STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KERAJINAN GENTENG DI KABUPATEN KEBUMEN

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh
Ayie Eva Yuliana
NIM 7111409063

JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2013

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Senin

Tanggal : 24 Juni 2013

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Prof. Dr. Rusdarti, M. Si	Shanty Oktavilia, S.E.,M.Si
NIP. 195904211984032001	NIP. 197808152008012016

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Suciningtyas D.W.P., M.Si.

NIP. 196812041993022001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Senin

Tanggal : 22 Juli 2013

Penguji

Dr. Etty Soesilowati, M.Si.
NIP. 196304181989012001

Anggota I

Prof. Dr. Rusdarti, M. Si
NIP. 195904211984032001

Anggota II

Shanty Oktavilia, S.E.,M.Si
NIP. 197808152008012016

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. S. Martono, M.Si.
NIP. 196603081989011001

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 15 Juli 2013

Ayie EvaYuliana

NIM 7111409063

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (QS. A Lam Nasyrah ayat 6)*
- *"…..Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baiknya pelindung. Maka mereka kembali dengan nikmat dan karunia (yang besar) dari Allah, mereka tidak mendapat bencana apa-apa, mereka mengikuti keridhoan Allah, dan Allah mempunyai karunia yang besar." (QS. Ali –Imron 173-174)*

PERSEMBAHAN

- Untuk mamaku Yuriatun dan papaku Ayie Unul Amala
- Untuk adik-adikku Tegar Hermawan dan Salisa Ghoniya R.
- Untuk kakak Fikri dan keluarga
- Untuk sahabat-sahabatku
- Untuk almamaterku UNNES

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

SARI

Yuliana, A. E. 2013. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen*. Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I. Prof. Dr. Rusdarti, M.Si. II. Shanty Oktavilia, S.E., M.Si.

Kata kunci: Industri kecil kerajinan genteng, SWOT, Matriks IE.

Industri kecil mempunyai peranan yang penting dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Industri kecil di Kabupaten Kebumen mempunyai berbagai macam jenis, salah satu diantaranya yang terkenal adalah industri kecil kerajinan genteng . Industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen mempunyai pengaruh besar dalam penyerapan tenaga kerja , dan meningkatkan ekonomi masyarakat yang bekerja di sektor industri tersebut. Perkembangan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen pada tahun 2009 - 2011 mengalami penurunan. Penurunan ini dapat mengganggu kelangsungan usaha, jika dibiarkan terus menerus akan berdampak pada penutupan usaha dan menjadikan identitas Kebumen yang terkenal dengan produk gentengnya akan hilang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi dari sisi internal eksternal dan menganalisis strategi apa yang tepat untuk diterapkan pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen

Populasi dalam penelitian ini adalah industri kecil genteng di Kabupaten Kebumen sejumlah 833 unit usaha. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *random sampling* dengan sampel terpilih sejumlah 89 responden yang diwakili oleh industri genteng di Kecamatan Pejagoan, Sruweng, Klirong, dan Kebumen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis matriks SWOT, dan matriks IE.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa identifikasi lingkungan internal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, didapatkan kekuatan utamanya adalah produk memiliki ciri khas dengan kualitas produknya dan kelemahan utamanya adalah sulitnya menambah modal kerja untuk pengembangan usaha. Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan eksternal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka didapatkan peluang utamanya adalah perkembangan teknologi yang semakin modern dan ancaman utamanya adalah regenerasi tenaga kerja produktif sulit. Perumusan alternatif strategi dengan menggunakan matriks SWOT dan kuadran SWOT dihasilkan alternatif strategi yang paling utama adalah strategi SO (*Strenghts- Oppourtunities*) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri untuk meraih peluang yang ada,dengan pengembangan pasar dan adanya inovasi produk. Perumusan alternatif strategi berdasarkan matriks IE didapatkan strategi utama yaitu strategi pertumbuhan. Strategi yang biasa dilakukan pada kuadran ini adalah dengan menurunkan harga, mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas , atau meningkatkan pasar yang lebih luas.

ABSTRACT

Yuliana, A. E. 2013. Development Strategy of Small Craft Tiles Industries in Kebumen Regency. Final Project. Department of Economic Development. Economics Faculty. Semarang State University. Advisor Prof. Dr. Rusdarti, M.Sc., Co Advisor Shanty Oktavilia, SE, M.Sc.

Keywords: Industrial small craft tile, SWOT, IE Matrix.

Small industries have an important role in employment, income generation, and increasing society welfare. Small industries in Kebumen Regency many kind, the famous one is small craft tile industry. Small craft tile industries in Kebumen Regency have a major influence in employment, and increasing society income tile that working in the industrial sector. Development of small craft tiles industries in Kebumen Regency from 2009 to 2011 has decreased. This decreasing can disturb the continuity that business, if allowed will influence to business closure and made famous Kebumen identity with tiled products will be lost. The purpose of this study to analyze the problems that faced in external and internal side and analyzes the right strategy to be applied to small craft tile industry in Kebumen.

The population in this study is small tile industry in Kebumen. There are 833 business units. The samples in this study using random sampling with a selected sample of 89 respondents, that represented by the tile industry in the Pejagoan, Sruweng, Klirong, and Kebumen district.. Analysis of data was use analysis SWOT matrix, and IE matrix.

Based on the research revealed that internal environment identification in the small craft tile industry in Kebumen Regency, the result of the main strength is the product has typical characterictic in quality of products and the main weakness is difficulty to increase capital for business development. Based on the analysis and external environment identification in small craft tile industry in Kebumen Regency, the main opportunity is the development of the technology became more modern and the main threat is difficulty of productive labor regeneration. It is alternative strategies formulation using SWOT matrix and SWOT quadrant, produced the major alternative strategy is the SO strategy (strenghts-oppourtunities) is to harness the strength of industry to the achieve opportunities, the market development and innovation of products. Formulation of alternative strategies based on IE matrix obtained main strategy is growth strategy. Usual strategies in this quadrant are reduce prices, develop new products, increase quality, or expand the broader market.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam penyusunan skripsi yang berjudul" Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen", penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang memungkinkan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, rasa terima kasih sedalam-dalamnya penulis haturkan kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. S. Martono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Dr.Hj.Sucihatiningsih.D.W.P,M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
4. Prof. Dr. Rusdarti, M. Si, selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Shanty Oktavilia, S.E, M.Si selaku dosen wali dan dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dukungan dan motivasi kepada penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang.
6. Dr. Etty Soesilowati, M. Si. selaku penguji yang telah memberikan bimbingan dan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kepala dan staff Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Kebumen, atas bantuan dalam menemukan data–data pendukung yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kebumen, yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan data–data yang diperlukan dalam skripsi ini.

10. Kepala dan staff Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Kebumen yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian dan memberikan data–data yang diperlukan dalam skripsi ini.
11. Kepala Kecamatan Pejagoan, Sruweng, Klirong , dan Kebumen, yang telah mengijinkan penulis untuk melakukan penelitian di daerah penelitian.
12. Para responden yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan data-data yang diperlukan dalam skripsi ini.
13. Bapak, ibu, dan adik – adikku beserta keluarga besar atas dukungan moral, kepercayaan dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis selama ini.
14. Sahabat-sahabatku, Ida, Rima, Wulan, dan Nurul yang telah memberikan dukungan dan semangat.
15. Seluruh teman –teman kost Fastabiqulkhoerot yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat.
16. Seluruh keluarga besar Ekonomi Pembangunan 2009 yang telah banyak memberikan dukungan, semangat, ilmu, dan pengalaman kepada penulis.
17. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

PERPUSTAKAAN
UNNES

Semarang, 15 Juli 2013

Penyusun

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN v
SARI vi
ABSTRACT vii
PRAKATA viii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN xvi
BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 6
1.3. Tujuan Penelitian 7
1.4. Manfaat Penelitian 8
BAB II LANDASAN TEORI
2.1 Industri 9
2.1.1 Macam – macam Industri 10
2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Industri 10
2.2 Industri Kecil 14
2.3 Strategi Pengembangan Usaha 15
2.3.1 Strategi 15
2.3.2 Manajemen Strategis 15
2.3.3 Proses Manajemen Strategis 15
2.3.4 Formulasi Strategi 17
2.3.5 Alternatif Strategi 25
2.4 Penelitian Terdahulu 28

2.5 Kerangkan Berpikir 31

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber data 31

3.2 Populasi dan Sampel..... 31

3.2.1 Populasi 31
3.2.2 Sampel 32

3.3 Lokasi Penelitian 34

3.4 Variabel Penelitian 35

3.5 Metode Pengumpulan Data 38

3.5.1 Observasi Lapangan 38
3.5.2 Wawancara 49
3.5.3 Angket 49
3.5.4 Dokumentasi..... 40
3.5.5 Literatur 40

3.6 Metode Analisis Data 40

3.6.1 Metode Analisis Data 52
3.6.2 Alat Analisis Data..... 52

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Kebumen 53

4.1.1 Gambaran Umum Ekonomi Kabupaten Kebumen..... 53
4.1.2 Gambaran Umum Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen 55
4.1.3 Profil Sampel Penelitian Industri Kecil Kerajinan Genteng..... 56

4.2 Pengamatan Lingkungan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen 59

4.2.1 Analisis Lingkungan Internal..... 59
4.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal 75
4.2.3 Identifikasi Faktor Kekuatan dan Kelemahan..... 84
4.2.4 Identifikasi Faktor Peluang dan Ancaman 87

4.3 Perumusan Alternatif Strategi 92

4.3.1 Matriks IE 92
4.3.2 Matriks dan Diagram Kuadran SWOT 92

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan 102

5.2 Saran 104

DAFTAR PUSTAKA 105

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

DAFTAR TABEL

Tabel Hal

1.1 Kelompok Industri Kecil di Kabupaten Kebumen Tahun 2010 2

1.2 Lokasi, Jumlah Usaha, dan Tenaga Kerja Industri Barang Galian Bukan Logam Kecuali Minyak dan Batu Bara di Kabupaten Kebumen tahun 2009.... 3

1.3 Industri Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen Tahun 2009 4

1.4 Perubahan Jumlah Unit Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Industri Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen Tahun 2009 dan 2011..... 5

3.1 Jumlah Sampel Masing-Masing Lokasi Penelitian 36

3.2 Matriks SWOT 51

4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia 56

4.2 Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja 57

4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan 57

4.4 Responden Berdasarkan Lama Usaha 58

4.5 Responden Berdasarkan Status Usaha..... 59

4.6 Daftar Harga Genteng..... 65

4.7 Modal Industri Genteng di Kabupaten Kebumen..... 68

4.8 Laju Pertumbuhan Ekonomi kabupaten Kebumen tahun 2007 – 2011 76

4.9 Laju Pertumbuhan Jumlah Penduduk di Kabupaten Kebumen tahun 2007-2011 78

4.10 Matriks IFAS Industri Kecil Kerajinan Genteng di KabupatenKebumen..... 87

4.11 Matriks EFAS Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen 90

4.12 Matriks SWOT 99

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

DAFTAR GAMBAR

Gambar Hal

2.1. Model Manajemen Strategi 16
2.2. Kerangka Berpikir 30
3.1. Matriks IE 50
3.2. Diagram SWOT 52
4.1. Spesialisasi Pekerjaan 61
4.2. Proses Produksi Genteng 70
4.3. Matriks IE 92
4.4. Kuadran SWOT 101

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hal

1. Kuesioner 111

2. Daftar Nama Responden …… 124

3. Hasil Tabulasi SWOT……. 128

4. Hasil Tabulasi Faktor Internal dan Eksternal……. 149

4. Hasil Wawancara Responden……. 171

5. Surat Ijin Penelitian…… 194

6. Dokumentasi…….. 197

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kecil di perdesaan dikenal sebagai tambahan sumber pendapatan keluarga dan juga sebagai penunjang kegiatan pertanian yang merupakan mata pencaharian pokok sebagian besar masyarakat perdesaan. Industri perdesaan mempunyai arti penting dalam usaha mengurangi tingkat kemiskinan di perdesaan atau dengan kata lain diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat perdesaan (Mubyarto,1986). Salah satu sektor yang diharapkan dapat menciptakan kesempatan kerja adalah sektor industri kecil dan menengah, karena pada sektor ini teknologi yang digunakan dalam proses produksi adalah teknologi padat karya, sehingga dengan adanya teknologi padat karya diharapkan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Industri kecil jelas perlu mendapat perhatian karena tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian besar angkatan kerja, namun juga merupakan ujung tombak dalam upaya pengentasan kemiskinan, pengangguran dan pemerataan pendapatan.

Jenis industri di setiap daerah berbeda, hal ini dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik sumber daya yang dimiliki oleh setiap daerah. Industri kecil membangun ekonomi perdesaan adalah dengan industri bersumber daya lokal dan konsumsi lokal. Kabupaten Kebumen merupakan salah satu wilayah yang memilki industri kecil bersumberdaya lokal yaitu berupa tanah liat untuk produksi genteng. Kabupaten Kebumen mempunyai jumlah industri kecil dengan

berbagai jenis kelompok industri. Data jumlah industri kecil di Kabupaten Kebumen disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Kelompok Industri Kecil di Kabupaten Kebumen Tahun 2010

No	Kelompok Industri	Jumlah Usaha	Tenaga Kerja
1	Industri Makanan, Minuman dan Tembakau	224	1288
2	Industri Tekstil, Pakaian Jadi dan Kulit	35	448
3	Industri Kayu dan Barang dari Kayu	64	407
4	Industri Kertas dan Barang dari Kertas	37	234
5	Industri Kimia dan Barang dari Kimia, Batu bara, Karet dan Plastik	90	466
6	Industri Barang Galian Bukan Logam kecuali Minyak Bumi dan Batu Bara	1151	13810
7	Industri logam Dasar		
8	Industri Barang dari Logam, Mesin dan Peralatannya	17	209
9	Industri pengolahan lainnya	677	1732
	Jumlah	2295	18594

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kabupaten Kebumen 2010.

Data pada Tabel 1.1. menunjukan bahwa industri yang paling banyak jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerjanya yaitu industri barang galian bukan logam kecuali minyak bumi dan batu bara sejumlah 1.151 unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 13.810 orang. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Kebumen tahun 2009, industri barang galian bukan logam kecuali minyak bumi dan batu bara meliputi: 1) Industri kecil Bata, 2) Industri kecil genteng, 3) Industri kecil alat dapur dari tanah, 4) Industri kecil kapur tohor, dan 5) Industri kecil cobek dari batu. Data mengenai jenis industri barang galian bukan logam kecuali minyak bumi dan batu bara di Kabupaten Kebumen disajikan pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2
Lokasi, Jumlah usaha dan Tenaga kerja Industri Barang Galian Logam kecuali Minyak Bumi dan Batu Bara di Kabupaten Kebumen Tahun 2009

Kecamatan	IK Bata		IK Genteng		IK ADT		IK KT		IK CDB	
	UU	TK	UU	TK	UU	TK	UU	TK	UU	TK
Ayah							65	979		
Petanahan	32	68	20	163						
Klirong	15	37	122	1350	20	48				
Bulus Pesantren	10	20								
Kutowinangun					25	55				
Kebumen	25	50	322	2316						
Pejagoan			379	5833						
Sruweng	76	187	182	3009					20	61
Rowokele							79	605		
Mirit	67	180								
Puring					20	48				
Jumlah	**225**	**542**	**1025**	**12671**	**65**	**151**	**144**	**1584**	**20**	**61**

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Kebumen 2009 diolah.
UU : Unit usaha
TK : Tenaga kerja
IK ADT : Industri kecil alat dapur dari tanah
IK KT : Industri kapur tohor
IKCDB : Industri cobek dari batu

Industri kerajinan genteng tergolong di dalam jenis industri barang galian bukan logam, jadi industri kerajinan genteng merupakan industri kecil yang sebagian besar ditekuni masyarakat Kabupaten Kebumen. Berdasarkan Tabel 1.2. menunjukan bahwa dari jenis industri galian bukan logam yang mempunyai jumlah usaha dan penyerapan tenaga kerja banyak adalah industri kerajinan genteng dengan jumlah usaha sebanyak 1.025 unit usaha dan penyerapan kerja sebanyak 12.671 orang. Kabupaten Kebumen merupakan salah satu daerah sentra industri genteng di Jawa Tengah, dan industri genteng merupakan salah satu yang menjadi identitas Kabupaten Kebumen (Suara Merdeka, Jumat 24-4-2009).

Keberadaan industri kerajinan genteng ini membawa pengaruh terhadap pendapatan daerah Kabupaten Kebumen serta meningkatkan pendapatan masyarakat yang bekerja di industri tersebut. Pola konsumsi masyarakat yang masih mengandalkan produk genteng sebagai atap menjadikan industri kerajinan genteng harus tetap berproduksi untuk memenuhi permintaan masyarakat.

Industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen terdapat di beberapa kecamatan antara lain: Kecamatan Klirong, Petanahan, Pejagoan, Kebumen, dan Sruweng. Jumlah unit usaha dan jumlah penyerapan tenaga kerja industri kerajinan genteng yang berada di Kabupaten Kebumen dapat dilihat pada Tabel 1.3.

Tabel 1.3
Industri Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen Tahun 2009

No	Kecamatan	Industri Genteng	
		Jumlah Unit Usaha	Jumlah Tenaga Kerja
1	Petanahan	20	163
2	Klirong	122	1350
3	Kebumen	322	2316
4	Pejagoan	379	5833
5	Sruweng	182	3009
Jumlah		1025	12671

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Kebumen tahun 2009

Data pada Tabel 1.3 menunjukan bahwa daerah Kabupaten Kebumen merupakan wilayah yang memiliki industri kerajinan genteng dengan menyerap tenaga kerja cukup banyak. Industri mempunyai tujuan menghasilkan dan meningkatkan nilai guna suatu barang atau jasa, meningkatkan keuntungan, dan memperluas lapangan pekerjaan. Pada era globalisasi saat ini yang penuh dengan persaingan, maka sangatlah penting bagi suatu industri untuk mengembangkan

industrinya agar tidak kalah bersaing dan mampu bertahan untuk melangsungkan usahanya. Industri kerajinan genteng merupakan salah satu industri kecil yang mempunyai potensi baik dan tahan krisis, tetapi tidak berarti industri kecil tersebut tidak mengalami hambatan dan tantangan. Kemungkinan terjadinya suatu permasalahan dalam industri kecil terjadi pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Untuk lebih jelasnya lihat pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4
Penurunan Jumlah Unit Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Industri Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen Tahun 2009 dan 2011

No	Kecamatan	Jumlah Unit Usaha		%	Jumlah Tenaga Kerja		%
		2009	2011		2009	2011	
1	Petanahan	20	22	10	163	149	-9
2	Klirong	122	142	16	1350	1047	-22
3	Bulus Pesantren		2			14	
4	Kebumen	322	250	-22	2316	1040	-55
5	Pejagoan	379	287	-24	5833	1791	-69
6	Sruweng	182	118	-35	3009	737	-75
7	Alian		1			6	
8	Adilmulyo		11			136	
Jumlah		**1025**	**833**		**12671**	**4920**	

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Kebumen tahun 2011.

Data pada Tabel 1.4. menunjukan terjadinya penurunan jumlah unit usaha di Kecamatan Kebumen, Pejagoan, dan Sruweng. Penurunan jumlah tenaga kerja kerajinan genteng terjadi di Kecamatan Petanahan, Klirong, Kebumen, Pejagoan, dan Sruweng. Penurunan tersebut merupakan permasalahan yang harus segera ditangani.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa pengusaha industri kerajinan genteng pada pra penelitian pada tanggal 17 November 2012 terdapat beberapa

faktor yang saat ini mempengaruhi tingkat perkembangan industri genteng melemah yaitu tenaga kerja, modal, dan teknologi. Penelitian oleh Arif (2011) bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah industri kerajinan genteng di Kecamatan Pejagoan meliputi: bahan baku, modal, tenaga kerja, persaingan, dan upah. Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Edy dan Sri (2011) bahwa berdasarkan survei diperoleh beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) antara lain: 1) Pemasaran;2) Modal dan Pendanaan; 3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; 4) Pemakaian bahan baku;5) Peralatan produksi; 6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; 7) Rencana pengembangan usaha; 8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen pada tahun 2011 mengalami penurunan jumlah usaha dan tenaga kerja, namun menurut beberapa pengusaha, berdasarkan wawancara pada pra penelitian tanggal 17 November mengatakan bahwa permintaan genteng bisa dikatakan tetap dan meningkat karena semakin banyaknya pembangunan. Permintaan yang tetap tinggi tidak diikuti dengan kenaikan jumlah usaha yang justru semakin sedikit.

Berbagai permasalahan yang dihadapi industri kecil, baik yang berasal dari luar maupun dari dalam sangat mempengaruhi perkembangan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Berbagai upaya perlu dilakukan dalam mempertahankan kelangsungan usaha genteng di Kabupaten Kebumen

yang terkenal dengan kualitas produk gentengnya, agar industri tersebut dapat bertahan. Upaya-upaya tersebut dilakukan dengan melihat kondisi usaha tersebut dari sisi kelebihan yang dimiliki maupun kelemahan- kelemahannya, selain itu . perlu diperhatikan adanya peluang maupun ancaman yang menimpa usaha tersebut, sehingga dapat diterapkan strategi dan upaya pengembangan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka yang menjadi pertanyaan peneliti adalah :

1. Bagaimana gambaran industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen?
2. Apa sajakah faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen?
3. Apa sajakah faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen?
4. Bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada industri kerajinan genteng baik dilihat dari kekuatan dan kelemahannya atau peluang dan ancamannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan umumnya dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Mengetahui gambaran industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.
2. Menganalisis faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

3. Menganalisis faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.
4. Menganalisis strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain untuk:

1. Dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi pengusaha genteng tentang strategi pengembangan yang tepat agar masalah yang dihadapi dapat teratasi.
2. Dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi mahasiswa, dosen untuk penelitian selanjutnya.
3. Memberikan sumbangan pemikiran dan pertimbangan kepada pemerintah khususnya pemerintah daerah Kabupaten Kebumen dalam menentukan kebijakan-kebijakan, terutama yang berkaitan dengan industri genteng.

PERPUSTAKAAN UNNES

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1 Industri

Ilmu ekonomi pada dasarnya adalah studi tentang bagaimana masyarakat mengelola sumber daya dengan sebaik – baiknya untuk mencapai kesejahteraan. Indonesia mempunyai sumber daya alam yang melimpah dan jumlah penduduk yang besar, maka dari itu sudah sepantasnya bahwa masyarakat Indonesia dapat memanfaatkan potensi tersebut dengan sebaik baiknya. Berbagai sektor ekonomi terus mengalami perubahan dari tradisional hingga modern guna memenuhi kebutuhan masyarakat, salah satu perubahannya yaitu dengan adanya industri. Industri merupakan aktivitas ekonomi yang subjek pelaku utamanya adalah perusahaan. Sektor industri di Indonesia diharapkan dapat menjadi motor penggerak utama dalam perekonomian nasional.

Industri menurut Badan Pusat Statistik (BPS) merupakan kegiatan ekonomi yang mengolah barang mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi, atau barang antara untuk diolah kembali menjadi barang jadi atau barang yang memiliki nilai kegunaan yang lebih tinggi. Dalam ekonomi mikro, industri dapat diartikan kumpulan perusahaan yang sejenis yang memproduksi barang – barang homogen serta memiliki subtitusi yang erat. Industri kerajinan genteng adalah kegiatan yang produktif mengubah bahan baku tanah liat menjadi genteng untuk memenuhi kebutuhan hidup serta dapat memberikan nilai tambah yang lebih tinggi.

2.1.1 Macam-macam Industri

Jumlah dan macam industri berbeda-beda untuk tiap daerah atau negara, tergantung pada sumber daya yang tersedia, tingkat teknologi serta perkembangan ekonomi daerah atau negara itu. Pada umumnya makin maju tingkat perkembangan perindustrian di suatu daerah, makin banyak jumlah dan macam industri, dan makin kompleks pula sifat kegiatan dan usaha tersebut.

Menurut Prasetyo (2010), macam industri dapat diklasifikasikan berdasarkan; (1) kegiatan;(2) tempat bahan baku;(3) besar kecilnya modal;(4) jumlah tenaga kerja;(5) peraturan pemerintah;(6) pemilihan lokasi;(7) industri berdasarkan tingkat produktivitas.

Industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen merupakan industri sekunder yang kegiatannya mengolah hasil primer berupa tanah liat yang diambil langsung dari alam untuk diolah lagi menjadi genteng, karena bahan bakunya diambil langsung dari alam, maka industri ini disebut industri ekstraktif yang berorientasi pada bahan baku. Industri genteng merupakan industri padat karya dengan tidak terlalu mengandalkan modal sebagai modal dasar industri. Tenaga kerja yang digunakan diantara 5-19 orang.

2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Industri

1. Faktor Penentu Lokasi Industri

Penempatan lokasi industri mempunyai peranan yang penting, karena akan mempengaruhi perkembangan dan keberlanjutan proses dan kegiatan industri. Dalam upaya untuk menimumkan biaya produksi dan meningkatkan keuntungan, maka perusahaan industri harus dapat memilih lokasi industri

yang tepat. Ada beberapa faktor yang menentukan lokasi industri untuk mencapai tujuan tersebut (Prasetyo, 2010) diantaranya: (1)Faktor *endowment* (tanah, tenaga kerja, modal ,dan teknologi);(2) Pasar dan harga;(3)Bahan baku dan energy;(4) Aglomerasi, keterkaitan antar industri;(5) Kebijaksanaan pemerintah;(6) Biaya angkutan**;** dan(7**)**Undang – undang

Faktor *endowment* dalam hal ini adalah tersediannya faktor produksi utama secara kualitatif maupun kuantitatif di suatu daerah atau negara yang bersangkutan. Semakin banyak faktor *endowment* yang dimiliki oleh suatu daerah , maka makin banyak pula yang harus diperhatikan dalam menentukan lokasi industrinya. Selain tanah, tenaga kerja dan manajemen (manajer) sebagai unsur yang terlibat langsung dalam menentukan lokasi industri, harus diperhatikan juga dalam industri adalah tentang mobilitas tenaga kerja antar daerah, akan tetapi juga antar pekerjaan. Sementara itu,

Faktor penentu lokasi yang lain dikemukakan oleh Weber dalam (Tarigan, 2009).

1) Teori Lokasi Weber

Faktor-faktor teori Weber yang mempengaruhi penempatan lokasi industri:

a. Bahan Baku

Seorang produsen akan menentukan letak pabriknya di lokasi yang dapat memberikan keuntungan optimal. Contohnya pada industri genteng, industri ini memilih lokasi yang dekat dengan bahan baku.

b. Tenaga Kerja

Pada umumnya produsen lebih menyukai tenaga kerja yang berasal dari sekitar daerah lokasi industri, karena biaya transportasi yang dikeluarkan oleh tenaga kerja lebih sedikit, sehingga para buruh tidak menuntut upah yang terlalu tinggi.

c. Aksebilitas

Aksesibilitas memacu interaksi antar wilayah sampai ke daerah yang paling terpencil, sehingga tercipta pemerataan pembangunan. Semakin kecil biaya transportasi antara lokasi bahan baku menuju pabrik dan lokasi pemasaran maka total biayanya juga semakin kecil.

Perumusan modelnya Weber bertitik tolak pada asumsi bahwa:

1. Wilayah yang seragam dalam hal topografi, iklim dan penduduknya.
2. Sumber daya dan bahan mentah tersedia di mana – mana dalam jumlah yang memadai.
3. Tenaga kerja tidak *ubiquitous* (tidak menyebar secara merata) tetapi berkelompok pada beberapa lokasi dan dengan mobilitas terbatas.
4. Material lainnya seperti bahan bakar mineral dan tambang tersedia secara sporadis dan hanya terjangkau pada beberapa tempat terbatas.

2. Faktor Produksi

Perkembangan suatu industri erat dengan kebutuhan permintaan pasar. Permintaan pasar yang tinggi akan mendorong munculnya kegiatan suatu industri. Kegiatan industri pada dasarnya adalah kegiatan yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai guna yang lebih

tinggi. Tujuan suatu industri dalam menghasilkan barang atau jasa, meningkatkan kemakmuran masyarakat, meningkatkan keuntungan, memperluas lapangan pekerjaan, dan menjaga kesinambungan usaha perusahaan.

Untuk menghasilkan barang atau jasa dalam kegiatan industri tentunya ada faktor yang menunjang proses produksi yang disebut faktor produksi. Faktor-faktor tersebut merupakan suatu bagian yang sangat penting, karena faktor-faktor tersebut yang akan menentukan keberlangsungan kegiatan industri tersebut, jadi bila salah satu faktor tersebut hilang, maka proses kegiatan industri tidak akan berjalan lancar dan menghambat perkembangan suatu industri.

Alokasi faktor produksi dalam jumlah yang tepat akan memberikan pendapatan yang maksimal dan sebaliknya, penggunaan faktor produksi yang tidak tepat dapat menyebabkan ketidakefisienan yang dapat mengurangi keuntungan atau pendapatan. Faktor produksi dalam ilmu ekonomi dinyatakan dalam persamaan fungsi produksi. Fungsi produksi adalah suatu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan antara faktor-faktor produksi (input) dengan output yang dihasilkan (Sukirno,2005). Fungsi produksi dapat dituliskan sebagai berikut:

Q = f (K,L,R,T)

Dimana : K stok modal, L adalah jumlah tenaga kerja, dan ini meliputi berbagai jenis kerja dan keahlian keusahawanan, R adalah kekayaan alam, dan T adalah teknologi yang digunakan.

2.2 Industri Kecil

Industri kecil merupakan salah satu subsektor dari perekonomian nasional yang pada saat ini merupakan tumpuan utama pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja baru terutama akibat krisis ekonomi beberapa tahun terakhir ini.

Ada dua definisi Industri kecil yang dikenal di Indonesia. Pertama, definisi usaha kecil menurut Undang- undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

> "Usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan 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, serta memenuhi kriteria antara lain: kekayaan besih Rp 50 juta sampai Rp 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan pertahun Rp 300 juta sampai Rp 2,5 miliar".

Definisi lain mengenai industri kecil juga dijelaskan oleh BPS (Badan Pusat Statistik), industri kecil berdasarkan adalah industri yang jumlah tenaga kerjanya diantara 5 -19 orang.

Industri kerajinan genteng yang terdapat di Kabupaten Kebumen termasuk kedalam jenis industri kecil karena modal yang terbatas atau kecil, teknologi yang digunakan masih sederhana, dan jumlah pekerjanya kurang dari dua puluh.

2.3 Strategi Pengembangan Usaha

2.3.1 Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan jangka panjang dan mencapai keunggulan bersaing dalam organisasi. Menurut Porter (1985) dalam (Rangkuti, 2006) juga mengemukakan bahwa strategi adalah alat untuk mencapai keunggulan bersaing.

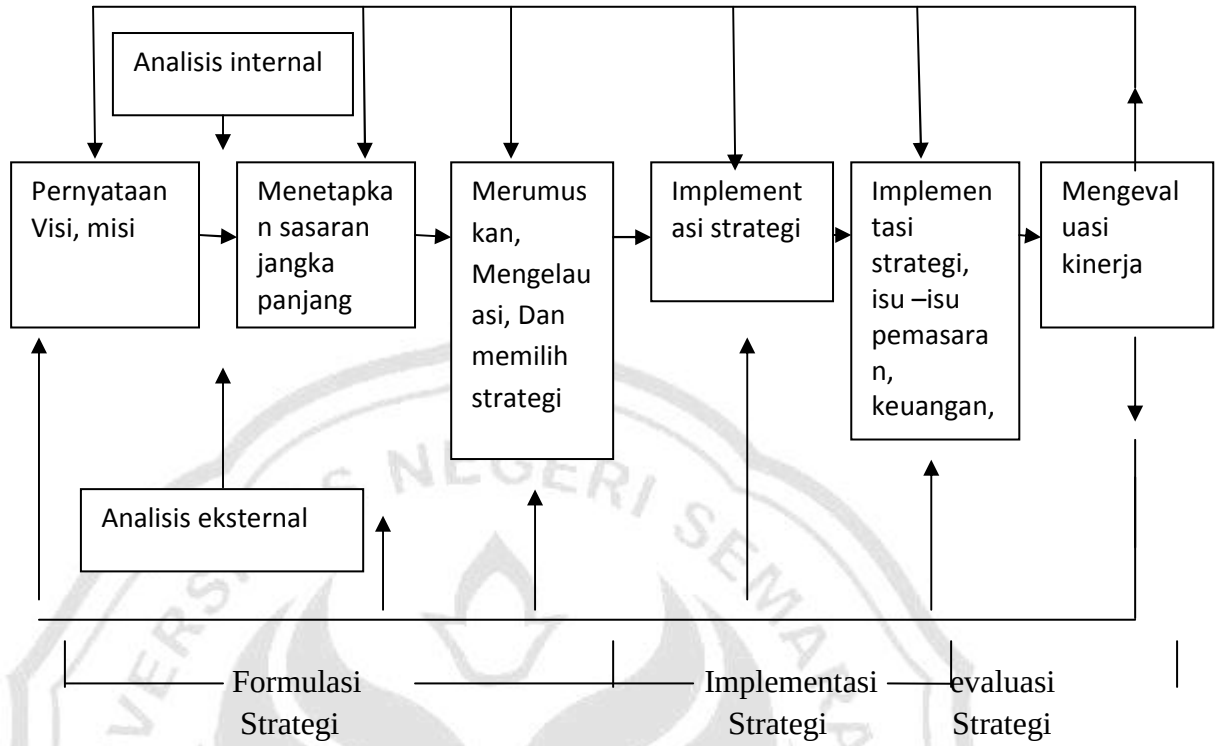
2.3.2 Manajemen Strategis

Manajemen strategis saat ini sangat diperlukan dalam setiap organisasi karena akan menentukan kinerja suatu organisasi. Manajemen strategis adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang yang meliputi pengamatan lingkungsn, perumusan strategi, implementasi, serta evaluasi (Hunger dan Wheelen, 2003).

Manajemen strategis juga merupakan suatu ilmu untuk merumuskan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi mampu mencapai tujuannya (David, 2008).

2.3.3 Proses Manajemen Strategis

Proses manajemen strategi adalah alur dimana penyusun strategi akan menentukan sasaran dan menyusun keputusan strategi. Proses manajemen strategi dapat dipelajari dan diterapkan dengan menggunakan sebuah model, dimana setiap model menggambarkan semacam proses. Gambar proses manajemen strategi dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Model Komprehensif Proses Manajemen Strategi

Sumber: David (2008)

1. Formulasi Strategi

Formulasi strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, analisis lingkungan meliputi: mengenali peluang dan ancaman eksternal perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, dan menghasilkan strategi alternatif tertentu untuk dilaksanakan.

2. Implementasi Strategi

Implementasi strategi mensyaratkan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, membuat kebijakan, memotivasi karyawan dan mengalokasikan sumber daya, sehingga strategi yang dirumuskan dapat dijalankan. Implementasi strategi berarti memobilisasi karyawan dan

manajer untuk mengubah strategi yang dirumuskan menjadi tindakan. Implementasi strategi sering dianggap sebagai tahap paling sulit dalam manajemen strategi, karena itu membutuhkan disiplin pribadi, komitmen dan pengorbanan.

3. Evaluasi strategi merupakan tahap akhir dalam manajemen strategi. Tiga macam aktivitas mendasar untuk mengevaluasi strategi adalah (1) meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi yang sekarang, (2) mengukur prestasi dan (3) mengambil tindakan korektif.

Dalam penilitian ini penulis membatasi dalam pengkajian proses manajemen strategis. Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka yang dikaji lebih dalam adalah dalam tahap formulasi strategi yang meliputi proses analisis lingkungan internal, analisis lingkungan eksternal perusahaan, merumuskan dan memilih strategi.

2.3.4 Formulasi Strategi

Formula strategi adalah menentukan aktivitas-aktivitas yang berhubungan dengan pencapaian tujuan. Tahap formulasi strategi terdiri dari (1) analisis lingkungan eksternal, (2) analisis lingkungan internal, (3) menetapkan alternatif strategi.

1. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal terdiri dari variabel-variabel (peluang dan ancaman) yang berada di luar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek (Hunger dan Wheelen, 2003). Tujuan analisis

lingkungan eksternal adalah untuk mengembangkan peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan dan ancaman yang harus dihindari. Dalam (David,2008), analisis lingkungan eksternal meliputi :

1. Kekuatan Ekonomi

Faktor ekonomi memiliki pengaruh langsung terhadap potensi menarik tidaknya berbagai strategi. Variabel yang terkait dengan kekuatan ekonomi meliputi: pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, kesediaan orang untuk membelanjakan, pola konsumsi, fluktuasi harga,

2. Kekuatan Sosial, Budaya, Demografi, dan Lingkungan

Perubahan sosial, budaya , demografi, dan lingkungan memiliki pengaruh besar terhadap hampir semua produk, jasa, pasar, dan pelanggan. Variabel utama sosial, budaya, demografi, dan lingkungan diantaranya pendapatan perkapita, lokasi usaha, gaya hidup, kepercayaan terhadap pemerintah, perilaku konsumsi, perilaku terhadap kualitas produk.

3. Kekuatan Politik, Pemerintah, dan Hukum

Faktor politik, pemerintah, dan hukum dapat menjadi peluang atau ancaman utama untuk perusahaan kecil maupun besar. Beberapa variabel politik, hukum dan pemerintah diantaranya; regulasi dan deregulasi pemerintah, tingkat subsidi pemerintah, dan program kerja pemerintah.

4. Kekuatan teknologi

Perubahan teknologi yang revolusioner dan penemuan memiliki pengaruh yang dramatis terhadap organisasi. Isu – isu berbasis teknologi akan mendasari setiap keputusan penting yang dibuat penyusun strategi. Para penyusun strategi

dalam industri yang dipengaruhi oleh perubahan teknologi yang cepat, identifikasi dan evaluasi peluang dan ancaman teknologi dapat menjadi bagian terpenting dalam audit eksternal.

5. Kekuatan Kompetitif

a. Ancaman pendatang baru

Pendatang baru dalam industri biasanya membawa kapasitas baru, sebagai usaha untuk mendapatkan keuntungan dari pasar saham, dan sumber daya penting. Ancaman pendatang ini tergantung adanya penghalang masuk dan reaksi – reaksi yang dapat diharapkan dari pesaing – pesaing yang sudah ada. Beberapa penghalang masuk (*barriers to entry*) adalah skala ekonomi, diferensiasi produk, kebutuhan modal.

b. Persaingan di antara perusahaan yang sudah ada

Persaingan yang digerakkan oleh suatu perusahaan dapat dipastikan mempengaruhi para pesaingnya, dan mungkin menyebabkan pembalasan atau usaha – usaha perlawanan. Intensitas persaingan berhubungan dengan beberapa faktor diantaranya: jumlah pesaing, tingkat pertumbuhan industri, karakteristik produk, kapasitas.

c. Ancaman produk atau jasa pengganti

Produk pengganti muncul dalam bentuk berbeda, tetapi dapat memuaskan kebutuhan yang sama dari produk lain. Menurut Porter, “Penggantian membatasi pendapatan potensial dari suatu industri karena batas atas pada harga – harga perusahaan dalam suatu industri berpengaruh secara signifikan laba.”

d. Kekuatan penawaran pembeli

Pembeli mempengaruhi industri melalui kemampuan mereka menekan turunnya harga, permintaan terhadap kualitas atau jasa yang lebih baik, dan memainkan peran untuk melawan satu pesaing dengan lainnya. Pembeli atau kelompok pembeli kuat jika kondisi diantaranya: (1) Pembeli membeli sebagian besar dari produk atau jasa penjual; (2) Pembeli memiliki kemampuan potensial untuk mengintegrasikan ke belakang dengan memproduksi produknya sendiri; (3) Pemasok alternatif sangat dimungkinkan karena produknya standar atau tidak berbeda; (4) Biaya mengganti pemasok sangat rendah; (5) Produk yang dibeli mewakili persentase tinggi dari harga pokok pembeli, karena itu menyediakan insentif bagi toko – toko sekitar untuk harga yang lebih rendah; (6) Pembeli mendapatkan laba yang rendah dan karena itu sangat sensitive untuk harga pokok dan jasa yang berbeda; (7) Produk yang dibeli tidak penting untuk kualitas akhir atau harga dari produk atau jasa pembeli, dengan mudah diganti tanpa mempengaruhi kerugian pada produk akhir.

e. Kekuatan penawaran pemasok

Pemasok dapat mempengaruhi industri dengan kemampuan mereka untuk menaikkan harga atau menurunkan kualitas barang atau jasa yang dibeli. Pemasok atau kelompok pemasok kuat jika beberapa persyaratan berikut ia penuhi seperti: (1) Industri pemasok didominasi oleh sedikit perusahaan, tetapi menjual ke banyak perusahaan; (2) Produk atau jasanya unik dan produk itu mempunyai biaya pengganti; (3) Produk pengganti

tidak ada; (4) Pemasok dapat mengintegrasikan ke depan dan bersaing secara langsung dengan pelanggan sekarang; (5) Industri pembeli membeli hanya sebagian kecil barang atau jasa dari kelompok pemasok dan itu tidak penting bagi pemasok.

2. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal terdiri dari variabel kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam organisasi (Hunger dan Wheelen, 2003). Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam berbagai bidang fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua bidang. Pendekatan fungsional diperlukan untuk menganalisis lingkungan internal perusahaan. Bidang fungsional yang menjadi variabel dalam analisis internal yaitu (David, 2008):

1. Manajemen

Manajemen merupakan suatu pengaturan organisasi yang mencakup sistem pemasaran, produksi, pengolahan sumberdaya manusia dan keuangan. Fungsi manajemen terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, pengelolaan staf dan pengendalian. Pengorganisasian mencakup desaign organisasi, spesialisasi pekerjaan dan analisis pekerjaan. Pengelolaan staf termasuk perekrutan tenaga kerja. Pengendalian termasuk dalam pengendalian kualitas produk dan bahan baku.

2. Pemasaran

Pemasaran penting dilakukan karena merupakan teknik dalam meraih pangsa pasar yang luas dengan menganalisis kebutuhan pelanggan. Tujuan pemasaran

adalah mengetahui dan memahami pelangggan sebaik mungkin, sehingga produk atau jasa itu sesuai dengan keinginan pelanggan. Pemasaran adalah suatu proses sosial antara individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2007). Sedangkan David (2008), mendefinisikan pemasaran sebagai proses menetapkan, mengantisipasi, menciptakan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan akan produk dan jasa. Dalam (David, 2008) fungsi dasar pemasaran, yaitu analisis pelanggan, penjualan produk/jasa, perencanaan produk dan jasa, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang.

3. Keuangan

Kondisi keuangan sering dianggap sebagai ukuran tunggal terbaik dari posisi bersaing perusahaan dan daya tarik keseluruhan bagi investor. Keuangan mempengaruhi kinerja perusahaan dan strategi yang diterapkan.

4. Produksi/Operasi

Fungsi produksi/operasi dari suatu usaha terdiri dari semua aktivitas yang mengubah masukan menjadi barang dan jasa. Manajemen produksi atau operasi menangani masukan, pengubahan dan keluaran yang bervariasi antara industri dan pasar. Manajemen produksi atau operasi terdiri dari lima fungsi atau bidang keputusan, yaitu proses, kapasitas, persediaan, tenaga kerja dan mutu.

5. Sumber Daya Manusia

Menganalisis kemampuan sumber daya manusia yang ada, baik ditingkat manajemen dan tenaga kerja. Setiap faktor sumber daya dan karyawan dapat

menambah kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan dan berhubungan dengan penerimaan, penyeleksian, penilaian motivasi serta mempertahankan jumlah dan tipe pekerja yang dibutuhkan. Sumber daya manusia atau karyawan adalah aset yang sangat berharga bagi suatu perusahaan.

2.3.5 Alternatif Strategi

Alternatif strategi merupakan berbagai kemungkinan strategi yang dapat diterapkan dalam suatu organisasi sesuai kondisi faktor yang mempengaruhinya. Strategi bisnis dapat termasuk perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi dan usaha patungan**.** Alternatif strategi yang dapat dijalankan oleh organisasi atau perusahaan terdapat 13 yaitu (David,2008):

1. Integrasi ke depan, yaitu mengembangkan usaha melalui pengendalian terhadap saluran distribusi.
2. Integrasi ke belakang, yaitu mengembangkan usaha melalui pengendalian atau penguasaan langsung terhadap perusahaan pemasok.
3. Integrasi horizontal, yaitu mengembangkan usaha melalui penguasaan dan kepemilikan sebagian maupun seluruhnya secara langsung terhadap perusahaan pesaing.
4. Penetrasi pasar, yaitu pengembangan usaha bertujuan untuk meningkatkan *market share* produk atau jasa yang ada sekarang di pasar yang sudah ada dengan teknik–teknik pemasaran.
5. Pengembangan pasar, yaitu memasarkan atau memperkenalkan produk atau jasa produk kepada pelanggan yang baru di pasar secara geografis. Strategi

yang dapat dilakukan dengan menambah jumlah saluran distribusi ke wilayah pasar yang baru secara geografi.

6. Pengembangan produk, yaitu meningkatkan sales dengan cara memperbaiki dan memperbaharui produk atau jasa yang sudah ada atau memperkenalkan produk yang baru.
7. Diversifikasi terpusat, yaitu pengembangan usaha untuk menciptakan produk atau jasa yang baru namun masih mempunyai kaitan dengan produk atau jasa yang lama.
8. Diversifikasi horizontal, yaitu menciptakan produk atau jasa yang sama sekali baru dan tidak berhubungan dengan produk atau jasa yang lama, dan dipasarkan kepada pelanggan yang sudah ada.
9. Diversifikasi konglomerasi, yaitu menciptakan produk atau jasa yang baru yang sama sekali tidak berhubungan dengan produk atau jasa yang sudah ada.
10. Kerjasama usaha, yaitu kerjasama dua atau lebih perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan posisi daya saing dengan melakukan joint venture..
11. Penyusutan usaha, yaitu menyusutkan operasi usaha yang bertujuan untuk mempertahankan usaha karena penjualan dan keuntungan yang semakin menurun.
12. Divestasi, yaitu menjual sebagian usaha untuk mendapatkan tambahan modal untuk kegiatan investasi. Divestasi bisa dilakukan pada saat perusahaan kekurangan modal.

13. Likuidasi, yaitu menghentikan kegiatan perusahaaan secara keseluruhan dengan cara menjual kekayaan perusahaan menurut nilai asset.

2.4 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian "Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen". Adapun penelitian terdahulu yang relevan terkait dengan penelitian ini di antaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Retno Purwatiningsih (2008), dengan judul " Perencanaan Pengembangan Industri Genteng dengan *Metode Analytical Hierarchy Process* dan *Linier Goal Programming.* Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan industri genteng wendit. Alat analisis yang digunakan adalah *Metode Analytical Hierarchy Process* dan *Linier Goal Programming*. Kesimpulan yang diambil berdasarkan penelitian adalah strategi yang tepat untuk diterapkan, dengan adanya penambahan penjumlahan alat produksi genteng, serta jenis produk genteng yang ditingkatkan produknya yaitu genteng super wendit.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu, Noneng, dan Andre (2012), dengan judul "Evaluasi Strategis Pengembangan Genteng Guna Meningkatkan Produktifitas Masyarakat Trenggalek. Tujuan dalam penelitian ini adalah menyusun dan evaluasi strategis faktor-faktor yang mendukung serta menghambat pengembangan Genteng baik secara internal maupun eksternal. Metode analisis data yang digunakan adalah

mengeksplorasi fenomena dengan analisis deskriptif. Alat analisis yang digunakan alah matriks SWOT. Kesimpulan yang diambil berdasarkan penelitian yaitu adanya pengembangan masyarakat melalui kegiatan kelompok adalah suatu alternatif untuk peningkatan kapasitas produksi masyarakat daerah Trenggalek itu sendiri, agar dapat lebih berperan aktif dan produktif dalam kegiatan yang di lakukan tanpa melupakan pendampingan dan kinjungan yang efektif dan efisien guna menampung kesulitan yang ada, dibandingkan denganpengembangan masyarakat secara individual, pengembangan masyarakat berbasis kelompok lebih efisien dan dapat mewakili penerimaan, penolakan atau ketidak perdulian para anggota kelompok itu akan suatu permasalah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Panca Kurniasari (2011), dengan judul" Analisis Efisiensi Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Industri Kecil Kabupaten Kendal (Studi Kasus Pada Industri Kecil Genteng Press Di Desa Meteseh Kecamatan Boja). Tujuan penelitian ini adalah menganalisis faktor produksi yang paling berpengaruh terhadap output genteng press di Desa Meteseh Kecamatan Boja Kabupaten Kendal dan menganalisis tingkat efisiensi baik efisiensi teknis, efisiensi harga maupun efisiensi ekonomi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model matematis fungsi produksi *Cobb-Douglas* . Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan penelitian yaitu, 1) variabel tanah liat, tenaga kerja, dan kayu bakar berpengaruh positif dan signifikan baik secara bersama-sama maupun parsial terhadap jumlah produksi genteng press di Desa Meteseh Kecamatan

Boja, dan variabel pendidikan pengusaha berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap produksi genteng press, 2) berdasarkan nilai efisiensi teknis yang diperoleh kurang dari 1 maka dapat dikatakan bahwa industri kecil genteng press di daerah penelitian tidak efisien secara teknis sehingga penggunaan input harus dikurangi, apabila dilihat dari efisiensi harga (EH) dan efisiensi ekonomi (EE), maka industri kecil genteng press tidak efisien dengan nilai efisiensi harga dan efisiensi ekonomi yang lebih dari 1, 3) berdasarkan analisis regresi, tanah liat memiliki nilai koefisien yang telah distandarkan paling besar, kemudian diikuti oleh kayu bakar dan tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap jumlah produksi genteng press adalah tanah liat, dan 4) Return to Scale (RTS) industri kecil genteng press di daerah penelitian berada pada kondisi *Increasing Return to Scale* (IRS), sehingga dapat dikatakan bahwa kondisi ini layak untuk dikembangkan atau diteruskan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Edy Suandy Hamid dan Y.Sri Susilo (2011), dengan judul ” Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”. Tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan serta menganalisis strategi dan pengembangannya. Alat analisis yang digunakan adalah matriks SWOT. Metode analisis dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif. Kesimpulan yang diambil dari penelitian ini yaitu bahwa berdasasarkan survei diperoleh beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Provinsi DIY, antara lain: (1) Pemasaran;

(2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pemakaian bahan baku; (5) Peralatan produksi; (6) Penyerapan dan pemberdayaan tenaga kerja; (7) Rencana pengembangan usaha; dan (8) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Dalam rangka pengembangan UMKM tersebut, maka direkomendasikan berbagai kebijakan dan strategi meliputi: (1) Berbagai pelatihan dalam pengembangan produk yang lebih variatif dan berorientasi kualitas dengan berbasis sumber daya lokal; (2) Dukungan pemerintah pada pengembangan proses produksi dengan revitalisasi mesin dan peralatan yang lebih modern**;** (3) Pengembangan produk yang berdaya saing tinggi dengan muatan ciri khas lokal; (4) Kebijakan kredit oleh perbankan dengan bunga lebih murah dan proses lebih sederhana sehingga akan mendukung percepatan proses revitalisasi proses produksi; (5) Peningkatan kualitas infrastruktur fisik maupun nonfisik untuk menurunkan biaya distribusi sehingga produk UMKM akan memiliki daya saing lebih tinggi; (6) Dukungan kebijakan pengembangan promosi ke pasar ekspor maupun domestik dengan berbagai media yang lebih modern dan bervariatif.

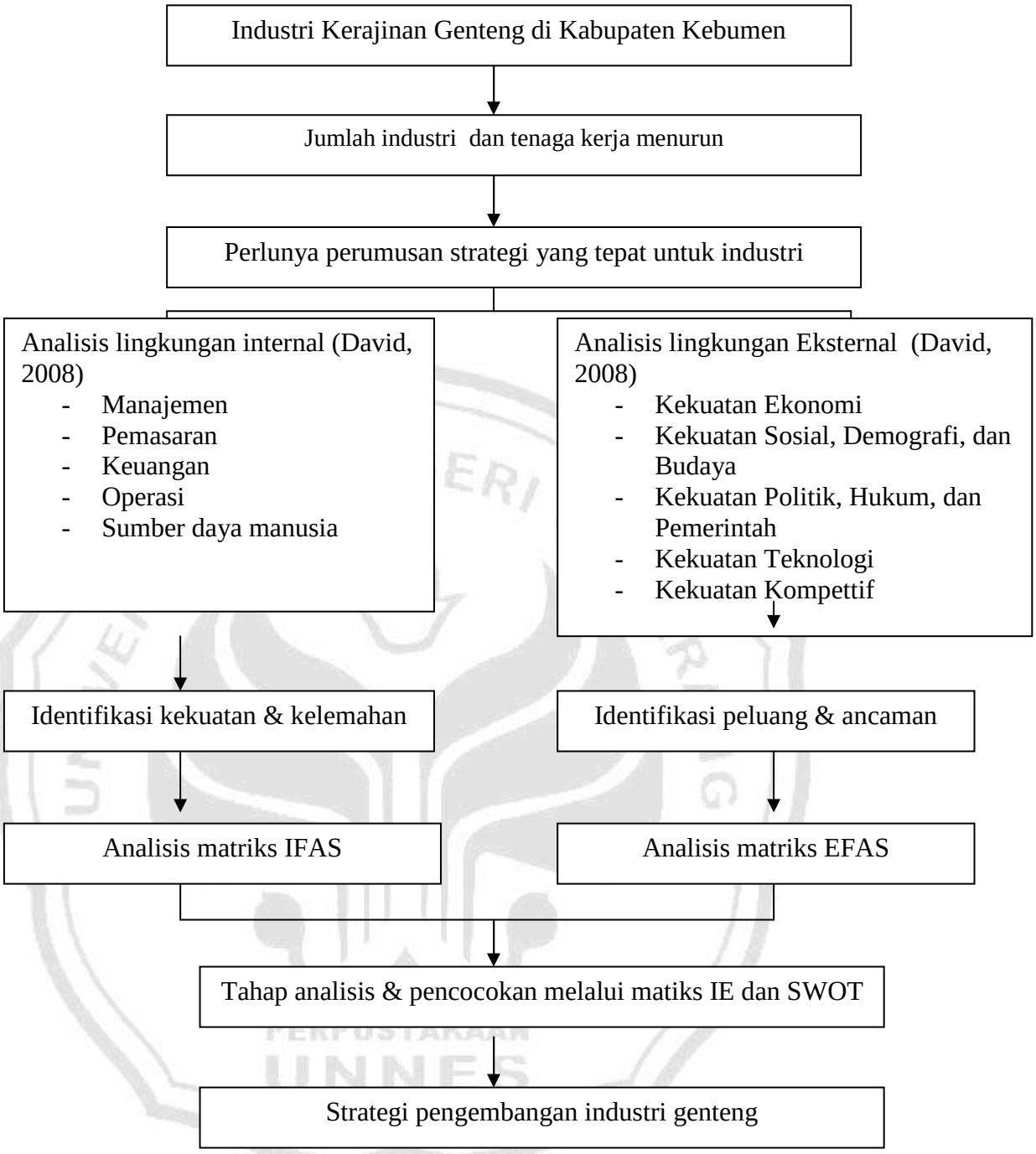
2.5 Kerangka Berpikir

Industri genteng merupakan salah satu industri pengolahan di Kabupaten Kebumen. Berdasarkan wawancara internal kepada beberapa pengusaha genteng di Kabupaten Kebumen, (17 November) saat ini permintaan akan genteng cukup bagus, namun demikian tidak diikuti dengan peningkatan jumlah unit usaha

maupun tenaga kerja. Permasalahan yang dihadapi industri genteng saat ini adalah menurunya jumlah unit usaha dan jumlah tenaga kerja. Dalam mengatasi dan meningkatkan perkembangan usaha kerajinan genteng dibutuhkan perumusan strategi yang tepat.

Langkah pertama yang dilakukan adalah mengidentifikasi mengidentifikasi faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan, yaitu untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan. Faktor eksternal perusahaan, yaitu mengidentifikasi peluang dan ancaman. Faktor strategis internal didapatkan melalui pengamatan analisis fungsional meliputi: manajemen, pemasaran, keuangan, produksi dan sumber daya manusia. Faktor strategis eksternal didapat berdasarkan pengamatan lingkungan, meliputi faktor ekonomi, sosial dan budaya, teknologi, politik dan pemerintah, dan kekuatan kompetitif.

Tahap selanjutnya yaitu menyimpulkan atau mencocokan faktor – faktor strategis internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) ke dalam matrik IE dan matrik SWOT. Untuk lebih jelasnya kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder dan data primer. Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna. Data primer adalah data yang dikumpulkan dari sumber asli dan langsung mendatangi ke lokasi.

Sumber data sekunder dalam penelitian ini, didapatkan dari Instansi atau Dinas terkait di Kabupaten Kebumen. Dinas tersebut di antaranya dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Pasar, Dinas Koperasi dan UMKM, dan Badan Pusat Statistik Kabupaten Kebumen. Data primer didapatkan dari observasi langsung ke lokasi yaitu Kecamatan Klirong, Kebumen, Pejagoan, Sruweng, kemudian wawancara dan penyebaran angket kepada pengusaha industri kerajinan genteng dan Dinas terkait yang telah dipilih menjadi sampel.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 115). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri kerajinan genteng di

Kabupaten Kebumen sejumlah 833 unit usaha yang tersebar di Kecamatan Petanahan, Kecamatan Klirong, Kecamatan Pejagoan, Kecamatan Sruweng, Kecamatan Alian, Kecamatan Adimulyo, Kecamatan Kebumen, dan Kecamatan Bulus Pesantren (Data Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Tahun 2011).

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010: 81). Dalam penelitian ini, penentuan sampel menggunakan teknik *proporsional random sampling* karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Maka dapat ditentukan jumlah sampel yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dalam Husein Umar (2007:78) sebagai berikut :

$$n = N/ 1+ Ne^2$$

dimana :

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian (presesi) karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir.

Berdasarkan jumlah populasi (N) industri genteng di Kabupaten sejumlah 833 unit usaha, dengan taraf kesalahan (e) sebesar 10 %, maka berdasarkan rumus diatas dihasilkan sampel (n) sejumlah 89 responden. Lokasi yang akan dijadikan sampel adalah kecamatan yang populasinya lebih dari 100 yaitu

kecamatan klirong, kebumen, pejagoan, dan sruweng. Pertimbangan ini dengan asumsi bahwa industri genteng merupakan industri homogen dan jumlah usaha menjadi sentra adalah 100 unit usaha. Teknik penentuan jumlah sampel pada masing-masing lokasi penelitian dilakukan secara proportional. Rumus untuk menentukan sampel masing – masing kecamatan (Rubbin and Luck, 1987) sebagai berikut :

$$n_i = (N_i / N) \times n$$

dimana :

n_i = jumlah sampel ke i

N_i = jumlah populasi ke i

N = jumlah populasi

n = jumlah sampel

Berdasarkan rumus diatas maka jumlah sampel masing – masing lokasi penelitian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Sampel Masing – masing Lokasi Penelitian

No	Kecamatan	Populasi	Proporsi	Sampel
1	Klirong	142	142/ 797 x 89 = 15.85	16
2	Kebumen	250	250/ 797 x 89 = 27.91	28
3	Pejagoan	287	287/ 797 x 89 = 32.04	32
4	Sruweng	118	118/ 797 x 89 = 13.17	13
Jumlah		**797**	**89**	**89**

Sumber: Data Sekunder Diolah

Jumlah sampel diatas berdasarkan responden pengusaha industri kerajinan genteng. Sampel tersebut digunakan untuk analisis deskriptif yaitu memaparkan lebih dalam gambaran umum dan menjelaskan variabel – variabel yang ada

dalam penyusunan strategi pada industri kerajinan genteng. Selain untuk analisis deskriptif, jumlah sampel 89 orang digunakan untuk menentukan peringkat dalam matrik IFAS (*Internal Factor Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Summary*). Kemudian, dilakukan juga pengambilan sampel responden sebagai *keyperson* yang dilakukan secara *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan memilih secara sengaja sampel yang akan diteliti sebagai responden. Pemilihan secara *purposive sampling* dengan kriteria bahwa responden yang dijadikan sampel mengetahui lingkungan bisnis. Pihak tersebut meliputi perwakilan dari Dinas Pemerintah dan perwakilan dari pengusaha. Pihak pemerintah yaitu Kepala Seksi Pengawasan Industri Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kebumen (satu orang), Kepala bidang UMKM Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kabupaten Kebumen (satu orang), perwakilan dari Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, dan perwakilan pengusaha industri kerajinan genteng untuk masing – masing kecamatan (satu orang). *Keyperson* tersebut digunakan dalam menentukan faktor internal dan eksternal dan menilai bobot dalam tahapan analisis SWOT. Tujuan adanya keterlibatan pihak tersebut dalam penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan alternatif strategi yang lebih objektif.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Kabupaten Kebumen tepatnya adalah Kecamatan Klirong, Kebumen, Pejagoan, dan Sruweng. Pertimbangan pemilihan lokasi adalah industri bersifat homogen dan dengan asumsi kecamatan yang

mempunyai jumlah unit usaha lebih dari 100 usaha sebagai ukuran sentra adalah keempat kecamatan tersebut.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono,2010:38). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel penelitian yaitu faktor yang mempengaruhi dalam penyusunan strategi pengembangan industri kecil kerajinan genteng. Variabel terdiri dari data internal dan data eksternal.

1. Data Internal

   a. Manajemen

   Manajemen merupakan suatu tingkatan sistem pengaturan organisasi yang mencakup sistem produksi, pemasaran, pengelolaan sumberdaya manusia, dan keuangan (David, 2008). Manajemen dalam penelitian ini meliputi: perencanaan, pengorganisasian, pemberian motivasi, pengelolaan staf, dan pengendalian. Data manajemen didapatkan dari hasil kuesioner yang diberikan kepada sampel responden pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

   b. Pemasaran

   Pemasaran dapat digambarkan sebagai proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa (David, 2008). Pemasaran dalam penelitian ini meliputi: analisis pelanggan, penjualan, penetapan harga,

dan distribusi. Data pemasaran didapatkan dari hasil kuesioner yang diberikan kepada sampel responden pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

c. Akuntansi atau Keuangan

Akuntansi Keuangan adalah sistem pembukuan yang bertujuan utama menghasilkan laporan keuangan untuk kepentingan pihak luar (Haryono, 2001). Variabel akuntansi dalam penelitian ini terkait dengan pembukuan laporan keuangan dan permodalan. Data akuntansi didapatkan berdasarkan kuesioner yang diberikan kepada sampel responden pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

d. Operasi/ produksi

Fungsi produksi atau operasi dalam suatu industri merupakan seluruh aktivitas yang mengubah input menjadi output yang berupa barang dan jasa. Manajemen produksi atau operasi berhubungan dengan input, proses, dan output yang bervariasi antar industri dan pasar. Produksi dalam penelitian ini meliputi: proses produksi, kapasitas, persediaan, dan keputusan kualitas. Data produksi didapatkan berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada sampel responden pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

e. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) atau *human resources* mengandung dua arti. Pertama, adalah usaha kerja atau jasa yang dapat diberikan dalam proses produksi. SDM mencerminkan kualitas usaha yang diberikan oleh

seseorang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan barang dan jasa. Kedua, SDM menyangkut manusia yang mampu bekerja untuk memberikan jasa atau usaha kerja tersebut. Mampu bekerja berarti mampu melakukan kegiatan yang mempunyai nilai ekonomis, yaitu kegiatan tersebut menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Payaman Simanjuntak, 1998). Sumber daya manusia dalam penelitian ini terkait pendidikan tenaga kerja, upah, dan asal tenaga kerja. Data sumber daya manusia didapatkan dari hasil kuesioner yang diberikan kepada sampel responden pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

2. Data Eksternal

   a. Kekuatan Ekonomi

      Faktor ekonomi berkaitan dengan sifat dan arah perekonomian dimana suatu perusahaan beroperasi, Dalam penelitian ini kekuatan ekonomi berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Kebumen, dan pola konsumsi masyarakat.

   b. Kekuatan Sosial, Demografi, dan Lingkungan

Tren-tren sosial, budaya, demografis, dan lingkungan membentuk cara orang hidup, bekerja, memproduksi, dan mengkonsumsi (David,2008). Dalam penelitian kekuatan sosial, demografi berkaitan dengan jumlah penduduk dan budaya.

c. Kekuatan Politik, Pemerintah, dan Hukum

Politik, pemerintah, dan hukum merupakan pembuat regulasi, deregulasi, penyubsidi, pemberi kerja, dan konsumen utama organisasi. Dalam penelitian ini kekuatan politik, pemerintah dan hukum terkait regulasi, subsidi.

d. Kekuatan Teknologi

Perubahan dan penemuan teknologi yang revolusioner memiliki dampak yangdramatis terhadap industri. Dalam penelitian teknologi terkait adanya penggunaan teknologi lebih modern dalam produksi.

e. Kekuatan Kompetetif

Hakikat persaingan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan di suatu industri tertentu dapat dipandang sebagai perpaduan dari lima kekuatan (David, 2008). Kekuatan kompetitif dalam penelitian ini meliputi: ancaman pendatang baru, persaingan yang sudah ada, ancaman produk pengganti, kekuatan pembeli, dan kekuatan penjual.

PERPUSTAKAAN UNNES

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data sangatlah penting karena merupakan alat untuk mendapatkan data sesuai tujuan yang diinginkan. Untuk memperoleh data, digunakan metode di antaranya:

3.5.1 Observasi lapangan

Observasi adalah suatu cara pengumpulan data dengan cara meneliti apa yang terjangkau oleh pancaindra. Informasi didapatkan dengan mendatangi

langsung lokasi ke empat kecamatan di Kabupaten Kebumen untuk melihat kondisi dan permasalahan secara lebih terperinci dan untuk mengetahui kegiatan, gambaran umum yang terjadi di sekitar industri tersebut. Kemudian untuk mendapatkan informasi lebih, penulis menggunakan kuesioner. Pada pra penelitian untuk mencari informasi awal penulis melakukan wawancara dengan beberapa pihak pemilik usaha genteng (17-18 November 2012). Untuk observasi mengumpulkan data dalam penelitian, dilakukan pada bulan Maret 2013 .

3.5.2 Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden oleh peneliti dan jawaban–jawaban responden dicatat.

3.5.3 Angket atau Kuesioner

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2010: 199). Kuesioner dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga. Kuesioner pertama digunakan untuk mengidentifikasi apakah faktor tersebut menjadi kekuatan atau kelemahan dan apakah menjadi ancaman atau peluang, Bentuk pertanyaan yang digunakan adalah pilihan antara iya atau tidak.

Kuesioner kedua untuk pembobotan dan penentuan peringkat yang digunakan dalam analisis SWOT. Kuesioner pembobotan berbentuk perbandingan antara dua faktor dengan skala penilaian 1- 3. Kuesioner pertama dan kedua untuk pembobotan diisi oleh *keyperson* yang sudah ditentukan sejumlah 7 responden yaitu Dinas Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten

Kebumen, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kebumen, BAPPEDA Kabupaten Kebumen, dan empat perwakilan dari masing–masing Kecamatan Pejagoan, Klirong, Sruweng, dan Kebumen. Kuesioner peringkat diisi oleh responden sejumlah 89 orang.

Angket ketiga diisi oleh pengusaha industri kerajinan genteng sejumlah 89 responden dengan menggunakan bentuk kuesioner terbuka. Pertanyaan dalam kuesioner menggunakan model *essay*. Pemilihan model tersebut diharapkan responden akan memberikan jawaban secara objektif dan detail.

3.5.4 Dokumentasi

Dokumentasi artinya barang – barang tertulis seperti buku, surat kabar, majalah, relief, naskah, dokumen dan internet (Arikunto: 2010). Dalam penelitian ini pengumpulan data dengan dokumentasi didapatkan dari buku, dokumen, dan internet.

3.5.5 Literatur

Studi literatur yaitu mempelajari buku yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, baik pendapatnya sebagai teori maupun sebagai pembanding dalam pemecahan masalah mengenai strategi pengembangan industri kecil kerajinan genteng. Dalam penelitian ini literatur yang digunakan baik jurnal, skripsi ataupun buku yang terkait dengan penelitian.

3.6 Metode dan Alat Analisis Data

3.6.1 Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *mix method* yaitu perpaduan antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan *kuantitatif* adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme,* digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian (Sugiyono, 2010: 13). Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Moleong, 2011:4), metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilkau yang diamati. Dalam penelitian ini metode kualitatif digunakan dalam mengkonfirmasi data kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini, alat analisis yang digunakan adalah distribusi frekuensi, matrik IFAS, dan matrik EFAS. Distribusi frekuensi digunakan untuk menganalisis kecenderungan dari suatu data. Alat analisis ini digunakan dalam menganalisis profil responden dan menganalisis faktor internal dan eksternal berdasarkan data hasil penelitian. Alat analisis matrik IFAS dan EFAS digunakan dalam menilai tingkat prioritas baik faktor internal maupun eksternal, dan menentukan arah strategi yang diterapkan. Matriks IFAS dan matriks EFAS merupakan tahapan dalam analisis menentukan alternatif strategi yang diperoleh dari analisis SWOT dan matriks IE.

Pendekatan kualitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis SWOT. Analisis deskriptif berfungsi untuk

memberikan informasi lebih, dalam menjelaskan analisis lingkungan internal dan eksternal industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berdasarkan hasil wawancara. Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan dalam menganalisis alternatif–alternatif strategi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berdasarkan hasil data kuantitatif dari matriks IFAS dan EFAS.

3.6.2 Alat Analisis Data

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SWOT dan matriks IE dengan konsep manajemen strategis, adapun tahapan analisisnya meliputi:

3.6.2.1 Tahap Pengumpulan Data

Tahap ini pada dasarnya tidak hanya sekedar kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan suatu kegiatan pengklasifikasian dan pra–analisis. Pada tahap ini data dapat dibedakan menjadi dua, yaitu data internal dan data eksternal.

1. Data Internal (IFAS)

   Analisis lingkungan internal terdiri dari variabel-variabel (kekuatan dan kelemahan) yang ada di dalam organisasi tetapi biasanya tidak dalam pengendalian jangka pendek dari manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk suasana dimana pekerjaan dilakukan (Hunger dan Wheelen, 2003)

   Pendekatan fungsional diperlukan untuk menganalisis lingkungan internal perusahaan pada khususnya dan lingkungan industri pada umumnya.

Bidang fungsional yang menjadi variabel dalam analisis internal meliputi: Manajemen, Pemasaran, Keuangan, Produksi atau Operasi, Sumber Daya Manusia.

2. Data Eksternal (EFAS)

Analisis lingkungan eksternal terdiri dari variabel-variabel (peluang dan ancaman) yang berada di luar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek dalam manajemen puncak. Variabel-variabel tersebut membentuk keadaan dimana organisasi ini hidup (Hunger dan Wheelen, 2003). Variabel yang digunakan dalam data eksternal ini meliputi faktor makro ekonomi dan kekuatan – kekuatan yang memacu persaingan industri menurut Porter, meliputi ancaman pendatang baru, pesaingan perusahaan yang sudah ada, ancaman produk pengganti, kekuatan penawaran pembeli, kekuatan penawaran pemasok

Adapun tahapan pengumpulan data faktor-faktor kunci dalam matriks IFAS dan EFAS sebagai berikut:

1. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Perusahaan

Langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi dan mendaftar faktor internal dan eksternal sekitar lima sampai 10 item untuk masing – masing kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman. Untuk menentukan apakah faktor tersebut menjadi kekuatan atau kelemahan dan apakah menjadi peluang atau ancaman, dalam penelitian ini faktor tersebut diidentifikasi dengan mengajukan kuesioner kepada sampel responden terpilih sejumlah 7 responden.

2. Penentukan Bobot Setiap Variabel

Penentuan bobot berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis unit yang dianalisis dalam suatu perusahaan tertentu. Penentuan bobot dilakukan dengan jalan mengajukan identifikasi faktor strategis internal dan eksternal tersebut kepada responden terpilih dengan menggunakan metode *paired comparison*. Metode *paired comparison* adalah suatu metode untuk membandingkan secara bersamaan dua variabel yang terdapat dalam seperangkat variabel dan memilih salah satu variabel yang dinilai responden lebih penting melalui skala penilaian. Skala yang digunakan untuk menentukan nilai setiap variabel yang digunakan dalam pengisian kolom adalah:

1= Jika indikator horizontal kurang penting daripada indikator vertikal

2= Jika indikator horizontal sama penting daripada indikator vertikal.

3= Jika indikator horizontal lebih penting daripada indikator vertikal.

Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengindikasikan tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam industri tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan dan kelemahan atau peluang dan ancaman. Jumlah seluruh bobot yang diberikan harus sama dengan 1,0.

3. Penentuan Peringkat

Penentuan peringkat oleh responden terpilih dilakukan terhadap variabel-variabel dari hasil analisis situasi perusahaan. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel terhadap kondisi

perusahaan digunakan nilai peringkat terhadap masing-masing faktor strategi. Penentuan rating pada matriks IFAS untuk faktor kekuatan dan kelemahan serta EFAS untuk peluang dan ancaman menggunakan skala nilai rating sebagai berikut:

5 = Sangat berpengaruh
4 = Pengaruhnya besar
3 = Pengaruhnya sedang
2 = Pengaruhnya kecil
1 = Tidak ada pengaruhnya

4. Tahap selanjutnya adalah mengalikan setiap bobot dengan peringkat pada setiap faktor dan semua hasil kali tersebut dijumlahkan secara vertikal untuk mendapatkan total skor pembobotan. Total skor pembobotan pada matriks IFAS akan berkisar antara 1,0 - 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total skor pembobotan IFAS bernilai dibawah 2,5 menunjukkan bahwa industri tersebut memiliki posisi internal yang lemah. Sedangkan jika jumlah skor pembobotan IFAS bernilai diatas 2,5 menunjukkan bahwa industri tersebut memiliki posisi internal yang kuat. Jika total skor 1,0 menunjukkan bahwa perusahaan tidak mampu menutupi kelemahan yang ada dengan kekuatan yang dimiliki. Jumlah skor 4,0 menunjukkan bahwa industri memanfaatkan kekuatan maupun kelemahan yang dihadapinya dengan sangat baik.

   Total skor pembobotan pada matriks EFAS, jumlah skor bobot faktor eksternal berkisar antara 1,0 - 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika jumlah skor pembobotan EFAS bernilai dibawah 2,5 menunjukkan

bahwa industri tersebut memiliki posisi eksternal yang lemah. Sebaliknya jika jumlah skor pembobotan EFAS bernilai diatas 2,5 menunjukkan bahwa industri tersebut memiliki posisi eksternal yang kuat. Jumlah skor pembobotan EFAS 1,0 menunjukkan bahwa industri tidak dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman yang ada.

3.6.2.2Tahap Analisis, Pencocokan, dan Alternatif Strategi

Tahap pencocokan berlandaskan pada informasi yang diturunkan dari tahap input untuk mencocokkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dalam penelitian ini, tahap pencocokan menggunakan matriks internal dan eksternal (IE) kemudian dilanjutkan dengan matriks SWOT. Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan perusahaan, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model–model kuantitatif perumusan strategi.

1. Matriks IE

Matriks IE menempatkan berbagai divisi organisasi dalam diagram sembilan sel secara skematis. Matriks IE didasarkan pada dua dimensi kunci, yaitu total rata-rata tertimbang IFAS pada sumbu x dan total rata-rata tertimbang EFAS pada sumbu y. Total rata-rata tertimbang yang diturunkan dari masing-masing divisi memungkinkan pembuatan matriks IE. Pada sumbu x matriks IE menggambarkan posisi internal dimana total rata-rata tertimbang IFAS yang diberi bobot 1,0 sampai 1.99 menunjukkan posisi internal yang lemah, nilai 2,00 sampai 2,99 dianggap rata-rata, dan

nilai 3.0 sampai 4,0 dianggap kuat. Demikian pula pada sumbu y, untuk total nilai EFAS memiliki perhitungan yang sama. Matriks IE dibagi menjadi tiga bagian utama yang mempunyai dampak strategi yang berbeda, yaitu:

a. *Growth strategy* yang merupakan pertumbuhan perusahaan itu sendiri (sel I, II, dan V) atau upaya diversifikasi (sel VII, VIII)
b. *Stability strategy* adalah strategi yang diterapkan tanpa mengubah arah strategi yang telah ditetapkan
c. *Retrenchment strategy* (sel III, VI, dan IX) adalah usaha memperkecil atau mengurangi usaha yang dilakukan perusahaan.

Untuk memperoleh penjelasan secara lebih detail mengenai kesembilan strategi yang terdapat pada Sembilan sel IE matriks tersebut di atas, berikut ini akan dijelaskan tindakan dari masing – masing strategi tersebut.

1. Strategi pertumbuhan (*growth Strategy*)

Didesain untuk mencapai pertumbuhan, baik dalam penjualan, asset, profit, atau kombinasi dari ketiganya. Hal ini dapat dicapai dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Usaha yang dapat dilkaukan adalah dengan cara meminimalkan biaya sehingga dapat meningkatkan *profit*. Cara ini merupakan strategi terpenting apabila kondisi perusahaan tesebut berada dalam pertumbuhan yang cepat dan terdapat kecenderungan pesaing melakukan perang harga dalam usaha untuk meningkatkan pangsa pasar. Dengan demikian, perusahaan yang

belum mencapai *critical mass* (mendapat *profit* dari *large – scale production* akan mengalami kekalahan, kecuali jika perusahaan ini dapat memfokuskan diri pada pasar tertentu yang menguntungkan.

2. Strategi pertumbuhan melalui konsentrasi dan diversifikasi

Ada dua strategi dasar dari pertumbuhan pada tingkat korporat, yaitu konsentrasi pada suatu industri atau diversifikasi ke industri lain. Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan yang memiliki kinerja yang baik cenderung mengadakan konsentrasi, sedangkan perusahaan yang relatif kurang memiliki kinerja yang baik cenderung mengadakan diversifikasi agar dapat meningkatkan kinerjanya. Jika perusahaan tersebut memilih strategi konsentrasi, dia dapat tumbuh melalui integrasi (*integration*) horizontal maupun vertikal, baik secara internal melalui sumber dayanya sendiri atau secara eksternal dengan menggunakan sumber daya dari luar. Jika perusahaan tersebut memilih strategi diversifikasi, dia tumbuh melalui konsentrasi atau diversifikasi konglomerat, baik secara internal melalui pengembangan produk baru, maupun eksternal melalui akuisisi.sel 1,2,5,7 dan 8.

3. Konsentrasi melalui integrasi vertical (sel 1)

Pertumbuhan melalui konsentrasi dapat dicapai melalui integrasi vertical dengan cara *backward integration* (mengambil alih fungsi supplier) atau dengan cara *forward integration* (atau mengambil alih fungsi distributor). Hal ini merupakan strategi utama untuk perusahaaan yang memiliki posisi kompetitif pasar yang kuat dalam industri yang berdaya tarik tinggi. Agar

dapat menigkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, perusahaan ini harus melakukan upaya meminimalkan biaya dan operasi yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk. Integrasi vertikal dapat dicapai melalui sumber daya internal maupun ekstenal.

4. Konsentrasi mellaui integrasi horizontal sel 2 dan 5

Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk serta jasa. Jika perusahaan tersebut berada dalam industri yang sangat atraktif (sel 2) tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan dan profit, dengan cara memanfaatkan keuntungan *economic of scale* baik di produksi maupun pemasaran. Sementara jika perusahaan ini berada dalam moderat attractive industri, strategi yang ditetapkan adalah konsolidasi (sel 5). Tujuan relatif lebih defensive, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. Perusahaan yang berada disel ini dapat memperluas pasar, fasilitas produksi, dan teknologi.

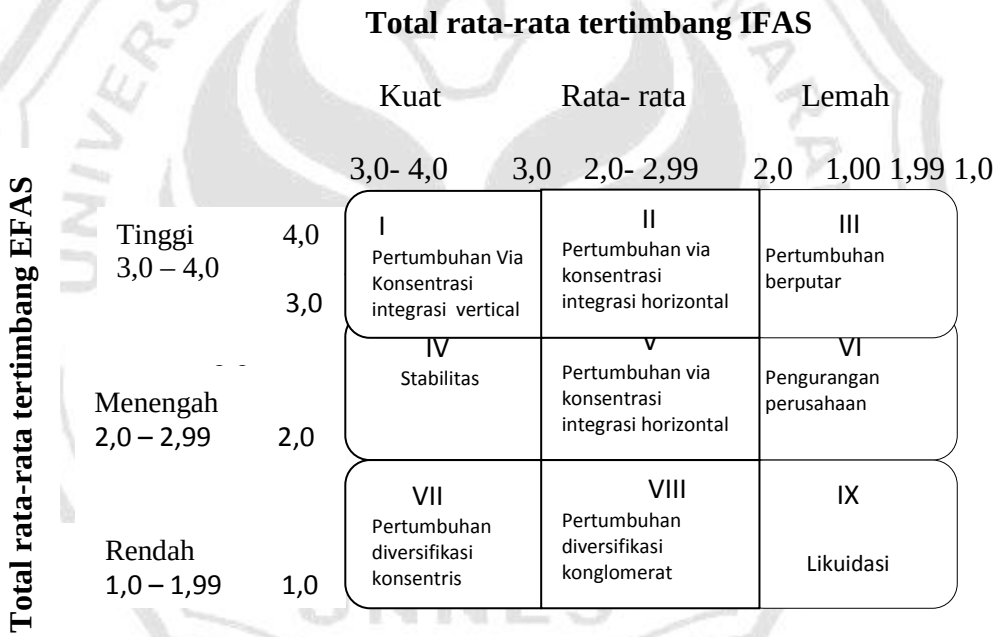
5. Diversifikasi konsentris sel 7

Strategi pertumbuhan melalui diversifikasi umumnya dilaksanakan oleh perusahaan yan memiliki kondisi *competitive position* sangat kuat tetapi nilai daya tarik industrinya rendah. Perusahaan tersebut berusaha memanfaatkan kekuatan untuk membuat produk baru secara efisien karena

perusahan ini sudah memiliki kemampuan manufaktur dan pemasaran yang baik.

6. Diversifikasi konglomerat sel 8

Strategi pertumbuhan melalui kegiatan bisnis yang tidak saling berhubungan dapat dilakukan jika perusahaan menghadapi *competitive position* yang tidak begitu kuat dan nilai daya tarik industrinya rendah. Tekanan strategi ini lebih pada sinergi *financial* daripada produk market sinergi.



Gambar 3.1. Matriks IE

Sumber: David (2008)

2. Matriks dan Diagram SWOT

Matriks *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (SWOT) merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi, dengan memaksimalkan kekuatan (*Sthrengths*) dan

peluang (*Opportunities*), dan secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan dengan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman (Rangkuti, 2006). Matriks ini menggunakan informasi yang didapatkan dari tahap input dan merupakan alat yang penting untuk membantu manajer mengembangkan empat set kemungkinan alternatif strategi (David, 2008), yaitu :

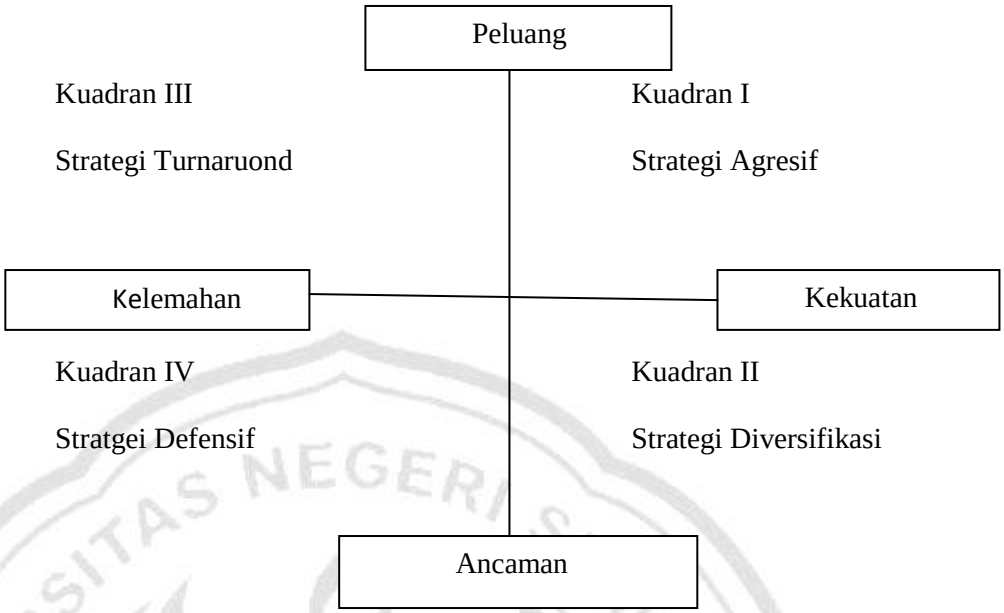
Tabel 3.2

Matriks SWOT

Factor internal (IFAS) / **Factor eksternal (EFAS)**	Kekuatan (S) Daftarkan 5-10 kekuatan *Internal*	Kelemahan (W) Daftarkan 5-10 kelemahan *Internal*
Peluang (O) Daftarkan 5-10 peluang *Eksternal*	Strategi (SO) Buat strategi di sini yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Buat strategi di sini yang memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan
Ancaman Daftarkan 5-10 ancaman *Eksternal*	Strategi (ST) Buat strategi di sini yang menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	Strategi (WT) Buat strategi di sini yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman .

Sumber: David (2008).

Dari hasil perhitungan faktor internal dan faktor eksternal, di dalam perhitungan strateginya memerlukan penegasan dari adanya posisi dalam salib sumbu yaitu antara kekuatan dan kelemahan, maupun peluang dan ancaman yang kesemuanya digambarkan dalam garis-garis positif dan negatif pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2. Diagram Analisis SWOT

Sumber : Freddy Rangkuti (2006)

Kuadran 1: Perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth strategy*)

Kuadran II: Meskipun menghadapi bebagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah strategi diverrsifikasi produk / jasa.

Kuadran III: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi disisi lain ia menghadapi beberapa kendala/ kelemahan internal. Focus perusahaan ini adalah meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar dengan baik.

Kuadran IV: ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kabupaten Kebumen

4.1.1 Gambaran Umum Ekonomi Kabupaten Kebumen

Secara administratif, Kabupaten Kebumen merupakan salah satu dari 35 Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah. Luas wilayah Kabupaten Kebumen sekitar 128.111,50 hektar yang terbagi dalam 26 kecamatan, 449 desa dan 11 kelurahan. Luas wilayah darat 128.111,50 hektar atau 1.281,115 km2 dan wilayah laut 6.867 km2. Secara astronomis terletak diantara 109o22'–109o50' Bujur Timur dan 7o27'–7o50' Lintang Selatan. Kabupaten Kebumen dalam konteks regional merupakan simpul penghubung antara Jawa Timur dan Jawa Barat dan memanjang di pulau Jawa bagian Selatan. Batas-batas wilayah Kabupaten Kebumen adalah sebagai berikut:

a. Sebelah Utara : Kabupaten Banjarnegara dan Wonosobo,
b. Sebelah Timur : Kabupaten Purworejo,
c. Sebelah Selatan : Samudera Hindia,
d. Sebelah Barat : Kabupaten Banyumas dan Cilacap.

Untuk melihat struktur perekonomian di Kabupaten Kebumen, salah satunya dengan melihat Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) yang menggambarkan kontribusi masing-masing lapangan usaha. Dari data yang ada, ternyata Kabupaten Kebumen masih didominasi sektor pertanian, yang kontribusinya terhadap PDRB (berdasarkan harga konstanTahun 2000) dalam kurun 5 (lima) tahun terakhir selalu di atas 30%. Pada Tahun 2011, kontribusi sektor pertanian sebesar 36,82%, diikuti oleh sektor jasa-jasa 20,78%, sektor

perdagangan, hotel dan restoran 11,21% dan sektor industri pengolahan sebesar 9,97%. Sektor industri pengolahan menduduki posisi keempat dalam struktur perekonomian di Kabupaten Kebumen, tetapi dalam kinerjanya selama 5 tahun terakhir kontribusinya selalu meningkat sedangkan pertanian selalu menurun. Sektor industri pengolahan cukup menonjol terutama dalam hal kontribusinya menyerap tenaga kerja.

Sektor industri di Kabupaten Kebumen terbagi menjadi empat klasifikasi, yaitu industri besar, industri menengah, industri kecil dan rumah tangga. Pada tahun 2011 dari keempat klasifikasi industri tersebut, industri rumah tangga merupakan yang terbesar jumlahnya yaitu mencapai 47.529 unit kemudian urutan kedua industri kecil sebanyak 3.761 unit. Jumlah industri kecil mengalami pertumbuhan dari tahun sebelumnya sebesar 63,9%. Tenaga kerja yang terserap di sektor industri pada Tahun 2011 sebesar 105.607 orang.

Pada klasifikasi industri kecil di Kabupaten Kebumen, yang paling banyak jumlah usaha dan penyerapan kerjanya yaitu industri barang galian bukan logam kecuali minyak bumi dan batu bara sebesar 6.114 orang. Industri kecil kerajinan genteng termasuk dalam industri barang galian bukan logam kecuali minyak bumi dan batu bara.

Keberadaan industri kerajinan genteng ini membawa pengaruh terhadap perekonomian Kabupaten Kebumen terkait dengan pendapatan daerah, pembukaan lapangan kerja, kesejahteraan masyarakat, dan mengurangi pengangguran.

4.1.2 Gambaran Umum Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen

Kebumen memang terkenal sebagai sentra produksi kerajinan genteng. Kabupaten Kebumen terletak di bagian selatan Jawa Tengah yang merupakan salah satu daerah yang dilewati transportasi antar kota dan antar provinsi. Pemandangan khas segera terlihat di kanan-kiri jalan berupa tumpukan genteng, baik genteng yang masih mentah, baru dijemur, maupun sudah matang atau dibakar di sepanjang jalan jalur lingkar selatan Kabupaten Kebumen.

Industri genteng yang terkenal adalah genteng Sokka yang terletak di wilayah Kecamatan Pejagoan yang sudah eksis sejak zaman Belanda. Pada abad ke-19, Orang Belanda memakai genteng Sokka untuk atap semua stasiun kereta api di Pulau Jawa karena genteng Sokka terkenal kualitasnya. Genteng Sokka dikenal kuat, berbahan tanah liat yang spesifik. Kekayaan tanah liat berkualitas tinggi dari daerah Kebumen memberi peluang yang sangat besar bagi keberadaan industri genteng karena menyuplai bahan baku pembuatan genteng. Pemasaran produk kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen sudah sampai ke luar kota dan luar propinsi seperti Kota Tasikmalaya, Kota Ciamis, Banjarsari, Kota Surakarta, Kota Semarang, Kediri, dan sebagian wilayah Yogyakarta.

Abu Ngamar yaitu orang yang pertama membuat genteng Sokka sekitar tahun 1940an. Pada awalnya, beliau masih membuat genteng plam (genteng jawa) yang dicetak dengan alat yang masih tradisional berupa cetakan kayu. Seiring perjalanan waktu, pada tahun 1970an masyarakat pengrajin genteng mulai menggunakan teknologi yang lebih modern dalam pembuatan genteng

dengan teknologi press. Teknologi press memiliki keunggulan dalam hal kualitas hasil cetakan dan bentuk serta ukuran hasil cetakan karena teknologi ini memiliki berbagai macam jenis seperti press bentuk *kodok, plenthong, magas, morando, dan manthili.*

4.1.3 Profil Industri Kecil Kerajinan Genteng

1. Deskripsi Berdasarkan Usia

Dalam penelitian ini, terdapat 89 responden yang terdiri dari laki – laki dan perempuan. Dari 89 responden, pengusaha laki- laki sejumlah 86 orang dan pengusaha perempuan sejumlah 3 orang. Pengusaha genteng memiliki usia yang bervariasi. Berikut rincian profil pengusaha berdasarkan usia.

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia (tahun)

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	59 -70	25	28,09
2	47- 58	34	38,20
3	35 - 46	28	31,46
4	≤ 34	2	2,25
Jumlah		89	100

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan Tabel 4.1, menunjukan bahwa pada penelitian ini, usia pengusaha genteng paling banyak yaitu usia 47 - 58 tahun sejumlah 34 responden dengan persentase 38,20 %, kemudian disusul oleh pengusaha dengan usia 35 – 46 tahun sejumlah 28 responden dengan persentase 31, 46%. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) usia produktif yaitu umur 15 – 64 tahun. Usia pengusaha yang tergolong usia tidak produktif ada 6 orang dengan usia > 64 tahun, namun sebagian besar menunjukan bahwa pengusaha genteng di Kabupaten didominasi oleh usia produktif.

2. Deskripsi Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

Pengusaha mempunyai jumlah tenaga kerja yang bervariasi. Data jumlah tenaga kerja dapat dilihat pada Tabel 4.2 .

4.2 Deskripsi Tenaga Kerja pada Industri Genteng

No	Interval	Frekuensi	Persentase(%)
1	15 - 18	5	5,62
2	11- 14	28	31,46
3	8 - 10	15	16,85
4	≤ 7	41	46,07
	Jumlah	89	100

Sumber : Data Primer, diolah

Tabel 4.2 menunjukan bahwa sebagian besar jumlah tenaga kerja pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen sejumlah ≤ 7 orang dengan persentase 46,07%.

3. Deskripsi Pendidikan Industri Kecil Kerajinan Genteng

Pendidikan merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap kondisi sumber daya manusia di suatu daerah sehingga perlu diketahui tingkat pendidikan responden dalam penelitian ini. Rincian karakteristik responden berdasarkan pendidikan ditujukan pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3 Deskripsi Pendidikan

No	**Pendidikan**	**Pengusaha**	**Persentase%**
1	Tamat SD	32	35,96
2	Tamat SMP	25	28,09
3	Tamat SMA	29	32,58
4	Tamat PT	3	3,37
Jumlah		89	100

Sumber : Data Primer, diolah

Berdasarkan Tabel 4.3. menunjukan bahwa pendidikan terakhir yang dimiliki pengusaha genteng paling banyak adalah lulusan pendidikan menengah (SMP dan SMA) dengan jumlah responden 54 orang, jadi sebagian besar pengusaha sudah menamatkan pendidikan dasar.

4. Deskripsi Kepemilikan Usaha

Industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen sebagian besar merupakan usaha yang turun temurun dari orangtuanya. Tingkat lamanya kepemilikan usaha juga bervariasi. Data jumlah pengusaha berdasarkan lama berdiri usaha ditujukan pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Lama Usaha

No	Interval	Frekuensi	Persentase (%)
1	39 - 50	4	4,49
2	27 - 38	41	46,07
3	15 - 26	39	43,82
4	≤ 14	5	5,62
Jumlah		89	100

Sumber : Data Primer, diolah

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar industri kerajinan genteng tergolong usaha yang sudah lama berdiri yaitu antara 27 - 38 tahun sebanyak 41 usaha dengan persentase 46,07% dan antara 15 – 26 tahun sebanyak 39 usaha dengan persentase 43,82%. Dalam kepemilikan usaha, selain lamanya usaha tersebut berdiri, ada juga status usaha. Status usaha berkaitan dengan apakah usaha industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen sebagai usaha pokok atau sampingan. Berikut rincian responden berdasarkan status usaha.

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Status Usaha

No	Usaha	Pengusaha	Persentase%
1	Pokok	81	91,01
2	Sampingan	8	8,99
Jumlah		89	100

Sumber : Data Primer, diolah

Tabel 4.5 menunjukan bahwa berdasarkan sampel sebagian besar pengusaha industri kecil genteng di Kabupaten Kebumen sejumlah 81 pengusaha dengan persentase 91,01% menjadikan usaha tersebut sebagai usaha pokok untuk memenuhi kebutuhan.

4.2 Analisis Lingkungan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen

Analisis lingkungan merupakan salah satu proses yang harus dilaksanakan dalam manajemen strategis yang bertujuan untuk mengidentifikasi lingkungan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Lingkungan industri kecil terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

4.2.1 Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal dilakukan dengan meninjau faktor-faktor yang terdapat di dalam industri kecil kerajinan genteng untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kecenderungan-kecenderungan yang berada di dalam usaha. Analisis ini terfokus untuk mendapatkan faktor-faktor kunci yang merupakan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh industri tersebut. Industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen dapat memanfaatkan kekuatan dan

mengatasi kelemahan yang ada berdasarkan hasil analisis tersebut. Faktor-faktor internal yang dimiliki, meliputi aspek manajemen, pemasaran, keuangan atau akuntansi, produksi atau operasi, serta sumber daya manusia.

1 . Manajemen

Fungsi manajemen pada industri kecil kerajinan genteng, dapat dikaji berdasarkan beberapa aspek, yaitu:

a) Perencanaan

Industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen belum memiliki perencanaan tertulis baik untuk jangka pendek, menengah, maupun jangka panjang. Hal ini terlihat dari belum adanya pernyataan visi, misi, dan tujuan yang dirumuskan secara tertulis dan jelas oleh setiap pemilik perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian 100% responden (Lihat lampiran 4) mengatakan tidak memiliki visi, misi tertulis dalam usahanya. Pemilik usaha merencanakan produk secara sederhana, salah satunya adalah keputusan yang diambil oleh pemilik ketika akan meningkatkan kapasitas produksi saat musim panas, saat banyak proyek, dan meningkatkan stok bahan baku lebih banyak pada musim panas. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Bapak Satimin:

> Pada saat musim panas stok bahan baku saya tingkatkan, karena saat musim hujan bahan baku akan sulit dicari dan mengalami beberapa kendala, jadi stok digunakan demi kelangsungan usaha, selain itu peningkatan produksi dilakukan saat musim proyek dan musim panas, karena pada saat musim panas kesempatan untuk membakar dan menjemur mudah (ww. Tgl 8-3-2013, di rumah).

Hal yang sama juga dinyatakan oleh Bapak Turino dan Bapak Irun.. Disisi lain, untuk perencanaan produk dan jasa meliputi positioning produk

dan merek. Dalam penelitian ini, industri kecil kerajinan genteng memiliki perencanaan produk seperti pemberian merk. Pemberian merk pada genteng, 100% responden menggunakan nama pemilik sebagai merk dengan diikuti belakangnya nama Sokka.

b. Pengorganisasian

Industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen dalam mengorganisasian usahanya, dengan menjadikan pemilik sebagai manajer sekaligus pengelola dan pemasar. Berdasarkan hasil penelitian 97,75% responden, pemilik usaha menjabat sebagai pengelola dan 2,25% responden mempercayakan pengelolaan usaha pada tenaga khusus (Lihat lampiran 4). Dalam proses kegiatan produksi, 100% responden mengatakan bahwa dalam kegiatan produksi terdapat adanya spesialisasi pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga kerja dengan harapan proses produksi akan lebih efektif dan efisien. Berikut bagian spesialisasi pekerjaan pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

Gambar 4.1 Spesialisasi Pekerjaan Industri Kecil Kerajinan Genteng

1. *Gebleg* adalah bagian tenaga kerja yang bertugas memukul *keweh* dengan kayu supaya pipih, untuk mendapatkan *keweh* yang padat sesuai ukuran mesin press.
2. *Sodok* adalah bagian tenaga kerja yang bertugas memasukan *keweh* dan mengambil output genteng dari mesin press.

3. *Pushing* adalah bagian tenaga kerja yang bertugas menggerakan mesin press.
4. *Potong* adalah bagian tenaga kerja yang bertugas memotong bagian tepi genteng yang baru dikeluarkan dari mesin press untuk mendapatkan genteng yang rapi.
5. *Unjal* adalah bagian tenaga kerja yang bertugas membawa hasil genteng yang sudah rapi untuk di letakan di rak yang akan diangin- anginkan.

Spesialisasi pekerjaan tersebut, menjadikan kekuatan bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

4) Pengelolaan Staf

Pengelolaan staf mencakup aktivitas seperti perekrutan. Perekrutan tenaga kerja tidak melalui prosedur yang formal dan terstruktur. Selain itu, tidak ada persyaratan khusus yang mengharuskan setiap calon tenaga kerja memiliki tingkat pendidikan yang tinggi karena proses produksi dan peralatan yang digunakan masih sederhana. Perekrutan lebih diprioritaskan bagi tenaga kerja lokal yang mempunyai etos kerja tinggi, hal ini terbukti bahwa 100% responden menggunakan tenaga kerja berasal dari sekitar lokasi usaha (Lihat lampiran 4). Hal tersebut dikemukakan juga oleh Bapak Satimin ”Dalam perekrutan tenaga kerja tidak ada batasan lulusan, tidak ada kriteria khusus yang penting mau bekerja dan punya semangat yang tinggi, dan tenaga berasal dari sekitar usaha” (ww. Tgl 08-03-2013 di rumah). Begitu juga menurut Bapak Turino dan H. Sudarno.

2. Pemasaran

Pemasaran memegang peranan penting dalam pasca produksi. Kegiatan pemasaran akan menimbulkan suatu persaingan dalam memperebutkan pasar yang ada. Dalam menganalisis aspek pemasaran pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, yaitu:

1) Analisis pelanggan

Analisis pelanggan untuk mengetahui keinginan konsumen terhadap produk genteng di Kabupaten Kebumen. berdasarkan hasil penelitian menurut responden sejumlah 88,76% mengatakan bahwa produk gentengnya sudah sesuai selera pelanggan, hal ini terlihat dari permintaan genteng yang meningkat, sedangkan 11,24% responden mengatakan bahwa permintaannya stabil (lihat lampiran 4). Genteng Sokka Kebumen merupakan genteng yang sudah terkenal dengan kualitasnya. Menurut Bapak Satimin:

> Kualitas genteng Sokka Kebumen sudah terkenal kualitasnya sejak dulu mba, jadi menurut saya sudah sesuai selera konsumen, apalagi saat ini permintaannya cukup meningkat. Kemudian pelanggan industri tidak tetap yaitu masyarakat dan pemborong, sedangkan pelanggan tetap biasanya dari agen atau toko bangunan yang membeli dalam jumlah besar dan untuk dijual lagi"(ww. Tgl 08-03-2013 di rumah).

Begitu juga yang dikemukakan oleh Ibu Marwiyah, dan Bapak Turino. Kualitas produk sudah sesuai dengan konsumen menjadikan kekuatan bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

2) Penjualan

Penjualan mencakup banyak aktivitas pemasaran seperti iklan dan promosi penjulan. Pada industri kecil kerajinan genteng berdasarkan penelitian sejumlah 100% responden tidak melakukan kegiatan promosi (lihat lampiran 4). Pengusaha tidak melakukan teknik pemasaran karena usaha sebagian besar turun temurun sehingga pelanggan sudah ada. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Bapak Irun, beliau mengatakan

> Dalam hal pemasaran promosi dirasa sudah tidak perlu karena semua orang sudah kenal Genteng Sokka Kebumen, kalaupun promosi hanya lewat orang atau teman yang kerja di bangunan, kalau promosi lewat internet atau lainnya saya rasa belum perlu karena hal itu memerlukan dana besar dan keahlian khusus" (ww. Tgl 15-03-2013 di rumah).

Begitu juga menurut Bapak Satimin dan Bu Marwiyah. Promosi masih kurang aktif, sehingga faktor ini menjadi kelemahan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Iklan atau promosi apabila dilakukan dengan baik mampu meningkatkan penjualan, produk genteng Sokka menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luar Kebumen.

3) Penetapan harga

Pengusaha industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen menetapkan harga jual produknya berdasarkan biaya bahan baku, upah tenaga kerja, dan musiman. Penetapan harga tersebut dilakukan oleh seluruh responden sejumlah 89 responden dengan persentase 100% (lihat lampiran 4). Musiman berdasarkan permintaan, pada saat permintaan banyak, banyak proyek harga genteng naik, dan pada saat musim sepi harga genteng turun. Hal tersebut juga dikemukakan Bapak Irun:

> Harga yang saya tetapkan tidak stabil tergantung musim, biaya produksi dan kebutuhan keuangan, biaya yang dikeluarkan sampe genteng matang biasanya adalah Rp.1000/buah, kemudian di jual dengan harga berkisar Rp 1.300 / buah untuk jenis plenthong. Sebagian besar pengusaha kecil begitu, beda dengan yang sudah skala besar yang bisa menstabilkan harga"(ww. Tgl 15-03-2013 di rumah).

Terkait penetepan harga, hal yang sama juga dilakukan oleh Bu Marwiyah, dan Bapak Satimin. Berikut rincian harga masing – masing jenis genteng.

Tabel. 4.6
Daftar Harga Genteng Plenthong

Jenis	Harga(Rp)	Frekuensi	Persentase (%)
Plenthong	1250	4	4,50
	1300	5	5,61
	1350	14	15,73
	1400	66	74,16
Jumlah		89	100

Sumber: Data primer diolah

Seluruh usaha pada industri genteng memproduksi jenis genteng plenthong, namun selain plenthong ada jenis Morando harga mulai Rp 2.100,00 – Rp. 2. 300,00, Magas harga mulai Rp 1.600,00- 1.700,00, Kodok harga mulai Rp 1600 ,00- 1800,00, dan Kerpus harga mulai Rp 4500,00 – 5500,00.

4) Distribusi

Saluran distribusi dapat menunjang sebuah perusahaan dalam proses pendistribusian produk kepada konsumen. Secara umum industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen mendistribusikan produknya melalui empat pola saluran distribusi, yaitu:

a) Perusahaan- agen distributor atau toko bangunan - konsumen

Pada saluran distribusi ini berdasarkan penelitian sejumlah 87 responden dengan persentase 97,75% menggunakan dalam proses pemasaran, sedangkan 2,25% tidak memakai cara ini (lihat lampiran 4).

b) Perusahaan – juragan - konsumen

Pada pola saluran kedua ini sejumlah 13 responden dengan persentase 14,61% menggunakan pola distribusi ini, sedangkan 85,39% tidak memakai cara distribusi ini (lihat lampiran 4). Juragan umumnya merupakan pembeli tetap sebagai altenatif pengusaha kecil menjual produk yang belum laku tapi sudah membutuhkan uang, atau kadang orang yang memberikan pinjaman dulu nanti dengan kesepakatan setelah genteng matang, dijual pada juragan.

c) Perusahaan–makelar-konsumen

Pada pola saluran ketiga berdasarkan penelitian bahwa sejumlah 71 responden dengan persentase 79,78% memakai pola distribusi ini, sedangkan 20,22% tidak memakai cara ini (lihat lampiran 4). Makelar dalam saluran distribusi ini mereka hanya sebagai calo atau tenaga penjual bukan dari industri tetapi karena merupakan sebuah pekerjaan. Makelar bisa saja merugikan atau menguntungkan pengusaha ataupun pembeli.

d) Perusahaan – konsumen

Pada pola distribusi ini berdasarkan hasil penelitian sejumlah 89 responden dengan persentase 100%, memakai pola distribusi ini. Pola ini

biasanya pembeli berasal dari sekitar daerah kebumen atau warga Kabupaten Kebumen yang sudah tahu lokasinya, sehingga tidak diperlukan jasa lainnya.

Pola distribusi yang paling banyak dilakukan oleh pengusaha yaitu Pola keempat (pengusaha–konsumen). Keempat pola distribusi tersebut memang sudah cukup baik untuk memasarkan produk genteng. Disisi lain ada kendala bahwa lokasi akses industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen sebagian besar jauh dari pasar atau letak yang kurang strategis. Lokasi cukup jauh dari pinggir jalan raya menjadikan kondisi yang kurang menguntungkan untuk pemasaran. Akses ke lokasi industri yang cukup sulit menjadikan kelemahan bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

3. Permodalan

Permodalan merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan suatu usaha. Modal yang dimaksud tidak hanya dalam bentuk uang tetapi juga termasuk lahan, bangunan, dan alat-alat produksi yang dimiliki industri kecil. Permodalan yang memadai sangat mendukung industri kecil untuk mengembangkan usahanya, permasalahannya tidak semua industri kecil memiliki modal yang cukup kuat untuk mengembangkan usahanya, seperti pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan hasil penelitian modal awal dan pengembangannya yang digunakan untuk usaha 86,52% pengusaha berasal dari modal sendiri dan 13,48% pengusaha memanfaatkan pinjaman perbankan (lihat lampiran 4).

Permodalan atau investasi industri kecil kerajinan genteng diantara 50 – 150 juta, terdiri dari lahan bangunan, biaya produksi, dan peralatan mesin.

Tabel 4.7
Modal pada Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen

No	Interval	Frekuensi	Persentase(%)
1	50 Juta- 80 Juta	27	30,34
2	90 Juta- 120 Juta	60	67,42
3	130 Juta- 150 Juta	2	2,24
Jumlah		**89**	**100**

Sumber: Data Primer diolah

Penambahan modal dalam pengembangan usaha bagi sebagian besar pengusaha hanya memanfaatkan bantuan keluarga atau tetangga. Fasilitas perbankan sebagai penyalur dana, banyak pengusaha yang belum memanfaatkannya dengan berbagai alasan. Pengusaha yang menjalin kerjasama dengan perbankan dalam keberlangsungan usaha berdasarkan hasil penelitian hanya sebesar 13,48%, sedangkan 86,52% menggunakan modal sendiri (lihat lampiran 4). Pribadi pengusaha seperti yang dikatakan salah satu responden yaitu Bapak Irun mengatakan:

> Saya tidak meminjam perbankan untuk mengembangkan usaha saya karena syarat dan proses peminjaman berbelit-belit, jaminannya harus kuat dan bunga pinjaman yang diberikan tinggi dan saya lebih suka meminjam pada keluarga, selain itu usaha saya pendapatannya tidak bisa stabil, maka dari itu takut untuk meminjam" (ww. Tgl 15-03-2013 di rumah).

Masalah keterbatasan dalam meningkatkan modal menyebabkan industri kecil kerajinan genteng mengalami kesulitan dalam meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan, adopsi peralatan modern untuk mendukung proses produksi, peningkatan jumlah tenaga kerja

profesional. Hal ini menunjukkan bahwa keterbatasan modal usaha menjadi kelemahan industri kecil kerajinan genteng dalam mengembangkan usahanya.

Disamping masalah keterbatasan modal, juga terdapat keterbatasan dalam pengelolaan keuangan secara jelas. Berdasarkan hasil penelitian bahwa dari 89 responden hanya 1,12% responden yang menggunakan pembukuan sederhana sedangkan 98,88% belum menggunakan pembukuan (lihat lampiran 4). Hal tersebut dikemukakan oleh Bapak H.Sudarno:

> Pembukuan keuangan tidak ada karena industrinya kecil tidak perlu, kemudian tidak adanya ketrampilan khusus dalam mengelola keuangan, terlalu repot dan tidak telaten mengurusi masalah pembukuan keuangan, jadi modal usaha juga ikut terpakai untuk kebutuhan rumah tangga"
> (ww. Tgl 11-03-2013 di lokasi industri).

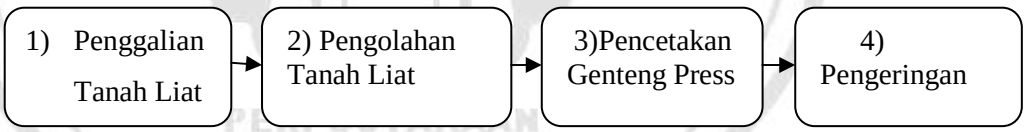
Begitu juga menurut Ibu Marwiyah, Bapak Satimin, dan Bapak Irun. Kondisi seperti ini dapat menjadi kelemahan bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen dalam pengembangan usahanya. Peran pembukuan keuangan sangat penting dalam upaya peningkatan pengelolaan dan pengalokasian keuangan secara baik, selain itu pembukuan keuangan atau laporan keuangan dibutuhkan dalam mengajukan pinjaman perbankan. Manfaat laporan keuangan juga dapat melihat secara pasti tingkat keuntungan dan pengelolaan yang lain, jadi sebenarnya apabila dilakukan bisa menganalisis bagaimana menefisiensikan sumber daya yang dimiliki.

4. Produksi atau Operasi

a) Proses

Berdasarkan hasil penelitian sejumlah 89 responden atau dengan persentase 100%, pengusaha melakukan proses produksi setiap hari (lihat lampiran 4). Teknologi yang digunakan untuk produksi genteng masih tradisional yaitu dengan mesin press yang digerakkan oleh 2 orang. Pendistribusikan produk genteng agar sampai ke konsumen menggunakan transportasi truk atau kol bak. Status kepemilikan transportasi tidak semua industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen memiliki fasilitas transportasi sendiri. Kepemilikan truk yang dimiliki oleh pengusaha sendiri hanya sebesar 5,6%, sedangkan 94,4% transportasi truk sewa. Kepemilikan kol bak yang dimiliki oleh pengusaha sendiri sebesar 6,74%, sedangkan 93,26% transportasi kol bak sewa (lihat lampiran 4).

Proses produksi genteng Sokka Kebumen



Gambar 4.2. Proses produksi genteng

1) Penggalian Tanah Liat

Proses pembuatan genteng diawali dengan pengolahan bahan mentah berupa tanah. Bagian lapisan dari tanah yang digunakan untuk pembuatan genteng adalah bagian bawah bunga tanah kurang lebih kedalaman 25 cm dari pemukaan tanah.

2) Pengolahan Tanah Liat

Setelah didapatkan tanah liat, proses selanjutnya adalah penggilingan. Proses penggilingan dilakukan dengan cara memasukkan tanah liat ke dalam mesin penggiling tanah atau lebih dikenal dengan nama *molen*, pada proses ini juga ditambahkan sedikit pasir laut. Tujuan penambahan pasir laut adalah supaya tanah tidak terlalu lembek sehingga mempermudah proses penggilingan. Output penggilingan berupa kotak-kotak tanah liat ini biasa dinamakan *keweh*.

3) Pencetakan Genteng Proses

Tahap ketiga adalah pencetakan genteng. Pencetakan genteng dilakukan dengan cara memasukkan *keweh* ke dalam mesin cetak berupa mesin press ulir. Sebelum dimasukkan, pipihkan dulu *keweh* dengan cara dipukul-pukul dengan kayu atau biasa dikenal dengan *gebleg*. Proses selanjutnya adalah perapian dimana bagian tepi genteng diratakan dan dibersihkan dari sisa-sisa tanah liat yang masih menempel akibat proses pengepressan.

4) Pengeringan

Ada beberapa tahap yang harus dilalui dalam proses pengeringan genteng. Pertama adalah proses pengeringan dengan cara diangin-anginkan, dimana genteng hasil pengepressan diletakan di dalam rak dalam waktu 2 hari. Proses pengeringan selanjutnya adalah pengeringan dengan menggunakan sinar matahari. Pengeringan ini dilakukan dengan cara menjemur genteng secara langsung di bawah

terik matahari selama kurang lebih 6 jam. Pengeringan ketiga selanjutnya berlangsung di dalam tungku. Pengeringan dalam tungku berlangsung selama 2 hari atau 48 jam. Pengeringan dilakukan dengan cara memasukkan genteng ke dalam tungku kemudian dipanaskan dengan menggunakan bahan bakar berupa kayu. Pengeringan ini merupakan pengeringan tahap akhir. Pengeringan ini juga sebagai pra pembakaran. Proses selanjutnya adalah pembakaran.

b. Kapasitas

Kapasitas produksi per hari yang dihasilkan setiap perusahaan pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berbeda- beda, berkisar antara 900 – 1000 buah/ mesin untuk setiap harinya. Berdasarkan hasil penelitian bahwa 88,76% pengusaha memproduksi genteng 1000/hari, sedangkan 11,24% memproduksi 900 buah / hari (lihat lampiran 4).

c. Persediaan

Akses bahan baku sangat diperlukan bagi kelangsungan produksi suatu usaha. Bahan baku utama yang sangat dibutuhkan oleh industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen adalah tanah liat. Bahan baku industri kecil kerajinan genteng saat ini masih mudah diperoleh, hal ini terlihat masih banyaknya pengusaha yang mengatakan bahwa akses bahan baku mudah. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengusaha yang menyatakan bahwa bahan baku mudah sebesar 79,78 %, sedangkan 20,22% mengatakan sulit (lihat lampiran 4). Kemudahan dalam

mendapatkan bahan baku menjadi kekuatan tersendiri bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Menurut Bapak H. Sudarno:

> Tanah liat dapat diperoleh dari lokalyaitu daerah petanahan, peniron, njemur, pejagoan, klirong, kebulusan, sruweng, daerah tersebut cukup dekat dengan lokasi industri, dalam mendapat bahan baku bisa dari lahan sendiri, membeli tanah dari petani sawah atau membeli dalam bentuk *keweh.* (ww. Tgl 15-03-2013 di lokasi industri).

Selain bahan baku utama juga terdapat bahan baku pendukung yang diperlukan dalam proses produksi genteng. Bahan baku pendukung tersebut berupa pasir, kayu bakar, minyak pelumas, dan solar. Kebutuhan terhadap bahan baku pendukung ini juga masih mudah.

5. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah tenaga kerja yang digunakan oleh industri kecil kerajinan genteng Saat ini jumlah tenaga kerja tetap sekitar 6-19 orang dengan mayoritas tenaga kerjanya adalah perempuan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa 66,22% pengusaha menggunakan tenaga kerja perempuan, sedangkan laki-laki hanya 33,78% (lihat lampiran 4). Pendidikan tenaga kerja pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen seluruh pengusaha memperkerjakan lulusan SD dan SMP. Perusahaan memperkerjakan dua jenis tenaga kerja, yaitu tenaga kerja tetap dan borongan. Tenaga kerja tetap adalah bagian produksi dan *unjal,* kemudian tenaga kerja borongan biasanya pada bagian penggalian tanah liat, penjemuran dan memasukan genteng ke *tobong.*

Tenaga kerja yang digunakan berasal dari sekitar lokasi usaha, jadi pemilik usaha sudah tahu karakteristik orangnya. Pemanfaatkan tenaga kerja

lokal (sekitar usaha) yang terampil dan berpengalaman dapat menjadi kekuatan bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen dalam pengembangan usaha. Hak atau kenyaman tenaga kerja yang diberikan pengusaha industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen seperti Bapak Turino menerapkan jam kerja yang sesuai aturan pemerintah yaitu 8 jam kerja dari jam 08.00 -. 16.30 dengan dikurangi istrihat ½ jam. Dengan penerapan jam kerja yang sesuai aturan pemerintah menjadikan kekuatan bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

Upah yang diberikan kepada tenaga kerja berdasarkan adanya pemberian makan siang atau tidak. Berdasarkan hasil penelitian bahwa 30,34% responden memberikan upah lebih tinggi dengan tidak adanya jatah makan siang, sedangkan 69, 66% memberikan upah yang lebih rendah tetapi ada jatah makan siang (lihat lampiran 4). Upah yang diberikan berkisar Rp.18.000,00- 20.000,00 /jatah makan, dan Rp. 23.000,00- 25.000,00 / non jatah makan. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Bapak Turino:

> Upah yang diberikan kepada pekerja berkisar antara Rp 18.000,00 – 25.000,00 , besarnya upah tergantung ada atau tidaknya jatah makan. Upah yang diberikan apabila ada jatah makan sekitar Rp 18.000,-, apabila tidak ada jatah makan sekitar Rp 22.000,- per hari. Sistem upah yang diberikan kepada tenaga kerja juga berbeda – beda ada yang harian, borongan atau mingguan (ww. Tgl. 16 Maret 2013, di rumah).

UMR Kabupaten Kebumen sebesar Rp. 835.000,00 berarti upah tenaga kerja apabila diakumulasikan sebulan belum sesuai dengan UMR yang ditetapkan. Upah yang belum sesuai UMR yang ditetapkan menjadikan kelemahan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

4.2.2 Analisis lingkungan eksternal

Analisis lingkungan eksternal industri kecil dilakukan dengan meninjau faktor-faktor di luar usaha untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kecenderungan-kecenderungan yang berada di luar kontrol usaha yang dijalankan dan biasanya lebih cepat mengalami perubahan. Analisis ini terfokus untuk mendapatkan faktor-faktor kunci yang menjadi peluang dan ancaman utama yang dihadapi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Faktor-faktor eksternal ada yang memberikan pengaruh langsung dan ada yang memberikan pengaruh tidak langsung bagi industri kecil. Faktor-faktor eksternal dapat dibagi menjadi lima kekuatan, yaitu ekonomi; sosial, budaya, demografi, dan lingkungan; politik, pemerintahan, dan hukum, teknologi, dan lingkungan industri.

1. **Ekonomi**

   Pada umumnya kondisi perekonomian memiliki pengaruh secara tidak langsung terhadap perkembangan usaha di suatu daerah. Faktor ekonomi juga dapat mempengaruhi daya beli dan konsumsi masyarakat. Kondisi ekonomi yang semakin membaik, yang diiringi dengan peningkatan daya beli masyarakat memungkinkan adanya peningkatan permintaan pasar terhadap suatu produk. Hal tersebut merupakan peluang baik bagi prospek pengembangan usaha saat ini dan dimasa akan datang. Berdasarkan hasil penelitian bahwa sejumlah 79 responden atau 88,76% responden mengatakan permintaan akan genteng meningkat, sedangkan 11,24% mengatakan stabil (lihat lampiran 4). Kondisi perekonomian Kabupaten Kebumen yang

semakin membaik menjadikan peluang bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Hal tersebut juga dikemukakan oleh Bapak Turino" Kondisi perekonomian kebumen bagus sehingga ada peluang untuk mengembangkan usahanya seperti banyaknya pembangunan, banyaknya industri dan perdagangan yang bermunculan"(ww. Tgl 16-03-2013 di rumah). Data laju pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Kebumen ditujukan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.8
Laju Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Kebumen tahun 2007 – 2011

Tahun	Laju Pertumbuhan Ekonomi (%)
2007	4,52 %
2008	5,80 %
2009	3,94 %
2010	4,15 %
2011	4,23%

Sumber : Kebumen Dalam Angka 2011

Kondisi perekonomian Kabupaten Kebumen secara agregat selama kurun waktu lima tahun terakhir menunjukkan adanya perbaikan dan pertumbuhan ekonomi yang positif. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi Kabupaten Kebumen pada tahun 2011 sebesar 4,23 persen atau mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang tumbuh 4,15 persen.

Perekonomian di Kabupaten Kebumen memang membaik, tetapi tidak menutup kemungkinan juga terjadi ketidakstabilan harga–harga barang. Ketidakstabilan harga barang terjadi pada harga bahan baku dan bahan baku penolong dalam proses produksi genteng. Berdasarkan penelitian seluruh

responden sejumlah 89 dengan persentase 100% orang menyatakan saat ini baik bahan baku dan bahan baku penolong semakin naik harganya daripada tahun sebelumnya. Ketidakstabilan mengganggu dalam menentukan harga yang ditetapkan pada produk genteng. Menurut salah satu responden yaitu Bapak Irun mengatakan:

> Saat ini harga bahan baku meningkat dari tahun sebelumnya, bahan baku *keweh* harganya berkisar antara Rp. 220,00 – Rp. 250,00, tahun sebelumnya berkisar Rp. 200,00, sedangkan bahan baku kayu bakar saat ini mencapai Rp. 1.300.000,00/ truk, tahun sebelumnya sekitar Rp. 1.100.000,00, padahal untuk setiap kali pembakaran para pengusaha genteng bisa menghabiskan kayu bakar sekitar 5 truk (ww. Tgl 15-03-2013 di rumah).

2. Sosial, Budaya dan Demografi

Perubahan sosial, budaya dan demografi memberikan pengaruh terhadap kemampuan suatu usaha. Setiap perubahan yang terjadi dapat menjadi sebuah peluang maupun penghalang bagi pengembangan suatu usaha di masa yang akan datang. Terkait lingkungan penduduk sekitar lokasi usaha, penduduk usia produktif sekarang jarang ditemui di sekitar lokasi usaha. Tenaga kerja usia produktif sangat sulit untuk ke depannya, berdasarkan hasil penelitian bahwa sejumlah 86 responden dengan persentase 96,63% menyatakan regenerasi tenaga kerja produktif nantinya sulit ditemui, sedangkan 3,37% menyatakan tenaga kerja kedepannya masih mudah diperoleh (lihat lampiran 4). Hal tersebut dikemukakan oleh Bapak Satimin:

> Saat ini kendala yang dihadapi industri genteng yaitu masalah modal dan tenaga kerja, saat ini mencari tenaga kerja produktif sulit, karena anak muda yang mempunyai pendidikan tinggi tidak ada yang mau bekerja di industri genteng, mereka lebih suka merantau ke kota dengan gaji yang tinggi, fasilitas bagus (ww.Tgl 15-03-2013, di rumah)

Tenaga kerja yang sulit merupakan ancaman besar bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Konsumsi masyarakat Kabupaten Kebumen terhadap genteng masih mempercayai bahwa penggunaan genteng itu lebih baik dan tahan lama. Selain budaya, faktor demografi juga berpotensi terhadap penciptaan pasar bagi setiap bidang usaha di suatu wilayah, yaitu tingkat pertumbuhan jumlah penduduk.

Salah satu wilayah di Indonesia yang mengalami peningkatan jumlah penduduk setiap tahunnya adalah Kabupaten Kebumen, dimana tercatat pada tahun 2010 jumlah penduduk Kabupaten Kebumen mencapai 1.258.947 jiwa dengan tingkat pertumbuhan penduduk sebesar 0,06 persen dari tahun sebelumnya. Semakin meningkatnya jumlah penduduk menyebabkan kebutuhan akan bangunan rumah juga ikut meningkat, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan permintaan produk genteng. Berdasarkan hasil penelitian bahwa sejumlah 100% responden menanggapi baik adanya peluang pertumbuhan penduduk. Data jumlah penduduk Kabupaten Kebumen tahun 2007 – 2011 ditujukan pada Tabel 4.7.

Tabel 4.9
Laju Pertumbuhan Jumlah Penduduk di Kabupaten Kebumen tahun 2007 – 2011

Tahun	Jumlah Penduduk (Orang)	Laju Pertumbuhan (%)
2007	1.231.872	
2008	1.241.437	0,0077
2009	1.250.856	0,0076
2010	1.258.947	0,006
2011	1.258.947	0

Sumber : Kebumen Dalam Angka 2011

3. Politik, Pemerintah dan Hukum

Politik dan hukum yang terdiri dari undang-undang, kebijakan pemerintah, lembaga pemerintah dan kelompok berpengaruh pada keputusan penyusunan strategi usaha. Kebijakan pemerintah saat ini yang sedang menggalakkan usaha kecil dan menengah, hal tersebut merupakan suatu peluang. Berdasarkan hasil penelitian 89 responden dengan persentase 100%, menyatakan bahwa saat ini belum ada adanya pelatihan yang diberikan dari Dinas (lihat lampiran 4). Namun, pelatihan Menurut Bapak Joko dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kebumen, dan salah satu responden yaitu Bapak Turino mengatakan:

> Pemerintah sebelumnya pernah mengadakan pelatihan tenaga kerja sekitar 1990, tetapi sampai saat ini belum ada pelatihan lagi, selain itu dahulu ada pelatihan penggunaan teknologi modern, tetapi karena pengangguran kebumen pada saat itu tinggi, pelatihan diberhentikan karena lebih mementingkan teknologi tradisional dengan menyerap tenaga kerja banyak" (ww. Tgl 4-03-2013 di kantor).

Di masa yang akan datang diharapkan ada peluang lagi untuk industri kecil kerajinan genteng diberi pelatihan oleh dinas terkait seperti dinas perindustrian, dan perdagangan selain itu juga dari dinas UMKM, dan koperasi. Pelatihan dari Dinas terkait tentunya akan menjadi peluang bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen untuk pengembangan usahanya. Menurut Bapak Hardjono dari dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kebumen mengatakan" Pelatihan akan dilaksanakan apabila menurut pemerintah sudah saatnya dibina lagi, misalnya dalam pelatihan manajemen pengelolaan, pelatihan adanya teknologi baru" (ww. Tgl 4-03-2013 di kantor). Selain dalam hal pelatihan- pelatihan yang

diberikan oleh Dinas terkait, bantuan pemerintah seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat) melalui perbankan seharusnya mampu membantu dalam hal permodalan, tetapi pengusaha industri kecil kerajinan genteng tidak memanfaatkannya.

4. Teknologi

Teknologi merupakan salah satu sumber utama perubahan dengan adanya inovasi baru. Variabel ini mempengaruhi bahan baku, operasi, serta produk suatu usaha karena pada dasarnya perubahan teknologi dapat memberikan peluang besar untuk peningkatan hasil, mencapai efisiensi dan perubahan inovasi. Teknologi yang terus berkembang memberikan peluang bagi keberadaan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Kemajuan teknologi yang terjadi diantaranya dalam bidang produksi, informasi, komunikasi, dan transportasi. Berdasarkan hasil penelitian 89 responden dengan persentase 100% responden, menanggapi baik terhadap adanya peluang teknologi yang lebih modern (lihat lampiran 4).

Seiring dengan perkembangan teknologi di bidang produksi, telah ditemukan peralatan yang lebih modern, yaitu: mesin press hidrolik yang digunakan untuk produksi genteng dengan tenaga hidrolik. Menurut Bapak Satimin:

> Dengan mesin hidrolik bisa memproduksi 2000 buah genteng setiap harinya, dua kali lipat dari mesin tradisional, mesin hidrolik ini juga menghemat tenaga kerja, berhubung saat ini tenaga kerja sulit didapat. Selain teknologi hidrolik ada teknologi baru yaitu blower yang digunakan sebagai pengering (peniup tobong) sehingga apabila kayu tidak kering bisa dikeringkan melalui blower sehingga pembakaran dapat berjalan lancar (ww. Tgl 8-03-2013 di rumah).

5. Lingkungan Industri

Lingkungan industri berada di sekitar usaha yang memiliki pengaruh langsung terhadap operasional usaha. Analisis lingkungan industri pada industri kecil kerajinan genteng Kabupaten Kebumen adalah:

1) Ancaman Pendatang baru

Besarnya ancaman masuk pendatang baru tergantung pada rintangan masuk yang ada serta reaksi dari para pesaing yang sudah ada berdasarkan perkiraan pendatang baru. Pendatang baru yang dimaksud disini adalah berdirinya usaha baru industri kecil kerajinan genteng di luar Kabupaten Kebumen, sedangkan dalam konsep masing–masing perusahaan adalah masuknya pengusaha genteng baru di dalam wilayah Kabupaten Kebumen. Berdasarkan hasil penelitian sejumlah 3 responden dengan persentase 96,63% menyatakan bahwa adanya pendatang baru dihadapi dengan biasa saja, sedangkan 3,37% menyatakan pendatang baru merupakan ancaman serius (lihat lampiran 4). Terdapat sumber rintangan masuk (*barriers to entry*) bagi pendatang baru ke dalam industri, yaitu:

a) Skala ekonomis

Berdasarkan hasil penelitian pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen 100% responden, mengatakan bahwa dalam berproduksi tidak dalam skala besar karena usahanya kecil. Hal tersebut dikemukakan oleh Bapak Satimin:

> Saat ini produksi genteng Sokka Kebumen menurut saya masih tergolong kecil atau cukup, tidak dalam skala besar dibandingkan dengan genteng dari Jatiwangi yang sudah berproduksi dalam skala besar karena teknologi yang digunakan sudah modern, sedangkan

> teknologi di sini masih tradisional karena sehari berproduksi maksimal 1000 buah/ mesin(ww. Tgl 08-03-2013, di rumah)

Padahal apabila dilakukan akan mempengaruhi tingkat efisiensi produk genteng. Selain itu, akses bahan baku utama maupun pendukung dan pasar juga masih terbuka lebar. Oleh karena itu, siapa saja dapat memulai usaha produk genteng dengan skala kecil maupun besar.

Menurut responden sejumlah 89 responden menyatakan bahwa adanya kemudahan memasuki pasar, jadi siapa saja mudah untuk menidirkan usaha sejenis. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi ancaman bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen karena adanya pendatang baru menyebabkan perebutan pangsa pasar atau sumber daya produksi.

2) Persaingan antar Industri Sejenis

Persaingan antar industri sejenis dalam penelitian ini adalah industri sejenis yang berasal dari daerah di luar Kabupaten Kebumen. Berdasarkan hasil penelitian 89 responden (100%) menyatakan bahwa yang menjadi pesaing berat bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen Industri sejenis berasal dari Jawa Barat, Jawa Timur, dan DIY (lihat lampiran 4). Daerah tersebut seperti Jatiwangi, Boyolali, Kendal, Klaten, Malang dan Godean. Adanya pesaing yang berasal dari luar daerah, menyebabkan tingkat persaingan yang terjadi antar industri kecil di pasar global menjadi lebih kompetitif.

Dalam persaingan mutu produk genteng yang berasal dari kebumen masih menjadi andalan, karena genteng kebumen terkenal dengan

kualitasnya dari pada daerah lain. Dari segi fisik produk genteng mudah ditiru, hal ini dinyatakan oleh sejumlah 89 responden dengan persentase 100% responden, mengatakan produk mudah ditiru karena bentuk genteng hampir sama saja. Hal tersebut tentu masih diwaspadai sebagai ancaman bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, karena bagi orang awam yang masih belum mengenal kualitas genteng yang bagus atau tidak akan bisa tertipu. Kondisi bahwa produk genteng mudah ditiru menjadikan ancaman yang perlu diwaspadai oleh industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

4) Kekuatan Tawar-menawar Pembeli

Secara umum, pembeli memiliki kekuatan untuk menentukan pilihan produk yang akan dibeli sesuai dengan selera mereka. Pembeli pada industri kecil kerajinan genteng adalah para agen, distributor, toko bangunan, dan konsumen baik dari dalam maupun luar kebumen. Saat ini, pembeli produk industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen memiliki kekuatan tawar-menawar yang cukup kuat sehingga dapat menjadi ancaman dalam pengembangan usaha ke depan. Hal ini dikarenakan pada umumnya pembelian produk terbesar dari industri berasal dari para agen, toko bangunan di luar daerah Kebumen seperti daerah Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur yang melakukan pembelian dalam jumlah besar di setiap transaksinya. Selain itu, pembeli juga memiliki alternatif pilihan dalam hal mutu produk yang beragam

sehingga pembeli dapat memilih produk mana yang terbaik dengan harga yang lebih murah.

5) Kekuatan Tawar-menawar Pemasok

Kekuatan tawar–menawar pemasok dalam penelitian ini adalah pemasok bahan baku. Berdasarkan hasil penelitian bahwa 100% responden menyatakan bahwa adanya kemudahan dalam berpindah pemasok (lihat lampiran 4). Bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, ketersediaan tanah liat sangat menentukan kelangsungan industri kecil, jadi apabila kekurangan pasokan bahan baku pengusaha dengan mudah berpindah pemasok.

4.2.3 Identifikasi Faktor Kekuatan dan Kelemahan

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal, maka diperoleh beberapa faktor yang berupa kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) yang berpengaruh pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Faktor-faktor strategis internal yang menjadi kekuatan bagi industri kecil kerajinan genteng adalah:

1) Adanya spesialiasi pekerjaan

2) Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen

3) Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha

4) Jam kerja sesuai aturan yang ditetapkan pemerintah

5) Kemudahan akses bahan baku

6) Adanya inovasi (corak) produk

7) Tenaga kerja terampil dan berpengalaman

Sedangkan faktor-faktor strategis internal yang menjadi kelemahan bagi industri kecil kerajinan genteng adalah sebagai berikut :

1) Kurangnya media promosi

2) Akses ke lokasi industri sulit

3) Sulit menambah modal kerja

4) Belum adanya pembukuan keuangan

5) Upah tenaga kerja yang belum sesuai UMR Kabupaten Kebumen

Berdasarkan identifikasi faktor-faktor strategis internal, selanjutnya disusun matriks IFAS dan dilakukan pembobotan kemudian peringkatan pada masing-masing variabel kekuatan dan kelemahan. Setelah diperoleh nilai bobot dan peringkat rata-rata dari tiap variabel, dapat diketahui bobot skor rata-rata dari tiap variabel. Berdasarkan nilai bobot skor rata-rata dari tiap variabel tersebut dapat diketahui kekuatan utama dan kelemahan utama industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Hasil analisis matriks IFAS pada industri kecil kerajinan genteng dapat dilihat pada Tabel 4.10

PERPUSTAKAAN UNNES

Berdasarkan hasil opini responden terhadap faktor strategis internal, maka kekuatan utama bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen adalah produk memiliki kualitas yang sesuai dengan selera konsumen dengan bobot skor rata-rata sebesar 0,499. Pada faktor strategis internal tersebut memiliki bobot rata- rata dan rating rata-rata tertinggi untuk variabel kekuatan yang artinya bahwa responden menganggap bahwa faktor tersebut merupakan kekuatan yang paling penting

dibandingkan faktor kekuatan yang lain dan juga merupakan kekuatan mayor bagi industri kecil. Kelemahan utama bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen adalah sulitnya menambah modal kerja dengan bobot skor rata-rata sebesar 0,103, dimana bobot skor rata-rata tersebut tertinggi untuk variabel kelemahan. Akan tetapi, secara keseluruhan berdasarkan hasil akhir analisis matriks IFAS, total skor rata-rata tertimbang dari matriks IFAS sebesar 2,989 yang terdiri dari nilai total bobot skor rata-rata kekuatan sebesar 2,414 dan kelemahan sebesar 0,574. Hal ini menunjukkan posisi internal industri kecil kerajinan genteng berada di atas rata-rata dalam kekuatan internal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,5. Dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen mampu memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan mampu mengatasi kelemahan yang ada.

PERPUSTAKAAN
UNNES

Tabel 4.10
Analisis Matriks IFAS Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen.

Faktor Strategis Internal	Bobot Rata - rata	Skor Rata-rata	Skor Tebobot
Kekuatan			
Adanya spesialisasi pekerjaan	0.072	3.865	0.28
Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	0.105	4.753	0.499
Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	0.079	4.169	0.328
Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	0.068	3.787	0.258
Kemudahan akses bahan baku	0.098	4.416	0.431
Adanya inovasi (corak)produk	0.087	3.82	0.333
Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	0.074	3.843	0.285
			2.415
Kelemahan			
Kurangnya media promosi	0.074	1.944	0.143
Akses ke lokasi industri sulit	0.092	1.157	0.106
Sulit menambah modal kerja	0.094	1.101	0.103
Belum adanya pembukuan keuangan	0.069	1.517	0.105
Upah yang belum sesuai UMR	0.088	1.326	0.117
			0.575

Sumber: Data Primer, Diolah

4.2.4 Identifikasi Faktor Peluang dan Ancaman

Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal, maka diperoleh beberapa faktor strategi eksternal yang berupa peluang dan ancaman bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Adapun faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi peluang bagi industri kecil adalah:

1) Kondisi perekonomian mendukung

2) Konsumsi masyarakat akan genteng meningkat

3) Jumlah penduduk meningkat

4) Teknologi yang semakin modern

5) Kemudahan akses perbankan

6) Pangsa pasar yang masih luas

7) Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait

Sedangkan faktor-faktor strategi eksternal yang menjadi ancaman bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen adalah:

1) Fluktuasi harga bahan baku pendukung

2) Adanya Produk subtitusi

3) Produk mudah ditiru

4) Adanya pendatang baru

5) Regenerasi tenaga kerja produktif sulit

6) Adanya pesaing dari daerah lain

Berdasarkan identifikasi faktor-faktor strategis eksternal, selanjutnya disusun matriks EFAS dan dilakukan pembobotan dan peringkatan pada masing-masing variabel peluang dan ancaman. Setelah diperoleh nilai bobot dan peringkat rata-rata dari tiap variabel, dapat diketahui bobot skor rata-rata dari tiap variabel. Berdasarkan nilai bobot skor rata-rata dari tiap variabel tersebut dapat diketahui peluang utama dan ancaman utama industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

Berdasarkan hasil penilaian responden terhadap faktor strategis eksternal, maka peluang utama bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen adalah adanya perkembangan teknologi yang semakin modern dengan bobot skor rata-rata sebesar 0,354 , dimana bobot skor rata-

rata tersebut tertinggi untuk variabel peluang. Pada faktor strategi eksternal tersebut memiliki bobot rata-rata tertinggi yang artinya bahwa responden menganggap bahwa faktor tersebut merupakan faktor strategi eksternal yang paling penting dibandingkan faktor yang lain. Sedangkan ancaman utama yang dihadapi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen adalah regenerasi tenaga kerja produktif sulit dengan bobot skor rata-rata sebesar 0,445, dimana bobot skor rata-rata tersebut tertinggi untuk variabel ancaman. Adapun total skor rata-rata tertimbang dari matriks EFAS sebesar 3, 791 yang terdiri dari nilai total bobot skor rata-rata peluang sebesar 2,193 dan ancaman sebesar 1,598.

Hal ini menunjukkan posisi eksternal industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berada di atas rata-rata dalam kekuatan eksternal secara keseluruhan, yaitu diatas 2,5. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan usaha pada industri kecil kerajinan genteng mampu memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang ada.

PERPUSTAKAAN
UNNES

Tabel 4.11
Analisis Matriks EFAS Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen

Faktor Strategis Eksternal	Bobot Rata-rata	Skor Rata-Rata	Skor Terbobot
Peluang			
Kondisi perekonomian mendukung	0.072	3.820	0.275
Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	0.072	3.978	0.288
Jumlah penduduk meningkat	0.076	3.921	0.297
Teknologi yang semakin modern	0.086	4.135	0.355
Kemudahan akses perbankan	0.081	4.337	0.351
Pangsa pasar yang masih luas	0.076	4.270	0.325
Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	0.080	3.787	0.304
			2.193
Ancaman			
Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	0.089	4.292	0.381
Adanya produk subtitusi	0.071	3.146	0.225
Produk mudah ditiru	0.074	3.157	0.233
Adanya pendatang baru	0.059	2.169	0.127
Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	0.096	4.640	0.445
Adanya pesaing dari daerah lain	0.068	2.730	0.187
			1.598

Sumber: Data Primer Diolah

4.3 Perumusan Alternatif Strategi

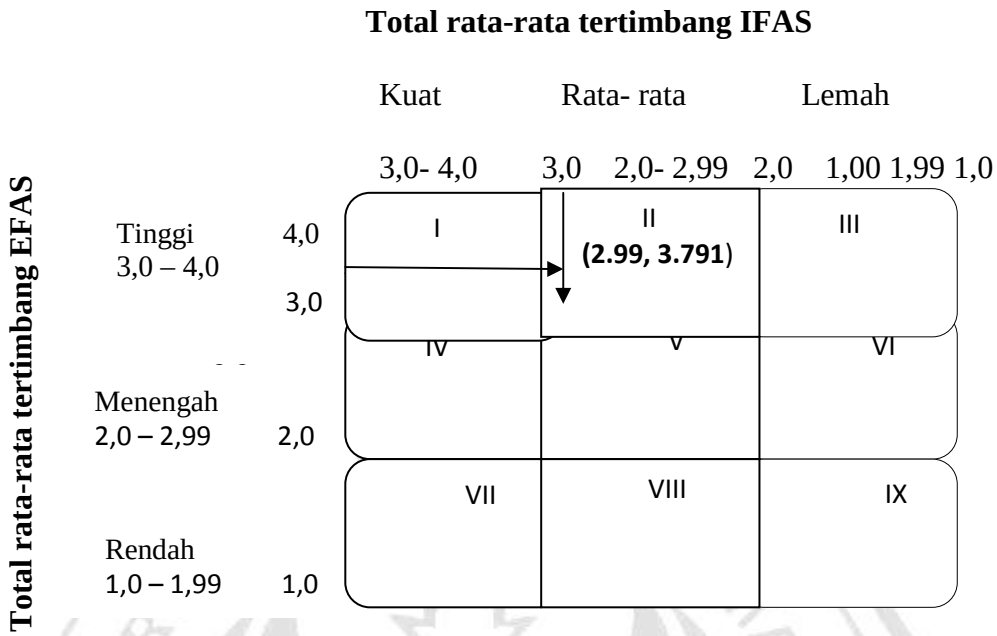
Dalam perumusan alternatif strategi pengembangan usaha pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen dalam tahap pencocokan dapat memanfaatkan dua alat analisis, yaitu matriks IE dan matriks SWOT.

4.3.1 Matriks IE

Berdasarkan hasil analisis matriks IE yang disusun dengan cara memplotkan total bobot skor rata-rata dari matiks IFAS (2,990) pada sumbu-x dan EFAS (3,791) pada sumbu-y, didapatkan posisi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berada pada kuadran II yaitu memiliki

kemampuan internal rata-rata dan eksternal yang tinggi. Pada kondisi tersebut industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen masih mengejar pertumbuhan dalam, penjualan, asset, profit, atau kombinasi dari ketiganya. Oleh karena itu, strategi paling baik dikendalikan dengan strategi pertumbuhan (*growth strategy*). Strategi yang biasa digunakan oleh perusahaan yang terletak pada kuadran ini adalah dengan cara menurunkan harga, mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas produk atau meningkatkan pasar yang lebih luas.

Strategi pertumbuhan pada tingkat korporat dibagi menjadi dua, yaitu konsentrasi pada suatu industri atau diversifikasi ke industri lain. Berdasarkan penelitian perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, cenderung mengadakan konsentrasi. Industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen memilih strategi konsentrasi karena kondisi kinerja perusahaan cukup baik. Oleh karena itu, strategi konsentrasi bisa didapat melalui integrasi horizontal. Strategi pertumbuhan melalui integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun di lokasi yang lain, dan meningkatkan jenis produk. Adapun hasil matriks IE pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen ditunjukkan oleh Gambar 4.3.



Gambar 4.3. Matrik IE
Sumber: Data primer, diolah

4.3.2 Matriks SWOT

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks IFAS dan EFAS, empat strategi utama yang disarankan yaitu strategi SO (*Strength and Opportunities*), WO (*Weakness and Opportunities*), ST (*Strength and Threats*) dan WT (*Weakness and Threats*). Adapun hasil analisis matriks SWOT pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen dapat dilihat pada Tabel 4.12. Alternatif strategi yang dirumuskan menggunakan matriks SWOT dibuat tidak bertolak belakang dengan alternatif strategi yang dihasilkan dari matriks IE. Beberapa alternatif strategi yang dirumuskan untuk pengembangan usaha pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berdasarkan analisis matriks SWOT adalah:

1) Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan penggunaan kekuatan perusahaan untuk memanfaatkan peluang. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat ditawarkan untuk pengembangan usaha pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen adalah:

a) Pengembangan Pasar

Industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen memang terkenal dengan kualitasnya, dalam pengembangan usahanya, setiap perusahaan disarankan untuk tetap menjaga kualitas produk. Jumlah penduduk Kabupaten Kebumen semakin meningkat, kemungkinan akan terjadi permintaan genteng yang meningkat karena pola konsumsi masyarakat yang masih mengandal genteng sebagai atap rumah. Pangsa pasar yang masih cukup luas memberikan kesempatan bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen untuk meningkatkan penjualanya dan melakukan penjualan produk yang sudah ada ke pasar yang baru (tambahan area geografis), karena saat ini industri genteng kebumen sebagian besar baru merambah daerah Jawa Barat, Jawa Tengah, dan DIY. Untuk itu, perusahaan harus bisa menjaga kualitas produk genteng agar kesetiaan pelanggan terhadap produk Genteng Sokka Kebumen tetap terjaga dan penjualan juga meningkat.

b) Inovasi corak produk (pengembangan produk)

Kondisi perekonomian yang semakin mendukung, pola konsumsi masyarakat terhadapgenteng meningkat, dan jumlah penduduk yang

semakin meningkat ini menjadi peluang bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Kondisi tersebut akan memungkinkan banyaknya selera masyarakat yang semakin beragam dan berubah. Untuk dapat meningkatkan penjualan, memenuhi permintaan sesuai selera konsumen industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen memerlukan inovasi produk genteng. Pengembangan produk genteng bisa berupa dari corak dan bentuk yang semakin indah dengan disesuaikan kebutuhan masyarakat.

2) Strategi W-O

Strategi W-O adalah strategi bertujuan untuk mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang dimiliki oleh perusahaan.

Ada empat alternatif strategi yang dapat dilakukan pada strategi W-O, yaitu :

a. Mengoptimalkan promosi.

Industri kecil kerajinan genteng dapat lebih mengoptimalkan promosi melalui forum pameran di luar jateng yang dilakukan pemerintah. Saat ini daerah pemasaran industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen paling banyak daerah Jawa Barat dan Jawa Tengah. Adanya pangsa pasar yang masih luas masih membuka peluang untuk mempromosikan di daerah Jawa Timur dan luar Jawa.

b. Memanfaatkan kredit yang ditawarkan oleh perbankan

Keterbatasan modal menjadi masalah yang cukup besar, karena dapat menghambat dalam pengembangan usaha. Modal merupakan faktor penting dalam keberlangsungan proses produksi, untuk meningkatkan

modal kerja dalam mengembangkan usaha, pengusaha dalam industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen dapat memanfaatkan adanya kemudahan akses dari perbankan. Adanya penambahan modal diharapkan mampu meningkatkan kapasitas produksi, sehingga pada saat musim ramai proyek industri kecil kerajinan genteng mampu memenuhi permintaan konsumen. Selain itu, dengan penambahan modal akan mampu membeli fasilitas pendukung guna pengembangan industri kecil kerajinan genteng, seperti modernisasi mesin.

3) Strategi S-T

a. Inovasi produk

Seiring dengan meningkatnya persaingan dalam industri dan rendahnya hambatan masuk pesaing baru maka industri kecil kerajinan genteng harus dapat mempertahankan pasar konsumen yang sudah ada dengan cara mempertahankan bahkan meningkatkan mutu produk. Oleh karena itu, adanya koordinasi antara pemilik dan tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman sangat membantu industri kecil dalam upaya meningkatkan pengawasan mutu produk seperti dalam hal pemilihan bahan baku utama, proses produksi, dan pembakaran.

Mutu produk yang selalu terjamin dapat meningkatkan loyalitas pembeli terhadap produk. Selain itu, melaksanakan inovasi pada corak dan bentuk produk, dengan harga yang sesuai jenis produk, sehingga segmen pasar selain kelas menengah kebawah tetapi juga menengah keatas. Adanya inovasi pada produk dapat menjadi alternatif pilihan

konsumen dan diharapkan dapat berimplikasi terhadap peningkatan penjualan. Peningkatan adanya inovasi juga menghindari adanya ancaman nantinya seperti produk subtitusi dan pesaing dari daerah lain. Adanya inovasi diharapkan mampu memberikan ciri khas bagi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten KebumenAlternatif strategi ini mengacu pada pilihan strategi pada matriks IE, yaitu pengembangan produk.

b. Mempertahankan kualitas produk

Di era globalisasi saat ini persaingan semakin ketat, produk subtitusi yang mengancam industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen sudah banyak memasuki pasar terutama di kota besar. Hal ini, tentu perlu diwaspadai karena produk subtitusi seperti merk *multiroff* dan sejenisnya harganya lebih murah dibandingkan produk genteng. Untuk itu, mempertahankan kualitas produk genteng kebumen menjadi kekuatan saat ini dan kedepannya, walaupun harga genteng lebih mahal tetapi kualitas ketahanan masih menjadi andalan.

4) Strategi W- T

a. Melakukan perbaikan dalam pengelolaan dan pengalokasian keuangan

Dalam industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen diperlukan strategi untuk mengantisipasi terjadi kenaikan harga bahan baku penolong, seperti kayu bakar dan minyak pelumas serta kenaikan harga tanah liat ketika musim hujan, yang dapat menyebabkan kenaikan biaya produksi. Saat ini pengusaha genteng belum melakukan pembukuaan keuangan. Cara membuat pembukuan keuangan yang lebih

jelas dengan dilakukannya pemisahaan antara keuangan perusahaan dan keluarga, keuntungan juga menjadi jelas, biaya–biaya menjadi terinci dan harga bisa stabil. Selain itu, adanya pengaturan keuangan yang baik juga sangat membantu industri kecil dalam menghadapi persaingan dengan industri sejenis. Hal penting lain bahwa adanya pembukuan keuangan dapat membantu dalam proses peminjaman ke perbankan.

b) Kontrak pengadaan bahan baku dengan pemasok

Dalam pengadaan bahan baku utama industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, kekuatan tawar menawar pemasok tanah liat cukup kuat . Hal ini dikarenakan tanah liat yang berkualitas hanya ada di daerah tertentu di Kabupaten Kebumen seperti, Kecamatan Pejagoan, Kecamatan Sruweng, Kecamatan Kebumen, Kecamatan Petanahan dan Kecamatan Klirong. Namun permasalahannya, selama ini hubungan yang terjalin antara industri dengan para pemasok hanya bersifat kekeluargaan sehingga ketika musim hujan, akses terhadap bahan baku menjadi tidak terjamin dan harga jual menjadi lebih mahal yang akhirnya berpengaruh pada kapasitas produksi industri.

Pengusaha genteng mudah untuk berpindah pemasok, tetapi tidak ada salahnya apabila dilakukan kontrak secara tertulis antara pengusaha genteng dengan pemasok sehingga kedudukan antara kedua belah pihak menjadi setara dan ketersediaan bahan baku tanah liat menjadi lebih terjamin dalam hal jumlah, mutu yang sesuai dengan standar industri, harga, waktu pengiriman, dan sistem pembayaran. Adanya kontrak

tersebut industri dapat berproduksi dengan lancar yang akhirnya berimplikasi pada meningkatnya kemampuan industri kecil dalam pemenuhan permintaan pasar dan harga produk yang selalu stabil sehingga lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Selain itu, industri kecil juga akan terhindar dari persaingan dalam pengadaan bahan baku dengan industri sejenis lainnya.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

Tabel 4.12
Matriks SWOT Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen

Faktor Internal (IFAS) / Faktor Eksternal (EFAS)	Kekuatan (Strengnts - S)	Kelemahan (Weakness-W)
	1. Adanya spesialisasi pekerjaan 2. Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen 3. Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha 4. Jam kerja sesuai aturan yang ditetapkan pemerintah 5. Kemudahan akses bahan baku 6. Adanya inovasi (corak) produk 7. Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	1. Kurangnya media promosi 2. Akses ke lokasi industri sulit 3. Sulit menambah modal kerja 4. Belum adanya pembukuan keuangan 5. Upah tenaga kerja yang belum sesuai UMR Kabupaten Kebumen
Peluang (Oppurtunities-O) 1. Kondisi perekonomian mendukung 2. Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat 3. Jumlah penduduk meningkat 4. Teknologi yang semakin modern 5. Kemudahan akses perbankan 6. Pangsa pasar yang masih luas 7. Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	Strategi (SO) - Pengembangan pasar - Inovasi corak produk (pengembangan produk)	Strategi (WO) - Mengoptimalkan promosi - Memanfaatkan kredit yang ditawarkan oleh perbankan
Ancaman (Threat – T) 1. Fluktuasi harga bahan baku pendukung 2. Adanya produk subtitusi 3. Produk mudah ditiru 4. Adanya pendatang baru 5. Regenerasi tenaga kerja produktif sulit 6. Adanya pesaing dari daerah lain	Strategi (ST) - Inovasi produk genteng - Mempertahankan kualitas produk	Strategi (WT) - Perbaikan dalam pengelolaan keuangan - Kontrak bahan baku dengan pemasok

4.3.3 Diagram Kuadran SWOT

Diagram Kuadran SWOT digunakan untuk mencari posisi organisasi yang ditunjukkan oleh titik (x,y), sehingga didapatkan alternatif strategi utama yang dapat diterapkan pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen. Untuk menentukan posisi organisasi, perhitungan berdasarkan hasil yang didapat dari matriks IFAS dan matriks EFAS, hasilnya dapat dirangkum sebagai berikut:

Koordinat Analisis Internal

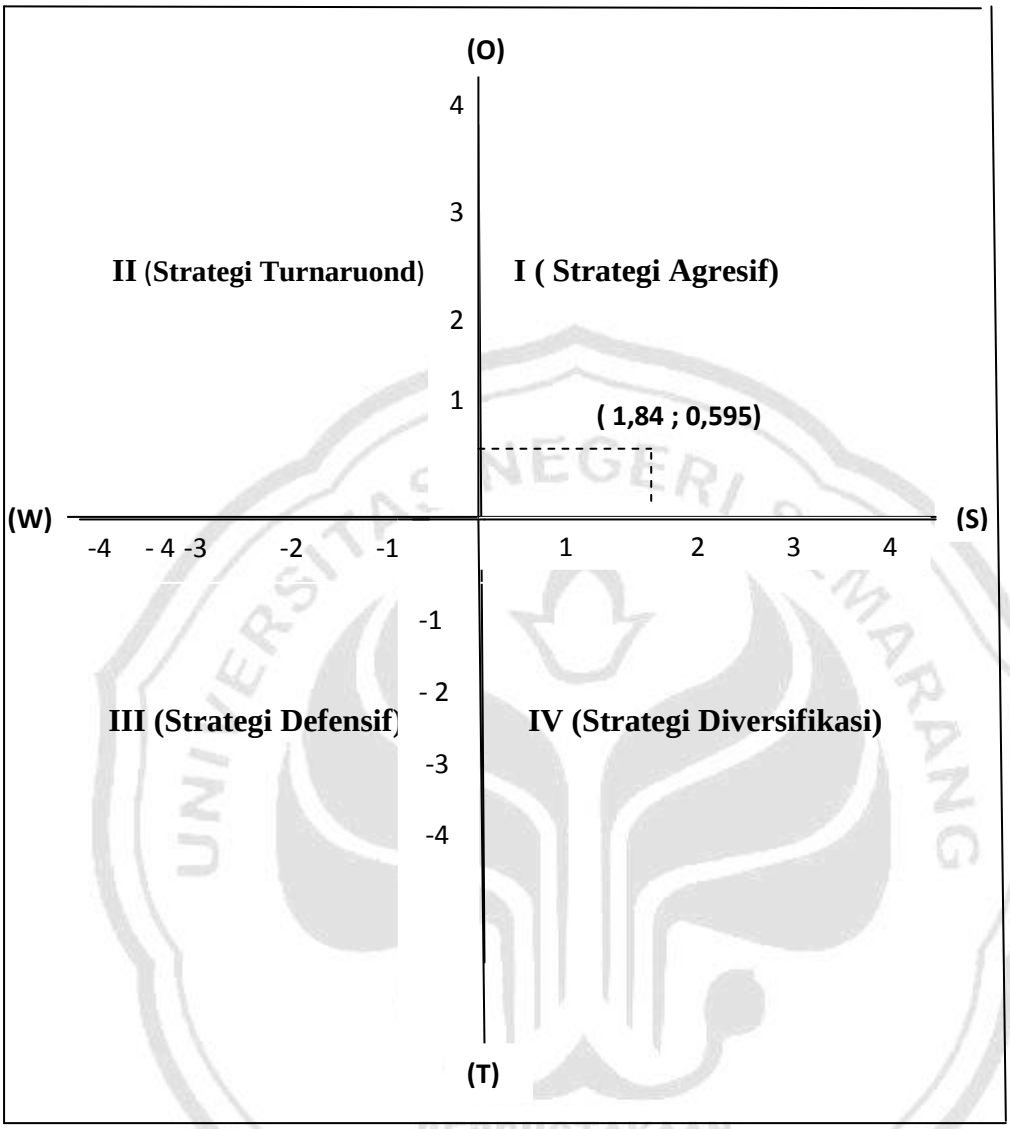
Kekuatan – kelemahan = 2,415 – 0,575 =1,84

Koordinat Analisis Eksternal

Peluang – ancaman = 2,193 – 1,598 =0,595

Jadi titik koordinatnya (x,y) terletak pada (1.84 ; 0.595)

Dari perhitungan di atas bahwasanya faktor kekuatan lebih besar dari faktor kelemahan dan pengaruh dari faktor peluang lebih besar dari faktor ancaman. Oleh karena itu, posisi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berada pada kuadran I yang berarti pada posisi Agresif. Posisi kuadaran I dapat ditujukan pada Gambar 4.4



Gambar 4.4. Diagram Kuadran SWOT

Berdasarkan Gambar 4.4 posisi industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berada pada Kuadran I, posisi ini menandakan sebuah organisasi dalam kondisi prima yang kuat dan berpeluang, rekomendasi strategi yang diberikan adalah **Strategi Agresif**, dengan strategi yang diterapkan melalui strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*). Pada posisi kuadran I alternatif strategi yang dilakukan berdasarkan tabel SWOT adalah strategi SO(*Strengths-Opportunity*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka diperoleh beberapa kesimpulan yaitu:

1. Pengusaha pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen sebagian besar didominasi oleh usia produktif. Jumlah tenaga kerja industri genteng di Kabupaten Kebumen sebagian besar kurang dari 7 orang setiap usaha. Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar pengusaha sudah menamatkan pendidikan dasar. Industri kerajinan genteng tergolong usaha yang sudah lama berdiri yaitu berkisar 27 – 38 tahun dengan sebagian besar pengusaha menjadikan usaha genteng menjadi usaha pokok untuk memenuhi kebutuhan.
2. Berdasarkan hasil identifikasi lingkungan internal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka didapatkan kekuatan dan kelemahan industri kecil. Kekuatan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen dengan urutan prioritasnya adalah: 1) kualitas produk sesuai selera konsumen, 2) kemudahan akses bahan baku 3) adanya inovasi corak, 4) tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha, 5) tenaga kerja terampil dan berpengalaman, 6) adanya spesialisasi pekerjaan, dan 7) jam kerja sesuai yang ditetapkan pemerintah. Kelemahan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berdasarkan urutan prioritasnya

adalah: 1) sulit menambah modal kerja, 2) belum adanya pembukuan keuangan, 3) akses lokasi industri sulit, 4) upah yang belum sesuai UMR, dan 5) kurangnya media promosi.

3. Berdasarkan hasil analisis dan identifikasi lingkungan eksternal pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka didapatkan peluang dan ancaman industri kecil. Peluang industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berdasarkan urutan prioritasnya adalah: 1) teknologi yang semakin modern, 2) kemudahan akses perbankan, 3) pangsa pasar yang masih luas, 4) pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait, 5) jumlah penduduk yang meningkat, 6) pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat, dan 7) kondisi perekonomian mendukung. Ancaman industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berdasarkan urutan prioritasnya adalah: 1) regenerasi tenaga kerja produktif sulit, 2) fluktuasi harga bahan baku dan penolong, 3) produk mudah ditiru, 4) adanya produks subtitusi, 5) adanya pesaing dari daerah lain, dan 6) adanya pendatang baru.

4. Perumusan alternatif strategi dengan menggunakan matrik IE pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen didapatkan posisi pada kuadaran II dengan strategi paling baik untuk diterapkan yaitu strategi pertumbuhan (*Growth Strategy*). Strategi yang biasa dilakukan pada kuadran ini adalah dengan mengembangkan produk baru, meningkatkan kualitas , atau meningkatkan pasar yang lebih luas. Berdasarkan kuadran SWOT, didapatkan posisi pada kuadran I yang

berarti pada posisi agresif, dan strategi yang tepat pada posisi ini adalah strategi pertumbuhan (*Growth Oriented Strategy*). Berdasarkan kuadran posisi I maka, alternatif strategi yang sesuai dengan pada tabel SWOT adalah strategi S-O (*Strength – Oppourtunities*) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri untuk meraih peluang yang ada,dengan pengembangan pasar dan adanya inovasi produk.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan kepada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen

1. Permasalahan industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen yang paling penting adalah sulit menambah modal, maka sebaiknya pemerintah memberikan program pembiayaan dan adanya kemudahan akses perbankan. Kemudian pengusaha mau bekerja sama dengan perbankan.
2. Pemerintah memberikan pelatihan pembuatan laporan keuangan, sehingga setelah itu pengusaha diharapkan mulai melakukan pembukuan keuangan dalam kegiatan usahanya.
3. Pengusaha dapat memanfaatkan adanya teknologi yang lebih modern dalam proses produksi. Teknologi yang modern selain menghemat tenaga kerja juga mampu mengefisiensikan biaya produksi dan meningkatkan kapasitas produksi.

4. Industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen untuk mengembangkan usahanya, melakukan strategi perluasan pasar (penjualan produk ke pasar yang baru), dengan cara tetap mempertahankan kualitas produk dan adanya pengembangan produk misalnya inovasi corak atau bentuk genteng yang disesuaikan kebutuhan konsumen.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

David, FR. 2008. *Manajemen Strategis Konsep*. Edisi Ketujuh Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Indeks.

Dewi, Shinta kartika. 2009. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Olahan Carica (Studi Kasus di Kecamatan Mojotengah, Kabupaten Wonosobo)". *Skripsi*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.

Hamid, Edy Suandi dan Y. Sri Susilo. 2011. "Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta". Dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan,* Volume 12 No. 1. Hal 45-55Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia dan Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Hunger, J.David & Thomas L. Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis*. Terjemahan Julianto Agung Edisi Kedua Bahasa Indonesia. Yogyakarta: Andi

Kotler P, Keller KL. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Ed ke-12. Molan B, penerjemah; Purba J, editor. Jakarta: PT Indeks. Terjemahan dari: Marketing Management.

Kuncoro, Mudrajad. 2010. *Ekonomika Pembangunan: Masalah, Kebijakan, dan Politik*. Jakarta: Erlangga.

Kurniasari, Panca. 2011."Analisis Efisiensi dan Faktor – faktor yang Mempengaruhi Produksi Industri Kecil Kabupaten Kendal (Studi Kasus pada Industri Kecil genteng Press di Desa Meteseh Kecamatan Boja)". *Skripsi.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Kurniawan, Arif. 2011. "Penurunan Industri Kerajinan Genteng di Kecamatan Pejagoan Kabupaten Kebumen". *Skripsi*. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Moleong, Lexy.J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mubyarto. 1986. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES, Jakarta.

Prasetyo, P.Eko. 2010. *Ekonomi Industri*.Yogyakarta: Beta Offset.

Purwatiningsih, D.R. 2008. " Perencanaan pengembangan industri genteng dengan *Metode Analytical Hierarchy Process dan Linier Goal Programming"*. Dalam *Jurnal teknik industri* volume 9. No 2. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.

Rahayu, Sri, dkk. 2012. " Evaluasi strategi pengembangan genteng guna meningkatkan produktifitas masyarakat Trenggalek". Dalam *Jurnal Media Mahardhika* Volume 10 . No. 2: STIE Mahardhika.

Rangkuti, F. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Cetakan Keempat belas. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama

Sukirno, Sadono.2005. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2010 . *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tarigan, Robinson.2009. *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Umar, Husein. 2004. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

PERPUSTAKAAN UNNES

LAMPIRAN

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

INSTRUMEN PENELITIAN UNTUK KEYPERSON
Kuesioner digunakan untuk menentukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (ancaman dan peluang) industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

Responden Yang Terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan Skripsi pada Program Sarjana Ekonomi Pembangunan Universitas Negeri Semarang, Saya Ayie Eva Yuliana/7111409063 mohon bantuan dan ketersediaan Bapak/ Ibu untuk dapat membantu dalam mengisi kuesioner ini. Adapun penelitian yang akan Saya lakukan adalah tentang "**Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen"**. Data dan jawaban akan terjamin kerahasiaannya. Atas kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk : Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda checklist(V) pada pilihan antara ya/tidak yang sesuai dengan pendapat saudara.

PERPUSTAKAAN UNNES

No	Faktor Internal Strategis	Ya	Tidak
	Manajemen		
1	Adanya struktur organisasi yang sudah sesuai		
2	Adanya spesialisasi pekerjaan		
	Pemasaran		
3	Perusahaan memiliki strategi promosi , iklan yang efektif		
4	Saluran distribusi saat ini sudah cukup bisa diandalkan untuk pemasaran		
5	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen		
6	Adanya inovasi produk		
7	Produk mempunyai ciri khas tersendiri		
	Operasi / Produksi		
8	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha		
9	Bahan baku dekat dengan lokasi usaha		
10	Kemudahan mendapatkan bahan baku		
11	Lokasi industri dekat dengan pasar		
12	Teknologi yang digunakan sudah memadai untuk peningkatan produksi		
13	Industri genteng sudah mampu memenuhi setiap permintaan konsumen		
14	Pasokan bahan baku sudah memadai dan dapat diandalkan		
	Akuntansi/Keuangan		
15	Industri memiliki modal kerja yang mencukupi		
16	Kemudahan akses pinjaman dari perbankan		
17	Adanya laporan keuangan atau pembukuan		
	Sumber Daya Manusia		
18	Tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman		
19	Regenerasi tenaga kerja produktif masih tersedia		
20	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah		
21	Upah sesuai dengan UMR Kabupaten Kebumen		

Catatan: Silahkan menambahkan pada kolom selanjutnya yang telah disediakan, apabila ada faktor lain yang tepat menjadi kekuatan dan kelemahan dalam pengembangan industri kerajinan genteng.

No	Faktor Strategis Eksternal	Ya	Tidak
	Kekuatan Ekonomi		
1	Kondisi perekonomian mendukung		
2	Konsumsi masyarakat akan genteng meningkat		
3	fluktuasi harga bahan baku dan bahan baku penolong		
	Kekuatan sosial, budaya, demografi dan lingkungan		
4	Selera konsumen yang cepat berubah		
5	Jumlah penduduk meningkat		
6	Kondisi keamanan dan sosial mendukung		
	Kekuatan politik, pemerintah, dan hukum		
7	Program pemerintah terkait kemudahan akses pembiayaan		
8	Pemberian pelatihan tenaga kerja dan pendampingan oleh dinas terkait		
9	Bantuan promosi ke luar daerah oleh pemerintah Kab.Kebumen		
10	Adanya bantuan CSR dari pihak swasta		
	Kekuatan Teknologi		
11	Perkembangan teknologi yang semakin modern		
	Persaingan dalam industri		
12	Terdapat banyak pesaing di dalam pasar		
13	Produk dapat dibedakan dari produk genteng lainnya		
	Ancaman pendatang baru		
14	Pendatang baru mudah memasuki pasar		
15	Diperlukan produksi dalam jumlah besar untuk mencapai efisien dalam jangka panjang.		
	Ancaman produk subtitusi		
16	Adanya produk subtitusi yang mudah ditemui di pasar		
17	Harga produk subtitusi lebih murah daripada produk perusahaan		
	Kekuatan tawar pemasok		
18	Industri memiliki banyak pilihan dalam menentukan pemasok		
19	Pemasok berasal dari dalam daerah		
20	Pemasok berasal dari luar daerah		
	Kekuatan tawar pembeli		
21	Kesetiaan pelanggan dalam produk genteng di Kebumen		
22	Pembeli berasal dari dalam daerah (kebumen & lingkup barlingmascakeb**)**		
23	Pembeli berasal dari luar daerah kebumen (lingkup Jateng, Jatim, Jabar, dll)		

INSTRUMEN PENELITIAN

KUESIONER UNTUK PEMBOBOTAN FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

Tujuan:

Mendapatkan penilaian para responden terhadap faktor internal dan eksternal mengenai tingkat kepentingan relatif suatu faktor – faktor dalam "Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen". Tingkat kepentingan yang dimaksud adalah berupa pemberian bobot terhadap seberapa penting faktor tersebut menentukan strategi perusahaan dalam industri .

Petunjuk Pengisian:

1. Kuesioner ini diisi oleh *keyperson.*
2. Pemberian nilai tingkat kepentingan berdasarkan pada perbandingan berpasangan antara dua faktor secara relatif berdasarkan kepentingan atau pengaruhnya terhadap strategi pengembangan industri kecil kerajinan genteng.
3. Untuk menentukan bobot setiap variabel digunakan skala 1, 2, dan 3. Skala yang digunakan untuk pengisian kolom adalah:

   1 = Jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertikal

   2 = Jika faktor horizontal sama penting dengan faktor vertikal

   3 = Jika faktor horizontal lebih penting daripada faktor vertikal

No Responden :

Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin :
5. Pekerjaan :
6. Pendidikan Terakhir :

	Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
A	Adanya spesialisasi pekerjaan												
B	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen												
C	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha												
D	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah												
E	Kemudahan akses bahan baku												
F	Adanya inovasi produk												
G	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman												
H	Kurangnya media promosi												
I	Akses ke lokasi industri sulit												
J	Sulit menambah modal kerja												
K	Belum adanya pembukuan keuangan												
L	Upah tenaga kerja yang belum sesuai UMR												

PERPUSTAKAAN UNNES

	Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
A	Kondisi perekonomian mendukung													
B	Konsumsi masyarakat akan genteng meningkat													
C	Jumlah penduduk meningkat													
D	Teknologi yang semakin modern													
E	Kemudahan akses perbankan													
F	Pangsa pasar yang masih luas													
G	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait													
H	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong													
I	Adanya produk subtitusi													
J	Produk mudah ditiru													
K	Adanya pendatang baru													
L	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit													
M	Adanya pesaing dari daerah lain													

TERIMA KASIH

PERPUSTAKAAN UNNES

INSTRUMEN PENELITIAN

KUESIONER PEMBERIAN NILAI PERINGKAT TERHADAP FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

Kuesioner diisi oleh pengusaha genteng.

No Responden :

Identitas Responden

7. Nama :
8. Alamat :
9. Usia :
10. Jenis Kelamin :

Tujuan:

Mendapatkan penilaian para responden terhadap faktor internal dan eksternal mengenai tingkat kepentingan suatu faktor harus ditangani dalam sebuah perusahaan. Tingkat kepentingan yang dimaksud adalah berupa pemberian peringkat terhadap seberapa besar pengaruh faktor tersebut untuk menentukan strategi.

Petunjuk : Berikan tanda checklist (√) pada kolom tingkat kepentingan kepada masing masing-masing faktor internal dan eksternal untuk menunjukkan seberapa besar pengaruhnya faktor-faktor strategis tersebut terhadap kemajuan perusahaan di lingkungan industrinya.

A. Pemberian nilai peringkat terhadap kekuatan dan kelemahan

Pemberian nilai peringkat berdasarkan kemampuan dan kekuatan dan kelemahan usaha Bapak/Ibu. Pemberian peringkat mengacu pada keterangan dibawah ini:

5 = Jika faktor kekuatan merupakan kekuatan terbesar/mayor perusahaan.

4 = Jika faktor kekuatan merupakan kekuatan minor perusahaan

3 = Jika faktor kekuatan atau kelemahan hanya sedang terhadap perusahaan

2 = Jika faktor kelemahan merupakan kelemahan minor perusahaan

1 = Jika faktor kelemahan merupakan kelemahan mayor perusahaan

Faktor Strategis Internal	1	2	3	4	5
Kekuatan					
Adanya spesialisasi pekerjaan					
Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen					
Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha					
Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah					
Kemudahan akses bahan baku					
Adanya inovasi (corak)produk					
Tenaga kerja terampil dan berpengalaman					
Kelemahan					
Kurangnya media promosi					
Akses ke lokasi industri sulit					
Sulit menambah modal kerja					
Belum adanya pembukuan keuangan					
Upah tenaga kerja yang belum sesuai UMR					

PERPUSTAKAAN UNNES

B. Pemberian nilai peringkat terhadap peluang

Pemberian nilai peringkat berdasarkan kemampuan usaha Bapak/ Ibu dalam meraih peluang yang ada. Pemberian peringkat mengacu pada keterangan dibawah ini:

5 = Jika usaha Bapak / Ibu memberikan respon sangat baik dalam meraih peluang

4 = Jika usaha Bapak / Ibu memberikan respon baik dalam meraih peluang

3 = Jika usaha Bapak / Ibu memberikan respon kurang baik dalam meraih peluang

2 = Jika usaha Bapak / Ibu tidak memberikan respon dalam meraih peluang

1 = Jika usaha Bapak / Ibu sangat tidak memberikan respon dalam meraih peluang

Faktor Strategis Eksternal	1	2	3	4	5
Peluang					
Kondisi perekonomian mendukung					
Konsumsi masyarakat akan genteng meningkat					
Jumlah penduduk meningkat					
Teknologi yang semakin modern					
Kemudahan akses perbankan					
Pangsa pasar yang masih luas					
Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait					

C. Pemberian peringkat terhadap ancaman

Pemberian nilai peringkat berdasarkan kemampuan usaha Bapak/ Ibu dalam menghadapi ancaman yang timbul. Pemberian peringkat mengacu pada keterangan dibawah ini:

5 = Jika faktor ancaman sangat tinggi mempengaruhi usaha Bapak/ Ibu

4 = Jika faktor ancaman tinggi mempengaruhi usaha Bapak/ Ibu

3 = Jika faktor ancaman kurang / kecil mempengaruhi usaha Bapak/ Ibu

2 = Jika faktor ancaman tidak mempengaruhi usaha Bapak/ Ibu

1 = Jika faktor ancaman sangat tidak mempengaruhi usaha Bapak/ Ibu

Ancaman	1	2	3	4	5
Fluktuasi harga bahan baku dan penolong					
Adanya produk subtitusi					
Produk mudah ditiru					
Adanya pendatang baru					
Regenerasi tenaga kerja produktif sulit					
Adanya pesaing dari daerah lain					

TERIMA KASIH

INSTRUMEN PENELITIAN

KUESIONER UNTUK PENGUSAHA GENTENG

Petunjuk : Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat Anda.

Profil pengusaha

1. Nama : ……
2. Usia : ……
3. Jenis kelamin : laki-laki/ perempuan*) coret salah Satu
4. Alamat : …….. Desa …… Kec ……
5. Jumlah tenaga kerja :……..orang
6. Pendidikan terakhir bapak/ ibu/ saudara adalah :
   a. SD c. SMA
   b. SMP d. Peguruan tinggi
7. Sudah berapa lama bapak/ ibu/ saudara menjadi pengusaha kerajinan genteng ? ……tahun
8. Apa pekerjaan bapak/ibu/saudara selain pengusaha genteng ?.....

Variabel Faktor Strategis Internal

a) Manajemen

1. Bagaimana posisi manajemen di perusahaan saudara?.....
2. Apakah ada visi misi dalam usaha saudara?.....
3. Siapakah yang memasarkan produk?.....
4. Apakah terdapat adanya spesialisasi pekerjaan?.....

b) Pemasaran

5. Berdasarkan apa sistem berproduksi pada industri saudara?.....
6. Dimana saja daerah pemasaran produk genteng saudara?.....
7. Bagaimana rantai pemasaran pada perusahaan saudara?.....
8. Apakah ada kendala dalam memasarkan produk?.....

9. Bagaimana strategi promosi pada usaha saudara?.....
10. Bagaimana perencanaan produk seperti pemberian merek dan labelisasi ?.....

c) Operasi / produksi

11. Berapa rata – rata jumlah produksi genteng pada usaha saudara dalam sekali produksi?.....
12. Berapa biaya produksi yang saudara keluarkan dalam sekali produksi?.....
13. Sebutkan berbagai jenis genteng yang diproduksi dalam usaha saudara?.....
14. Transportasi apa yang digunakan untuk saluran distribusi?.....
15. Berikan penjelasan terkait harga yang ditetapkan terhadap produk genteng saudara dan berdasarkan apakah penetapan harga yang ditetapkan?.....
16. Apakah ada hambatan dalam hal mendapatkan bahan baku saat ini?.....
17. Jika ada, bagaimanakah hambatan dalam mendapatkan bahan baku?.....
18. Bagaimana saudara mendapatkan modal kerja usaha?.....
19. Apakah usaha saudara berhubungan dengan bank?, berikan penjelasan terhadap jawaban yang saudara pilih!.....
20. Berapakah jumlah modal yang diperlukan dalam industri saudara?.....
21. Apakah saudara mengalami kesulitan dalam mendapatkan modal tambahan dari perbankan?.....
22. Apakah perusahaan saudara melakukan pembukuan keuangan?.....
23. Jika tidak, bagaimana sistem pengaturan keuangan perusahaan saudara?.....

d) Sumber daya manusia

24. Berasal darimana tenaga kerja yang digunakan pada perusahaan saudara?.....
25. Lulusan apa tenaga kerja paling banyak yang digunakan pada usaha saudara ?
26. Berapa jumlah tenaga kerja perempuan?……..dan,laki – laki ……?
27. Bagaimana sistem upah yang diberikan kepada tenaga kerja?.....

Faktor Strategis Eksternal

a. Kekuatan Ekonomi

1. Bagaimana permintaan akan produk genteng saudara akhir – akhir ini?.....
2. Menurut anda apakah perekonomian di Kebumen saat ini mendukung dalam pengembangan industri saudara?.....
3. Apakah menurut saudara harga bahan baku saat ini meningkat daripada tahun sebelumnya?.....

b. Kekuatan sosial, budaya, demografi, dan lingkungan

4. Menurut saudara apakah jumlah penduduk meningkat akan menjadi peluang bagi industri saudara?.....
5. Menurut saudara bagaimana regenerasi tenaga kerja produktif di masa yang akan datang?.....

c. Kekuatan politik, pemerintah, dan hukum

6. Apakah ada program dari pemerintah terkait akses pembiayaan dalam membantu dalam meningkatkan produksi usaha saudara?.....
7. Apakah ada pemberian pelatihan dan pendampingan tenaga kerja dari dinas terkait ?.....

d. Kekuatan teknologi

8. Apakah teknologi yang semakin berkembang dapat membantu proses usaha saudara baik dari segi produksi atau pemasaran?.....
9. Di waktu yang akan datang apakah industri saudara akan memanfaatkan peluang perkembangan teknologi?.....

e. Kekuatan Kompetitif Industri

- **Ancaman pendatang baru**

10. Bagaimana saudara menanggapi adanya ancaman pendatang baru?.....
11. Apakah usaha saudara berproduksi dalam skala besar?.....
12. Menurut anda apakah cukup mudah untuk pendatang baru memasuki pasar?

- **Persaingan di antara perusahaan yang sudah ada**

13. Daerah mana saja yang menjadi pesaing industri saudara?.....
14. Apakah produk genteng berdasarkan fisik mudah ditiru?.....
15. Menurut saudara apakah jumlah pesaing semakin lama semakin banyak?.....

- **Ancaman produk subtitusi**

16. Apakah ada produks subtitusi produk genteng yang mengancam usaha saudara?.....
17. Berasal dari mana produk subtitusi yang mengancam usaha saudara?.....

- **Kekuatan penawaran pembeli**

18. Berasal dari mana pembeli produk genteng industri saudara?.....
19. Apakah usaha saudara mempunyai pelanggan tetap?.....

- **Kekuatan penawaran pemasok**

20. Berasal dari mana pemasok pada industri saudara ?.....
21. Apakah saudara mudah dalam berpindah pemasok?.....

PERPUSTAKAAN UNNES

Lampiran 2

Daftar Nama Responden Pengusaha

No	Nama Responden	Usia (Th)	Jumlah Tenaga Kerja	Alamat
1	Suwarto	41	6	RT 02/ RW 01, Muktisari, Kebumen
2	Darus	65	7	RT 02/ RW 01, Muktisari, Kebumen
3	Karman	69	6	RT 02/ RW 01, Muktisari, Kebumen
4	Warso	50	7	RT 02/ RW 01, Muktisari, Kebumen
5	Ibu warto	60	6	RT 14/ RW 01, Jatisari, Kebumen
6	Adwanto	45	5	RT 14/ RW 01, Jatisari, Kebumen
7	Sumarno	43	5	RT 14/ RW 01, Jatisari, Kebumen
8	Sabar	52	6	RT 13/ RW 01, Jatisari, Kebumen
9	Waris	41	6	RT 14/ RW 01, Jatisari, Kebumen
10	Ibu Marwiyah	45	10	RT 05/RW 02, Wonosari, Kebumen
11	Darsis	60	6	RT 05/RW 02, Wonosari, Kebumen
12	Mastur	51	15	RT 05/RW 02, Wonosari, Kebumen
13	Zaenal M	59	14	Murtirejo RT 3 RW 4, Kebumen
14	Hernanto	49	14	Murtirejo RT 3 RW 4, Kebumen
15	H.sarwan	61	14	Murtirejo RT 2 RW 4, Kebumen
16	Sokhib	40	14	Murtirejo RT 3 RW 4, Kebumen
17	Gunarto	40	14	Murtirejo RT 3 RW 4, Kebumen
18	Wahyuni	43	12	Murtirejo RT 2 RW 4, Kebumen
19	H.sarwan	60	14	Murtirejo RT 2 RW 4, Kebumen
20	Abadi	55	14	Murtirejo RT 1 RW 3, Kebumen
21	Sugeng	53	12	Murtirejo RT 1 RW 3, Kebumen
22	Amin	45	8	Murtirejo RT 1 RW 3, Kebumen
23	Khaerudin	53	6	Murtirejo RT 1 RW 3, Kebumen
24	Sahrudin	52	6	Murtirejo RT 1 RW 3, Kebumen
25	Masdar	62	7	Murtirejo RT 1 RW 3, Kebumen
26	H.habib	63	10	Murtirejo RT 2 RW 4, Kebumen
27	Basuki	37	12	Murtirejo RT 2 RW 4, Kebumen
28	H suyud	54	7	Murtirejo RT 2 RW 4, Kebumen
29	Waris	65	5	RT 04/ RW 05, Kedawung, Pejagoan
30	Ngadiman	58	6	RT 04/ RW 05, Kedawung, Pejagoan
31	Turasno	57	15	RT 04/ RW 05, Kedawung, Pejagoan
32	Suroso	63	5	RT 04/ RW 05, Kedawung, Pejagoan
33	Martoiman	70	12	RT 04/ RW 05, Kedawung, Pejagoan
34	Satimin	40	12	RT 04/ RW 05, Kedawung, Pejagoan
35	Sujadi	40	12	Kedawung RW 7, Pejaogan
36	Muhlisin	38	10	Kedawung RW 7, Pejaogan
37	Takwin	41	14	Kedawung RW 7, Pejaogan

No	Nama Responden	Usia (Th)	Jumlah Tenaga Kerja	Alamat
38	Johari	46	12	Kedawung RW 7, Pejaogan
39	Lazim	49	14	Kedawung RW 7, Pejaogan
40	Wahyudi	45	12	Kewayuhan,Pejaogan
41	Wahidun	62	13	Kewayuhan,Pejaogan
42	H.Masdar	57	12	Kewayuhan,Pejaogan
43	H.Darsimin	59	10	Kewayuhan,Pejaogan
44	Musabani	63	13	Kewayuhan,Pejaogan
45	Ah.Mujamil	46	12	Kewayuhan,Pejaogan
46	Rohmat basuki	46	9	Kewayuhan,Pejaogan
47	Samingun	37	12	Kewayuhan,Pejaogan
48	H.j Kosod	52	12	Kewayuhan,Pejaogan
49	Jamingun	46	12	Kewayuhan,Pejaogan
50	Mustolih	45	13	Kewayuhan,Pejaogan
51	H.daryono	56	9	Kewayuhan,Pejaogan
52	Irun	62	6	RT 05/RW 02, Kebulusan, Pejagoan
53	Wawan	37	18	RT 05/RW 02, Kebulusan, Pejagoan
54	Hasan	35	8	RT 05/RW 02, Kebulusan, Pejagoan
55	Harto	62	10	RT 05/RW 02, Kebulusan, Pejagoan
56	Luti	27	6	RT 05/RW 02, Kebulusan, Pejagoan
57	Karman	65	7	RT 05/RW 02, Kebulusan, Pejagoan
58	Sugito	60	6	RT 05/RW 02, Kebulusan, Pejagoan
59	Mukhtar	53	6	RT 05/RW 02, Kebulusan, Pejagoan
60	Dono	48	7	RT 05/RW 02, Kebulusan, Pejagoan
61	Sutarno	66	8	RT 03/ RW 01, Kedungwinangun, Klirong
62	Solikhin	50	6	RT 03/ RW 01, Kedungwinangun, Klirong
63	Sutaryo	52	6	RT 03/ RW 01, Kedungwinangun, Klirong
64	Tohani	54	8	RT 03/ RW 01, Kedungwinangun, Klirong
65	Sisno	62	10	RT 03/ RW 01, Kedungwinangun, Klirong
66	Kustiadi	37	7	RT 03/ RW 01, Kedungwinangun, Klirong
67	Musthafid	45	7	RT 02/ RW 01, Kedungwinangun, Klirong
68	Solehudin	47	7	Dorowati, Klirong
69	Marmono	43	8	Dorowati, Klirong
70	H.sudarno	50	12	Dorowati, Klirong
71	Rio	50	7	RT 03/ RW 01, Podo Luhur, Klirong
72	Didi	52	6	RT 03/ RW 01, Podo Luhur, Klirong
73	Dikin	62	10	RT 03/ RW 01, Podo Luhur, Klirong
74	Sarijo	50	5	RT 02/ RW 01, Podo Luhur, Klirong
75	A.Khasani	52	6	RT 02/ RW 01, Podo Luhur, Klirong

No	Nama Responden	Usia (Th)	Jumlah Tenaga Kerja	Alamat
76	Nano	49	6	RT 02/ RW 01, Podo Luhur, Klirong
77	Drajad	32	18	RT 03/ RW 03, Jabres, Sruweng
78	Matori	55	6	RT 01/ RW 04, Jabres, Sruweng
79	H.Mitah	52	6	RT 01/ RW 04, Jabres, Sruweng
80	H.Tohir	62	7	RT 02/ RW 04, Jabres, Sruweng
81	Sarmiji	49	5	RT 02/ RW 04, Jabres, Sruweng
82	Akmad Tardi	44	6	RT 02/ RW 04, Jabres, Sruweng
83	Sirar	49	6	RT 02/ RW 04, Jabres, Sruweng
84	Akhmad basri	45	6	RT 03 RW 01, Giwangretno, Sruweng
85	Soibin	48	12	RT 03 RW 01, Giwangretno, Sruweng
86	H.Doham	60	6	RT 02/ RW 01, Giwangretno, Sruweng
87	Bajuri	62	12	RT 02/ RW 01, Giwangretno, Sruweng
88	Tolib	52	6	RT 02/ RW 01, Giwangretno, Sruweng
89	Turino	54	18	RT 02/RW 01, Karanggedang, Sruweng
	Total		826	

PERPUSTAKAAN UNNES

Daftar *Keyperson*

No	Nama	Usia (th)	Alamat	Pendidikan	Jabatan
1	Yunita	40	Gombong	Magister	Kasubid Distribusi Jasa dan Keuangan
2	Ir. Joko Wasono HB	54	Kebumen	Sarjana	Kabid Perindustrian
3	Drs.H.Akhmad Sudiyono	51	Rowokele	Magister	Kabid UMKM
4	Turino	54	Sruweng	SMA	Pengusaha
5	H.Sudarno	50	Klirong	SMA	Pengusaha
6	Satimin	40	Pejagoan	SMA	Pengusaha
7	Marwiyah	45	Kebumen	SMA	Pengusaha

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

Lampiran 3

No	Faktor Strategis Internal	*Keyperson 1*		*Keyperson 2*		*Keyperson 3*		*Keyperson 4*		*Keyperson 5*		*Keyperson 6*		*Keyperson 7*	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
	Manajemen														
1	Adanya struktur organisasi yang sudah sesuai		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
2	Adanya spesialisasi pekerjaan	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
	Pemasaran														
3	Perusahaan memiliki strategi promosi , iklan yang efektif		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
4	Saluran distribusi saat ini sudah cukup bisa diandalkan untuk pemasaran	✓		✓		✓		✓			✓		✓		✓
5	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
6	Adanya inovasi produk	✓		✓		✓		✓			✓		✓	✓	
7	Produk mempunyai ciri khas tersendiri		✓	✓		✓			✓		✓	✓			✓
	Operasi / Produksi														
8	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
9	Bahan baku dekat dengan lokasi usaha	✓		✓		✓		✓		✓			✓		✓
10	Kemudahan mendapatkan bahan baku	✓		✓		✓		✓		✓			✓	✓	
11	Lokasi industri dekat dengan pasar		✓		✓		✓		✓	✓			✓		✓
12	Teknologi yang digunakan sudah memadai untuk peningkatan produksi		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
13	Industri genteng sudah mampu memenuhi setiap permintaan konsumen	✓		✓		✓			✓	✓		✓			✓
14	Pasokan bahan baku sudah memadai dan dapat diandalkan	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	

No	Faktor Strategis Internal	*Keyperson 1*		*Keyperson 2*		*Keyperson 3*		*Keyperson 4*		*Keyperson 5*		*Keyperson 6*		*Keyperson 7*	
	Akuntansi/Keuangan														
15	Industri memiliki modal kerja yang mencukupi		✓		✓		✓	✓			✓		✓		✓
16	Kemudahan akses pinjaman dari perbankan		✓	✓		✓		✓			✓		✓	✓	
17	Adanya laporan keuangan atau pembukuan		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
	Sumber Daya Manusia														
18	Tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
19	Regenerasi tenaga kerja produktif masih tersedia		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
20	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
21	Upah sesuai dengan UMR Kabupaten Kebumen	✓			✓		✓	✓			✓		✓		✓

PERPUSTAKAAN UNNES

No	Faktor Strategis Eksternal	*Keyperson 1*		*Keyperson 2*		*Keyperson 3*		*Keyperson 4*		*Keyperson 5*		*Keyperson 6*		*Keyperson 7*	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak
	Kekuatan Ekonomi														
1	Kondisi perekonomian mendukung	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
2	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
3	fluktuasi harga bahan baku dan bahan baku penolong	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
4	Pembangunan infrastruktur yang semakin banyak	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
	Kekuatan sosial, budaya, demografi dan lingkungan														
5	Selera konsumen yang cepat berubah		✓		✓		✓	✓		✓		✓		✓	
6	Jumlah penduduk meningkat	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
7	Kondisi keamanan dan sosial mendukung	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
	Kekuatan politik, pemerintah, dan hukum														
8	Program pemerintah terkait kemudahan akses pembiayaan	✓		✓		✓			✓		✓		✓		✓
9	Pemberian pelatihan tenaga kerja dan pendampingan oleh dinas terkait		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
10	Bantuan promosi ke luar daerah oleh pemerintah Kab.Kebumen		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
11	Adanya bantuan CSR dari pihak swasta	✓		✓		✓		✓			✓		✓		✓
12	Peraturan ijin mendirikan usaha mudah	✓		✓		✓		✓			✓		✓		✓
	Kekuatan Teknologi														
13	Perkembangan teknologi yang semakin modern	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
	Persaingan dalam industri														
14	Terdapat banyak pesaing di dalam pasar	✓		✓		✓			✓		✓	✓		✓	

No	Faktor Strategis Eksternal	*Keyperson 1*		*Keyperson 2*		*Keyperson 3*		*Keyperson 4*		*Keyperson 5*		*Keyperson 6*		*Keyperson 7*	
15	Produk dapat dibedakan dari produk genteng lainnya	✓			✓		✓		✓		✓		✓		✓
	Ancaman pendatang baru														
16	Pendatang baru mudah memasuki pasar	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
17	Diperlukan produksi dalam jumlah besar untuk mencapai efisien dalam jangka panjang	✓		✓		✓			✓		✓		✓		✓
	Ancaman produk subtitusi														
18	Adanya produk subtitusi yang mudah ditemui di pasar		✓		✓		✓	✓		✓		✓			✓
19	Harga produk subtitusi lebih murah daripada produk perusahaan	✓				✓		✓		✓		✓		✓	
	Kekuatan tawar pemasok														
20	Industri memiliki banyak pilihan dalam menentukan pemasok	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
21	Pemasok berasal dari dalam daerah	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
22	Pemasok berasal dari luar daerah		✓		✓		✓		✓		✓	✓		✓	
	Kekuatan tawar pembeli														
23	Kesetiaan pelanggan dalam produk genteng di Kebumen	✓		✓		✓		✓		✓	-	✓		✓	
24	Pembeli berasal dari dalam daerah (kebumen & lingkup barlingmascakeb)	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
25	Pembeli berasal dari luar daerah kebumen (lingkup Jateng, Jatim, Jabar, dll)	✓		✓		✓		✓			✓	✓		✓	

Hasil Identifikasi

No	**Faktor Strategis Internal**	**Ya**	**Tidak**
	Manajemen		
1	Adanya struktur organisasi yang sudah sesuai	0	7
2	Adanya spesialisasi pekerjaan	7	0
	Pemasaran		
3	Perusahaan memiliki strategi promosi , iklan yang efektif	0	7
4	Saluran distribusi saat ini sudah cukup bisa diandalkan untuk pemasaran	4	3
5	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	7	0
6	Adanya inovasi produk	4	3
7	Produk mempunyai ciri khas tersendiri	3	4
	Operasi / Produksi		
8	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	7	0
9	Bahan baku dekat dengan lokasi usaha	5	2
10	Kemudahan mendapatkan bahan baku	6	1
11	Lokasi industri dekat dengan pasar	1	6
12	Teknologi yang digunakan sudah memadai untuk peningkatan produksi	0	7
13	Industri genteng sudah mampu memenuhi setiap permintaan konsumen	5	2
14	Pasokan bahan baku sudah memadai dan dapat diandalkan	6	1
	Akuntansi/Keuangan		
15	Industri memiliki modal kerja yang mencukupi	0	7
16	Kemudahan akses pinjaman dari perbankan	5	2
17	Adanya laporan keuangan atau pembukuan	0	7
	Sumber Daya Manusia		
18	Tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman	7	0
19	Regenerasi tenaga kerja produktif masih tersedia	0	7
20	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	7	0
21	Upah sesuai dengan UMR Kabupaten Kebumen	0	7

No	**Faktor Strategis Eksternal**	**Ya**	**Tidak**
	Kekuatan Ekonomi		
1	Kondisi perekonomian mendukung	7	0
2	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	7	0
3	fluktuasi harga bahan baku dan bahan baku penolong	7	0
4	Pembangunan infrastruktur yang semakin banyak	7	0
	Kekuatan sosial, budaya, demografi dan lingkungan		
5	Selera konsumen yang berubah	4	3
6	Jumlah penduduk meningkat	7	0
7	Kondisi keamanan dan sosial mendukung	7	0
	Kekuatan politik, pemerintah, dan hukum		
8	Program pemerintah terkait kemudahan akses pembiayaan	3	4
9	Pemberian pelatihan tenaga kerja dan pendampingan oleh dinas terkait	4	3
10	Bantuan promosi ke luar daerah oleh pemerintah Kab.Kebumen	0	7
11	Adanya bantuan CSR dari pihak swasta	0	7
12	Peraturan ijin mendirikan usaha mudah	4	3
	Kekuatan Teknologi		
13	Perkembangan teknologi yang semakin modern	7	0
	Persaingan dalam industri		
14	Terdapat banyak pesaing di dalam pasar	5	2
15	Produk dapat dibedakan dari produk genteng lainnya	2	5
	Ancaman pendatang baru		
16	Pendatang baru mudah memasuki pasar	7	0
17	Diperlukan produksi dalam jumlah besar untuk mencapai efisien dalam jangka panjang	3	4
	Ancaman produk subtitusi		
18	Adanya produk subtitusi yang mudah ditemui di pasar	3	4
19	Harga produk subtitusi lebih murah daripada produk perusahaan	7	0
	Kekuatan tawar pemasok		
20	Industri memiliki banyak pilihan dalam menentukan pemasok	7	0
21	Pemasok berasal dari dalam daerah	7	0
22	Pemasok berasal dari luar daerah	2	5
	Kekuatan tawar pembeli		
23	Kesetiaan pelanggan dalam produk genteng di Kebumen	7	0
24	Pembeli berasal dari dalam daerah (kebumen & lingkup barlingmascakeb)	7	0
25	Pembeli berasal dari luar daerah kebumen (lingkup Jateng, Jatim, Jabar, dll)	6	1

***Keyperson* 1: Ibu Yunita (BAPPEDA)**

	Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	**total**	**bobot**
A	Adanya spesialisasi pekerjaan		1	1	3	1	2	3	1	2	3	2	2	21	0.076642
B	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	3		1	3	1	2	2	1	2	3	2	2	22	0.080292
C	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	2	2		3	2	2	2	1	2	3	2	2	23	0.083942
D	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	1	1	1		1	2	3	1	2	3	2	2	19	0.069343
E	Kemudahan akses bahan baku	3	2	2	3		2	2	1	2	3	2	2	24	0.087591
F	Adanya inovasi (corak)produk	3	2	2	3	2		2	1	2	3	2	2	24	0.087591
G	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	2	2	2	3	2	2		1	2	3	2	2	23	0.083942
H	Kurangnya media promosi	2	2	1	3	1	2	3		2	3	2	2	23	0.083942
I	Akses ke lokasi industri sulit	3	1	2	3	2	2	2	1		3	2	2	23	0.083942
J	Sulit menambah modal kerja	3	3	2	3	2	3	3	1	2		2	2	26	0.094891
K	Belum adanya pembukuan keuangan	3	3	1	3	1	2	2	1	2	3		2	23	0.083942
L	Upah yang belum sesuai UMR	3	3	1	3	1	2	2	1	2	3	2		23	0.083942
														274	1

	Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	total	bobot
A	Kondisi perekonomian mendukung		2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	3	1	25	0.075758
B	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	3		2	2	3	3	2	2	2	2	1	3	1	26	0.078788
C	Jumlah penduduk meningkat	2	2		2	3	3	2	2	2	2	1	3	1	25	0.075758
D	Teknologi yang semakin modern	2	2	2		3	3	2	2	2	2	1	3	1	25	0.075758
E	Kemudahan akses perbankan	2	2	2	2		3	2	2	2	2	1	3	1	24	0.072727
F	Pangsa pasar yang masih luas	2	2	2	2	3		2	2	2	2	1	3	1	24	0.072727
G	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	2	2	3	2	3	3		2	2	2	1	3	1	26	0.078788
H	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	2	2	3	2	3	3	2		2	2	1	3	1	26	0.078788
I	Adanya produk subtitusi	3	2	3	3	2	2	2	2		2	1	3	1	26	0.078788
J	Produk mudah ditiru	3	2	3	3	2	2	2	2	2		1	3	1	26	0.078788
K	Adanya pendatang baru	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2		3	1	27	0.081818
L	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1		1	25	0.075758
M	Adanya pesaing dari daerah lain	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3		25	0.075758
															330	1

Keyperson 2 : Bapak Ir. Joko Wasono HB (DISPERINDAGLASER).

	Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	total	bobot
A	Adanya spesialisasi pekerjaan		1	1	2	1	3	2	1	2	1	2	2	18	0.065455
B	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	3		3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	29	0.105455
C	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	2	2		2	2	2	2	3	2	2	3	2	24	0.087273
D	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	1	1	1		1	2	1	2	1	1	2	2	15	0.054545
E	Kemudahan akses bahan baku	3	2	2	3		3	2	3	2	2	3	2	27	0.098182
F	Adanya inovasi (corak)produk	3	2	2	3	2		2	3	2	2	3	2	26	0.094545
G	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	2	1	2	2	2	3		3	1	1	2	2	21	0.076364
H	Kurangnya media promosi	2	1	2	2	2	2	2		1	1	2	2	19	0.069091
I	Akses ke lokasi industri sulit	3	1	2	3	3	2	2	2		2	3	2	25	0.090909
J	Sulit menambah modal kerja	3	3	2	3	2	2	2	1	2		2	2	24	0.087273
K	Belum adanya pembukuan keuangan	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1		2	19	0.069091
L	Upah yang belum sesuai UMR	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2		28	0.101818
														275	1

	Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	total	bobot
A	Kondisi perekonomian mendukung		2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	2	27	0.081325
B	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	3		2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	25	0.075301
C	Jumlah penduduk meningkat	2	2		2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	22	0.066265
D	Teknologi yang semakin modern	2	2	2		3	3	2	2	3	2	3	2	2	28	0.084337
E	Kemudahan akses perbankan	2	2	2	2		3	2	2	2	2	2	1	2	24	0.072289
F	Pangsa pasar yang masih luas	2	2	2	1	2		2	2	3	3	3	1	2	25	0.075301
G	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	2	2	2	2	3	3		2	2	3	3	2	3	29	0.087349
H	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	2	2	3	2	3	3	2		3	3	3	2	3	31	0.093373
I	Adanya produk subtitusi	2	2	2	1	2	2	1	1		2	2	1	2	20	0.060241
J	Produk mudah ditiru	3	3	3	2	2	2	2	2	2		2	1	2	26	0.078313
K	Adanya pendatang baru	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2		2	2	21	0.063253
L	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3		3	33	0.099398
M	Adanya pesaing dari daerah lain	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1		21	0.063253
															332	1

***Keyperson 3* : Bapak Drs. H. Akhmad Sudiyono (Dinas Koperasi dan UMKM)**

	Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	total	bobot
A	Adanya spesialisasi pekerjaan		1	1	3	1	2	3	1	2	3	2	2	21	0.080769
B	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	3		3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	29	0.111538
C	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	2	2		2	1	2	1	2	1	1	2	2	18	0.069231
D	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	1	1	1		1	2	3	1	2	3	2	2	19	0.073077
E	Kemudahan akses bahan baku	3	2	3	3		2	2	3	2	2	3	2	27	0.103846
F	Adanya inovasi (corak)produk	2	1	2	3	2		2	2	1	1	2	2	20	0.076923
G	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	2	1	2	2	2	2		1	1	1	2	2	18	0.069231
H	Kurangnya media promosi	2	1	2	2	2	2	2		2	1	1	2	19	0.073077
I	Akses ke lokasi industri sulit	3	2	2	2	1	1	2	2		2	3	2	22	0.084615
J	Sulit menambah modal kerja	3	3	2	3	2	2	2	2	3		2	2	26	0.1
K	Belum adanya pembukuan keuangan	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2		2	18	0.069231
L	Upah yang belum sesuai UMR	3	3	1	3	1	2	2	1	2	3	2		23	0.088462
														260	1

	Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	total	bobot
A	Kondisi perekonomian mendukung		2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	25	0.073529
B	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	3		3	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	27	0.079412
C	Jumlah penduduk meningkat	2	2		2	2	2	2	1	2	2	3	1	2	23	0.067647
D	Teknologi yang semakin modern	3	2	2		2	2	2	1	2	2	3	2	3	26	0.076471
E	Kemudahan akses perbankan	3	2	3	2		3	2	2	3	2	3	2	3	30	0.088235
F	Pangsa pasar yang masih luas	2	2	2	2	2		2	2	2	2	3	1	2	24	0.070588
G	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	2	2	2	2	2	3		2	3	2	3	2	3	28	0.082353
H	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	2	2	3	2	3	2	2		3	2	3	2	2	28	0.082353
I	Adanya produk subtitusi	2	2	2	2	2	3	3	2		3	3	2	2	28	0.082353
J	Produk mudah ditiru	2	2	2	2	2	2	2	2	2		3	1	2	24	0.070588
K	Adanya pendatang baru	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2		1	2	20	0.058824
L	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3		2	31	0.091176
M	Adanya pesaing dari daerah lain	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2		26	0.076471
															340	1

Keyperson 4 : Bapak Turino

	Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	total	bobot
A	Adanya spesialisasi pekerjaan		1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	17	0.06391
B	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	3		3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	29	0.109023
C	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	2	1		2	2	2	2	2	1	1	2	2	19	0.071429
D	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	2	1	2		1	1	2	2	2	1	2	2	18	0.067669
E	Kemudahan akses bahan baku	3	2	2	3		2	2	2	3	2	2	2	25	0.093985
F	Adanya inovasi (corak)produk	2	2	2	2	2		2	3	2	2	3	2	24	0.090226
G	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	2	1	2	2	2	2		2	2	2	2	2	21	0.078947
H	Kurangnya media promosi	2	1	2	3	1	2	2		1	1	2	2	19	0.071429
I	Akses ke lokasi industri sulit	3	2	2	2	2	2	2	3		2	3	3	26	0.097744
J	Sulit menambah modal kerja	3	2	2	3	2	3	2	2	2		2	2	25	0.093985
K	Belum adanya pembukuan keuangan	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2		2	20	0.075188
L	Upah yang belum sesuai UMR	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3		23	0.086466
														266	1

	Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	total	bobot
A	Kondisi perekonomian mendukung		2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	23	0.068452
B	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	2		2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	21	0.0625
C	Jumlah penduduk meningkat	2	2		2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	28	0.083333
D	Teknologi yang semakin modern	3	3	3		2	2	2	2	3	2	3	2	2	29	0.08631
E	Kemudahan akses perbankan	2	2	2	2		2	2	2	3	3	3	2	3	28	0.083333
F	Pangsa pasar yang masih luas	2	2	2	2	2		2	2	3	2	3	1	2	25	0.074405
G	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	3	3	3	2	2	2		2	3	2	3	2	3	30	0.089286
H	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	3	2	2	2	2	2	2		3	3	3	2	3	29	0.08631
I	Adanya produk subtitusi	2	2	2	1	2	2	2	2		3	3	2	2	25	0.074405
J	Produk mudah ditiru	2	2	2	1	2	3	3	2	3		3	1	2	26	0.077381
K	Adanya pendatang baru	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2		1	2	17	0.050595
L	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3		3	32	0.095238
M	Adanya pesaing dari daerah lain	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	2		23	0.068452
															336	1

***Keyperson* 5 : Bapak H. Sudarno**

A	Adanya spesialisasi pekerjaan		1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	17	0.066667
B	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	3		3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	28	0.109804
C	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	2	1		2	1	2	2	2	1	1	2	2	18	0.070588
D	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	2	1	2		1	2	2	2	1	1	2	2	18	0.070588
E	Kemudahan akses bahan baku	3	2	2	3		3	2	2	2	2	3	2	26	0.101961
F	Adanya inovasi (corak)produk	2	1	2	2	1		2	3	2	2	3	2	22	0.086275
G	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	2	1	2	2	2	2		2	2	1	2	2	20	0.078431
H	Kurangnya media promosi	2	1	2	3	1	2	2		2	1	2	2	20	0.078431
I	Akses ke lokasi industri sulit	3	1	2	2	2	3	2	2		2	3	2	24	0.094118
J	Sulit menambah modal kerja	3	2	2	3	2	2	2	2	2		3	2	25	0.098039
K	Belum adanya pembukuan keuangan	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1		1	14	0.054902
L	Upah yang belum sesuai UMR	2	1	2	3	1	2	2	3	2	2	3		23	0.090196
														255	

	Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	total	bobot
A	Kondisi perekonomian mendukung		2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	22	0.070288
B	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	2		2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	0.076677
C	Jumlah penduduk meningkat	2	2		1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	22	0.070288
D	Teknologi yang semakin modern	3	3	3		2	2	2	1	2	3	3	1	2	27	0.086262
E	Kemudahan akses perbankan	2	2	2	2		2	2	2	3	3	3	1	2	26	0.083067
F	Pangsa pasar yang masih luas	2	2	2	1	2		2	1	2	3	3	1	2	23	0.073482
G	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	2	2	2	2	2	2		2	3	3	3	2	3	28	0.089457
H	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	2	2	3	2	3	3	2		3	3	3	1	3	30	0.095847
I	Adanya produk subtitusi	2	2	2	2	2	2	2	1		3	3	1	2	24	0.076677
J	Produk mudah ditiru	1	1	1	1	2	2	2	1	1		3	1	2	18	0.057508
K	Adanya pendatang baru	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2		1	2	15	0.047923
L	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3		3	33	0.105431
M	Adanya pesaing dari daerah lain	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1		21	0.067093
															313	1

***Keyperson 6* : Bapak Satimin**

A	Adanya spesialisasi pekerjaan		1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	21	0.076923
B	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	3		3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	30	0.10989
C	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	3	2		2	2	2	2	2	2	1	3	2	23	0.084249
D	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	2	1	2		1	2	2	2	1	1	3	2	19	0.069597
E	Kemudahan akses bahan baku	3	2	3	3		2	2	2	2	2	3	3	27	0.098901
F	Adanya inovasi (corak)produk	2	2	2	3	2		2	2	2	2	3	2	24	0.087912
G	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	2	1	2	2	1	2		2	1	1	2	2	18	0.065934
H	Kurangnya media promosi	2	1	2	2	2	2	2		1	1	2	2	19	0.069597
I	Akses ke lokasi industri sulit	3	2	2	3	2	2	2	3		2	3	2	26	0.095238
J	Sulit menambah modal kerja	3	2	3	3	1	2	2	2	2		3	2	25	0.091575
K	Belum adanya pembukuan keuangan	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1		2	18	0.065934
L	Upah yang belum sesuai UMR	2	1	2	2	1	3	3	2	2	2	3		23	0.084249
														273	1

	Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	total	bobot
A	Kondisi perekonomian mendukung		2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	21	0.067093
B	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	2		2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	21	0.067093
C	Jumlah penduduk meningkat	2	2		2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	26	0.083067
D	Teknologi yang semakin modern	2	2	3		3	2	2	2	3	3	3	2	3	30	0.095847
E	Kemudahan akses perbankan	2	3	2	2		2	2	2	3	2	3	1	2	26	0.083067
F	Pangsa pasar yang masih luas	2	2	2	2	2		2	2	3	3	3	1	2	26	0.083067
G	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	1	2	2	1	2	2		1	2	2	3	1	2	21	0.067093
H	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	3	3	2	2	2	2	2		3	3	3	2	2	29	0.092652
I	Adanya produk subtitusi	2	2	2	2	2	1	1	1		2	2	1	2	20	0.063898
J	Produk mudah ditiru	2	3	2	2	2	2	2	1	2		3	1	2	24	0.076677
K	Adanya pendatang baru	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2		1	2	17	0.054313
L	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3		3	32	0.102236
M	Adanya pesaing dari daerah lain	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1		20	0.063898
															313	1

***Keyperson* 7 : Ibu Marwiyah**

	Faktor Strategis Internal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	total	bobot
A	Adanya spesialisasi pekerjaan		1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	21	0.076642
B	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	3		3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	30	0.109489
C	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	3	2		2	2	2	2	2	2	1	3	2	23	0.083942
D	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	2	1	2		1	2	2	2	2	1	3	2	20	0.072993
E	Kemudahan akses bahan baku	3	2	3	3		2	2	2	2	2	3	3	27	0.09854
F	Adanya inovasi (corak)produk	2	2	2	3	2		2	2	2	2	3	2	24	0.087591
G	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	2	1	2	2	1	2		2	1	1	2	2	18	0.065693
H	Kurangnya media promosi	2	1	2	2	2	2	2		1	1	2	2	19	0.069343
I	Akses ke lokasi industri sulit	3	2	2	3	2	2	2	3		2	3	2	26	0.094891
J	Sulit menambah modal kerja	3	2	3	3	1	2	2	2	2		3	2	25	0.091241
K	Belum adanya pembukuan keuangan	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1		2	18	0.065693
L	Upah yang belum sesuai UMR	2	1	2	2	1	3	3	2	2	2	3		23	0.083942
														274	1

	Faktor Strategis Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	total	bobot
A	Kondisi perekonomian mendukung		2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	21	0.067093
B	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	2		2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	21	0.067093
C	Jumlah penduduk meningkat	2	2		2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	26	0.083067
D	Teknologi yang semakin modern	2	2	3		3	2	2	2	3	3	3	2	3	30	0.095847
E	Kemudahan akses perbankan	2	3	2	2		2	2	2	3	2	3	1	2	26	0.083067
F	Pangsa pasar yang masih luas	2	2	2	2	2		2	2	3	3	3	1	2	26	0.083067
G	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	1	2	2	1	2	2		1	2	2	3	1	2	21	0.067093
H	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	3	3	2	2	2	2	2		3	3	3	2	2	29	0.092652
I	Adanya produk subtitusi	2	2	2	2	2	1	1	1		2	2	1	2	20	0.063898
J	Produk mudah ditiru	2	3	2	2	2	2	2	1	2		3	1	2	24	0.076677
K	Adanya pendatang baru	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2		1	2	17	0.054313
L	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3		3	32	0.102236
M	Adanya pesaing dari daerah lain	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1		20	0.063898
															313	1

	Faktor Strategis Internal	Bobot 1	Bobot 2	Bobot 3	Bobot 4	Bobot 5	Bobot 6	Bobot 7	Bobot rata-rata
A	Adanya spesialisasi pekerjaan	0.077	0.065	0.081	0.064	0.067	0.077	0.077	0.072
B	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	0.08	0.105	0.112	0.109	0.11	0.11	0.109	0.105
C	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	0.084	0.087	0.069	0.071	0.071	0.084	0.084	0.079
D	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	0.069	0.055	0.073	0.068	0.071	0.07	0.073	0.068
E	Kemudahan akses bahan baku	0.088	0.098	0.104	0.094	0.102	0.099	0.099	0.098
F	Adanya inovasi (corak)produk	0.088	0.095	0.077	0.09	0.086	0.088	0.088	0.087
G	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	0.084	0.076	0.069	0.079	0.078	0.066	0.066	0.074
H	Kurangnya media promosi	0.084	0.069	0.073	0.071	0.078	0.07	0.069	0.074
I	Akses ke lokasi industri sulit	0.084	0.091	0.085	0.098	0.094	0.095	0.095	0.092
J	Sulit menambah modal kerja	0.095	0.087	0.1	0.094	0.098	0.092	0.091	0.094
K	Belum adanya pembukuan keuangan	0.084	0.069	0.069	0.075	0.055	0.066	0.066	0.069
L	Upah yang belum sesuai UMR	0.084	0.102	0.088	0.086	0.09	0.084	0.084	0.088
Total		**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**

PERPUSTAKAAN UNNES

	Faktor Strategis Internal	Bobot 1	Bobot 2	Bobot 3	Bobot 4	Bobot 5	Bobot 6	Bobot 7	Bobot rata-rata
A	Kondisi perekonomian mendukung	0.076	0.081	0.074	0.068	0.07	0.067	0.067	0.072
B	Pola konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	0.079	0.075	0.079	0.063	0.077	0.067	0.067	0.072
C	Jumlah penduduk meningkat	0.076	0.066	0.068	0.083	0.07	0.083	0.083	0.076
D	Teknologi yang semakin modern	0.076	0.084	0.076	0.086	0.086	0.096	0.096	0.086
E	Kemudahan akses perbankan	0.073	0.072	0.088	0.083	0.083	0.083	0.083	0.081
F	Pangsa pasar yang masih luas	0.073	0.075	0.071	0.074	0.073	0.083	0.083	0.076
G	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	0.079	0.087	0.082	0.089	0.089	0.067	0.067	0.08
H	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	0.079	0.093	0.082	0.086	0.096	0.093	0.093	0.089
I	Adanya produk subtitusi	0.079	0.06	0.082	0.074	0.077	0.064	0.064	0.071
J	Produk mudah ditiru	0.079	0.078	0.071	0.077	0.058	0.077	0.077	0.074
K	Adanya pendatang baru	0.082	0.063	0.059	0.051	0.048	0.054	0.054	0.059
L	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	0.076	0.099	0.091	0.095	0.105	0.102	0.102	0.096
M	Adanya pesaing dari daerah lain	0.076	0.063	0.076	0.068	0.067	0.064	0.064	0.068
Total		**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**	**1**

PERPUSTAKAAN UNNES

Peringkat Faktor Internal Strategis

Resp.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
R. 1	4	5	5	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 2	3	5	5	4	5	4	3	2	1	1	1	2
R. 3	3	4	4	4	5	4	4	3	2	1	1	2
R. 4	3	5	4	3	5	3	4	2	1	2	1	1
R. 5	3	5	3	4	5	4	4	2	2	1	2	1
R. 6	4	3	4	3	4	3	3	2	1	1	1	1
R. 7	3	4	3	5	4	5	4	2	1	1	1	2
R. 8	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 9	4	4	4	3	4	3	4	2	2	1	1	1
R. 10	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 11	3	4	3	3	4	3	4	2	1	1	1	1
R. 12	4	3	4	3	4	4	3	2	1	1	1	1
R. 13	4	4	4	3	4	4	3	1	1	2	1	1
R. 14	4	4	5	4	5	3	4	1	1	2	1	2
R. 15	3	4	3	3	4	3	4	2	1	1	1	1
R. 16	3	4	5	3	4	4	3	2	2	1	2	1
R. 17	4	3	4	3	4	4	3	2	1	1	1	1
R. 18	3	5	4	3	5	4	3	2	1	1	1	2
R. 19	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 20	4	5	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2
R. 21	4	4	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 22	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 23	4	5	5	4	5	3	4	2	2	1	2	2
R. 24	4	5	5	3	4	4	4	2	1	1	2	2
R. 25	3	4	5	3	4	4	3	2	1	1	2	2
R. 26	4	4	4	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 27	4	5	5	4	5	4	4	1	2	1	1	1
R. 28	4	5	5	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 29	4	5	5	4	5	3	3	2	1	1	1	2
R. 30	4	5	5	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 31	4	5	5	4	5	4	4	2	1	2	1	1
R. 32	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 33	4	5	5	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 34	4	5	5	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 35	4	5	5	4	5	4	4	2	2	2	2	2
R. 36	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 37	4	5	5	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 38	4	5	5	4	5	4	4	2	2	2	2	2
R. 39	4	5	4	3	4	3	3	2	2	1	2	1

Resp.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
R. 40	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 41	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	2
R. 42	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 43	4	5	4	4	4	4	4	2	2	1	2	1
R. 44	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 45	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 46	4	5	4	3	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 47	4	5	4	3	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 48	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1
R. 49	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 50	4	5	4	3	4	3	3	2	1	1	2	1
R. 51	4	5	4	4	4	3	4	1	1	1	2	1
R. 52	4	5	4	3	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 53	4	5	4	4	3	4	4	2	1	1	1	1
R. 54	4	5	4	4	3	4	4	2	1	1	1	1
R. 55	4	5	4	4	4	4	4	2	2	1	2	1
R. 56	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 57	4	5	4	4	4	3	4	2	1	1	2	1
R. 58	4	5	4	4	4	3	4	2	1	1	2	1
R. 59	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 60	4	5	4	4	4	3	4	2	1	1	2	1
R. 61	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 62	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1
R. 63	4	5	4	3	4	4	4	2	1	1	2	2
R. 64	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 65	3	5	4	3	4	3	4	2	1	1	1	1
R. 66	4	5	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
R. 67	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
R. 68	4	4	4	3	4	3	3	2	1	1	1	2
R. 69	4	5	4	4	4	3	3	2	1	1	1	1
R. 70	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1
R. 71	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	2
R. 72	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1
R. 73	4	5	4	4	5	4	4	1	1	1	1	1
R. 74	4	5	5	4	5	4	4	2	1	1	1	1
R. 75	4	5	5	4	5	4	4	2	1	1	1	1
R. 76	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 77	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 78	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1
R. 79	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 80	4	5	4	4	5	4	4	1	1	1	1	1

Resp.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12
R. 81	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 82	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 83	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 84	4	5	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 85	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	1	2
R. 86	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	2	1
R. 87	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
R. 88	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1
R. 89	4	5	4	4	5	4	4	2	1	1	2	1
	3.9	**4.8**	**4.2**	**3.8**	**4.4**	**3.8**	**3.8**	**1.94**	**1.16**	**1.1**	**1.52**	**1.33**

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

Peringkat Faktor Eksternal Strategis

Resp.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13
R. 1	4	5	4	3	4	4	2	5	3	4	2	5	3
R. 2	4	5	4	3	5	5	3	5	3	4	3	5	3
R. 3	4	5	4	3	4	4	3	5	3	4	2	5	3
R. 4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	3	5	4
R. 5	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	1	4	1
R. 6	3	3	4	3	3	4	2	4	2	2	1	4	3
R. 7	3	3	4	3	3	2	2	5	2	2	1	4	2
R. 8	3	4	5	3	3	4	3	5	3	2	1	4	2
R. 9	3	4	3	4	5	5	4	3	5	2	1	5	5
R. 10	3	4	5	3	3	4	3	5	3	2	1	4	2
R. 11	3	3	4	4	4	4	3	2	2	3	2	2	2
R. 12	3	4	2	3	4	3	2	4	3	5	2	5	1
R. 13	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
R. 14	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	2	4	1
R. 15	3	3	4	4	4	4	3	2	2	3	1	2	2
R. 16	4	2	4	3	4	4	2	4	3	4	2	4	1
R. 17	3	4	2	3	4	3	2	4	3	5	2	5	1
R. 18	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	1	4	2
R. 19	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	2	5	3
R. 20	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	2	5	3
R. 21	4	3	4	5	4	5	3	4	4	3	2	5	3
R. 22	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	2	4	1
R. 23	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5	3
R. 24	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	5	1
R. 25	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	2
R. 26	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3
R. 27	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	5	2
R. 28	3	4	4	4	5	5	4	5	3	4	2	5	2
R. 29	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	5	2
R. 30	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	2	5	3
R. 31	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	2	5	3
R. 32	4	4	4	5	5	5	4	5	3	3	2	5	2
R. 33	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	2	5	3
R. 34	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	2	5	3
R. 35	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	2	5	3
R. 36	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	2	5	3
R. 37	4	4	4	5	5	5	4	5	3	3	2	5	3

Resp.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13
R. 38	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	2	5	3
R. 39	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	2
R. 40	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	2	5	3
R. 41	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	2	5	3
R. 42	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	5	3
R. 43	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	3
R. 44	4	4	4	5	4	4	5	4	3	3	2	5	3
R. 45	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	2	5	3
R. 46	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	5	3
R. 47	4	5	4	5	4	5	4	4	3	3	2	5	3
R. 48	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	2	5	3
R. 49	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	2	5	2
R. 50	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	3
R. 51	4	4	4	5	5	5	4	5	3	4	2	5	3
R. 52	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	3	5	4
R. 53	3	4	4	5	5	5	4	4	3	2	2	4	2
R. 54	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
R. 55	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3
R. 56	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	2	5	3
R. 57	3	4	4	4	5	4	5	5	3	3	3	5	3
R. 58	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	5	3
R. 59	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	2	5	3
R. 60	4	4	4	4	4	5	4	4	3	2	2	5	3
R. 61	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	2	5	3
R. 62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	3
R. 63	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	2	4	3
R. 64	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	2	5	3
R. 65	4	4	4	5	5	4	4	4	3	2	3	5	3
R. 66	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	5	4
R. 67	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3
R. 68	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	2
R. 69	4	4	4	5	5	5	4	4	3	2	2	4	2
R. 70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
R. 71	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3
R. 72	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
R. 73	4	4	4	4	5	5	4	4	3	2	2	4	3
R. 74	4	4	4	4	5	5	4	5	3	4	3	5	3
R. 75	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
R. 76	4	4	4	5	4	4	4	4	3	2	2	4	3
R. 77	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	2	5	3
R. 78	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4	3

Resp.	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13
R. 79	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	3
R. 80	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	2	5	3
R. 81	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3
R. 82	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	2	5	3
R. 83	4	4	4	5	3	3	4	4	3	3	2	4	3
R. 84	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	2	4	3
R. 85	4	3	3	2	5	4	4	4	3	3	2	5	3
R. 86	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	2	5	4
R. 87	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3	2	5	3
R. 88	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	5	3
R. 89	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	2	5	3
	3.8	**4**	**3.9**	**4.1**	**4.3**	**4.3**	**3.8**	**4.29**	**3.15**	**3.16**	**2.17**	**4.64**	**2.73**

PERPUSTAKAAN
UNNES

Lampiran 4

Resp.	MANAJEMEN			PEMASARAN												
	Pengelola	Visi	Pemasar	Spesialisasi	Produksi	Daerah Pemasaran				Rantai Pemasaran				K.Promosi	Promosi	Merk
						KBM & Jateng	Jabar	Jatim	DIY	P-K	P- A-K	P-M-K	P-J-K			
1	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
2	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
3	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Iya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
4	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
5	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
6	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
7	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
8	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
9	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
10	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
11	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
12	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
13	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
14	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
15	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
16	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
17	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
18	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
19	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
20	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
21	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Iya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
22	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
23	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada

Resp.	MANAJEMEN			PEMASARAN												
	Pengelola	Visi	Pemasar	Spesialisasi	Produksi	Daerah Pemasaran				Rantai Pemasaran				K.Promosi	Promosi	Merk
						KBM & Jateng	Jabar	Jatim	DIY	P-K	P- A-K	P-M-K	P-J-K			
24	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
25	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
26	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
27	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
28	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
29	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
30	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
31	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
32	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
33	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
34	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
35	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
36	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
37	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
38	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
39	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
40	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
41	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
42	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
43	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
44	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
45	TK Khusus	Tidak	TK Khusus	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
46	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada

Resp.	MANAJEMEN			PEMASARAN												
	Pengelola	Visi	Pemasar	Spesialisasi	Produksi	Daerah Pemasaran				Rantai Pemasaran				K.Promosi	Promosi	Merk
						KBM & Jateng	Jabar	Jatim	DIY	P-K	P- A-K	P-M-K	P-J-K			
47	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
48	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
49	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
50	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
51	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
52	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
53	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
54	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
55	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
56	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
57	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
58	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
59	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
60	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak ada	Tidak ada	Ada
61	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
62	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
63	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
64	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
65	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
66	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
67	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
68	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
69	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada

Resp.	MANAJEMEN			PEMASARAN												
	Pengelola	Visi	Pemasar	Spesialisasi	Produksi	Daerah Pemasaran				Rantai Pemasaran				K.Promosi	Promosi	Merk
						KBM & Jateng	Jabar	Jatim	DIY	P-K	P- A-K	P-M-K	P-J-K			
70	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Belum	Belum	Belum	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
71	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
72	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
73	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
74	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
75	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
76	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
77	TK Khusus	Tidak	TK Khusus	Ada	Harian	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
78	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
79	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
80	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
81	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
82	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
83	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
84	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
85	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Belum	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
86	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
87	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Belum	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
88	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Belum	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada
89	Pemilik	Tidak	Pemilik	Ada	Harian	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak ada	Tidak ada	Ada

NO.RESP	OPERASI/PRODUKSI														
	(n) Produksi	B.Produksi	Jenis Genteng					Transportasi		Harga					Bahan Baku
			Plenthong	Magas	Morando	Kodok	Krepus	Truk	Kol bak	Plenthong	Magas	Morando	Kodok	Krepus	
1	900	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
2	900	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
3	1000	900000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
4	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
5	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Sulit
6	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Sulit
7	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Milik	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
8	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Milik	1400	0	0	0	0	Sulit
9	1000	900000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
10	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Milik	Milik	1400	0	0	0	0	Sulit
11	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
12	1000	900000	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	1600	2200	0	0	Mudah
13	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
14	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
15	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
16	1000	1100000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
17	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1300	0	0	0	0	Mudah
18	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1250	0	0	0	0	Mudah
19	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
20	1000	900000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
21	900	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah

NO.RESP	OPERASI/PRODUKSI														
	(n) Produksi	B.Produksi	Jenis Genteng					Transportasi		Harga					Bahan Baku
			Plenthong	Magas	Morando	Kodok	Krepus	Truk	Kol bak	Plenthong	Magas	Morando	Kodok	Krepus	
22	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
23	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
24	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
25	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
26	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
27	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Sewa	Milik	1400	0	0	1600	0	Mudah
28	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
29	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
30	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
31	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
32	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
33	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
34	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	1800	0	Sulit
35	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
36	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
37	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
38	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
39	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
40	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Sulit
41	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
42	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
43	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
44	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah

NO.RESP	OPERASI/PRODUKSI														
	(n) Produksi	B.Produksi	Jenis Genteng					Transportasi		Harga					Bahan Baku
			Plenthong	Magas	Morando	Kodok	Krepus	Truk	Kol bak	Plenthong	Magas	Morando	Kodok	Krepus	
45	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
46	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
47	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
48	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
49	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1300	0	0	0	0	Mudah
50	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
51	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
52	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1250	0	0	0	0	Mudah
53	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
54	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
55	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
56	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
57	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
58	900	900000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
59	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
60	900	900000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
61	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
62	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
63	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
64	1000	1100000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
65	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
66	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
67	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah

NO.RESP	OPERASI/PRODUKSI														
	(n) Produksi	B.Produksi	Jenis Genteng					Transportasi		Harga					Bahan Baku
			Plenthong	Magas	Morando	Kodok	Krepus	Truk	Kol bak	Plenthong	Magas	Morando	Kodok	Krepus	
68	1000	900000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
69	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
70	900	1000000	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya	Milik	Milik	1400	1700	2200	0	5000	Mudah
71	900	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
72	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
73	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
74	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
75	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
76	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
77	1000	1000000	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Milik	Milik	1400	1700	2300	1600	5000	Mudah
78	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
79	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
80	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
81	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1300	0	0	0	0	Mudah
82	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1250	0	0	0	0	Mudah
83	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1300	0	0	0	0	Mudah
84	1000	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1300	0	0	0	0	Mudah
85	1000	1000000	Ya	Iya	Iya	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1250	1600	2200	0	0	Mudah
86	900	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1350	0	0	0	0	Mudah
87	900	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
88	900	1000000	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Sewa	Sewa	1400	0	0	0	0	Mudah
89	1000	1000000	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Milik	Milik	1400	1700	2300	1700	4500	Mudah

Resp.	PERMODALAN					SUMBER DAYA MANUSIA								
	Modal Kerja	H.Bank	(n) Modal (000)	Akses Perbankan	Pembukuan	Asal TK	Pend.TK		TK.L	TK.P	Sistem Upah		Upah	
							SD	SMP			Harian	Borongan		
1	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
2	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Sulit	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
3	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Sulit	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
4	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
5	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 21,000.00	per hari -Makan
6	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	1	4	Ya	Ya	Rp 21,000.00	per hari -Makan
7	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	1	4	Ya	Ya	Rp 21,000.00	per hari -Makan
8	Sendiri	Tidak	Rp 100,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 21,000.00	per hari -Makan
9	Sendiri	Tidak	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
10	Pinjam	Iya	Rp 100,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	6	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
11	Sendiri	Tidak	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
12	Sendiri	Tidak	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	3	12	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
13	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	6	8	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
14	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	6	8	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
15	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	9	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
16	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	6	8	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
17	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	6	8	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
18	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
19	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	9	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
20	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	9	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
21	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 21,000.00	per hari + Makan
22	Sendiri	Tidak	Rp 100,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	6	Ya	Ya	Rp 22,000.00	per hari -Makan
23	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 22,000.00	per hari -Makan

Resp.	PERMODALAN					SUMBER DAYA MANUSIA								
	Modal Kerja	H.Bank	(n) Modal (000)	Akses Perbankan	Pembukuan	Asal TK	Pend.TK		TK.L	TK.P	Sistem Upah		Upah	
							SD	SMP			Harian	Borongan		
24	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 22,000.00	per hari -Makan
25	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
26	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	6	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
27	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
28	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
29	Pinjam	Iya	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	1	4	Ya	Ya	Rp 23,000.00	per hari - Makan
30	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	1	5	Ya	Ya	Rp 23,000.00	per hari - Makan
31	Pinjam	Iya	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	3	12	Ya	Ya	Rp 23,000.00	per hari - Makan
32	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Sulit	Tidak	SL	Ya	Ya	0	5	Ya	Ya	Rp 23,000.00	per hari - Makan
33	Sendiri	Tidak	Rp 120,000.00	Sulit	Tidak	SL	Ya	Ya	2	10	Ya	Ya	Rp 24,000.00	per hari - Makan
34	Sendiri	Tidak	Rp 60,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 25,000.00	per hari - Makan
35	Sendiri	Tidak	Rp 50,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 25,000.00	per hari - Makan
36	Sendiri	Tidak	Rp 60,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	5	Ya	Ya	Rp 25,000.00	per hari - Makan
37	Sendiri	Tidak	Rp 50,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	6	8	Ya	Ya	Rp 25,000.00	per hari - Makan
38	Sendiri	Tidak	Rp 70,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 24,000.00	per hari - Makan
39	Sendiri	Tidak	Rp 50,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	6	8	Ya	Ya	Rp 21,000.00	per hari + Makan
40	Sendiri	Tidak	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 21,000.00	per hari + Makan
41	Sendiri	Tidak	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	8	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan
42	Pinjam	Iya	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan
43	Pinjam	Iya	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	5	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan
44	Pinjam	iya	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	3	10	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan
45	Pinjam	iya	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	7	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
46	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	3	6	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan

Resp.	PERMODALAN					SUMBER DAYA MANUSIA								
	Modal Kerja	H.Bank	(n) Modal (000)	Akses Perbankan	Pembukuan	Asal TK	Pend.TK		TK.L	TK.P	Sistem Upah		Upah	
							SD	SMP			Harian	Borongan		
47	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	7	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
48	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	7	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
49	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	7	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
50	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	5	8	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
51	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	3	6	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
52	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 23,000.00	per hari - Makan
53	Pinjam	Iya	Rp 150,000.00	Mudah	ada	SL	Ya	Ya	8	12	Ya	Ya	Rp 24,000.00	per hari - Makan
54	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	6	Ya	Ya	Rp 23,000.00	per hari - Makan
55	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	8	Ya	Ya	Rp 23,000.00	per hari - Makan
56	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
57	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
58	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
59	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
60	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
61	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	6	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan
62	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan
63	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
64	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	6	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
65	Pinjam	Iya	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	3	7	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
66	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 24,000.00	per hari - Makan
67	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 23,000.00	per hari - Makan
68	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	3	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
69	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan

Resp.	PERMODALAN					SUMBER DAYA MANUSIA								
	Modal Kerja	H.Bank	(n) Modal (000)	Akses Perbankan	Pembukuan	Asal TK	Pend.TK		TK.L	TK.P	Sistem Upah		Upah	
							SD	SMP			Harian	Borongan		
70	Pinjam	Iya	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
71	Sendiri	Tidak	Rp 100,000.00	Sulit	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 24,000.00	per hari -Makan
72	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Sulit	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
73	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	3	7	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan
74	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	3	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
75	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya		4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
76	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
77	Pinjam	Iya	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	11	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan
78	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 21,000.00	per hari + Makan
79	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 25,000.00	per hari -Makan
80	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	5	Ya	Ya	Rp 25,000.00	per hari -Makan
81	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Sulit	Tidak	SL	Ya	Ya	2	3	Ya	Ya	Rp 23,000.00	per hari -Makan
82	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Sulit	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
83	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
84	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
85	Sendiri	Tidak	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 19,000.00	per hari + Makan
86	Sendiri	Tidak	Rp 80,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
87	Sendiri	Tidak	Rp 120,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	4	8	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan
88	Sendiri	Tidak	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	2	4	Ya	Ya	Rp 18,000.00	per hari + Makan
89	Pinjam	Iya	Rp 90,000.00	Mudah	Tidak	SL	Ya	Ya	10	8	Ya	Ya	Rp 20,000.00	per hari + Makan

Resp.	KEKUATAN EKONOMI			KEKUATAN SOSBUD,DEMOGRAFI		KEKUATAN POLHUKPEM		KEKUATAN TEKNOLOGI
	Permintaan	Kenaikan BB	Perekonomian	Peluang Penduduk	Regenerasi TK	PEMB.Pemerintah	Pelatihan Dinas	P.P Teknologi
1	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
2	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
3	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
4	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
5	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
6	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
7	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
8	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
9	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
10	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
11	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
12	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
13	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
14	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
15	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
16	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
17	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
18	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
19	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
20	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
21	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
22	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin

Resp.	KEKUATAN EKONOMI			KEKUATAN SOSBUD,DEMOGRAFI		KEKUATAN POLHUKPEM		KEKUATAN TEKNOLOGI
	Permintaan	Kenaikan BB	Perekonomian	Peluang Penduduk	Regenerasi TK	PEMB.Pemerintah	Pelatihan Dinas	P.P Teknologi
23	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
24	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
25	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
26	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
27	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
28	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
29	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
30	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
31	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
32	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
33	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
34	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
35	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
36	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
37	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
38	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
39	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
40	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
41	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
42	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
43	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
44	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
45	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
46	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya

Resp.	KEKUATAN EKONOMI			KEKUATAN SOSBUD,DEMOGRAFI		KEKUATAN POLHUKPEM		KEKUATAN TEKNOLOGI
	Permintaan	Kenaikan BB	Perekonomian	Peluang Penduduk	Regenerasi TK	PEMB.Pemerintah	Pelatihan Dinas	P.P Teknologi
47	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
48	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
49	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
50	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
51	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
52	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
53	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
54	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
55	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
56	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
57	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
58	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
59	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
60	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
61	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
62	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
63	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
64	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Mudah	Tidak ada	Tidak ada	Ya
65	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Mudah	Tidak ada	Tidak ada	Ya
66	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
67	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
68	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Mudah	Tidak ada	Tidak ada	Ya
69	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Mudah	Tidak ada	Tidak ada	Ya
70	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Mudah	Tidak ada	Tidak ada	Ya

Resp.	KEKUATAN EKONOMI			KEKUATAN SOSBUD,DEMOGRAFI		KEKUATAN POLHUKPEM		KEKUATAN TEKNOLOGI
	Permintaan	Kenaikan BB	Perekonomian	Peluang Penduduk	Regenerasi TK	PEMB.Pemerintah	Pelatihan Dinas	P.P Teknologi
71	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
72	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
73	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
74	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
75	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
76	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
77	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
78	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
79	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
80	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
81	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
82	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
83	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
84	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
85	Stabil	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
86	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
87	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Mungkin
88	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya
89	Meningkat	Ya	Mendukung	Ya	Sulit	Tidak ada	Tidak ada	Ya

Resp.	KEKUATAN KOMPETITIF														
	APB	KMP	PAPYSA				APS		KPPB					KPPM	
			Daerah Pesaing			(n) Pesaing		DPS	Asal Pembeli				PT	Asal Pemasok	KP.Pemasok
			Jabar	Jateng	DIY				Jabar	Jateng	DIY	Jatim			
1	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Naik	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
2	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
3	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
4	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
5	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
6	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
7	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
8	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
9	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
10	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Belum	Ya	Iya	Iya	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
11	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
12	Ancaman	Mudah	Ada	Ada	Ada	Naik	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
13	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
14	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
15	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
16	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
17	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
18	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
19	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
20	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
21	Ancaman	Mudah	Ada	Ada	Ada	Naik	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
22	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah

Resp.	KEKUATAN KOMPETITIF														
	APB	KMP	PAPYSA				APS		KPPB					KPPM	
			Daerah Pesaing			(n) Pesaing		DPS	Asal Pembeli				PT	Asal Pemasok	KP.Pemasok
			Jabar	Jateng	DIY				Jabar	Jateng	DIY	Jatim			
23	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
24	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
25	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
26	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
27	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
28	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
29	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
30	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
31	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
32	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
33	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
34	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
35	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
36	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
37	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
38	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
39	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Luar Kecamatan	Mudah
40	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
41	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
42	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
43	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
44	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah

Resp.	KEKUATAN KOMPETITIF														
	APB	KMP	PAPYSA				APS		KPPB					KPPM	
			Daerah Pesaing			(n) Pesaing		DPS	Asal Pembeli				PT	Asal Pemasok	KP.Pemasok
			Jabar	Jateng	DIY				Jabar	Jateng	DIY	Jatim			
45	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
46	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
47	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
48	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
49	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
50	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
51	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
52	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
53	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
54	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
55	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
56	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
57	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
58	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
59	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
60	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
61	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
62	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
63	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Iya	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
64	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
65	Ancaman	Mudah	Ada	Ada	Ada	Naik	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
66	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah

Resp.	KEKUATAN KOMPETITIF														
	APB	KMP	PAPYSA				APS		KPPB					KPPM	
			Daerah Pesaing			(n) Pesaing		DPS	Asal Pembeli				PT	Asal Pemasok	KP.Pemasok
67	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
68	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
69	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
70	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Belum	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
71	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
72	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
73	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
74	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
75	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
76	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
77	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Iya	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
78	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
79	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
80	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
81	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Iya	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
82	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
83	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
84	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
85	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Belum	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
86	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
87	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Belum	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
88	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Belum	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah
89	Biasa saja	Mudah	Ada	Ada	Ada	Menurun	G.Metal	Kota Besar	Iya	Ya	Iya	Iya	Ada	Dalam Kecamatan	Mudah

DAFTAR ISTILAH

TK	Tenaga Kerja
L	Laki- Laki
P	Perempuan
KBM	Kebumen
JATENG	Jawa Tengah
JABAR	Jawa Barat
JATIM	Jawa Timur
DIY	Daerah Istimewa Yogyakarta
P-K	Produsen - Konsumen
P-A-K	Produsen - Agen- Konsumen
P-M-K	Produsen - Makelar- Konsumen
P-J-K	Produsen- Juragan- Konsumen
K.Promosi	Kendala Promosi
(n) Produksi	Jumlah Produksi
B.Produksi	Biaya Produksi
H.Bank	Hubungan dengan Bank
PEMB.Pemerintah	Pembiayaan Pemerintah
P.Teknologi	Peluang Teknologi
APB	Ancaman Pendatang Baru
KMP	kemudahan Memasuki Pasar
PAPYSA	Persaingan antara perusahaan yang sudah ada
APS	Ancaman Produk Subtitusi
DPS	Daerah Penghasil Produk Subtitusi
KPPB	Kekuatan Penawaran Pembeli
KPPM	kekuatan Penawaran Pemasok
PT	Pelanggan Tetap
KP.Pemasok	Kemudahan Pindah Pemasok

Matriks IFAS dan Matriks EFAS

Faktor Strategis Internal	Bobot Rata - rata	Skor Rata-rata	Skor Tebobot
Kekuatan			
Adanya spesialisasi pekerjaan	0.072	3.865	0.28
Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	0.105	4.753	0.499
Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	0.079	4.169	0.328
Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	0.068	3.787	0.258
Kemudahan akses bahan baku	0.098	4.416	0.431
Adanya inovasi (corak)produk	0.087	3.82	0.333
Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	0.074	3.843	0.285
			2.415
Kelemahan			
Kurangnya media promosi	0.074	1.944	0.143
Akses ke lokasi industri sulit	0.092	1.157	0.106
Sulit menambah modal kerja	0.094	1.101	0.103
Belum adanya pembukuan keuangan	0.069	1.517	0.105
Upah yang belum sesuai UMR	0.088	1.326	0.117
			0.575
Faktor Strategis Eksternal	**Bobot Rata-rata**	**Skor Rata-Rata**	**Skor Terbobot**
Peluang			
Kondisi perekonomian mendukung	0.072	3.82	0.275
Konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	0.072	3.978	0.288
Jumlah penduduk meningkat	0.076	3.921	0.297
Teknologi yang semakin modern	0.086	4.135	0.355
Kemudahan akses perbankan	0.081	4.337	0.351
Pangsa pasar yang masih luas	0.076	4.27	0.325
Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	0.08	3.787	0.304
			2.193
Ancaman			
Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	0.089	4.292	0.381
Adanya produk subtitusi	0.071	3.146	0.225
Produk mudah ditiru	0.074	3.157	0.233
Adanya pendatang baru	0.059	2.169	0.127
Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	0.096	4.64	0.445
Adanya pesaing dari daerah lain	0.068	2.73	0.187
			1.598

HASIL WAWANCARA

Nama : Ibu Marwiyah
Tanggal : 6 Maret 2013
Tempat : Rumah Ibu Marwiyah, Desa Wonosari, Kec. Kebumen
Jam : 16.30 WIB

1. Pertanyaan : Apakah ada perencanaan dalam usaha Ibu?
   Jawab : Perencanaan pasti ada mba, walaupun sederhana kalau tidak direncanakan usaha saya tidak jalan. Perencanaan yang saya lakukan terkait besarnya stok bahan baku dan peningkatan kapasitas produksi saat musim panas dan merencanakan proses produksi sebaik mungkin sehingga hasil gentengnya bagus.
2. Pertanyaan : Apakah ada kriteria khusus merekrut tenaga kerja dan berapa lama jam kerja ?
   Jawab : Kriteria khusus tidak ada. Tenaga kerja tidak memakai standar lulusan, asal mereka mau bekerja dan punya semangat tinggi itu sudah cukup. Untuk jam kerja biasanya dari jam 07.30 – 12.00 , istirahat sampe jam 12.30, lanjut kerja sampai jam 16.00.
3. Pertanyaan : Apakah tenaga kerja yang digunakan tenaga kerja tetap semua?
   Jawab : Tidak, ada tenaga kerja tetap dan borongan. Untuk tenaga kerja tetap bagian produksi dan unjal, sedangkan tenaga borongan yaitu bagian pembakaran dan penjemuran karena pembakaran biasanya 2 minggu atau 1 bulan sekali tergantung cuaca, penjemuran paling seminggu sekali dan tenaga kerja borongan biasanya membutuhkan tenaga kerja banyak.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN UNNES

4. Pertanyaan : Menurut saudara apakah produk saudara dapat diandalkan dan sudah sesuai selera konsumen?

   Jawab : Kualitas genteng kebumen sudah terkenal kualitasnya sejak dulu mba, jadi menurut saya sudah sesuai konsumen.

5. Pertanyaan : Bagaimana anda menanggapi kesetiaan pelanggan?

   Jawab : Soal pelanggan ada pelanggan tetap dan tidak tetap, jadi pada pelanggan tetap seperti agen, toko bangunan saya tidak khawatir produk saya tidak terjual karena mereka membeli dalam jumlah besar. Pelanggan tidak tetap yaitu masyarakat dan pemborong yang membeli diwaktu-waktu tertentu.

6. Pertanyaan : Bagaimana anda memasarkan produk genteng?

   Jawab : Tidak perlu dipasarkan sudah laku mba, karena genteng sudah terkenal dan turun temurun. Awal mula memasarkan saya menawarkan ke toko bangunan dengan membawa genteng yang saya produksi.

7. Pertanyaan : Bagaimana dalam menetapkan harga produk?

   Jawab : Dalam menetapkan harga, yang pastinya berdasarkan biaya bahan baku dan penolong, upah tenaga kerja, dan musiman. Pada saat musim ramai proyek, permintaan banyak harga bisa saja naik. Pada saat lagi sepi harga turun.

8. Pertanyaan : Apakah pola distribusi yang paling menguntungkan dan merugikan bagi Ibu?

   Jawab : Cara pemasaran yang paling menguntungkan bagi saya yaitu penjualan langsung dari saya ke konsumen, jadi harga yang saya dapat lebih tinggi dari pada lewat makelar atau lainnya.

9. Pertanyaan : Apakah kendala yang sangat mempengaruhi usaha Bapak?

Jawab : Modal dan tenaga kerja mba. Untuk mengembangkan usaha pasti butuh modal yang banyak. Tenaga kerja saat ini sudah mulai sulit apalagi kalau sudah musim panen suka meliburkan diri, padahal itu faktor produksi yang penting selain modal.

10. Pertanyaan : Berasal darimana modal usaha Ibu?
    Jawab : Modal awalnya saya dari orang tua, kemudian untuk menjalankan usaha apabila kekurangan modal saya pinjam.
11. Pertanyaan : Apakah Bapak berhubungan dengan Bank?
    Jawab : Iya. Saya bekerja sama dengan bank apabila saya membutuhkan dana yang besar dengan jaminan yang kuat.
12. Pertanyaan : Apakah Bapak melakukan pembukuan keuangan?
    Jawab : Tidak, usaha seperti ini saya rasa tidak perlu,
13. Pertanyaan : Berasal darimana dan berapa harga bahan baku untuk usaha?
    Jawab : Bahan baku tanah liat saya dapat dari luar kecamatan seperti daerah petanahan sedangkan seperti kayu saya dapat dari kabupaten purworejo, kemudian saya membeli dalam bentuk sudah jadi keweh. Harga keweh saat ini berkisar Rp.250,00,sebelumnya sekitar Rp 200,00, sedangkan kayu sekitar 1,3 juta /truk
14. Pertanyaan : Menurut bapak apakah perekonomian kebumen mendukung usaha bapak?
    Jawab : Ya mendukung mba.
15. Pertanyaan : Apakah menurut bapak jumlah penduduk yang meningkat mempengaruhi usaha bapak?
    Jawab : Mempengaruhi lah mba, misal saja dengan banyaknya penduduk kan menjadikan meningkatnya pembangunan rumah, sehingga

permintaan produk genteng juga akan meningkat. Saat ini masyarakat masih mengandalkan genteng sebagai atap rumah mereka.

16. Pertanyaan : Apakah pemerintah membantu dalam kegiatan pengembangan industri genteng?

    Jawab : Setahu saya belum pernah mba, atau saya yang tidak tahu info.

17. Pertanyaan : Apabila ada teknologi yang lebih modern seperti mesin prees hidrolik apakah saudara akan beralih teknologi?

    Jawab : iya saya akan beralih teknologi bila mempunyai modal.

20. Pertanyaan : Apakah lahan untuk usaha milik sendiri?

    Jawab : Tidak , saya menyewa lahan pekarangan orang, sewa lahan pertahun sampai 5 juta, tetapi bangunan saya yang membuat.

21. Pertanyaan : Bagaimana bapak menanggapi adanya ancaman industri sejenis?

    Jawab : Biasa saja mba, saya masih percaya genteng kebumen masih menjadi andalan daripada daerah yang lain.

22. Pertanyaan : Apakah pembeli mudah berpindah perusahaan?

    Jawab : Ya cukup mudah mba, mereka bebas memilih mau membeli genteng pada siapa saja, mungkin yang pelanggan tetap masih punya kesetiaan pada kita dengan tetap menjaga mutu produk.

23. Pertanyaan : Apakah bapak mudah berpindah pemasok bahan baku?

    Jawab : Mudah mba, karena tidak ada kontrak hanya saling percaya saja.

HASIL WAWANCARA

Nama : Bapak Satimin
Tanggal : 8 Maret 2013
Tempat : Rumah Bp. Satimin, Desa Kedawung, Kec. Pejagoan.
Jam : 13.00 WIB

1. Pertanyaan : Apakah ada perencanaan dalam usaha Bapak?
   Jawab : Perencanaan pasti ada mba, walaupun sederhana kalau tidak direncanakan usaha saya tidak jalan. Perencanaan yang saya lakukan terkait stok bahan baku dan peningkatan kapasitas produksi. Apabila musim seperti saat ini, musim hujan stok bahan baku sedikit karena banyak kendala, tetapi pada saat musim panas stok bahan baku saya naikkan, jadi pada saat musim hujan stok bahan baku untuk kelangsungan usaha tetap ada. Selain itu pada musim panas juga banyak pembangunan atau proyek, pada saat banyak proyek kapasitas produksi saya naikkan, karena selain mudah bahan baku, kesempatan untuk menjemur dan membakar muda.
2. Pertanyaan : Apakah ada kriteria khusus merekrut tenaga kerja dan berapa lama jam kerja ?
   Jawab : Kriteria khusus tidak ada, namanya usaha genteng semua orang insyaalloh bisa melakukannya. Tenaga kerja tidak memakai standar lulusan, asal mereka mau bekerja dan punya semangat tinggi itu sudah cukup. Jaman sekarang lulusan SMA mana mau bekerja seperti ini. Sekarang lulusan SMA lebih suka merantau daripada di desa gaji

kecil. Untuk jam kerja biasanya dari jam 08.00 – 12.00 , istirahat sampe jam 12.30, lanjut kerja sampai jam 16.30.

3. Pertanyaan : Apakah tenaga kerja yang digunakan tenaga kerja tetap semua?
   Jawab : Tidak, ada tenaga kerja tetap dan borongan. Untuk tenaga kerja tetap bagian produksi dan unjal, sedangkan tenaga borongan yaitu bagian pembakaran dan penjemuran karena pembakaran biasanya 2 minggu atau 1 bulan sekali tergantung cuaca, penjemuran paling seminggu sekali dan tenaga kerja borongan biasanya membutuhkan tenaga kerja banyak.
4. Pertanyaan : Apakah ada standarisasi produk pada usaha saudara?
   Jawab : Standarisasi hanya dalam ukuran saja yaitu panjang 25 cm, lebar 15 cm, dan tingkat ketebalan 2 cm. Terkait dengan warna genteng yang bagus tergantung pembakaran masing – masing usaha. Kualitas genteng dari segi warna dan kekuatan genteng tergantung pembakaran. Kualitas bagus adalah yang warna merah orange, sedangkan yang kualitas kedua yang kadang ada warna hitamnya.
5. Pertanyaan : Menurut saudara apakah produk saudara dapat diandalkan dan sudah sesuai selera konsumen?
   Jawab : Kualitas genteng kebumen sudah terkenal kualitasnya sejak dulu mba, saat ini jumlah permintaan genteng Sokka Kebumen juga meningkat jadi sudah selera konsumen.
6. Pertanyaan : Bagaimana anda memasarkan produk genteng?
   Jawab : Tidak perlu dipasarkan sudah laku mba, karena genteng sudah terkenal dan turun temurun. Awal mula memasarkan hanya sebatas info orang ke orang, atau lewat teman yang bekerja sebagai kuli bangunan.

7. Pertanyaan : Bagaimana dalam menetapkan harga produk?

   Jawab : Dalam menetapkan harga, yang pastinya berdasarkan biaya bahan baku dan penolong, upah tenaga kerja, dan musiman. Pada saat musim ramai proyek, permintaan banyak harga bisa saja naik drastis. Pada saat lagi sepi dan saya membutuhkan uang cepat harga bisa turun drastic tapi masih batas wajar tidak kurang dari harga pokok. Biasanya sampe genteng siap dijual biaya yang dikeluarkan untuk per genteng adalah Rp.1000,00

8. Pertanyaan : Apakah pola distribusi yang paling menguntungkan dan merugikan bagi Bapak?

   Jawab : Cara pemasaran yang paling menguntungkan bagi saya yaitu penjualan langsung dari saya ke konsumen, jadi harga yang saya dapat lebih tinggi dari pada lewat makelar atau lainnya.

9. Pertanyaan : Apakah kendala yang sangat mempengaruhi usaha Bapak?

   Jawab : Modal dan tenaga kerja mba. Untuk mengembangkan usaha pasti butuh modal yang banyak, sedangkan tenaga kerja sekarang sudah mulai sulit padahal itu faktor produksi yang penting selain modal. Kebiasaan orang di sini itu kalau mereka yang tamat SMA merantau, untuk mendapatkan gaji yang lebih tinggi, mana mau anak remaja sekararang mau bekerja kotor-kotoran di pabrik genteng. Tenaga kerja jadinya sebagian besar orang yang sudah berumah tangga dan perempuan. Lulusan SMP saja jarang yang mau kecuali untuk sambilan.

PERPUSTAKAAN UNNES

10. Pertanyaan : Berasal darimana modal usaha Bapak?
    Jawab : Modal awalnya saya menabung, kemudian untuk menjalankan usaha apabila kekurangan modal saya pinjam saudara atau tetangga.
11. Pertanyaan : Apakah Bapak berhubungan dengan Bank?
    Jawab : Tidak, saya lebih baik pinjam saudara tidak dikenakan bunga daripada perbankan bunganya tinggi dan prosesnya sulit lagi.
12. Pertanyaan : Apakah Bapak melakukan pembukuan keuangan?
    Jawab : Tidak, usaha seperti ini saya rasa tidak perlu, repot dan tidak ada waktu untuk membuatnya, selain itu perputaran uang cepat sekali tidak bisa dikontrol.
13. Pertanyaan : Berasal darimana dan berapa harga bahan baku untuk usaha?
    Jawab : Bahan baku tanah liat saya dapat dari luar kecamatan seperti daerah petanahan, peniron sedangkan seperti kayu saya dapat dari kabupaten purworejo, kemudia saya membeli dalam bentuk sudah jadi keweh. Harga keweh saat ini berkisar Rp.250,00,sebelumnya sekitar Rp 200,00, sedangkan kayu sekitar 1,5 juta /truk
14. Pertanyaan : Menurut bapak apakah perekonomian kebumen mendukung usaha bapak?
    Jawab : Ya mendukung mba, saat ini kelihatannya banyak pembangunan di kebumen, banyak industri dan kegiatan perdagangan.
15. Pertanyaan : Apakah menurut bapak jumlah penduduk yang meningkat mempengaruhi usaha bapak?
    Jawab : Mempengaruhi lah mba, misal saja dengan banyaknya penduduk kan menjadikan meningkatnya pembangunan rumah, sehingga permintaan produk genteng juga akan meningkat. Saat ini

masyarakat masih mengandalkan genteng sebagai atap rumah mereka.

16. Pertanyaan : Apakah pemerintah membantu dalam kegiatan pengembangan industri genteng?
    Jawab : Setahu saya belum pernah mba, atau saya yang tidak tahu info.
17. Pertanyaan : Apabila ada teknologi yang lebih modern seperti mesin prees hidrolik apakah saudara akan beralih teknologi?
    Jawab : Iya saya akan beralih teknologi bila mempunyai modal. Saya sudah pernah dengar mesin itu katanya produksinya bisa 2000/ mesin setiap harinya, kalau mesin press biasa kan paling 800 – 1000 buah, selain itu menghemat tenaga kerja.
18. Pertanyaan : Bagaimana bapak menanggapi adanya ancaman industri sejenis?
    Jawab : Biasa saja mba, saya masih percaya genteng kebumen masih menjadi andalan daripada daerah yang lain.
19. Pertanyaan : Apakah pembeli mudah berpindah perusahaan?
    Jawab : ya cukup mudah mba, mereka bebas memilih mau membeli genteng pada siapa saja, mungkin yang pelanggan tetap masih punya kesetiaan pada kita dengan tetap menjaga mutu produk.
20. Pertanyaan : Apakah bapak mudah berpindah pemasok bahan baku?
    Jawab : Mudah mba, karena tidak ada kontrak hanya saling percaya saja.

HASIL WAWANCARA

Nama : Bapak H.Sudarno
Tanggal : 11 Maret 2013
Tempat : Lokasi Industri, Desa Dorowati, Kec. Klirong
Jam : 10.00 WIB

1. Pertanyaan : Apakah ada perencanaan dalam usaha Bapak?
   Jawab : Perencanaan pasti ada mba, perencanaan kan langkah awal menjalankan usaha, walaupun sekedar merencanakan anggaran biaya utnuk membeli bahan baku, dan mengatur proses produksi sehingga mendapatkan hasil maksimal kan semua butuh rencana.
2. Pertanyaa : Bagaimana dalam memotivasi tenaga kerja sehingga terjalin kerjasama yang baik?
   Jawab : Tenaga kerja saya kan dari sekitar lokasi usaha, jadi saya sudah kenal mereka, dan saya percaya sama mereka. Komunikasi seperti ngobrol sama tetangga.
3. Pertanyaan : Apakah ada kriteria khusus merekrut tenaga kerja dan berapa lama jam kerja ?
   Jawab : Kriteria khusus tidak ada, yang bekerja saja umurnya sudah tua – tua jadi sudah berpengalaman. Tenaga kerja tidak memakai standar lulusan, asal mereka mau bekerja dan punya semangat tinggi itu sudah cukup. Sekarang lulusan SMA lebih mana mau bekerja kotor seperti ini. Untuk jam kerja biasanya dari jam 08.00 – 12.00 , istirahat sampe jam 12.30, lanjut kerja sampai jam 16.30.

PERPUSTAKAAN UNNES

4. Pertanyaan : Apakah ada standarisasi produk pada usaha saudara?
   Jawab : Tidak ada, paling standarisasi hanya dalam ukuran saja atau tingkat ketebalan, ketebalanpun kadang setiap pengusaha beda. Terkait dengan kualitas warna genteng yang bagus tergantung pembakaran masing – masing usaha.
5. Pertanyaan : Menurut saudara apakah produk saudara dapat diandalkan dan sudah sesuai selera konsumen?
   Jawab : Kualitas genteng kebumen sudah terkenal kualitasnya sejak dulu mba, saat ini jumlah permintaan genteng Sokka Kebumen juga meningkat jadi sudah selera konsumen.
6. Pertanyaan : Bagaimana anda memasarkan produk genteng?
   Jawab : Tidak perlu dipasarkan sudah laku mba, karena genteng sudah terkenal dan turun temurun.
7. Pertanyaan : Bagaimana dalam menetapkan harga produk?
   Jawab : Dalam menetapkan harga, yang pastinya berdasarkan biaya bahan baku, upah tenaga kerja, dan musiman. Pada saat musim ramai proyek, permintaan banyak harga bisa saja naik drastis. Pada saat lagi sepi turun. Biasanya sampe genteng siap dijual biaya yang dikeluarkan untuk per genteng adalah Rp.1000,00
8. Pertanyaan : Apakah pola distribusi yang paling menguntungkan dan merugikan bagi Bapak?
   Jawab : Cara pemasaran yang paling menguntungkan bagi saya yaitu penjualan langsung dari saya ke konsumen, jadi harga yang saya dapat lebih tinggi dari pada lewat makelar atau lainnya. Pertanyaan : Apakah kendala yang sangat mempengaruhi usaha Bapak?

Jawab : Modal dan tenaga kerja mba. Untuk mengembangkan usaha pasti butuh modal yang banyak sehingga biaya produksi terpenuhi, selain itu bisa untuk membeli teknologi yang lebih modern. Untuk tenaga kerja sekarang sudah mulai sulit padahal itu faktor produksi yang penting selain modal.

9. Pertanyaan : Berasal darimana modal usaha Bapak?
   Jawab : Modal awalnya saya menabung, kemudian untuk menjalankan usaha apabila kekurangan modal saya pinjam perbankan.
10. Pertanyaan : Apakah Bapak melakukan pembukuan keuangan?
    Jawab : Tidak, repot dan tidak ada waktu untuk membuatnya. Selain itu perputaran uang cepat sekali, kadang uang baru dipegang saja langsung habis untuk membayar upah atau bahan baku, tanpa menunggu keesokan harinya.
11. Pertanyaan : Berasal darimana dan berapa harga bahan baku untuk usaha?
    Jawab : Bahan baku tanah liat saya dapat dari dalam kecamatan seperti daerah klirong atau kedungwinangun, sedangkan seperti kayu saya dapat dari kabupaten purworejo, kemudian saya membeli dalam bentuk sudah jadi keweh. Harga keweh saat ini berkisar Rp.220,00,sebelumnya sekitar Rp 200,00, sedangkan kayu sekitar 1,5 juta /truk
12. Pertanyaan : Menurut bapak apakah perekonomian kebumen mendukung usaha bapak?
    Jawab : Mendukung mba, saat ini kelihatannya banyak pembangunan di kebumen dan sepertinya ekonomi kebumen sudah bagus tidak banyak pengangguran, pendidikan sudah bagus.

13. Pertanyaan : Apakah menurut bapak jumlah penduduk yang meningkat mempengaruhi usaha bapak?

    Jawab : Mempengaruhi lah mba, misal saja dengan banyaknya penduduk kan menjadikan meningkatnya pembangunan rumah, sehingga permintaan produk genteng juga akan meningkat. Saat ini masyarakat masih mengandalkan genteng sebagai atap rumah mereka.

14. Pertanyaan : Apakah pemerintah membantu dalam kegiatan pengembangan industri genteng?

    Jawab : Setahu saya belum pernah mba.

15. Pertanyaan : Apabila ada teknologi yang lebih modern seperti mesin prees hidrolik apakah saudara akan beralih teknologi?

    Jawab : iya saya akan beralih teknologi bila mempunyai modal, karena mesin yang modern bisa memproduksi lebih banyak.

16. Pertanyaan : Bagaimana bapak menanggapi adanya ancaman industri sejenis?

    Jawab : Biasa saja mba, saya masih percaya genteng kebumen masih menjadi andalan daripada daerah yang lain.

17. Pertanyaan : Apakah pembeli mudah berpindah perusahaan?

    Jawab : ya cukup mudah mba, mereka bebas memilih mau membeli genteng pada siapa saja,

18. Pertanyaan : Apakah bapak mudah berpindah pemasok bahan baku?

    Jawab : Mudah mba, karena tidak ada kontrak hanya saling percaya saja, tetapi saya sudah punya langganan penyetok bahan baku, jadi selagi mereka bisa memenuhi stok bahan baku yang saya inginkan saya akan tetap bekerja sama dengan orang tersebut.

HASIL WAWANCARA

Nama : Bapak Irun
Tanggal : 15 Maret 2013
Tempat : Rumah Bp. Irun, Desa Kebulusan
Jam : 15.00 WIB

1. Pertanyaan : Apakah ada perencanaan dalam usaha Bapak?
   Jawab : " Perencanaan pasti ada mba, berapa bahan baku yang harus saya beli, bagaimana mengalokasikan bahan baku biar menjadi produk genteng yang maksimal. Stok bahan baku juga harus diperhitungkan. Apabila musim hujan stok bahan baku sedikit jadi produksi mengalami hambatan, tetapi pada saat musim panas stok bahan baku saya naikkan. Selain itu pada musim panas juga banyak pembangunan atau proyek, pada saat banyak proyek kapasitas produksi saya naikkan, karena selain mudah bahan baku, kesempatan untuk menjemur dan membakar mudah.
2. Pertanyaan : Apakah ada kriteria khusus merekrut tenaga kerja dan berapa lama jam kerja ?
   Jawab : Kriteria khusus tidak ada, namanya usaha genteng semua orang insyaalloh bisa melakukannya. Tenaga kerja tidak memakai standar lulusan, asal mereka mau bekerja dan punya semangat tinggi itu sudah cukup. Untuk jam kerja biasanya dari jam 07.30 – 12.00 , istirahat sampe jam 12.30, lanjut kerja sampai jam 16.00.

3. Pertanyaan : Apakah tenaga kerja yang digunakan tenaga kerja tetap semua?
   Jawab : Tidak, ada tenaga kerja tetap dan borongan. Untuk tenaga kerja tetap bagian produksi dan unjal, sedangkan tenaga borongan yaitu bagian pembakaran dan penjemuran karena pembakaran biasanya 2 minggu atau 1 bulan sekali tergantung cuaca, penjemuran paling seminggu sekali dan tenaga kerja borongan biasanya membutuhkan tenaga kerja banyak. pada saat musim panen biasanya tenaga kerja minta ijin.
4. Pertanyaan : Menurut saudara apakah produk saudara dapat diandalkan dan sudah sesuai selera konsumen?
   Jawab : Kualitas genteng kebumen sudah terkenal kualitasnya sejak dulu mba, jadi saya yakin produks sudah sesuai selera konsumen, kalaupun ada yang komplen itu hanya karena genteng retak pada saat diangkut. Saat ini jumlah permintaan genteng Sokka Kebumen juga meningkat jadi sudah selera konsumen.
5. Pertanyaan : Bagaimana anda memasarkan produk genteng?
   Jawab : Tidak perlu dipasarkan sudah laku mba, karena genteng sudah terkenal dan turun temurun. Awal mula memasarkan hanya sebatas info orang ke orang. Kalau didaerah sini ada makelar, jadi secara tidak langsung pemasaran bisa lewat makelar.
6. Pertanyaan : Bagaimana dalam menetapkan harga produk?
   Jawab ; Dalam menetapkan harga, yang pastinya berdasarkan biaya bahan baku, upah tenaga kerja, kualitas dan musiman. Pada saat musim ramai proyek, permintaan banyak harga bisa saja naik drastis. Pada saat lagi sepi dan saya membutuhkan uang cepat harga saya turunkan. Harga asli sebelum dijual ke pelanggan yaitu sekitar

Rp.1000, itu berdasarkan total biaya produksi per buah, jadi saya tidak mungkin member harga dibawah itu, biasanya harga genteng plenthong sekitar Rp.1300,-

7. Pertanyaan : Apakah pola distribusi yang paling menguntungkan dan merugikan bagi Bapak?

   Jawab : Cara pemasaran yang paling menguntungkan bagi saya yaitu penjualan langsung dari saya ke konsumen, jadi harga yang saya dapat lebih tinggi dari pada lewat makelar atau lainnya. Sedangkan yang paling merugikan yaitu adanya makelar. Makelar membeli dengan harga rendah tetapi menjual ke konsumen dengan harga tinggi, tapi ya sudahlah mba, sama- sama mencari rejeki.

8. Pertanyaan : Apakah kendala yang sangat mempengaruhi usaha Bapak?

   Jawab : Modal dan tenaga kerja mba selain itu cuaca. Untuk mengembangkan usaha pasti butuh modal yang banyak, kalau tidak ada modal usaha saya tidak jalan, selain itu juga tenaga kerja sekarang mulai sulit didapat.

9. Pertanyaan : Berasal darimana modal usaha Bapak?

   Jawab : Usaha saya sudah turun temurun, jadi modal orang tua dulunya, kalau untuk saat ini saya mengandalkan modal sendiri dan kadang pinjam saudara.

10. Pertanyaan : Apakah Bapak berhubungan dengan Bank?

    Jawab : Tidak, saya lebih baik pinjam saudara atau tetangga, pinjam ke bank ribet mba.

11. Pertanyaan : Apakah Bapak melakukan pembukuan keuangan?

Jawab : Tidak, usaha seperti ini saya rasa tidak perlu, repot dan saya tidak mempunyai keahlian seperti itu mba, lah cuma lulusan smp.

12. Pertanyaan : Berasal darimana dan berapa harga bahan baku untuk usaha?
    Jawab : Bahan baku tanah liat saya dapat dari dalam kecamatan seperti daerah njemur, dan peniron. sedangkan seperti kayu saya dapat dari kabupaten wonosobo, kemudia saya membeli dalam bentuk sudah jadi keweh. Harga keweh saat ini berkisar Rp.220,00,sebelumnya sekitar Rp 200,00, sedangkan kayu sekitar 1,4 juta /truk
13. Pertanyaan : Menurut bapak apakah perekonomian kebumen mendukung usaha bapak?
    Jawab : ya mendukung mba, saat ini kelihatannya banyak pembangunan di kebumen,
14. Pertanyaan : Apakah menurut bapak jumlah penduduk yang meningkat mempengaruhi usaha bapak?
    Jawab : Mempengaruhi lah mba, misal saja dengan banyaknya penduduk kan menjadikan meningkatnya pembangunan rumah, sehingga permintaan produk genteng juga akan meningkat.
15. Pertanyaan : Apakah pemerintah membantu dalam kegiatan pengembangan industri genteng?
    Jawab : Kalau soaal pelatihan setahu saya belum pernah mba, kalau pinjaman paling PNPM tapi tidak untuk pengusaha genteng.
16. Pertanyaan : Apabila ada teknologi yang lebih modern seperti mesin prees hidrolik apakah saudara akan beralih teknologi?
    Jawab : Iya, saya akan beralih teknologi bila mempunyai modal.

17. Pertanyaan : Bagaimana bapak menanggapi adanya ancaman industri sejenis?
    Jawab : Biasa saja mba, saya masih percaya genteng kebumen masih menjadi andalan daripada daerah yang lain.
18. Pertanyaan : Apakah pembeli mudah berpindah perusahaan?
    Jawab : Ya cukup mudah mba, mereka bebas memilih mau membeli genteng pada siapa saja, mungkin yang pelanggan tetap masih punya kesetiaan pada kita dengan tetap menjaga mutu produk.
19. Pertanyaan : Apakah bapak mudah berpindah pemasok bahan baku?
    Jawab : Mudah mba, karena tidak ada kontrak hanya saling percaya saja.

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
PERPUSTAKAAN
UNNES

HASIL WAWANCARA

Nama : Bapak Turino
Tanggal : 16 Maret 2013
Tempat : Rumah Bp. Turino, Desa Karanggedang, Kec. Sruweng
Jam : 12.00 WIB

1. Pertanyaan : Apakah ada perencanaan dalam usaha Bapak?
   Jawab : Perencanaan pasti ada mba, kalau tidak direncanakan usaha saya tidak jalan. Perencanaan yang saya lakukan misalnya saja terkait stok bahan baku saat panas lebih dibanyakin, saat musim ramai proyek peningkatan kapasitas produksi, kualitasnya juga tetap harus bagus yaitu pemilihan bahan baku, bentuk dan warna genteng, dan penjadwalan pengiriman genteng agar bisa tepat waktu tidak mengecewakan pelanggan.
2. Pertanyaan : Bagaimana dalam memotivasi tenaga kerja sehingga terjalin kerjasama yang baik?
   Jawab : Tenaga kerja saya kan dari sekitar lokasi usaha, jadi saya sudah kenal mereka, jadi komunikasi tidak kaku. Apabila ada tenaga kerja saya butuh pinjaman saya akan meminjaminya, selain itu kan saya ikut dalam proses produksi jadi lebih membaur".
3. Pertanyaan : Apakah ada kriteria khusus merekrut tenaga kerja dan berapa lama jam kerja ?
   Jawab : Kriteria khusus tidak ada, namanya usaha genteng semua orang insyaalloh bisa melakukannya. Tenaga kerja tidak memakai standar

lulusan, asal mereka mau bekerja dan punya semangat tinggi itu sudah cukup. Untuk jam kerja biasanya dari jam 08.00 – 12.00 , istirahat sampe jam 12.30, lanjut kerja sampai jam 16.30.

4. Pertanyaan : Menurut saudara apakah produk saudara dapat diandalkan dan sudah sesuai selera konsumen?

   Jawab : Kualitas genteng kebumen sudah terkenal kualitasnya sejak dulu mba, saat ini jumlah permintaan genteng Sokka Kebumen juga meningkat jadi menurut saya sudah selera konsumen.

5. Pertanyaan : Bagaimana anda memasarkan produk genteng?

   Jawab : “Tidak perlu dipasarkan sudah laku mba, karena genteng sudah terkenal dan turun temurun. Awal mula memasarkan hanya sebatas info orang ke orang, dan dulunya saya seorang kuli genteng juga suka ikut truk mengantarkan jadi sudah banyak daerah agen yang saya kenal.

6. Pertanyaan : Bagaimana dalam menetapkan harga produk?

   Jawab ; Dalam menetapkan harga, yang pastinya berdasarkan biaya bahan baku dan penolong, upah tenaga kerja, dan musiman. Pada saat musim ramai proyek, permintaan banyak harga bisa saja naik drastis. Pada saat lagi sepi harga bisa turun tapi turunnya paling sedikit, tapi alhamdulillah setiap genteng baru matang itu dah siap dikirim tidak mengalami sepi . Biasanya sampe genteng siap dijual biaya yang dikeluarkan untuk per genteng adalah Rp.1000,00

7. Pertanyaan : Apakah pola distribusi yang paling menguntungkan dan merugikan bagi Bapak?

   Jawab : Cara pemasaran yang paling menguntungkan bagi saya yaitu penjualan langsung dari saya ke konsumen, jadi harga yang saya dapat lebih tinggi dari pada lewat makelar atau lainnya. Kalau soal pola yang merugian tidak paham karena saya tidak memakai makelar dan pola distribusi saya menurut saya lancar-lancar saja.

8. Pertanyaan: Apakah kendala yang sangat mempengaruhi usaha Bapak?

   Jawab : Modal dan tenaga kerja mba. Untuk mengembangkan usaha pasti butuh modal yang banyak, dengan modal bisa membeli bahan baku yang banyak, ganti teknologi yang lebih modern yang menggunakan mesin otomatis tidak perlu tenaga kerja banyak. Untuk tenaga kerja sekarang sudah mulai sulit padahal itu faktor produksi yang penting selain modal.

9. Pertanyaan : Berasal darimana modal usaha Bapak?

   Jawab : Modal awalnya saya menabung dan pinjam, kemudian untuk menjalankan usaha apabila kekurangan modal, saya pinjam.

10. Pertanyaan : Apakah Bapak berhubungan dengan Bank?

    Jawab : Iya, saya bekerjasama dengan perbankan apabila saya membutuhkan dana besar untuk mengembangkan usaha saya.

11. Pertanyaan : Apakah Bapak melakukan pembukuan keuangan?

    Jawab : Tidak, usaha seperti ini saya rasa tidak perlu, repot dan tidak ada waktu untuk membuatnya.

12. Pertanyaan : Berasal darimana dan berapa harga bahan baku untuk usaha?
    Jawab : Bahan baku tanah liat saya dapat dari dalam kecamatan seperti daerah sruweng dan jabres, sedangkan seperti kayu saya dapat dari kabupaten purworejo, kemudian saya membeli bahan baku masih berupa tanah dengan membeli pada petani sawah. Pembelian dibeli berdasarkan per meter dan kedalaman tanah, kalau kayu sekitar 1,5 juta /truk.
13. Pertanyaan : Menurut bapak apakah perekonomian kebumen mendukung usaha bapak?
    Jawab : Ya mendukung mba, saat ini kelihatannya banyak pembangunan di kebumen, kalau soal usaha yang penting tekun.
14. Pertanyaan : Apakah menurut bapak jumlah penduduk yang meningkat mempengaruhi usaha bapak?
    Jawab : Mempengaruhi lah mba, misal saja dengan banyaknya penduduk kan menjadikan meningkatnya pembangunan rumah, sehingga permintaan produk genteng juga akan meningkat. Saat ini masyarakat masih mengandalkan genteng sebagai atap rumah mereka.
15. Pertanyaan : Apakah pemerintah membantu dalam kegiatan pengembangan industri genteng?
    Jawab : Setahu saya kalau soal pelatihan dulu pernah ada sekitar tahun 1990, pelatihan buat pemilik usaha mengenai teknologi, tapi sampe saat ini belum pernah ada lagi bantuan pelatihan. Apabila bantuan yang lain misal kayak kredit belum ada, ya saya berharap pemerintah

peduli dengan masalah permodalan yang sering menjadi masalah dalam usaha.

16. Pertanyaan : Apabila ada teknologi yang lebih modern seperti mesin prees hidrolik apakah saudara akan beralih teknologi?
    Jawab : Iya saya akan beralih teknologi bila sudah dirasa diharuskan untuk ganti, mungkin kalau nanti tenaga kerja benar – benar sudah sulit didapatkan. Saya sudah tau adanya mesin baru, mesin itu katanya produksinya bisa 2000/ mesin setiap harinya, kalau mesin press biasa kan paling 1000 buah.
17. Pertanyaan : Apakah lahan untuk usaha milik sendiri?
    Jawab : Iya, ini kebetulan saya mempunyai lahan tanah sendiri untuk bangunan.
18. Pertanyaan : Bagaimana bapak menanggapi adanya ancaman industri sejenis?
    Jawab : Biasa saja mba, saya masih percaya genteng kebumen masih menjadi andalan daripada daerah yang lain.
19. Pertanyaan : Apakah pembeli mudah berpindah perusahaan?
    Jawab : Ya cukup mudah mba, mereka bebas memilih mau membeli genteng pada siapa saja, mungkin yang pelanggan tetap masih punya kesetiaan pada kita dengan tetap menjaga mutu produk.
20. Pertanyaan : Apakah bapak mudah berpindah pemasok bahan baku?
    Jawab : Mudah mba, karena tidak ada kontrak hanya saling percaya saja.

KEM ENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG (UNNES)
FAKULTAS EKONOMI (FE)
Alamat: Gedung C-6, Kampus Sekaran Gunungpati, Semarang,
Telepon(Fax.) 8508015
e-mail : fe@unnes.ac.id

Nomor : 213 /UN37.1.7/PP/2013 6 Februari 2013
Lam. : -
H a l . : **Permohonan Ijin Penelitian**

Yth. : Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan politik
Jl. Arumbinang No. 15
di
Kab. Kebumen

Diberitahukan dengan hormat bahwa, mahasiswa kami:

N a m a	: **AYIE EVA YULIANA**
N I M	: 7111409063
Jurusan/Prodi	: Ekonomi Pembangunan / S1
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: Karangsari RT.04/ RW. 01, Kutowinangun, Kebumen.

akan menyusun skripsi dengan judul : "Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen".

Berkenaan dengan hal tersebut, mohon kiranya agar mahasiswa yang bersangkutan dapat diijinkan untuk melakukan Penelitian di Kabupaten Kebumen dengan alokasi waktu bulan **Februari s.d April 2013.**

Demikian atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih

a.n. Dekan.
Pembantu Dekan Bid. Mawa.,

Drs. Bambang Prishardoyo, M.Si
NIP. 196702071992031001

Tembusan :
1.Pembantu Dekan Bid.Akademik
2.Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Unnes

FM-05-AKD-24

PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
JALAN ARUMBINANG NOMOR 15 TELEPON (0287) 384088
KEBUMEN 54311

REKOMENDASI
NOMOR : 072 / 049 / 2013

TENTANG
IJIN PENELITIAN

Berdasarkan surat dari UNNES Semarang Nomor : 213/UN37.1.7/PP/2013 tanggal 06 Februari 2013, memberikan REKOMENDASI atas kegiatan penelitian / survey di Kabupaten Kebumen yang akan dilaksanakan oleh :

Nama	:	AYIE EVA YULIANA
Pekerjaan	:	Mahasiswa
NIM	:	711409063
Alamat	:	Karangsari RT 04 RW 01 Kutowinangun Kebumen
Penanggung Jawab	:	Prof. Dr. Rusdarti, M.Si.
Jumlah Peserta	:	1 orang
Lokasi	:	Kec. Pejagoan, Sruweng, Klirong, Dinas Koperasi dan UMKM, Deperindagpas dan Bappeda
Waktu	:	08 Februari s/d 08 April 2013
Judul / Tema Penelitian	:	Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kab. Kebumen

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada Pejabat Pemerintah setempat untuk mendapat petunjuk seperlunya dengan menunjukkan Surat Pemberitahuan ini.
2. Pelaksanaan survey / riset tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu stabilitas pemerintahan. Untuk penelitian yang dapat dukungan dana dari sponsor baik dalam negeri maupun luar negeri, agar dijelaskan pada saat mengajukan perijinan. Tidak membahas masalah politik dan / atau agama yang dapat menimbulkan terganggunya stabilitas keamanan dan ketertiban.
3. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan yang berlaku.
4. Surat Rekomendasi ini dapat dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang Surat Rekomendasi ini tidak mentaati / mengindahkan peraturan yang berlaku.

Demikian harap menjadikan perhatian dan maklum.

Kebumen, 08 Februari 2013

a.n. BUPATI KEBUMEN
KEPALA KANTOR KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KABUPATEN KEBUMEN
U.b. Kepala Seksi Ideologi dan Kewaspadaan

KANTOR KESBANG DAN POLITIK

PAWITO, S.E.
Pembina Tingkat I
NIP. 19[illegible]23 198503 1 014

PEMERINTAH KABUPATEN KEBUMEN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH
(BAPPEDA)
Jl. Veteran No. 2 Telp. (0287) 381570 Kebumen - 54311

Kebumen, 11 Februari 2013

Nomor : 071 – 1 / 050 / 2013
Lampiran : -
Hal : **Ijin Penelitian**

Kepada Yth:
1. Kepala Bapeda Kab.Kebumen
2. Kepala Dinas Koperasi dan UMKM
3. Kepala Diperindaglasar
4. Camat Kebumen
5. Camat Pejagoan
6. Camat Sruweng
7. Camat Klirong

di -
TEMPAT

Menindak-lanjuti surat Bupati Kebumen Nomor: 072/049/2013 tanggal 11 Februari 2013 tentang Rekomendasi Ijin Penelitian, maka dengan ini diberitahukan bahwa pada Instansi/wilayah Saudara akan dilaksanakan penelitian oleh :

1. N a m a / NIM : **AYIE EVA YULIANA / 711409063**
2. Pekerjaan : Mahasiswa.
3. Alamat : Karangsari RT 04 RW 01 Kutowinangun Kebumen
4. Penanggung Jawab : Prof. Dr.Rusdarti, M.Si.
5. Judul Penelitian : Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng di Kab. Kebumen
6. Waktu : Mulai 08 Februari s/d 08 April 2013

Dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :
a. Pelaksanaan survey/penelitian tidak disalahgunakan untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah.
b. Setelah survey/penelitian selesai diharuskan melaporkan hasil-hasilnya kepada BAPPEDA Kabupaten Kebumen.

Demikian surat ijin ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

A.n. KEPALA BAPPEDA KABUPATEN KEBUMEN
Kabid Litbang, SP

Drs. Pamungkas T Wasana, M.Si.
Penata Tk I
NIP. 19730110 199203 1 001

Lampiran 6