jangka panjang baik individu atau organisasi yang disertai dengan penyusunan cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai secara maksimal. Dalam penelitian yang dilakukan menemukan bahwa langkah yang diambil Dinas Perindustrian dan Perdagangan mengambil langkah dengan menerapkan strategi dalam mengembangkan jumlah produk Industri Kecil dan Menengah (IKM) sesuai dengan Misi Kabupaten Blitar dengan menggiatkan bela beli produk IKM Blitar di lingkungan ASN Pemerintah Kabupaten Blitar. Berdasarkan hasil temuan dan pemaparan diatas Dinas Perindustrian dan Perdagangan langkah yang diambil dalam menerapkan strategi dalam mengembangkan jumlah produk Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kabupaten Blitar membuahkan dampak yang positif untuk

perkembangan Industri Kecil dan Menengah (IKM) yang ada di Kabupaten Blitar. Dalam menjalankan strategi yang dijalankan berdasarkan pertimbangan keadaan yang telah ada.(Hotana 2020)

Dunia bisnis di era globalisasi, pemasaran produk baik barang maupun jasa dapat memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Media sosial merupakan produk dari teknologi informasi memberikan manfaat optimal bagi pelaku usaha. Dengan media sosial pelaku usaha dapat memaparkan spesifikasi produk, kualitas, dan harga sehingga konsumen dapat lebih leluasa memilih barang yang dibutuhkan sesuai dengan kemampuannya. Para pakar menyetujui, bahwa dengan adanya media sosial sebagai salah satu media untuk memasarkan hasil produksi telah memberikan pengetahuan kepada para konsumen berkaitan dengan spesifikasi produk yang akan mereka beli.(Cipta, Sitorus, and Lubis 2018)

Perkembangan teknologi sekarang ini membawa dampak yang baik bagi manusia, dalam hal ini khususnya bagi sebagian besar instansi atau perusahaan, dimana dengan adanya teknologi dapat mempermudah ataupun melancarkan kegiatan manusia. Salah satu implementasi teknologi yang sangat banyak diterapkan pada instansi atau perusahaan yaitu sistem informasi kepegawaian. Diantara aplikasi penting dalam sistem informasi kepegawaian adalah aplikasi Kenaikan Gaji Berkala, Kenaikan Pangkat dan Pensiun. Dari hasil penelitian kepegawaian pada dinas Perindustrian, Perdagangan dan Pengelolaan Pasar di bidang kepegawaian menyatakan bahwa dalam mencari data pegawainya harus melalui buku manual, maka dengan hasil itu peneliti membuat suatu terobosan yang bisa memudahkan pekerjaan dalam mencari data pegawai dengan membuat aplikasi kepegawaian(Eskak 2020).

Kemajuan teknologi pengolahan produk pangan berkembang pesat baik penggunaan bahan baku, bentuk dan rasa yang makin beragam. Konsumen juga semakin paham akan arti penting keamanan produk makanan yang dikonsumsi, tidak hanya aspek higienis namun juga kepastian kehalalan. Faktor kehalalan menjadi hal utama karena masyarakat Indonesia mayoritas beragama Islam yang sangat menekankan pentingnya konsumsi yang halal. Kondisi ini

membutuhkan pengawasan dari pemerintah terutama BPOM serta keaktifan konsumen. Untuk itu seharusnya produk-produk pangan (makanan/minuman) harus memiliki sertifikat halal sebelum produk tersebut di pasarkan.(Putri et al. 2022)

Beberapa hal mengenai sertifikat halal yang perlu diketahui adalah pertama sertifikat halal adalah fatwa MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan tanda HALAL pada label kemasannya produk halal.(Sulistiono and Mulyana 2021) Kedua, pemegang serifikasi halal MUI bertanggung jawab untuk memelihara kehalalan produknya dan sertifikatnya tidak boleh dipindahtangankan. Ketiga, sertifikat halal berlaku selama 2 tahun dan apabila sudah berakhir dapat diperpanjang. Ada beberapa catatan yang harus segera mendapatkan perhatian seperti keluhan akan lamanya waktu pengurusan sertifikat halal. IKM yang rata-rata belum menggunakan manajemen yang baik banyak mengeluhkan untuk memperoleh sertifikat halal dari LP POM MUI. Para pelaku IKM pangan berharap percepatan pengurusan sertifikat halal sehingga tidak menghambat proses produksi. LP POM MUI diharapkan memberikan perlakuan khusus terhadap para IKM yang mengajukan sertifikat halal tanpa mengurangi esensi peng"halalan" produk makanan minuman.(Hubeis et al. 2015)

Dalam mengembangkan jumlah produk Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kabupaten Blitar langkah yang diambil Dinas Perindustrian dan Perdagangan melalui pelatihan. Pelatihan yang diberikan membawa dampak yang positif terhadap banyaknya Industri Kecil dan Menengah (IKM). Bentuk pelatihan dilakukan kepada berbagai jenis Industri Kecil dan Menengah (IKM) pada produk yang dihasilkan. Bentuk pelatihan yang dilakukan Dinas Perindustrian dan Perdagangan terhadap IKM berupa pelatihan peningkatan mutu dan daya saing produk IKM, pelatihan pengemasan, pelatihan pemasaran secara online. Pelatihan merupakan serangkaian aktivitas individu dalam meningkatkan keahlian dan pengetahuan secara sistematis sehingga mampu memiliki kinerja yang professional di bidangnya (Aniek Suryanti Kusuma et al. 2022).

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana strategi pemasaran produk industri kecil menengah (IKM) Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar?
2. Apasaja faktor hambatan terkait dengan strategi pemasaran produk industri kecil menengah (ikm) Kabupaten Blitar?

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui hasil dari program strategi pemasaran produk IKM di Kabupaten Blitar serta Mengetahui faktor hambatan terkait dengan strategi peningkatan pemasaran produk IKM Kabupaten Blitar.

Adapun beberapa maksud ataupun tujuan peneliti untuk turun lapang dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hasil dari program strategi pemasaran produk IKM Kabupaten Blitar
2. Mengetahui faktor hambatan serta faktor pendukung terkait dengan strategi pemasaran produk IKM Kabupaten Blitar

1.4. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti untuk menjelaskan tentang program strategi pemasaran produk Industri Kecil Menengah (IKM) Kabupaten Blitar serta mengetahui apasaja hambatan terkait dengan strategi pemasaran produk Industri Kecil Menengah (IKM) Kabupaten Blitar.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan evaluasi untuk program strategi peningkatan pemasaran produk Industri Kecil Menengah (IKM) di Kabupaten Blitar, juga diharapkan bermanfaat bagi pembaca untuk mempelajari bagaimana strategi serta hambatan yang ada pada peningkatan pemasaran produk Industri Kecil Menengah (IKM).

1.5. DEFINISI KONSEPTUAL

Definisi konseptual merupakan unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik suatu masalah yang hendak di teliti :

1. Strategi

Strategi merupakan suatu proses rencana jangka panjang baik individu atau organisasi yang disertai dengan penyusunan cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat tercapai secara maksimal. Strategi pengembangan IKM dapat didasarkan pada sumber daya internal yang dimiliki. Strategi ini memanfaatkan sumber daya lokal yang superior untuk menciptakan kemampuan inti dalam menciptakan nilai tambah untuk mencapai keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Akibatnya, perusahaan kecil tidak lagi tergantung pada kekuatan pasar seperti monopoli dan fasilitas pemerintah. Dalam strategi ini, IKM mengarah pada keterampilan khusus yang secara internal bisa menciptakan produk inti yang unggul untuk memperbesar pangsa manufaktur (Suryana, 2001). Salah satu strategi pengembangan IKM yang sangat baik untuk diterapkan di negara-negara berkembang adalah pengelompokan (*clustering*). Kerja sama dan sekaligus persaingan antarsesama IKM di subsektor yang sama di dalam suatu kelompok (klaster) akan meningkatkan efisiensi bersama dalam proses produksi, spesialisasi yang fleksibel, dan pertumbuhan yang tinggi (Tambunan, 2002).

2. Pemasaran Produk

Pemasaran merupakan aspek penting bagi keberhasilan suatu usaha. Menurut Kotler dan Armstrong (2014:27) menyatakan the process by which companies create value for customers and build strong customer relationship in order to capture value from customers in return. Definisi tersebut mengatakan bahwa Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha

pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu ke waktu pada masing-masing tingkatan dan acuan serta lokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah

3. Industri kecil menengah (IKM)

Industri yang mempunyai skala kecil. Menurut Peraturan Kementerian Perindustrian Nomor 64 tahun 2016. Industri kecil adalah industri yang memiliki karyawan maksimal 19 orang dan nilai investasi maksimal 1 milyar rupiah atau memiliki karyawan minimal 15 orang dan nilai investasi maksimal 15 milyar rupiah (Salam 2015). Menteri Perindustrian, Airlangga Hartanto, berpendapat bahwa IKM yang mendominasi populasi industri di dalam negeri berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Ini dikarenakan pertumbuhan IKM yang relatif stabil. Tidak hanya itu, kemampuan IKM untuk menyerap tenaga kerja sangat tinggi, mencapai 97,22% pada awal tahun 2016.

1.6. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional dalam penelitian dapat membantu peneliti untuk menggali informasi ilmiah dengan menggunakan variabel. Adapun Indikator yang akan didefinisikan secara operasional dalam penelitian ini yaitu:

No	Variabel	Indikator	Sub Indikator
1	Digital Marketing	Cara Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> membantu IKM untuk meningkatkan kemampuan para pelaku usaha dari segi pemasaran, dengan menggunakan digital marketing dapat membantu penjual dan

			konsumen supaya dapat berinteraksi dengan lebih cepat mengenai produk yang di jual
		Jenis digital market	<ol style="list-style-type: none"> 1) Website 2) Sosial media 3) Search Engine 4) Email 5) Iklan
2	Peningkatan mutu kemasan	Jenis dan bahan	<ul style="list-style-type: none"> • peningkatan mutu kemasn produk menjelaskan tentang cara membedakan kemasan berdasarkan fungsi jenis dan bahannya
		Standar kemasan	<ul style="list-style-type: none"> • menyesuaikan kemasan mereka menurut standard yakni tidak mengandung bahan berbahaya, Memudahkan dalam proses daur ulang, dan yang penting dapat menarik para pelanggan.
		Mesin kemasan	<ul style="list-style-type: none"> • mempelajari bagaimana cara menggunakan mesin kemasan dan kemudian menerapkannya dalam usahanya sendiri
		Labeling	<ul style="list-style-type: none"> • bahwa peserta telah mempelajari tentang cara dan peraturan dalam melakukan label atau penandaan pada produk mereka.
		Barcode	<ul style="list-style-type: none"> • peserta akan memperoleh pengetahuan tentang barcode, termasuk definisi, fungsi, manfaat, dan cara pembuatannya
		Pendaftaran merek	<ul style="list-style-type: none"> • bahwa peserta akan diberikan penjelasan tentang cara mendaftarkan merek dan juga pentingnya memiliki merek.
		Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • peserta akan diberikan pemahaman tentang pentingnya peran kemasan produk dalam segi pemasaran

1.7. METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan oleh peneliti adalah metode deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat berdasarkan fakta yang ada dilapangan serta sifat dan hubungan antara fenomena yang diteliti. Penulis menggambarkan atau mengambil keadaan objek penelitian berdasarkan fakta yang ada tentang aktivitas. Penelitian ini lebih menekankan tentang persoalan kedalaman (Kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Menurut (Salam 2015) penelitian kualitatif bersifat fleksibel dan berubah sesuai kondisi lapangan sehingga peran sang peneliti sangat dominan terhadap keberhasilan penelitian. Ciri dari metode kualitatif adalah data yang disajikan dalam bentuk deskripsi berupa teks naratif, kata-kata, ungkapan, pendapat, gagasan yang dikumpulkan oleh peneliti dari beberapa sumber sesuai dengan teknik atau cara pengumpulan data.

2. Sumber Data Primer

Data primer ialah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer di dapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti sehingga data primer akan diperoleh melalui proses wawancara dan observasi secara langsung yang dilakukan peneliti selama kegiatan magang riset di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar (Susena, Ratnawati, and Susanto 2019).

3. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan pengumpulan data secara tidak langsung melalui media. Data sekunder umumnya berupa catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip, baik yang di publikasikan dan yang tidak di publikasikan. (Julioe 2017). Untuk menambah data penelitian, peneliti memperoleh data dari buku, Undang – Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Peraturan Daerah Kabupaten Blitar No 5 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Pasar Rakyat, Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan, Rencana Strategis (Renstra) Kabupaten Blitar, Laporan Kegiatan Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kabupaten Blitar, jurnal hingga media cetak sehingga peneliti dapat memperoleh data tambahan dalam penelitian

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a) Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan langsung pada objek kajian. Dalam penelitian ini observasi dilakukan di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.

b) Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam. Narasumber dari wawancara ini adalah Kepala Bidang Perindustrian Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar. Bapak May Hudha Nugroho,SE,MM.

c) Dokumentasi

Metode dokumenter adalah metode yang di gunakan untuk menelusuri data historis. Data historis yang di maksud ialah data yang kegunaannya bertahan lama dari waktu kewaktu Sehingga menjadi bukti akurat penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini akan menghasilkan gambar-gambar penting terkait topik penelitian. Data yang penulis dapatkan dalam penelitian ini adalah data hasil laporan kegiatan dari program pelatihan.

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini merupakan pihak yang menjadi sasaran penelitian guna memperoleh informasi terkait topik yang di teliti. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah Bapak May Hudha Nugroho, SE.,MM selaku Kepala Bidang Perindustrian serta Staff Bidang Perindustrian dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar. Dikarenakan dalam penelitian di tempatkan pada Bidang Perindustrian sehingga mendapat banyak informasi yang di butuhkan sebagai bahan penelitian.

2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini bersifat induktif. Artinya analisis dilakukan berdasarkan data yang diperoleh peneliti kemudian dikembangkan pola hubungan tertentu. Data yang diperoleh disusun dan disajikan dengan sedemikian rupa kemudian data tersebut direduksi untuk memperoleh suatu kesimpulan. Waktu penelitian dilakukan selama 2 (dua) bulan yaitu mulai pada tanggal 18 Juni 2022 – 09 September 2022. Lokasi penelitian dilakukan di Dinas Prindustrian dan Perdagangan Kabupaten Blitar.

3. Validasi data

Validasi data menggunakan triangulasi data. Triangulasi data digunakan dalam penelitian ini untuk menemukan kesesuaian dan ketidaksinkronan

data dari informan satu dengan informan lainnya. Triangulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data. Triangulasi sumber data digunakan oleh penulis untuk menggali kebenaran informasi dengan menggunakan berbagai macam sumber seperti hasil wawancara, dokumen yang didapat oleh penulis, hasil observasi dan lain-lain. Wawancara dilakukan dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang memiliki sudut pandang berbeda.

