



**STRATEGI PENGEMBANGAN
INDUSTRI KECIL KERIPIK DI DUSUN
KARANGBOLO DESA LEREP KABUPATEN
SEMARANG**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang**

**Oleh
Wahyuniarso Tri D S
NIM 7450406037**

**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 :

Tanggal :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Sucihatiningsih DWP, M.Si
NIP.196812091997022001

Prasetyo Ari Bowo, SE. M.Si
NIP.197902082006041002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

Dr. Hj. Sucihatiningsih DWP, M.Si
NIP. 196812091997022001

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada :

Hari :

Tanggal :

Penguji Skripsi

Kusumantoro, S.Pd. M.Si
NIP. 197805052005011001

Anggota I

Anggota II

Dr. Hj. Sucihatiningsih DWP, M.Si
NIP.196812091997022001

Prasetyo Ari Bowo, SE. M.Si
NIP.197902082006041002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

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

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis didalam 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, Februari 2013

Wahyuniarso Tri D S
NIM 7450406037

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Lebih baik gagal sekali secara terhormat kemudian sukses, daripada sekali sukses (menang) tapi dengan kecurangan.

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur pada ALLAH SWT atas segala karuniaNYA, skripsi ini kupersembahkan untuk :

- * Bapak, ibu serta seluruh keluargaku yang senantiasa memberi doa dan dukungannya.
- * Sahabat-sahabat terbaikku.
- * Teman-teman Ekonomi Pembangunan 2006.
- * Almamaterku

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KERIPIK DI DUSUN KARANGBOLO DESA LEREP KABUPATEN SEMARANG**

Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Strata 1 (satu) guna meraih gelar Sarjana Ekonomi. Penulis menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada:

1. Prof. Dr. Sudijono Sastroatmodjo, M.Si, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dengan segala kebijakannya .
2. Dr. S. Martono, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang dengan kebijaksanaanya memberikan kesempatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dan studi yang baik.
3. Dr. Hj. Sucihatningsih DWP, M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dan Pembimbing I yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menyusun skripsi dan arahan bimbingan dalam penyusunan skripsi.
4. Prasetyo Ari Bowo, SE. M.Si, Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
5. Kusumantoro, S.Pd. M.Si, selaku penguji utama yang telah mengoreksi skripsi ini hingga mendekati kebenaran

6. Disperindag dan Penanaman Modal Kabupaten Semarang yang telah bekerja sama dalam penyusunan skripsi ini.
7. Pengusaha keripik di desa Lerep Kabupaten Semarang yang telah bekerja sama dalam penyusunan skripsi ini.
8. Hkvc"öM{"Lq xgh{ö. {cpi"ugncnw"cf" ogpg ocpl
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Kemudian atas bantuan dan pengorbanan yang telah diberikan, semoga mendapat berkah dari Tuhan Yang Maha Esa. Jika ada kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini, penulis menerima dengan senang hati. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak pada umumnya dan mahasiswa ekonomi pembangunan pada khususnya

Semarang, Februari 2013

Penulis

SARI

Wahyuniarso. 2013. *"Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang"* Skripsi. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I: Dr. Hj. Sucihatiningsih DWP, M.Si. Pembimbing II: Prasetya Ari Bowo, SE. M.Si.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Industri Kecil Keripik, SDM, Teknologi, Permodalan, Pemasaran.

Strategi adalah pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan. Sektor industri merupakan sektor yang paling tinggi kontribusinya terhadap PDRB kabupaten Semarang. Sektor industri yang berkembang di kabupaten Semarang adalah industri kecil makanan. Makanan yang terkenal di kabupaten Semarang salah satunya adalah keripik. Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana profil industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang?, bagaimana kondisi SDM, teknologi, permodalan dan pemasaran pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang?, bagaimana strategi pengembangan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang?. Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah mengetahui profil industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang, mengetahui kondisi SDM, teknologi, permodalan dan pemasaran pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang, mengetahui strategi pengembangan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang. Populasi penelitian ini berjumlah 21 pengusaha keripik. Variabel penelitian ini adalah SDM, teknologi, permodalan dan pemasaran. Metode pengumpulan datanya meliputi angket, dokumentasi dan wawancara. Metode analisis menggunakan deskriptif presentase dan analisis SWOT.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa profil industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang ada 21 pengusaha keripik. Usaha tersebut berdiri mulai tahun 1990-2007. Kondisi SDM pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang dalam kondisi buruk. Kondisi teknologi dalam kondisi sangat buruk. Kondisi permodalan dalam kondisi buruk. Kondisi pemasaran dalam kondisi kurang baik.

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan analisis matrik SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang adalah dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan oleh ancaman-ancaman.

Saran yang diberikan adalah dengan mempertahankan ciri khas cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk dengan cara menciptakan inovasi dalam pengemasan produk, penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik yang tinggi agar tetap mampu bersaing dengan produk lain.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Strategi Pengembangan	9
2.1.1 Konsep Strategi	9
2.1.2 Tipe-tipe Strategi	11
2.2 Industri Kecil	12
2.2.1 Pengertian Industri	12
2.2.2 Industri Kecil	14
2.2.3 Perkembangan Industri Kecil	15
2.3 Teori Fungsi Produksi	18
2.4 Penelitian Terdahulu	25
2.5 Kerangka Berpikir	26

Halaman	
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Lokasi Penelitian	27
3.2 Populasi Penelitian	27
3.3 Variabel Penelitian	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.5 Validitas dan Reliabilitas Penelitian	31
3.5.1 Validitas	31
3.5.2 Reliabilitas	33
3.6 Metode Analisis Data	34
3.5.1 Analisis Deskriptif Presentase	34
3.5.2 Analisis SWOT	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Hasil Penelitian	41
4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Semarang	41
4.1.2 Profil Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	44
4.1.3 Kondisi SDM, Teknologi, Permodalan dan Pemasaran pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	47
4.1.3.1 Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja)	47
4.1.3.2 Teknologi	51
4.1.3.3 Permodalan	54
4.1.3.4 Pemasaran	59
4.1.4 Analisis SWOT untuk menentukan Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	61
4.1.4.1 Aspek Internal	61
4.1.4.2 Aspek Eksternal	62
4.1.4.3 Internal-Eksternal Matrik	63
4.1.4.4 Analisis Matrik SWOT	66

Halaman	
4.2 Pembahasan	67
4.2.1 Profil Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang.....	67
4.2.2 Kondisi SDM, Teknologi, Permodalan dan Pemasaran pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang.....	68
4.2.3 Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	72
BAB 5 PENUTUP	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Dampak Strategi Pengembangan.....	26
Gambar 3.1 Gambar Internal-Eksternal Matrik	37
Gambar 4.1 Internal-eksternal Matriks	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Struktur Ekonomi Kabupaten Semarang.....	2
Tabel 1.2 Perkembangan Jumlah Unit Usaha Industri Kecil Di Kabupaten Semarang.....	2
Tabel 1.3 Perkembangan Jumlah Tenaga Kerja Industri Kecil Di Kabupaten Semarang.....	3
Tabel 1.4 Rata-rata kapasitas produksi keripik di desa Lerep per hari	4
Tabel 3.1 Daftar industri kecil keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	27
Tabel 3.2 Hasil Analisis Uji Validitas Angket	32
Tabel 3.3 Kategori Deskriptif Persentase Responden	35
Tabel 3.4 Analisis Faktor Internal dan Eksternal	36
Tabel 3.5 Matrik Analisis SWOT	38
Tabel 4.1 Deskripsi Jawaban Pada Variabel SDM	47
Tabel 4.2 Penggunaan Tenaga Kerja Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	48
Tabel 4.3 Pendidikan Tenaga Kerja Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	49
Tabel 4.4 Jam Kerja Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	49
Tabel 4.5 Hari Kerja Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	50
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Pada Variabel Teknologi.....	51
Tabel 4.7 Lama Produksi Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	52
Tabel 4.8 Jenis Teknologi Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	52
Tabel 4.9 Jumlah Mesin Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	53

	Halaman
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Pada Variabel Permodalan	54
Tabel 4.11 Nilai Investasi Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	55
Tabel 4.12 Pembelian Bahan Baku Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	56
Tabel 4.13 Biaya Upah Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	56
Tabel 4.14 Sumber Modal Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	57
Tabel 4.15 Bantuan Modal Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	58
Tabel 4.16 Deskripsi Jawaban Pada Variabel Pemasaran	59
Tabel 4.17 Omset Usaha Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	60
Tabel 4.18 Faktor-Faktor Strategi Internal.....	61
Tabel 4.19 Faktor-Faktor Strategi Eksternal	62
Tabel 4.20 Analisis Matriks SWOT.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Instrumen Penelitian	79
Hasil Analisis Data Responden	88
Analisis Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian	90
Perhitungan Validitas Instrumen Penelitian	91
Perhitungan Reliabilitas Angket Penelitian	92
Profil Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang	93
Surat Permohonan ijin Penelitian	94
Surat Izin Penelitian	95
Foto Penelitian	96

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sistem tatanan dan mekanisme pengelolaan pemerintah akan mengalami perubahan, hal ini dikarenakan dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah dan Undang-Undang Nomor 33 tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Pemerintah Daerah. Perubahan itu menuntut pemerintah daerah untuk benar-benar menerapkan otonomi daerah bukan hanya sebagai slogan belaka tetapi nyata dan dapat dipertanggungjawabkan.

Adanya UU tentang otonomi daerah tersebut, maka pemerintah daerah dituntut lebih mandiri dalam mengatur pemerintahannya seperti mengatur strategi pertumbuhan dan pembangunannya masing-masing, serta melihat sektor potensi yang memiliki keunggulan dan kelemahan. Sehingga pemerintah daerah akan mengetahui sektor mana yang akan dikembangkan untuk menjadi sektor basis yang akan membantu pengembangan sektor-sektor lainnya sehingga akan meningkatkan pendapatan asli daerah dan neraca keuangan akan mengalami keseimbangan antara pemerintah daerah dan pemerintah pusat.

Kabupaten Semarang yang memiliki sektor unggulan seperti industri, pertanian, dan pariwisata yang merupakan sektor potensial di daerah tersebut. Di kabupaten Semarang sendiri, sektor industri

merupakan sektor yang paling tinggi kontribusinya terhadap struktur perekonomian daerah atau PDRB kabupaten Semarang. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.1
Struktur Ekonomi Kabupaten Semarang

Sektor ekonomi		Kontribusi tiap sektor (dalam persen)				
		2005	2006	2007	2008	2009
1	Industri	46,33	47,03	46,81	40,85	46,76
2	Pertanian	21,85	21,78	21,87	21,79	21,65
3	Perdagangan, hotel dan restoran	14,01	13,34	13,25	13,14	12,99
4	Jasa-jasa	8,11	7,91	8,61	8,01	8,33
5	Bangunan/konstruksi	3,63	3,79	3,77	3,77	3,67
6	Lembaga keuangan, sewa dan jawa perusahaan	3,19	3,15	3,22	3,28	3,42
7	Pengangkutan dan komunikasi	1,96	2,08	2,11	2,20	2,20
8	Listrik, gas dan air minum	0,80	0,81	0,84	0,84	0,85
9	Penggalian	0,11	0,12	0,12	0,12	0,12

Sumber Data: BPS Kabupaten Semarang, 2010.

Dari tabel 1.1, dapat disimpulkan bahwa sektor industri di kabupaten Semarang menempati urutan teratas dibandingkan dengan sektor ekonomi lainnya dalam kontribusinya terhadap PDRB kabupaten Semarang. Perkembangan jumlah unit usaha industri kecil di kabupaten Semarang dari tahun ke tahun semakin meningkat baik untuk industri formal maupun non formal.

Tabel 1.2
Perkembangan Jumlah Unit Usaha Industri Kecil Di Kabupaten Semarang

Jenis Data	Satuan	2005	2006	2007	2008	2009
Industri Kecil						
- Formal	Unit	923	1.003	1.108	1.240	1.256
-Non Formal						
a.sentra	Unit	7.549	7.648	7.850	7.975	8.014
b.non sentra IRT	Unit	12.975	12.975	12.992	13.000	13.018

Sumber Data: Dinas Perindustrian, Perdagangan & PM Kab. Semarang, 2010

Perkembangan jumlah tenaga kerja industri kecil di kabupaten Semarang dari tahun ke tahun juga mengalami peningkatan baik untuk industri formal maupun non formalnya.

Tabel 1.3
Perkembangan Jumlah Tenaga Kerja Industri Kecil Di Kabupaten Semarang

Jenis Data	Satuan	2005	2006	2007	2008	2009
Industri Kecil						
- Formal	Orang	9.250	9.848	10.548	11.303	12.047
-Non Formal						
a.sentra	Orang	7.488	7.638	5.472	6.722	7.224
b.non sentra IRT	Orang	10.697	10.910	7.815	9.602	9.982

Sumber Data: Dinas Perindustrian, Perdagangan & PM Kab. Semarang, 2010

Menurut Disperindag dan Penanaman Modal Kabupaten Semarang dalam wawancara tanggal 12 Maret 2012 di kantornya, menyatakan bahwa industri kecil yang banyak dan berkembang di kabupaten Semarang adalah makanan dan salah satunya keripik. industri kecil di kabupaten Semarang perlu ditingkatkan serta dikembangkan karena akan menyumbang terhadap pertumbuhan ekonomi daerah kabupaten Semarang serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Kabupaten Semarang merupakan salah satu daerah yang terkenal dengan industri makanan khususnya keripik adalah dusun karangbolo desa Lerep. Dusun ini memiliki 21 unit usaha yang memproduksi keripik dengan jumlah kapasitas produksi sebesar 315 kg/hari. Berikut adalah tabel rincian rata-rata kapasitas produksi keripik di dusun Karangbolo desa Lerep.

Tabel 1.4
Rata-rata kapasitas produksi keripik di dusun Karangbolo per hari

No	Nama Unit Usaha	Kapasitas Produksi
1	Barokah	25 kg/hari
2	Berkah Bunda	25 kg/hari
3	Eco	15 kg/hari
4	Vanas	15 kg/hari
5	Kurnia	15 kg/hari
6	Manfaat	10 kg/hari
7	Riski	10 kg/hari
8	Mi raos	15 kg/hari
9	Makmur	20 kg/hari
10	Podo Seneng	15 kg/hari
11	Sumber Rezeki	10 kg/hari
12	Dua Saudara	15 kg/hari
13	Selera	25 kg/hari
14	Faras Sehat	10 kg/hari
15	Sumber Rejeki	25 kg/hari
16	Berkah Mulia	25 kg/hari
17	Anugrah	10 kg/hari
18	Suka Rasa	10 kg/hari
19	Bufat	15 kg/hari
20	Noval	15 kg/hari
21	Sama Suka	15 kg/hari
Total		315 kg/hari

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan oleh penulis (pada tanggal 12-13 Maret 2012) dengan bapak Rudi (pengusaha Keripik) dapat diketahui beberapa masalah mendasar yang menyebabkan industri kecil keripik kesulitan untuk berkembang antara lain disebabkan oleh:

1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Permasalahan dari segi SDM adalah masih rendahnya kualitas SDM pelaku industri. Seperti contoh dalam manajemen, para pelaku usaha tidak memiliki pembukuan dalam mengatur proses produksi.

2. Pemasaran

Dalam segi pemasaran masalah yang timbul seperti proses pemasaran yang masih bersifat tradisional yaitu para pembeli datang langsung sehingga proses produksi didasari pada jumlah pesanan yang ada. Hal ini tentu saja merugikan para pengusaha karena kebanyakan yang datang adalah para tengkulak yang akan menjual lagi barang tersebut tentu dengan harga yang lebih mahal.

3. Permodalan

Permasalahan dalam permodalan juga merupakan salah satu kendala yang dihadapi oleh sebagian pengusaha keripik. Modal yang dimiliki para pengusaha masih kecil, disamping itu sebagian dari mereka mengaku mengalami kesulitan mendapatkan pinjaman modal, sehingga untuk mengembangkan usahanya masih mengalami beberapa kesulitan.

4. Teknologi.

Permasalahan dalam teknologi yaitu masih terbatasnya kepemilikan teknologi tepat guna yang digunakan untuk proses produksi sehingga sebagian besar masih menggunakan alat yang tradisional contohnya dalam memotong bahan baku masih memakai cara manual yaitu dengan menggunakan tenaga manusia. Sehingga produksinya pun masih kurang efisien.

Dalam menjalankan usaha, faktor-faktor produksi akan mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan usaha. Faktor-faktor produksi tersebut antara lain SDA, SDM, Modal, Teknologi dll. Melihat

prospek dan permasalahan yang ada pada industri kecil keripik di atas, maka diperlukan strategi-strategi untuk mengembangkan industri kecil keripik tersebut. Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka penulis

Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik Di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang

1.2 Rumusan Masalah

Usaha kecil merupakan salah satu penyangga dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Namun demikian, dalam proses usahanya industri kecil banyak menghadapi berbagai masalah seperti dalam proses produksi dimana dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi seperti SDA, SDM, modal, teknologi dan masalah pemasaran. Faktor produksi tersebut merupakan instrument yang penting dalam pertumbuhan dan pengembangan usaha. Pengembangan usaha kecil menghadapi berbagai kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan mengakibatkan pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. Demikian juga kondisi yang ditemukan pada industri kecil keripik di kabupaten Semarang. Selaras dengan uraian tersebut, muncul permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana profil industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang?

2. Bagaimana kondisi SDM, teknologi, permodalan dan pemasaran pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang?
3. Bagaimana strategi pengembangan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui profil industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang
2. Mengetahui kondisi SDM, teknologi, permodalan dan pemasaran pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang
3. Mengetahui strategi pengembangan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, yaitu manfaat secara praktis maupun teoritis.

1. Manfaat Teoritis
 - a. Untuk menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca pada khususnya bidang pemberdayaan industri kecil menengah.

- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan strategi pemberdayaan industri kecil.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi di perpustakaan Fakultas Ekonomi dan perpustakaan Universitas Negeri Semarang.
- b. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait dengan pemberdayaan industri kecil untuk meningkatkan perkembangan usaha, serta meningkatkan pemberdayaan industri kecil.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Strategi Pengembangan

2.1.1 Konsep Strategi

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Chandler,1962:13 dalam Rangkuti ,2002:4). Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang bersangkutan sangat menentukan suksesnya strategi apa yang akan disusun. Konsep-konsep tersebut adalah:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. *Distinctive Competence* ini meliputi keahlian tenaga kerja dan kemampuan sumber daya.
- b. *Competitive Advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan perusahaan untuk melakukan yang lebih baik dibanding dengan pesaingnya. Strategi yang digunakan untuk memperoleh keunggulan dalam bersaing adalah *cost leadership*, *differensial* dan *focus*.

Porter menyebutkan *competitive advantage* terbagi menjadi 3 (dalam Rangkuti, 2009: 6) yaitu:

1) Keunggulan biaya menyeluruh (*Cost Leadership*)

Pencapaian biaya keseluruhan yang rendah seringkali menuntut bagian pasar relative yang tinggi atau kelebihan yang lain, seperti akses yang menguntungkan kepada bahan baku. Selain itu juga perlu untuk merancang produk agar mudah didapat, menjual banyak lini produk yang mudah dibuat, menjual banyak lini produk yang berkaitan untuk menebarkan biaya, serta melayani kelompok pelanggan yang besar guna membangun volume. Penerapan strategi biaya rendah mungkin memerlukan investasi modal pendahuluan yang besar untuk peralatan modern, penetapan harga yang agresif dan kerugian awal untuk membina bagian pasar yang tinggi pada akhirnya dapat memungkinkan skala ekonomis dalam pembelian yang akan semakin menekan biaya (Porter, 2008: 32).

2) Diferensiasi

Diferensiasi merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan pesaing, meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya. Diferensiasi memberikan penyekat kepada persaingan karena adanya loyalitas dari merk pelanggan dan mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga. Diferensiasi juga meningkatkan margin laba yang menghindarkan kebutuhan akan posisi biaya rendah (Porter, 2008: 34).

3) Fokus

Strategi biaya rendah dan diferensiasi ditunjukkan untuk mencapai sasaran di keseluruhan industri, maka strategi fokus dibangun untuk melayani target secara baik. Strategi ini didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan dengan demikian akan mampu melayani target strateginya yang sempit secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing yang bersaing lebih luas.

2.1.2 Tipe-tipe Strategi

Menurut Rangkuti (2009: 7), Strategi dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu:

a. Strategi manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, penerapan harga, akuisisi, pengembangan pasar dan sebagainya.

b. Strategi investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru dan sebagainya.

c. Strategi bisnis

Strategi ini sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen,

misalnya strategi pemasaran, produksi atau operasional, distribusi, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

2.2 Industri Kecil

2.2.1 Pengertian Industri

Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan / atau barang jadi menjadi barang dengan nilai tambah lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri (dalam Disperindag & PM Kab. Semarang, 2008: 1).

Industri dalam arti sempit adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk sejenis dimana terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, proses, produk akhir dan konsumen akhir. Dalam arti yang lebih luas, industri merupakan kumpulan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa dengan elastisitas silang yang positif dan tinggi (Kuncoro, 2007: 167).

Sedangkan pengertian industri menurut Sandy (1985 :154) adalah usaha untuk memproduksi barang dari bahan baku atau bahan mentah melalui proses penggarapan dalam jumlah besar sehingga barang tersebut dapat diperoleh dengan harga satuan yang serendah mungkin tetapi dengan mutu setinggi mungkin. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa industri adalah kegiatan mengolah barang mentah, bahan baku, barang setengah jadi maupun barang jadi menjadi barang yang siap digunakan dengan nilai yang lebih tinggi.

Departemen Perindustrian dan Perdagangan menjelaskan bahwa industri dapat dibedakan berdasarkan tingkat investasinya, yaitu:

1. Industri besar dengan tingkat investasi lebih dari 1 milyar
2. Industri sedang dengan tingkat investasi 200 juta-1 milyar
3. Industri kecil dengan tingkat investasi 5 juta-200 juta
4. Industri kerajinan rumah tangga dengan tingkat investasi kurang dari 5 juta.

Selain itu, industri dapat digolongkan berdasarkan jumlah tenaga kerja (Disperindag&PM Kab. Semarang, 2008: 3), yaitu:

1. Industri besar: yaitu menggunakan jumlah tenaga kerja antara 100 orang/ lebih
2. Industri sedang: yaitu menggunakan jumlah tenaga kerja antara 20-99 orang
3. Industri kecil: yaitu menggunakan jumlah tenaga kerja 5-19 orang
4. Industri rumah tangga: yaitu menggunakan jumlah tenaga kerja 1-4 orang

Untuk keperluan pengembangan sektor industri sendiri (industrialisasi), serta berkaitan dengan administrasi Departemen Perindustrian dan Perdagangan, industri di Indonesia digolongkan berdasarkan hubungan arus produknya menjadi:

1. Industri Hulu, terdiri dari:
 - a. Industri dasar kimia
 - b. Industri mesin, logam dan elektronika

2. Industri Hilir, terdiri dari:

- a. Aneka industri
- b. Industri kecil

2.2.2 Industri Kecil

Industri kecil merupakan industri yang tergolong dalam batasan usaha kecil, yang menurut Undang-undang No. 9 tahun 1995 (dalam Disperindag & PM Kab. Semarang, 2008: 3) tentang Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 1 Milyar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha paling banyak Rp 200 juta. Menurut Tambunan (1999: 20) industri kecil merupakan kegiatan industri yang dikerjakan di rumah-rumah penduduk yang pekerjanya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat. Karakteristik industri kecil disebutkan antara lain sebagai berikut:

- a. Proses produksi lebih *mechanized* dan kegiatannya dilakukan di tempat khusus (pabrik) yang biasanya berlokasi di samping rumah si pengusaha atau pemilik usaha
- b. Sebagian tenaga kerja yang bekerja di industri kecil adalah pekerja bayaran (*wage labour*).
- c. Produk yang dibuat termasuk golongan barang-barang yang cukup *sophisticated*.

Sedangkan berdasarkan UU No. 9/1995 (dalam Anoraga, 2002:225) tentang usaha kecil, mendefinisikan usaha kecil sebagai

kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dalam memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan seperti kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Usaha kecil yang dimaksud meliputi juga usaha kecil informal dan usaha kecil tradisional. Usaha kecil informal merupakan berbagai usaha yang belum terdaftar, belum tercatat, dan berbadan hukum antara lain petani penggarap, industri rumah tangga, pedagang asongan, pedagang keliling, pedagang kaki lima dan pemulung. Sedangkan usaha kecil tradisional adalah usaha yang menggunakan alat produksi sederhana yang telah digunakan secara turun temurun dan atau yang berkaitan dengan seni dan budaya.

Berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 30/4/Kep/Dir tanggal 4 April 1997, usaha kecil didefinisikan sebagai usaha yang memiliki kriteria yaitu mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) yang tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah), milik warga negara Indonesia, serta berbentuk usaha perorangan, badan usaha tidak berbadan hukum atau berbadan hukum, termasuk koperasi (dalam Rachmat, 2005:14).

2.2.3 Perkembangan Industri Kecil

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha kecil dalam upaya meningkatkan keuntungan menurut tim dosen STIE YKPN (2001: 39-40) yaitu:

1. Pengalaman
2. Modal
3. Lokasi
4. Lembaga demografis konsumen
5. Strategi manajemen persediaan
6. Pesaing
7. Administrasi keuangan

Sedangkan menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan, ciri-ciri dari usaha yang berkembang adalah:

1. Adanya peningkatan setelah diberi kredit
2. Peningkatan atas produktifitas, seperti pertumbuhan tenaga kerja
3. Biasanya usaha kecil di Indonesia berorientasi pada usaha jangka pendek yaitu mendapatkan keuntungan dalam jangka singkat
4. Modal meningkat dibandingkan dengan modal sebelum memperoleh kredit

Upaya-upaya pengembangan usaha kecil berdasarkan pasal 14 UU No. 9/1995 (dalam Anoraga, 2002: 229) tentang usaha kecil, dirumuskan bahwa Pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang:

1. Produksi dan pengolahan
2. Pemasaran
3. Sumber Daya Manusia
4. Teknologi

Usaha kecil sebagai salah satu penyangga dalam kegiatan ekonomi masyarakat merupakan fenomena menarik yang perlu diikuti terus dan dibina sehingga dapat tumbuh dan berperan lebih besar dalam perekonomian Indonesia. Jumlah pengusaha demikian banyak, mereka bukan semakin berkembang tetapi semakin menurun dan mengalami kerugian dan kebangkrutan. Ada yang bertahan dalam bisnisnya, sebagian berkembang pesat tetapi tidak jarang yang hanya berjalan ditempat (Anoraga, 2002: 249).

Industri kecil di Indonesia memiliki berbagai jenis usaha. Keberadaan industri kecil di Indonesia telah memiliki peran yang penting di dalam perekonomian nasional, terutama dalam aspek peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor non migas (Anoraga, 2002: 249). Selain itu industri kecil telah terbukti tahan terhadap gejolak pasang surut perekonomian global. Namun demikian, dalam proses usahanya industri kecil di Indonesia banyak menghadapi berbagai masalah seperti dalam proses produksi dimana dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi seperti SDA, SDM, modal, teknologi dan masalah pemasaran. Pembinaan usaha kecil harus lebih diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil sebagai pengusaha menengah. Disadari pula bahwa, pengembangan usaha kecil menghadapi berbagai kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan. Lemahnya kemampuan manajerial dan sumber

daya manusia mengakibatkan pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. Seperti kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pangsa pasar, kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan, kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia, keterbatasan kerjasama antar pengusaha kecil, iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan, pembinaan yang dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil (Kuncoro, 2007: 368).

2.3 Teori Fungsi Produksi

Banyak hal yang menentukan berhasilnya perkembangan ekonomi. Faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor ekonomi dan non ekonomi. Kapasitas produksi suatu perekonomian dapat dilihat dari fungsi produksi. Fungsi produksi yaitu suatu hubungan antara input dan output. Input adalah barang-barang yang dipergunakan untuk menghasilkan barang-barang lain. Output adalah barang-barang yang dihasilkan dari kombinasi-kombinasi input tersebut. Fungsi produksi dapat dinyatakan dengan $Y = f(L, K, R, T, S)$. Dimana Y merupakan besarnya output, L merupakan besarnya/ jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk keperluan produksi, K adalah kapital yang tersedia untuk keperluan produksi, R menunjukkan banyaknya sumber-sumber riil, T menunjukkan

teknologi yang digunakan, sedangkan S karakteristik sosial budaya yang mempengaruhi.

Faktor produksi diartikan sebagai benda-benda yang disediakan oleh alam atau yang diciptakan oleh manusia yang dapat digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian dibedakan menjadi empat jenis yaitu sumber daya alam, tenaga kerja, modal dan keahlian kewirausahaan.

1. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia yang ada pada negara berkembang pada umumnya mempunyai kualitas yang rendah. Hal ini dapat dilihat dari tingkat produktivitas tenaga kerja yang ada pada negara tersebut (Suryono, 2000: 83). Menurut UU No. 13, tenaga kerja merupakan setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun kebutuhan masyarakat. Dalam pelaksanaan pembangunan nasional, tenaga kerja mempunyai peranan dan kedudukan yang sangat penting sebagai pelaku dan tujuan nasional.

2. Permodalan

Dalam menjalankan suatu usaha modal merupakan salah satu faktor yang penting dalam suatu ekonomi. Modal menurut Polak (dalam Bambang Riyanto, 1999:13) adalah kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal. Modal dalam pengertian ekonomi umumnya mencakup benda-benda seperti tanah, gedung,

mesin-mesin dan alat-alat perkakas dan barang produktif lainnya untuk suatu kegiatan usaha.

Modal dalam arti sempit adalah sejumlah nilai uang yang dipergunakan dalam membelanjai semua keperluan usaha. Modal dalam pengertian umum mencakup benda-benda seperti tanah, gedung, mesin-mesin, alat-alat perkakas dan barang produktif lainnya untuk suatu kegiatan usaha (Sriyadi, 1991: 109).

Sehubungan dengan kegiatan usaha, modal dibedakan menjadi dua yaitu (Sriyadi, 1991: 111):

- a. Modal Tetap (*fixed capital*), adalah semua benda-benda modal yang dipergunakan terus-menerus dalam jangka lama pada kegiatan produksi, seperti tanah, gedung, mesin, alat-alat perkakas, dsb
- b. Modal Bekerja (*working capital*), modal untuk mendapatkan operasi perusahaan seperti pembelian bahan dasar dan bahan habis pakai, membiayai upah dan gaji, membiayai pengiriman dan transportasi, biaya penjualan dan reklame, biaya pemeliharaan, dan sebagainya

Jenis modal menurut Bambang Riyanto (1999: 227) ada dua, yaitu:

- a. Modal Asing

Modal asing adalah modal yang berasal dari luar perusahaan yang sifatnya sementara bekerja di dalam perusahaan dan bagi

perusahaan yang bersangkutan. Modal tersebut merupakan utang yang pada saatnya harus dibayar kembali. Ada 3 macam modal asing, yaitu:

- 1) Modal asing/ utang jangka pendek yaitu modal asing yang jangka waktunya paling lama satu tahun
- 2) Modal asing/ utang jangka menengah yaitu modal asing yang jangka waktunya antara 1 tahun sampai dengan 10 tahun
- 3) Modal asing/ modal jangka panjang yaitu modal asing yang jangka waktunya lebih dari 10 tahun

b. Modal Sendiri

Modal sendiri pada dasarnya adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan yang tertanam di dalam perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya. Modal sendiri yang berasal dari modal intern adalah dalam bentuk keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Adapun modal industri yang berasal dari sumber ekstern adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan.

Sumber modal yang mungkin digali oleh industri kecil antara lain dapat digolongkan menjadi dua kelompok yaitu (Anoraga, 2002:267):

- a. Sumber-sumber ekstern dapat terdiri dari pihak lain bukan bank, bank, modal ventura

b. Sumber-sumber intern terdiri dari:

- 1) Tabungan pribadi yaitu dana tabungan pemilik
- 2) Laba yang ditahan yaitu dana yang diperoleh dari sisa laba yang tidak diambil perusahaan atau tidak dibagikan bagi koperasi

Beberapa alternatif yang dapat dilakukan usaha kecil untuk mendapatkan pembiayaan untuk modal dasar maupun untuk langkah-langkah pengembangan usahanya yaitu: melalui kredit perbankan, pinjaman lembaga keuangan bukan bank, modal ventura, pinjaman dari dana penyesihan sebagian laba BUMN, hibah dan jenis-jenis pembiayaan lainnya. Dalam Anoraga (2002: 268) modal ventura adalah suatu bentuk penyertaan modal yang bersifat sementara ke dalam perusahaan pasangan usaha (PPU) yang ingin mengembangkan usahanya, namun mengalami kesulitan dalam pendanaan.

3. Pemasaran

Menurut Ferno (1992: 11) pemasaran merupakan pandangan bisnis secara keseluruhan, sebagai usaha-usaha integrasi untuk menyamakan pembeli dan kebutuhannya serta untuk promosi, menyalurkan produk atau servis untuk mengisi kebutuhan tersebut. Tujuan fundamental dari pemasaran cukup sederhana yaitu menambah peluang bisnis.

Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial.

Dari pengaruh berbagai faktor tersebut, masing-masing individu maupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas (Rangkuti, 2009: 48). Pemasaran merupakan proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai satu sama lain (Kotler, 2000:19). Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai.

Unsur-unsur utama pemasaran dapat diklasifikasikan menjadi tiga unsur utama yaitu (Rangkuti, 2009: 49):

a. Unsur strategi persaingan

Unsur strategi persaingan dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu:

- 1) Segmentasi pasar, adalah tindakan mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli atau konsumen secara terpisah
- 2) *Targeting*, adalah suatu tindakan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki
- 3) *Positioning*, adalah penetapan posisi pasar

b. Unsur taktik pasar

Terdapat dua unsur taktik pemasaran:

- 1) *Diferensiasi*, yang berkaitan dengan cara membangun strategi pemasaran dalam berbagai aspek di perusahaan. Kegiatan membangun strategi pemasaran inilah yang membedakan *diferensiasi* yang dilakukan suatu perusahaan dengan perusahaan lain
 - 2) Bauran pemasaran, yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan mengenai produk, harga, promosi dan tempat
- c. Unsur nilai pemasaran

Nilai pemasaran dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu:

- 1) Merk atau *brand*, nilai yang berkaitan dengan nama atau nilai yang dimiliki dan melekat pada suatu perusahaan
- 2) Pelayanan atau *service*, yaitu nilai yang berkaitan dengan pemberian jasa pelayanan kepada konsumen
- 3) Proses, yaitu nilai yang berkaitan dengan prinsip perusahaan untuk membuat setiap perusahaan terlibat dan memiliki rasa tanggung jawab dalam proses memuaskan konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

4. Teknologi

Dalam arti biasa (sehari-hari) teknologi berarti suatu perubahan berarti dalam fungsi produksi yang nampak dalam teknis produksi yang ada (Irawan dan M. Suparmoko, 2002: 196). Sedangkan yang dimaksud dengan perubahan teknologi adalah (*technological change*) adalah termasuk perubahan dalam fungsi

produksi dalam suatu kegiatan tertentu yang dapat menambah hasil dengan input tertentu. Perubahan teknologi ini menyebabkan tambahan produksi dengan sumber-sumber yang sama ataupun jumlah output yang sama tetapi dengan input yang lebih sedikit, atau mungkin pula berupa barang-barang yang baru yang punya kegunaan yang lebih banyak. Teknologi dapat diklasifikasikan berdasarkan jenisnya antara lain: teknologi modern atau teknologi maju, teknologi madya atau teknologi tepat, dan teknologi tradisional atau rendah.

2.4 Penelitian Terdahulu

Mengutip skripsi dari Tutik Arifah, yang berjudul Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil industri kecil jamur tiram di Kecamatan Jambu yaitu ada sekitar 15 unit usaha industri kecil pengembang jamur tiram, yang tersebar di 4 desa yaitu Desa Gondoriyo, Desa Jambu, Desa Bedono dan Desa Genting. Kondisi sumber daya manusia (SDM) pada industri kecil jamur tiram dalam kondisi tidak baik yaitu sebesar 66,7%, kondisi permodalan sebagian besar dalam kondisi tidak baik yaitu sebesar 66,6% dan kondisi pemasaran sebagian besar dalam kondisi kurang baik yaitu sebesar 53,4%. Variabel penelitian ini adalah Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran.

Keterkaitan terhadap penelitian ini adalah permasalahan yang mendasar pada usaha kecil yaitu Sumber Daya Manusia, Permodalan dan Pemasaran. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian

sebelumnya adalah adanya variabel lain yang merupakan permasalahan juga yaitu penggunaan teknologi.

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran teoritis pada penelitian ini dapat dijelaskan pada bagan berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir Strategi Pengembangan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi penelitian

Lokasi pada penelitian ini adalah dimana terdapat industri kecil keripik yaitu di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang.

3.2 Populasi penelitian

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian (Suharsimi Arikunto,2006:130). Populasi dalam penelitian ini adalah industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang yang berjumlah 21 unit usaha. Berikut tabel populasi dalam penelitian ini.

Tabel 3.1

Daftar Unit Usaha dalam Industri Kecil Keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Nama	Nama Unit Usaha
1	Kiptiyah	Barokah
2	Varoh	Berkah Bunda
3	Winaini	Eco
4	Rosid	Vanas
5	Nuryati	Kurnia
6	Mukaromah	Manfaat
7	Nafiatun	Riski
8	Miah	Mi raos
9	Murthofiah	Makmur
10	Alfiah	Podo Seneng
11	Sofiatun	Sumber Rezeki
12	Salbiyah	Dua Saudara
13	Uchtqøc j	Selera
14	Tihamah	Faras Sehat
15	Asroh	Sumber Rejeki
16	Mwøc ocpc j	Berkah Mulia
17	Jariah	Anugrah
18	Umi Latifah	Suka Rasa

19	Khalimah	Bufat
20	Istirokhah	Noval
21	Khasanah	Sama Suka

3.3 Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah objek penelitian yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Suharsimi Arikonto,2006:118). Sementara itu menurut Sugiyono (2007:2) variabel dalam penelitian pada dasarnya adalah sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut. Variabel dalam penelitian ini adalah :

a. SDM (Tenaga Kerja)

Variabel SDM dalam penelitian ini dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Jumlah Tenaga Kerja
- 2) Alokasi Waktu (HKO)
- 3) Tingkat Pendidikan

b. Teknologi

Variabel Teknologi dalam penelitian ini dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Teknologi yang digunakan
- 2) Teknologi Tepat Guna

c. Permodalan

Variabel Permodalan dalam penelitian ini dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Nilai Modal Kerja
- 2) Sumber modal

d. Pemasaran

Variabel Pemasaran dalam penelitian ini dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Unit yang terjual (*output*)
- 2) Omset
- 3) Daerah Sasaran

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang lengkap yang selanjutnya akan digunakan untuk melakukan analisis dan pengolahan data. Dalam penelitian memerlukan beberapa metode antara lain :

a) Angket

Angket adalah pengumpulan data yang berupa daftar pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket terbuka dan tertutup. Data ini akan diambil dari pelaku usaha keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbentuk check list dimana pada setiap item soal disediakan 4 alternatif pilihan jawaban dengan skor masing-masing sebagai berikut :

- 1) Jawaban A dengan skor 4
- 2) Jawaban B dengan skor 3

- 3) Jawaban C dengan skor 2
- 4) Jawaban D dengan skor 1

b) Dokumentasi

Pengumpulan data dengan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder melalui dokumen-dokumen tertulis. Pengumpulan data seperti ini oleh sebagian peneliti diyakini integritasnya karena mengambil dari berbagai sumber yang relevan. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang dalam penelitian ini, dokumen dimaksudkan untuk melengkapi data dari wawancara dan observasi.

Adapun dokumentasi yang diperlukan dan akan dipergunakan dalam penelitian ini meliputi gambar-gambar terkait penelitian, pendapatan, realisasi strategi pengembangan yang diteliti yang diperoleh dari jurnal, laporan, buku, internet atau sumber lainnya yang terkait dengan penelitian ini.

c) Wawancara

Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (*interview*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (Suharsimi Arikonto,2006:155). Metode wawancara ini dilakukan kepada pejabat terkait di Dinas Perindustrian Disperindag dan Penanaman Modal Kabupaten Semarang dan pemilik usaha, yaitu dengan melakukan dialog untuk memperoleh informasi yang lebih jelas dan

mendalam mengenai strategi yang dilakukan untuk meningkatkan usaha kecil keripik.

3.5 Validitas dan reliabilitas penelitian

3.5.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahhan suatu instrumen (Arikunto Suharsimi,2002:144). Rumus untuk mengukur tingkat validitas intrumen, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

keterangan:

r_{xy} = Kuesioner korelasi x dan y

N = Jumlah responden

X = Jumlah skor tertentu

Y = Jumlah skor total

Selanjutnya r_{xy} yang diperoleh untuk masing-masing soal, dikonsultasikan dengan r productmoment untuk taraf signifikan 5. Jika harga r_{xy} lebih dari atau sama dengan r_{tabel} maka item angket/pertanyaan itu valid. Sebaliknya jika harga r_{xy} kurang dari r_{tabel} maka item angket/pertanyaan itu tidak valid. Untuk pengolahan data Validitas akan menggunakan program Microsoft Office Excel 2007.

Item pertanyaan diuji cobakan kepada 21 responden dengan jumlah 32 butir soal, dan hasil perhitungan validitas dan reliabilitas dinyatakan valid jika $t_{jkwpi} \times r_{tabel}$ yaitu 0,514. Berdasarkan hasil uji coba yang telah dilakukan, ternyata dari 32 item soal ada 1 yang tidak valid yaitu soal pada

variabel pemasaran nomor 10. Pertanyaan nomor 10 tetap dipakai karena antara opsi jawaban yang satu dengan lainnya yang ada pada soal tersebut sudah cukup jelas perbedaannya dan pertanyaan ini juga penting untuk mengetahui tingkat persaingan, sehingga tidak perlu dibuang. Jadi, item pertanyaan yang dijadikan instrumen penelitian berjumlah 32 butir soal. Hasil analisis uji validitas angket dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut:

Tabel 3.2
Hasil Analisis Uji Validitas Angket

Butir Pertanyaan	r hitung (koefisien validitas)	r tabel 5%	Keterangan
Butir No.1 (SDM)	0,565	0,514	Valid
Butir No.2 (SDM)	0,606	0,514	Valid
Butir No.3 (SDM)	0,578	0,514	Valid
Butir No.4 (SDM)	0,575	0,514	Valid
Butir No.5 (SDM)	0,549	0,514	Valid
Butir No.6 (SDM)	0,612	0,514	Valid
Butir No.7 (SDM)	0,605	0,514	Valid
Butir No.8 (SDM)	0,562	0,514	Valid
Butir No.9 (SDM)	0,551	0,514	Valid
Butir No.10 (SDM)	0,576	0,514	Valid
Butir No.1 (Teknologi)	0,726	0,514	Valid
Butir No.2 (Teknologi)	0,534	0,514	Valid
Butir No.3 (Teknologi)	0,612	0,514	Valid
Butir No.1 (Permodalan)	0,569	0,514	Valid
Butir No.2 (Permodalan)	0,613	0,514	Valid
Butir No.3 (Permodalan)	0,789	0,514	Valid
Butir No.4 (Permodalan)	0,571	0,514	Valid
Butir No.5 (Permodalan)	0,539	0,514	Valid
Butir No.6 (Permodalan)	0,629	0,514	Valid
Butir No.7 (Permodalan)	0,563	0,514	Valid
Butir No.8 (Permodalan)	0,556	0,514	Valid
Butir No.9 (Permodalan)	0,559	0,514	Valid
Butir No.1 (Pemasaran)	0,552	0,514	Valid
Butir No.2 (Pemasaran)	0,851	0,514	Valid
Butir No.3 (Pemasaran)	0,629	0,514	Valid
Butir No.4 (Pemasaran)	0,851	0,514	Valid
Butir No.5 (Pemasaran)	0,851	0,514	Valid
Butir No.6 (Pemasaran)	0,816	0,514	Valid

Butir No.7 (Pemasaran)	0,630	0,514	Valid
Butir No.8 (Pemasaran)	0,564	0,514	Valid
Butir No.9 (Pemasaran)	0,579	0,514	Valid
Butir No.10 (Pemasaran)	0,380	0,514	Tidak Valid

3.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto,2002:154). Rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat realibilitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$R_{11} = \left[\frac{K}{K-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

R11 = Reabilitas instrument

K = Banyaknya butiran pertanyaan atau banyaknya soal

σb^2 = variabel butir

σ_t^2 = variabel total

Berdasarkan rumus diatas maka hasil perhitungan realibilitas angket dapat diperoleh r11 sebesar 0,942. Hasil perhitungan rhitung sebesar 0,942 dengan n = 21 ternyata lebih besar dari rtabel sebesar 0,514, maka dapat disimpulkan bahwa angket penelitian reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif Persentase

Metode ini digunakan untuk menjawab permasalahan mengenai profil dan kondisi SDM, teknologi, pemasaran dan modal pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang.

Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\% = \frac{n}{N} \times 100\%$$

keterangan:

% = Tingkat keberhasilan yang dicapai

n = Nilai yang diperoleh (skor hasil)

N = Jumlah seluruh skor/nilai (skor ideal)

(Ali,1998:124)

Langkah-langkah menggunakan rumus deskriptif persentase adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung skor maksimum dengan cara mengalikan jumlah responden dengan skor maksimum
- b. Menghitung skor minimum dengan cara mengalikan jumlah responden dengan skor minimum
- c. Menghitung persentase maksimum dengan cara jumlah skor maksimum dibagi jumlah skor maksimum dikalikan 100%
- d. Menghitung persentase minimum dengan cara jumlah skor minimum dibagi dengan jumlah skor maksimum dikalikan 100%
- e. Rentang persentase

f. Interval kelas persentase

Tabel 3.3. Kategori Deskriptif Persentase Responden

Persentase	Kategori
: 3.48 ' "Ö"322 '	Sangat tinggi
84.73 ' "Ö":3.47 '	Tinggi
65.98 ' "Ö"84.72 '	Cukup tinggi
47.22 ' "Ö"65.97 '	Rendah

Sumber : Arikunto Suharsimi (2002:246)

3.6.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki industri. Analisis SWOT adalah suatu alat manajemen untuk mengevaluasi internal dan eksternal organisasi sehingga dapat memberikan informasi mengenai isu-isu penting bagi organisasi/ dinas. Analisis SWOT dimulai dengan identifikasi aspek positif, yaitu *strength* (kekuatan) dan aspek negatif, yaitu *weakness* (kelemahan) dari internal organisasi. Sedangkan dari eksternal organisasi dilakukan identifikasi *opportunities* (peluang) dan *threat* (ancaman).

Berikut ini langkah- langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sektor industri kecil keripik:

a) Identifikasi faktor- faktor internal dan eksternal

Identifikasi faktor- faktor internal dan eksternal ini diperoleh dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis. Selanjutnya informasi yang diperoleh diklasifikasikan. Hal ini dilihat pada format tabel berikut ini:

Tabel 3.4
Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Faktor- faktor strategi internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Peluang			
Ancaman			

Sumber : Freddy Rangkuti, 2006 hal 24-25

Keterangan:

Pemberian bobot masing- masing skala mulai 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting) berdasarkan pengaruhnya. Semua bobot tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,00. Pemberian rating untuk masing- masing faktor- faktor dengan skala mulai dari empat sampai dengan satu berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi sektor industri kecil keripik. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang yang bersifat positif semakin besar diberi rating 4 tetapi bila kecil diberi rating 1. Pemberian nilai rating kelemahan dan ancaman yang bersifat negatif semakin besar diberi rating 1 tetapi bila kecil diberi rating 4.

b) Matrik Internal Eksternal

		Total Skor Faktor Strategi Internal			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4.0	3.0	2.0	1.0
Total skor faktor strategi Eksternal	Tinggi	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan	
	Menengah	IV Stabilitas	V Pertumbuhan		VI Penciutan
			Stabilitas		
Rendah	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi		
		3.0	2.0	1.0	

Gambar 3.1 Gambar Internal-Eksternal Matrik

Keterangan :

- I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal
- II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal
- III : Strategi turn around
- IV : Strategi stabilitas
- V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal atau stabilitas
(tidak ada perubahan dalam pendapatan).
- VI : Strategi divestasi

- VII : Strategi diversifikasi
- VIII : Strategi diversifikasi konsentrik
- IX : Strategi likuiditas (tidak berkembang)

Sumber : Freddy Rangkuti (2006:25)

Setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan pemberdayaan industri kecil keripik, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan informasi tersebut kedalam rumusan strategi.

Alat yang dipakai untuk menyusun strategi adalah matrik SWOT. Matrik ini menggambarkan secara jelas bagian peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan 4 sel kemungkinan alternative strategi sebagai berikut:

Tabel 3.5 Matrik Analisis SWOT

Internal Eksternal	S <i>Strength</i> (kekuatan)	W <i>Weakness</i> (kelemahan)
O <i>Opportunities</i> (peluang)	Strategi S-O Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi W-O Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
T <i>Threats</i> (ancaman)	Strategi S-T Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi W-T Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber : Freddy Rangkuti (2006: 31)

Keterangan :

Strengths (S) : Kekuatan, yaitu faktor- faktor kekuatan yang dimiliki

oleh perusahaan termasuk satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran.

Weakness (W) : Kelemahan, yaitu keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

Opportunity (O) : Peluang, yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

Threats (T) : Ancaman, faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis.

(Siagian, 2005:172).

1. *Strategi SO*

Apabila didalam kajian terlihat peluang- peluang yang tersedia ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut dianggap memiliki keunggulan komparatif. Dua elemen eksternal dan internal yang baik ini tidak boleh dilepaskan begitu saja, tetapi akan menjadi isu utama pemberdayaan meskipun demikian proses pengkajiannya tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan. Kodisi lingkungan yang terdapat di sekitarnya untuk digunakan sebagai usaha dalam mempertahankan keunggulan komparatif tersebut.

(Strategi SO : menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang).

2. *Strategi ST*

Kotak ini merupakan kajian yang mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi sebuah peluang bagi pemberdayaan selanjutnya.

(Strategi ST : menggunakan kekuatan untuk mengusir hambatan).

3. *Strategi WO*

Kotak ini merupakan kajian yang menuntut adanya kepastian dari berbagai peluang dan kekurangan yang ada. Peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan sector untuk mengungkapnya. Pertumbuhan harus dilakukan dengan hati-hati untuk memilih dan untuk menerima peluang tersebut, khususnya dikaitkan dengan potensi kawasan.

(Strategi WO : menggunakan peluang untuk menghindari kelemahan).

4. *Strategi WT*

Merupakan tempat untuk menggali berbagai kelemahan yang akan dihadapi oleh sector dalam perkembangannya. Hal ini dapat dilihat dari pertemuan antara ancaman dan tantangan dari luar dengan kelemahan yang terdapat didalam kawasan. Strategi yang harus ditempuh adalah mengambil keputusan untuk mengendalikan kerugian yang akan dialami dengan sedikit membenahi sumberdaya internal yang ada.

(Strategi WT : meminimalkan kelemahan dan mengusir hambatan).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Semarang

a. Keadaan Geografi

1) Letak Geografi

Kabupaten Semarang sebagai salah satu kabupaten di Propinsi Jawa Tengah. Kabupaten Semarang terletak pada koordinat bujur dan lintang tersebut membatasi wilayah seluas 95.020,674Ha

Batas-batas administrasi Kabupaten Semarang adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kota Semarang dan Kabupaten Demak
- Sebelah Selatan : Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Magelang
- Sebelah Timur : Kabupaten Boyolali dan Kabupaten Grobogan
- Sebelah Barat : Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Kendal.
- Di tengah-tengah : Terdapat Kota Salatiga.

b. Pemerintahan

1) Wilayah Administrasi

Kabupaten Semarang dengan luas wilayah 950,21 Km², terbagi dalam 17 kecamatan dan 235 desa/kelurahan. Kecamatan terluas adalah kecamatan Pringapus dengan luas 78,35 Km², sedangkan kecamatan terkecil adalah kecamatan Ambarawa dengan luas 28,22 Km².

c. Kependudukan

1) Penduduk

Jumlah penduduk kabupaten Semarang pada tahun 2010 tercatat sebanyak 913.022 jiwa. Terdapat peningkatan sebanyak 6.910 atau sebesar 0,76 persen dibandingkan dengan tahun 2009. Dari sejumlah penduduk tersebut, jumlah penduduk laki-lakinya ada sebanyak 453.350 jiwa. Sementara penduduk perempuan kabupaten Semarang adalah sebanyak 459.722.

Seiring dengan peningkatan jumlah penduduk pada tahun 2010, kepadatan penduduk di kabupaten Semarang juga mengalami peningkatan. Jika pada tahun 2009 kepadatan penduduk kabupaten Semarang sebesar 954 jiwa di setiap Km² nya, maka pada tahun 2010 kepadatan penduduknya adalah 961 jiwa di setiap Km².

Kecamatan yang memiliki kepadatan penduduk tinggi adalah kecamatan Ambarawa dengan kepadatan 2.000 jiwa per Km². Sedangkan kecamatan yang tingkat kepadatannya paling rendah adalah kecamatan Bancak yaitu 513 jiwa per Km².

2) Ketenagakerjaan

Selain sebagai obyek pembangunan, penduduk juga merupakan subyek dari pembangunan itu sendiri. Diperhatikan dari sudut pandang penduduk sebagai subyek pembangunan, jumlah serta komposisi tenaga kerja dari waktu ke waktu terus mengalami perubahan. Hal ini sejalan dengan terus berlangsungnya proses demografi.

Data dari Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi menunjukkan bahwa terdapat lonjakan pencari kerja yang cukup signifikan. Jika pada tahun 2010 terdapat 13.244 pencari kerja dari segala tingkat pendidikan, maka pada tahun 2008 pencari kerja yang tercatat di Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi adalah sebanyak 14.680 orang. Komposisi pencari kerja yang terdaftar berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut 9.327 wanita dan 5.443 laki - laki.

3) Mata Pencaharian

Walaupun berdasarkan PDRB sektor industri menyumbang PDRB terbesar di kabupaten Semarang. Ternyata hasil registrasi masih menunjukkan bahwa sebagian besar mata pencaharian utama penduduk adalah sebagai petani, baik petani penggarap maupun petani pemilik lahan.

d. Pendidikan

Faktor utama penentu keberhasilan pembangunan nasional adalah tingkat pendidikan masyarakat. Semakin baik pendidikan yang dienyam oleh penduduk suatu daerah, semakin cepat pembangunan daerahnya menampakkan hasil. Oleh karena itu terlepas dari posisi penduduk, baik sebagai obyek maupun sebagai subyek, dalam pembangunan nasional pendidikan harus memperoleh perhatian dengan porsi yang memadai. Salah satunya adalah ketersediaan sarana pendidikan yang tersedia di daerah tersebut.

Pada sektor pendidikan ini mengalami peningkatan baik di SD maupun SLTP. Perkembangan tersebut antara lain berupa meningkatnya

jumlah sarana dan prasarana baik negeri maupun swasta. Sarana guru sebagai tenaga pendidik pun mengalami peningkatan.

e. Industri

Kondisi perekonomian global yang tidak menentu ternyata sangat berpengaruh terhadap pelaku-pelaku usaha di Indonesia pada umumnya dan di kabupaten Semarang pada khususnya. Data dari perhitungan PDRB kabupaten Semarang menunjukkan bahwa sektor industri tetap merupakan sektor penyumbang PDRB terbesar di Kabupaten Semarang. Ini utamanya karena banyaknya industri besar dan sedang yang berlokasi di wilayah Kabupaten Semarang. Namun menurut data Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Penanaman Modal Kabupaten Semarang menunjukkan banyak sekali industri kecil formal di Kabupaten Semarang yang tidak meneruskan usahanya, baik berhenti sementara maupun berhenti seterusnya.

4.1.2 Profil Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang

Industri kecil keripik di dusun kabupaten Semarang hanya ada di dusun Karangbolo desa Lerep. Di dusun Karangbolo terdapat sebanyak 21 unit industri. Dalam Penelitian ini yang diungkap dari profil usaha industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang ialah:

1. Tahun Berdiri

Tahun berdiri industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang antara tahun 1990-2007. Sampai saat ini terdapat 21 unit.

2. Modal Awal Pengusaha

Modal awal yang di gunakan oleh para pemilik industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang berkisar antara Rp 1.000.000 ó Rp 3.000.000 dengan perincian sebagai berikut. Sebanyak 15 unit industri menggunakan modal awal usaha sebesar Rp 1.000.000. Untuk modal awal sebesar Rp 2.000.000 ada sebanyak 5 unit industri. Dan untuk modal awal sebesar Rp 3.000.000 sebanyak 1 unit industri.

3. Jenis kelamin Pengusaha

Jenis kelamin pengusaha pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang lebih banyak pengusaha perempuan yaitu sebanyak 19 orang, sedangkan untuk pengusaha laki-laki sebanyak 2 orang.

4. Umur Pengusaha

Usia para pengusaha pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang sangat beragam antara usia 33 tahun - 55 tahun. Usia antara 33 tahun ó 39 tahun ada 8 orang. Usia antara 40 tahun - 49 tahun sebanyak 10 orang dan usia antara 50 tahun ó 55 tahun sebanyak 3 orang.

5. Tingkat Pendidikan

Pengusaha pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang yang tamat SD sebanyak 2 orang, sedangkan tamatan SLTP sebanyak 4 orang dan sisanya sebanyak 15 orang adalah lulusan SLTA. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin tinggi pula pengetahuan serta pengalaman yang dimiliki, sehingga pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan.

6. Status Kepemilikan Usaha

Status kepemilikan usaha pada industri kecil keripik di desa dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang yaitu sebesar 18 unit usaha merupakan usaha milik sendiri, sedangkan sebanyak 3 unit usaha merupakan usaha milik keluarga. Pada usaha milik keluarga tersebut merupakan usaha yang dimiliki oleh keluarga atau secara bersama-sama dalam pengolahannya.

7. Jenis Produk

Jenis produk industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang ada berbagai macam, mulai dari aneka tumpi, rempeyek dan keripik tempe.

8. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran yang di maksud dalam hal ini adalah daerah dimana hasil jenis produk keripik dijual kepada konsumen. Daerah pemasaran produk keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang mulai dari lokal, luar kabupaten, luar provinsi. Walaupun

demikian kendala dalam hal pemasaran masih menjadi hambatan dalam perkembangan usaha yaitu barang mudah rusak.

4.1.3 Kondisi SDM, Teknologi, Permodalan dan Pemasaran Pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang

4.1.3.1 Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja)

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa kondisi SDM pada industri kecil keripik di desa Lerep Kabupaten Semarang sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Jawaban Pada Variabel SDM

Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase
81,26 ó 100	Sangat baik	1	4,7%
62,51 - 81,25	Baik	6	28,5%
43,76 - 62,50	Buruk	9	42,8%
25,00 - 43,75	Sangat Buruk	5	23,8%
Jumlah		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, sebanyak 42,8% responden menyatakan bahwa kondisi SDM dalam industri kecil keripik dalam kategori buruk, kemudian sebanyak 28,5% responden menyatakan kondisi SDM baik, sebanyak 23,8% responden menyatakan kondisi SDM sangat buruk, sedangkan yang menyatakan bahwa kondisi SDM pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang sangat baik hanya sebanyak 4,7%. Hal tersebut perlu mendapat perhatian besar baik dari pengusaha sendiri maupun pemerintah agar keberlangsungan kegiatan dan perkembangan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep

kabupaten Semarang bisa berjalan dengan baik dan lancar. Kondisi SDM di industri keripik juga dapat dilihat dari :

1. Penggunaan Tenaga Kerja

Tabel 4.2
Penggunaan Tenaga Kerja pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Penggunaan tenaga kerja	Jumlah	Persentase
1	>7 orang	0	0%
2	6-7 orang	4	19,1%
3	4-5 orang	9	42,8%
4	2-3 orang	8	38,1%
tal		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Dalam penggunaan tenaga kerja pengusaha harus memperhatikan berapa banyak jumlah tenaga kerja yang dibutuhkan. Hal ini berkaitan dengan besarnya biaya produksi dan pendapatan pengusaha. Dari tabel 4.2 diketahui bahwa jumlah tenaga kerja yang banyak digunakan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang adalah 465 orang tenaga kerja yaitu sejumlah 9 industri, untuk penggunaan antara 667 tenaga kerja ada 4 industri yang menggunakannya. Jumlah tenaga kerja antara 2-3 orang ada 8 industri yang menggunakannya.

2. Pendidikan Tenaga Kerja

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa rata-rata tingkatan pendidikan tenaga kerja pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang sebagai berikut :

Tabel 4.3
Pendidikan Tenaga Kerja pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Pendidikan tenaga kerja	Jumlah	Persentase
1	Universitas	0	0%
2	SLTA	38	39,2%
3	SLTP	19	19,6%
4	SD	40	41,2%
total		97	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Dari tabel 4.3 diketahui bahwa pada tahun 2013 jumlah tenaga kerja pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang ada sebanyak 97 orang. Rata-rata pendidikan tenaga kerja pada industri kecil keripik yaitu sebesar 39,2% berpendidikan SLTA, sebesar 19,6% berpendidikan SLTP, sebesar 41,2% berpendidikan SD. Tingkat pendidikan ikut mempengaruhi kualitas tenaga kerja.

3. Jam Kerja

Tabel 4.4
Jam Kerja pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Jam kerja	Jumlah	Persentase
1	>9 jam	4	19,1%
2	8-9 jam	6	28,5%
3	5-7 jam	11	52,4%
4	Tidak terikat jam	0	0%
total		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa jam kerja paling banyak adalah antara 5-7 jam yaitu sebanyak 11 industri, sedangkan yang menggunakan jam kerja antara 8-9 jam sebanyak 6 industri dan untuk jam kerja diatas 9 jam sebanyak 4 industri.

4. Hari Kerja

Tabel 4.5
Hari Kerja pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbobo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Hari kerja	Jumlah	Persentase
1	7 Hari	0	0%
2	6 Hari	11	52,4%
3	5 Hari	0	0%
4	Tidak Menentu	10	47,6%
tal		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa hari kerja paling banyak adalah 6 hari dalam 1 minggu yaitu sebanyak 11 industri dan yang tidak menentu hari kerjanya sebanyak 10 industri. Ketidak menentuan hari kerja ini disebabkan tenaga kerja ini hanya bersifat honorer jadi akan dipekerjakan hanya tiap ada orderan yang banyak saja.

5. Pelatihan Untuk Tenaga Kerja

Pelatihan kerja untuk tenaga kerja diberikan agar tenaga kerja memiliki kemampuan yang lebih baik sehingga diharapkan dapat meningkatkan produktivitasnya. Pelatihan biasanya di adakan oleh pemilik usaha sendiri maupun oleh Disperindag kabupaten Semarang dengan mengundang pengusaha keripik yang sudah berpengalaman selanjutnya

pengusaha tersebut memberikan pelatihan kepada tenaga kerjanya dengan harapan tenaga kerjanya dapat lebih produktif dan efisien. Bentuk pelatihannya antara lain: inovasi produk serta kreativitas, pemakaian alat tepat guna dan peningkatan mutu dan kualitas produk melalui pembungkusan dan tampilan produk.

4.1.3.2 Teknologi

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa kondisi teknologi pada industri kecil keripik di desa Lerep kabupaten Semarang sebagai berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi Jawaban Pada Variabel Teknologi

Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase
81,26 - 100	Sangat baik	0	0%
62,51 - 81,25	Baik	8	38%
43,76 - 62,50	Buruk	4	19.1%
25,00 - 43,75	Sangat Buruk	9	42.8%
Jumlah		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diterangkan bahwa sebanyak 42,8% responden menyatakan bahwa kondisi teknologi dalam industri kecil keripik dalam kategori sangat buruk, kemudian sebanyak 19,1% responden menyatakan kondisi teknologi buruk, sebanyak 38% responden menyatakan kondisi teknologi baik.

Hal ini menunjukkan bahwa keadaan teknologi pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang masih rendah atau sangat buruk karena alat tepat guna yang dimiliki oleh para pengusaha masih minim. Kondisi teknologi di industri keripik juga dapat dilihat:

1. Lama Produksi

Tabel 4.7
Lama Produksi pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Lama Produksi	Jumlah	Persentase
1	>4 jam	12	57,2%
2	3 jam	9	42,8%
3	2 jam	0	0%
4	1 jam	0	0%
tal		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Lama produksi yang dimaksud yaitu waktu yang dibutuhkan dari proses awal sampai menjadi barang siap jual. Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diterangkan bahwa lama produksi usaha keripik berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh banyak sedikitnya dan jenis produk yang diproduksi. Dari keterangan responden dapat diketahui bahwa mereka yang membutuhkan waktu 3 jam ada sebanyak 9 unit usaha, yang membutuhkan waktu lebih dari 4 jam ada sebanyak 12 unit usaha.

2. Jenis Mesin/Teknologi

Tabel 4.8
Jenis Teknologi pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Hari kerja	Jumlah	Persentase
1	Modern	0	0%
2	Tepat Guna	4	19,1%
3	Tradisional	17	80,9%
4	Tidak ada alat	0	0%
tal		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Alat yang dimaksud disini yaitu merupakan alat yang digunakan dalam memproduksi. Dari tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa jenis teknologi yang digunakan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang masih menggunakan alat tradisional yaitu sebanyak 17 unit usaha dan sisanya sebanyak 4 unit usaha sudah menggunakan alat tepat guna.

3. Jumlah Mesin/Alat

Tabel 4.9
Jumlah Mesin pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Jumlah Mesin	Jumlah	Persentase
1	>4 unit	0	0%
2	3 unit	19	90,5%
3	2 unit	2	9,5%
4	1 unit	0	0%
tal		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jumlah mesin/ alat sejumlah 3 unit sebanyak 19 unit usaha, yang memiliki mesin/alat sejumlah 2 unit sebanyak 2 unit usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepemilikan alat dalam industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang masih minim terutama alat tepat guna. Penggunaan alat tepat guna dapat mempercepat atau meningkatkan produktivitas dalam proses produksi.

Alat tepat guna yang digunakan dalam industri kecil antara lain: spiner (penyaring minyak), mesin press (pembungkus). Sedangkan masih banyak yang menggunakan alat tradisional dalam proses produksi seperti masih memakai kompor tungku dalam memasak, memakai pemanas tradisional (lilin) dalam proses pembungkusan.

4.1.3.3 Permodalan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa kondisi Permodalan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang sebagai berikut:

Tabel 4.10
Deskripsi Jawaban Pada Variabel Permodalan

Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase
81,26 - 100	Sangat baik	2	9,5%
62,51 - 81,25	Baik	8	38,1%
43,76 - 62,50	Buruk	11	52,4%
25,00 - 43,75	Sangat Buruk	0	0%
Jumlah		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat diterangkan bahwa kondisi permodalan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang berdasarkan jawaban responden dengan kriteria keadaan permodalan sangat baik sejumlah 2 orang, keadaan permodalan baik sejumlah 8 orang, keadaan permodalan buruk sebanyak 11 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata keadaan permodalan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang masih kurang. Kondisi permodalan ini dapat dilihat dari:

1. Nilai Investasi

Tabel 4.11
 Nilai Investasi pada Industri Kecil Keripik
 di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Nilai Investasi	Jumlah	Persentase
1	>20 juta	3	14,3%
2	16-20 juta	5	23,8%
3	11-15 juta	10	47,6%
4	5-10 juta	3	14,3%
tal		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Yang dimaksud nilai investasi disini yaitu jumlah modal dan keseluruhan kekayaan yang dimiliki pada usaha keripik kecuali tanah dan rumah. Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa nilai investasi pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang senilai >20 juta sebanyak 3 unit usaha, nilai investasi antara 16-20 juta sebanyak 5 unit usaha, nilai investasi antara 11-15 juta ada sebanyak 10 unit usaha, sedangkan nilai investasi antara 5-10 juta ada sebanyak 3 unit usaha. Hal ini sesuai dengan kriteria industri kecil dengan nilai investasi antara 5 juta - 200 juta.

2. Biaya Pembelian Bahan Baku

Tabel 4.12
Pembelian bahan baku pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Pembelian bahan baku tiap Bulan	Jumlah	Persentase
1	>6 juta	7	33,3%
2	5-6 juta	4	19,1%
3	3-4 juta	6	28,5%
4	1-2 juta	4	19,1%
total		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa biaya pembelian bahan baku tiap bulan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang senilai >6 juta sebanyak 7 unit usaha, pembelian bahan baku antara 5-6 juta sebanyak 4 unit usaha, pembelian bahan baku sejumlah antara 3-4 juta sebanyak 6 unit usaha, sedangkan pembelian bahan baku antara 1-2 juta ada sebanyak 4 unit usaha.

3. Biaya Upah Tenaga Kerja

Tabel 4.13
Biaya Upah pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Upah	Jumlah	Persentase
1	>700.000	6	28,5%
2	610-700.000	8	38,2%
3	510.000-600.000	7	33,3%
4	<500.000	0	0%
total		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa biaya upah tenaga kerja tiap bulan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang lebih dari 700.000 sebanyak 6 unit usaha, upah antara 610.000-700.000 sebanyak 8 unit usaha, upah antara 510.000-600.000 sebanyak 7 unit usaha.

4. Sumber Modal

Tabel 4.14
Sumber modal pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Sumber Modal	Jumlah	Persentase
1	Sendiri	12	51,2%
2	Sendiri dan pinjaman keluarga	6	28,5%
3	Sendiri dan pinjaman dari bank	3	14,3%
4	Pinjaman bank	0	0%
total		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Modal yang digunakan pengusaha dalam menjalankan usahanya bisa berasal dari modal pribadi, modal pinjaman Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa sumber modal pengusaha pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang yang berasal dari modal sendiri sebanyak 12 unit usaha, modal dari sendiri dan juga pinjaman dari keluarga sebanyak 6 unit usaha, modal sendiri dan juga pinjaman dari bank sebanyak 3 unit usaha. Hal tersebut akan mempengaruhi pengeluaran yang dikeluarkan oleh pengusaha karena jika pengusaha menggunakan modal berasal dari pinjaman bank maka harus membayar bunga pinjamannya.

Adapun sumber modal yang berasal dari bank/ non perbankan yaitu dari BRI, Bank Mandiri, koperasi.

5. Bantuan Modal

Tabel 4.15
Bantuan modal pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Bantuan Modal	Jumlah	Persentase
1	Ada	19	90,5%
2	Tidak ada	2	9,5%
tal		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Bantuan modal diberikan oleh pemerintah atau dinas terkait agar pengusaha memiliki kemampuan menjalankan usaha dengan baik sehingga diharapkan dapat meningkatkan perkembangan usahanya. Dari tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang sebanyak 19 unit usaha mengatakan ada bantuan permodalan dan sebanyak 2 unit usaha mengatakan tidak ada bantuan permodalan. Adapun responden yang mengatakan ada bantuan permodalan dibagi 3 macam yaitu ada bantuan permodalan dalam bentuk cuma-cuma sebanyak 6 unit usaha, dalam bentuk bunga ringan sebanyak 9 unit usaha sedangkan yang mengatakan dalam bentuk jangka waktu pengembalian lama sebanyak 4 responden unit usaha.

4.1.3.4 Pemasaran

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa kondisi Pemasaran pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang sebagai berikut:

Tabel 4.16
Deskripsi Jawaban Pada Variabel Pemasaran

Interval	Kriteria	Frekuensi	Persentase
81,26 ó 100	Sangat baik	6	28,5%
62,51 - 81,25	Baik	4	19,1%
43,76 - 62,50	Buruk	9	42,9%
25,00 - 43,75	Sangat Buruk	2	9,5%
Jumlah		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat diketahui bahwa kondisi pemasaran sebesar 42,9% pengusaha menyatakan dalam kondisi buruk. Sisanya sebesar 28,5% menyatakan sangat baik, 19,1% menyatakan baik dan 9,5% menyatakan sangat buruk. Kondisi pemasaran sebagian besar pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang dalam kategori kurang baik, hal ini disebabkan masih banyak masalah-masalah dalam pemasaran seperti belum punya tempat/kios yang tetap sehingga penjualan belum maksimal serta keterbatasan dalam pengantaran. Kondisi pemasaran dapat dilihat dari:

1. Omset Usaha

Tabel 4.17
Omset pada Industri Kecil Keripik
di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

No	Omset	Jumlah	Persentase
1	>20 juta	5	23,9%
2	16-20 juta	1	4,7%
3	11-15 juta	9	42,9%
4	<10 juta	6	28,5%
tal		21	100%

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat diketahui bahwa omset perbulan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang yaitu industri dengan omset perbulan >20 juta sebanyak 5 unit usaha, industri dengan omset perbulan 16-20 juta sebanyak 1 unit usaha, industri dengan omset 11-15 juta perbulan sebanyak 9 unit usaha, sedangkan industri dengan omset perbulan <10 juta sebanyak 6 unit usaha. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar omset perbulan antara 11-15 juta.

2. Harga Jual Produk

Harga produk yang dihasilkan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang dijual pada tingkat harga rata-rata sama. Dalam industri kecil keripik produk yang dijual antara lain aneka tumpi, rempeyek, keripik bayam. Harga barang tersebut dibagi dengan rincian $\frac{1}{4}$ kg seharga Rp.7.500, $\frac{1}{2}$ kg seharga Rp 15.000 dan 1 kg seharga Rp.30.000.

4.1.4 Analisis SWOT untuk menentukan Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di dusu Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang

4.1.4.1 Aspek Internal

Tabel 4.18 Faktor-Faktor Strategi Internal

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN:			
1. Tingkat upah untuk tenaga kerja murah.	0,25	4	1,00
2. Modal awal pendirian usaha termasuk ringan	0,10	2	0,20
3. Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi	0,15	3	0,45
4. Ketersediaan bahan baku yang mudah	0,05	1	0,05
5. Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana	0,05	1	0,05
KELEMAHAN:			
1. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja.	0,25	1	0,25
2. Modal usaha yang dimiliki terbatas.	0,10	2	0,20
3. Belum punya daerah pemasaran yang tetap, terbatasnya informasi pasar dan sering tidak bisa memenuhi pesanan pembeli.	0,05	3	0,15
	1		2,35

Pada tabel 4.18, skor tertinggi untuk faktor kekuatan dengan 1,00 yaitu tingkat upah tenaga kerja yang murah. Sedangkan untuk tingkat upah tenaga kerja yang murah yaitu upah untuk tenaga kerja masih tergolong murah yaitu sebesar Rp.610.000 ó Rp.700.000.

Untuk kekuatan yang lain dengan skor 0,45 yaitu banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi. Hal ini disebabkan dalam proses produksi sesuai dengan pesanan yang ada jadi barang tidak menumpuk yang akan menyebabkan barang menjadi rusak.

Pada faktor kelemahan skor tertinggi adalah 0,25 yaitu rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja dan belum punya tempat usaha sendiri/kios. Kualitas SDM masih rendah baik untuk para pelaku usaha maupun tenaga kerjanya. Hal ini terlihat dari masih belum adanya sistem administrasi dalam bentuk pembukuan dan masih tercampurnya uang usaha dengan uang pribadi. Serta dalam pengemasan masih sederhana tanpa mementingkan tampilan dan bentuk. Dalam tenaga kerja, pembinaan masih dilakukan oleh pelaku usaha sendiri dan hanya dalam hal-hal yang sederhana saja yang menyangkut proses produksi seperti pengemasan produk.

4.1.4.2 Aspek Eksternal

Tabel 4.19 Faktor-Faktor Strategi Eksternal

Faktor-faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
PELUANG:			
1. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak.	0,10	2	0,20
2. Tingkat permintaan produk tinggi.	0,15	3	0,75
3. Produk merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah	0,30	4	1,20

ANCAMAN:			
1. Tidak stabilnya harga bahan baku	0,10	2	0,20
2. Adanya pesaing dari luar desa.	0,30	1	0,30
3. Muncul banyak keripik dengan inovasi baru.	0,05	3	0,15
	1		2,80

Pada tabel 4.19 skor tertinggi untuk faktor peluang adalah produk merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah dengan skor 1,20. Hal ini sesuai karena di daerah Lerep Kabupaten Semarang terkenal sebagai sentra produksi aneka makanan kecil seperti tumpi, rempeyek, keripik tempe dan keripik bayam.

Pada faktor ancaman skor tertinggi adalah 0,30 yaitu adanya pesaing dari luar desa. Banyak para pembuat keripik dari luar daerah yang menjual harga lebih murah sehingga akan mempengaruhi dalam pemasaran produk

4.1.4.3 Internal – Eksternal Matrik

Dari total skor yang diperoleh, yaitu faktor strategis Internal 2,35 dan faktor strategis eksternal 2,80 menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan V seperti ditunjukkan pada gambar 4.1 Internal-Eksternal Matriks (Rangkuty, 2006:25), dalam kasus ini berarti strategi pemecahan masalah harus melalui integrasi horizontal.

		Total Skor Faktor Strategi Internal		
		Kuat 4.0	Rata-rata 3.0	Lemah 2.0
Total skor Faktor Strategis Eksternal	Tinggi 3.0	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan
	Menengah 2.0	IV Stabilitas	V Pertumbuhan Stabilitas	VI Penciutan
	Rendah 1.0	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuidasi

Gambar 4.1 Internal ó Eksternal Matriks

Keterangan :

I : Strategi konsentrasi melalui integrasi vertikal

II : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal

III : Strategi turnaround

IV : Strategi stabilitas

V : Strategi konsentrasi melalui integrasi horisontal atau stabilitas (tidak ada perubahan dalam pendapatan).

VI : Strategi divestasi

VII : Strategi diversifikasi

VIII : Strategi diversifikasi konsentrik

IX : Strategi likuiditas (tidak berkembang)

Dalam matrik diatas, skor yang diperoleh dari faktor strategis Internal 2,35 dan faktor strategis eksternal 2,80 menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan V. Sehingga strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan oleh ancaman-ancaman seperti barang mudah rusak, keterbatasan dalam pengiriman dan belum ada kios. Hal yang dapat dilakukan yaitu lebih memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal. Peningkatan teknologi tepat guna dan pengembangan kerja sama antar industri.

4.1.4.4 Analisis Matriks SWOT

Tabel 4.20 Analisis Matriks SWOT

IFAS	STRENGHT (S)	WEAKNESSES (W)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat upah untuk tenaga kerja murah. 2. Modal awal pendirian usaha termasuk ringan 3. Banyaknya unit barang yang terjual sama dengan jumlah barang yang diproduksi 4. Ketersediaan bahan baku yang mudah 5. Peralatan produksi bisa menggunakan alat yang masih sederhana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rendahnya kualitas SDM baik untuk pelaku usaha maupun tenaga kerja. 2. Modal usaha yang dimiliki terbatas. 3. Belum punya daerah pemasaran yang tetap, terbatasnya informasi pasar dan sering tidak bisa memenuhi pesanan pembeli
OPPORTUNITY (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di wilayah sekitar banyak. 2. Tingkat permintaan produk tinggi. 3. Produk merupakan salah satu makanan tradisional dan ciri khas daerah 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemanfaatan tenaga kerja dari wilayah sekitar untuk meningkatkan produksi 2. Pengoptimalan pengelolaan usaha dengan menambah modal sehingga barang yang dihasilkan lebih maksimal. 3. Lebih memperkenalkan lagi bahwa desa Lerep sebagai sentra makanan kecil khususnya tumpi dan keripik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan manajemen kepada pemilik usaha yang dilakukan secara berkelanjutan agar usaha berkembang. 2. Perhatian pemerintah maupun lembaga lain dalam hal pemberian bantuan alat produksi (teknologi tepat guna) agar produktivitas meningkat. 3. Mengembangkan wadah kerja sama antar pengusaha yang sudah ada agar bisa memenuhi pesanan pasar dan mengetahui informasi pasar. 4. Bantuan dalam bentuk perkuatan modal untuk meningkatkan hasil produksi.
TREATH (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak stabilnya harga bahan baku. 2. Adanya pesaing dari luar desa. 3. Muncul banyak keripik dengan inovasi baru. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kegiatan promosi produk agar industri keripik dikenal masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas. 2. Mempertahankan ciri khas cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk agar tetap mampu bersaing dengan produk lain. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan inovasi dalam pengemasan produk, penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik yang tinggi. 2. Mengadakan kerja sama dengan pedagang lain di luar wilayah agar proses pendistribusian lebih luas.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Profil Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang

Industri kecil Keripik di Desa Lerep mempunyai 21 unit usaha. Usaha tersebut berdiri mulai tahun 1990 sebanyak 2 unit saja. Dan mulai meningkat sampai tahun 2007. Modal awal dalam mendirikan usaha kecil keripik sangat beragam mulai Rp 1.000.000 ó Rp.3.000.000. Tetapi rata-rata para pengusaha mengawali usahanya dengan modal Rp.1000.000 yaitu sebanyak 15 orang. Sebagian pengusaha adalah perempuan yaitu sebanyak 19 orang. Hal ini dapat di maklumi karena usaha keripik ini identik dengan perempuan dalam proses produksinya yaitu memasak dan sebagian pengusaha menjadikan usahanya sebagai penambah keuangan keluarga. Umur pengusaha antara 33 tahun sampai 55 tahun dengan rata-rata pendidikan adalah lulusan SLTA.

Status usaha kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang adalah milik pribadi. Jenis-jenis produk yang dihasilkan industri kecil keripik mulai dari tumpi (kacang hijau, kacang tanah,ebi/rebon), rempeyek, keripik tempe, keripik bayam. Daerah pemasaran industri kecil keripik di desa Lerep mulai dari lokal kabupaten Semarang sendiri seperti Ungaran, Bawen, Ambarawa. Luar kabupaten Semarang seperti kota Semarang, Salatiga, Solo, Kendal. Bahkan sampai luar provinsi seperti Jogjakarta, Jawa Barat, Jakarta dan luar pulau seperti Sumatra dan Kalimantan.

4.2.2 Kondisi SDM, Teknologi, Permodalan dan Pemasaran pada Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang

SDM merupakan faktor terpenting dalam suatu keberlangsungan usaha. Karena dengan SDM yang baik akan bisa mengatur serta mengendalikan sumber-sumber daya lain yang ada dengan baik pula. Berdasarkan tabel 4.3 sebanyak 42,8% responden menyatakan bahwa kondisi SDM industri kecil keripik dalam kategori kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa masalah SDM pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang membutuhkan perhatian yang serius.

Kondisi yang menggambarkan bahwa keadaan SDM pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang tidak baik yaitu keterbatasan tenaga terampil pada industri ini, hal ini bisa disebabkan oleh pendidikan para tenaga kerja. Pendidikan tenaga kerja industri keripik rata-rata lulusan SD yaitu sebesar 41,2%. Dimana pendidikan dapat meningkatkan mutu suatu tenaga kerja yang akan berakibat pada keberlangsungan usaha, karena sebesar apapun permintaan produk bila tidak ada tenaga kerja yang bisa membuat produk yang diminta tersebut maka tidak mungkin permintaan tersebut dapat terpenuhi. Hal ini menjadi sebab bahwa pengusaha sering tidak bisa memenuhi pesanan pembeli dalam jumlah yang banyak sehingga kepercayaan serta kepuasan pembeli

Penggunaan tenaga kerja pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang mayoritas sejumlah 5 orang. Ada pula yang menggunakan tenaga kerja antara 6-7 orang. Hal ini sesuai dengan penggolongan industri menurut penggunaan jumlah tenaga kerja (Azahary; 1986:257) yang menyebutkan bahwa penggunaan tenaga kerja pada industri kecil adalah antara 5-19 orang. Adapun dalam industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang, dalam seminggu bekerja selama 6 hari dan tidak menentu. Ketidaktentuan ini karena banyak tenaga kerja yang berangkat sesuai banyak sedikitnya pesanan yang ada. Sedangkan lamanya kerja dalam 1 hari antara 5-7 jam.

Kondisi teknologi pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang dapat diketahui bahwa sebagian besar kondisi teknologi yang ada tidak baik dengan tingkat persentase 42,8% (Tabel 4.6). Hal ini disebabkan alat yang digunakan kebanyakan masih bersifat tradisional seperti tungku kompor dalam proses menggoreng, penggunaan lilin dalam proses pembungkusan. Penggunaan alat tradisional seperti tungku kompor juga memiliki kegunaan yaitu hasil tumpi lebih renyah dan penggunaan bahan bakar seperti kayu lebih murah daripada menggunakan gas yang tentu saja dapat mengurangi ongkos produksi. Walaupun ada juga yang sudah memakai alat tepat guna seperti kompor gas, alat press dan alat spiner tapi itu hanya sebagian kecil saja.

Selain SDM dan teknologi, modal juga merupakan faktor penting dalam suatu usaha, berdasarkan hasil penelitian dan analisis data diketahui

bahwa kondisi permodalan pada industri industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang sebagian besar dalam kriteria kurang baik sebesar 52,4% (tabel 4.8). Hal ini menunjukkan bahwa kondisi permodalan dalam industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang masih rendah. Walaupun modal bukan faktor satu-satunya dalam menunjang perkembangan usaha tetapi dengan adanya modal yang memadai akan lebih memperlancar dalam proses produksi dan keberlangsungan usaha sehingga usaha akan berjalan lancar.

Modal yang diperoleh pengusaha industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang dari modal sendiri. Keputusan pengusaha untuk menggunakan modal pribadi di karenakan pengusaha kecil pada industri kecil keripik memang mengalami kesulitan dalam memperoleh pinjaman modal dari luar selain itu modal yang dipinjamkan dalam jumlah sedikit. Dari hasil penelitian diketahui bahwa bantuan modal yang diberikan pada industri kecil keripik dibedakan menjadi 3 macam, yaitu bantuan modal dengan cuma-cuma, bantuan modal dengan bunga yang sangat rendah, dan bantuan modal dengan jangka pengembalian yang lama. Biasanya pengusaha yang mendapatkan bantuan ialah pengusaha yang masih baru membuka usahanya dan aktif berhubungan dengan dinas terkait. Bentuk bantuan modal antara lain pemberian hibah uang, pinjaman uang dengan bunga yang rendah dan jangka waktu pengembalian lama, peralatan proses produksi seperti press, spiner dan lain-lain.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai investasi pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang antara Rp 5.000.000 sampai dengan Rp.20.000.000. Sebagian besar memiliki investasi Rp.11.000.000-Rp.15.000.000. Hal ini disebabkan pemilik industri bermacam-macam keadaan, dalam arti masih ada yang baru merintis, ada pula yang sudah lama. Hal ini sesuai dengan kriteria yang digunakan oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan berdasarkan tingkat investasi yang dimiliki yang dimiliki oleh industri kecil yaitu sebesar 5 juta s/d 200 juta.

Kondisi lain yang dapat dilihat berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yaitu bahwa pemasaran yang ada pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang sebagian besar dalam kategori baik sebesar 42,9% (tabel 4.10). Pemasaran merupakan faktor penting dalam perkembangan usaha, karena sebaik apapun SDM, SDA dan teknologi yang ada, dan sebesar apapun modal yang ada apabila pemasaran tidak berjalan, maka mustahil usaha akan mengalami perkembangan yang baik

Daerah pemasaran industri kecil keripik di desa Lerep mulai dari lokal kabupaten Semarang sendiri seperti Ungaran, Bawen, Ambarawa. Luar kabupaten Semarang seperti kota Semarang, Salatiga, Solo, Kendal. Bahkan sampai luar provinsi seperti Jogjakarta, Jawa Barat, Jakarta dan luar pulau seperti Sumatra dan Kalimantan.

Kendala dalam pemasaran yang dihadapi oleh para pengusaha yaitu belum memiliki tempat/kios yang tetap dalam menjual produknya sehingga penjualan belum maksimal serta keterbatasan dalam pengantaran ditambah barang yang mudah rusak. Metode yang diterapkan dalam pemasaran pada industri kecil industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang masih bersifat sederhana yaitu dengan cara menunggu calon pembeli datang ke lokasi usaha. Oleh sebab itu proses produksi menunggu adanya pesanan. Sebagian besar yang membeli adalah para pedagang kecil yang akan menjual barang tersebut kembali dengan harga yang lebih mahal dan menggunakan merk mereka sendiri.

4.2.3 Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang

Dalam sebuah penyusunan perencanaan harus dilakukan suatu analisis, dalam hal ini analisis yang dilakukan berupa analisis SWOT. Analisis ini dilihat dari *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman). Kekuatan dalam hal ini adalah kekuatan yang dimiliki oleh pengusaha pada industri kecil industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang sehingga bisa dimanfaatkan oleh pengusaha tersebut, kelemahan dalam hal ini adalah kelemahan pengusaha sehingga harus diminimalisir dan dihindari oleh pengusaha keripik, peluang dalam hal ini adalah peluang yang berasal dari faktor eksternal atau dari luar perusahaan sehingga bisa dimaksimalkan oleh

pengusaha, sedangkan ancaman dalam hal ini yaitu ancaman yang berasal dari luar sehingga bisa diantisipasi oleh pengusaha.

Berdasarkan analisis matrik eksternal internal, strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang adalah dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit yang di sebabkan oleh hambatan seperti barang mudah rusak, keterbatasan dalam pengiriman dan belum ada kios. Hal yang dapat dilakukan yaitu lebih memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal. Peningkatan teknologi tepat guna dan pengembangan kerja sama antar industri

Berdasarkan analisis matrik SWOT, maka dapat diajukan beberapa strategi pemberdayaan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang, yaitu:

a. Strategi SO

1. Pemanfaatan tenaga kerja dari wilayah sekitar untuk meningkatkan produksi
2. Pengoptimalan pengelolaan usaha dengan menambah modal sehingga barang yang dihasilkan lebih maksimal
3. Lebih memperkenalkan lagi bahwa desa Lerep sebagai sentra makanan kecil khususnya tumpi dan keripik.

b. Strategi WO

1. Pelatihan manajemen kepada pemilik usaha yang dilakukan oleh pemerintah daerah secara berkelanjutan agar usaha berkembang.
2. Perhatian pemerintah maupun lembaga lain dalam hal pemberian bantuan alat produksi (teknologi tepat guna) agar produktivitas meningkat.
3. Mengembangkan wadah kerja sama antar pengusaha yang sudah ada agar bisa memenuhi pesanan pasar dan mengetahui informasi pasar.
4. Bantuan pemerintah dalam bentuk perkuatan modal untuk meningkatkan hasil produksi.

c. Strategi ST

1. Meningkatkan kegiatan promosi produk agar industri keripik dikenal masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas
2. Mempertahankan ciri khas cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk agar tetap mampu bersaing dengan produk lain.

d. Strategi WT

1. Menciptakan inovasi dalam pengemasan produk, penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik yang tinggi.
2. Mengadakan kerja sama dengan pedagang lain di luar wilayah agar proses pendistribusian lebih luas

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan profil industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang ada sekitar 21 unit usaha. Usaha tersebut berdiri mulai tahun 1990. Jenis-jenis produk yang di hasilkan industri kecil keripik mulai dari tumpi (kacang hijau, kacang tanah,ebi/rebon), rempeyek, keripik tempe, keripik bayam. Daerah pemasaran industri kecil keripik di desa Lerep mulai dari lokal kabupaten Semarang sampai luar Provinsi
2. Secara keseluruhan berdasarkan hasil penelitian dan analisis data deskriptif persentase, dapat diterangkan bahwa Kondisi SDM pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang dalam kondisi buruk. Kondisi teknologi dalam kondisi sangat buruk. Kondisi permodalan dalam kondisi buruk. Kondisi pemasaran dalam kondisi kurang baik
3. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang adalah dengan memperluas pasar sehingga barang lebih terkenal dan peningkatan teknologi tepat guna.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti kemukakan adalah sebagai berikut :

1. Dengan terlebih dahulu memperbaiki SDM, kemudian teknologi tanpa mengesampingkan pemasaran dan permodalan pada industri kecil keripik di dusun Karangbolo desa Lerep kabupaten Semarang. Karena pada dasarnya antara SDM, Teknologi, Pemasaran dan Permodalan merupakan faktor-faktor penting dalam suatu keberlangsungan usaha.
2. Para pengusaha lebih meningkatkan kegiatan promosi produk agar industri keripik dikenal masyarakat secara umum dan menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat bersaing dengan industri sejenis dari daerah lain. Mempertahankan ciri khas cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk dengan cara menciptakan inovasi dalam pengemasan produk, penambahan jenis produk agar memiliki daya tarik yang tinggi agar tetap mampu bersaing dengan produk lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji dan Djoko Sudantoko,. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Arifah, Tutik. 2011 Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang. *Skripsi*. Semarang: UNNES.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Brooks, Ferno. 1992. *Strategi Bisnis*. Semarang : Dahara Prize
- BPS. 2010. PDRB Kabupaten Semarang tahun 2010.
- Disperindag & PM Kabupaten Semarang. 2008. *Kebijakan Keterkaitan Industri Hulu Hilir. Ungaran*.
- Irawan dan Suparmoko. M. 2002. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Philip, Kottler. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Klaten: PT. Indeks Gramedia.
- Porter, Michael. E dan Maulana, Agus. 2008. 2008. *Strategi Bersaing (Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing)*. Jakarta : Erlangga.
- Rangkuty, Fredy. 2009. *Analysis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Riyanto, Bambang. 1999. *Dasar - dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta : BPFY.
- Rochmat, Budi. 2005. *Modal Ventura, Cara Mudah Meningkatkan Usaha Kecil & Menengah*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Sandy, I Made. 1985. *Republik Indonesia Geografi Regional*. Jakarta: Debdikbud.
- Sriyadi. 1991. *Bisnis Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern*. Semarang: IKIP PRESS.
- Sugiyono.2005.*Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukirno, Sadono. 2002. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Suryana. 2000. *Ekonomi Pembangunan (Problematika dan Pendekatan)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Swastaha, Basu. 2000. *Pengantar Bisnis Modern (Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern)*. Yogyakarta : Libert.
- Tambunan, Tulus.T.H. 1999. *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tim Dosen YKPN. 2001. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Tim Penyusun Undang-Undang RI Nomor 32 Tahun 2004. *Tentang Pemerintah Daerah*. Jakarta
- Tim Penyusun Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2004. *Tentang Perimbangan Keuangan Antara Pusat dan*. Jakarta

LAMPIRAN

INSTRUMEN PENELITIAN

Nomor Responden :

Tanggal Pengisian :

I. IDENTITAS RESPONDEN DAN PROFIL USAHA

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. Nama Pemilik | ◁ í í í í í í í í í í í í í í í 0 |
| 2. Jenis Kelamin | : í í í í í í í í í í í í í í í 0 |
| 3. Umur | : í í í í í í í í í í í í í í í í 0 |
| 4. Alamat | : í í í í í í í í í í í í í í í í í 0 |
| 5. Pendidikan Terakhir | ◁ í í í í í í í 000000000000000000000000 |
| 6. Jumlah Anggota Keluarga | ◁ í í í í í í í 000000000000000000000000 |
| 7. Nama Usaha | ◁ í í í í í í í 000000000000000000000000 |
| 8. Tahun Berdiri | ◁ í í í í í í í 000000000000000000000000 |
| 9. Lama jadi pengusaha | ◁ í í í í í í í 000000000000000000000000 |
| 10. Status Kepemilikan Usaha | ◁ í í í í í í í 000000000000000000000000 |
| 11. Jenis Produk | : í í í í í í í í í í í í í í í í |

II. DAFTAR PERTANYAAN

A. Variabel Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja)

1. Berapa jumlah tenaga kerja yang ada pada usaha anda?
 - a. > 7 orang,yaitu.....
 - b. 6 - 7 orang
 - c. 4 - 5 orang
 - d. 2 - 3 orang
2. Bagaimana tingkat ketersediaan jumlah angkatan kerja yang ada di daerah anda?
 - a. Sangat banyak
 - b. Banyak
 - c. Cukup banyak
 - d. Tidak banyak
3. Bagaimana dalam mendapatkan kebutuhan tenaga kerja?
 - a. Sangat mudah
 - b. Mudah
 - c. Cukup mudah
 - d. Tidak mudah
4. Darimana tenaga kerja yang ada pada usaha anda berasal?
 - a. Dari keluarga sendiri
 - b. Dari masyarakat sekitar desa
 - c. Dari masyarakat luar desa/ luar Kecamatan
 - d. Dari masyarakat luar Kabupaten
5. Apa lulusan tenaga kerja yang ada pada usaha anda?
 - a. Universitas,..... orang
 - b. SMA,.....orang
 - c. SMP,.....orang
 - d. SD,orang
6. Berapa hari kerja karyawan dalam 1 minggu?
 - a. 7 hari
 - b. 6 hari
 - c. 5 hari
 - d. Tidak menentu

7. Berapa jam kerja dalam 1 hari?
 - a. > 9 jam
 - b. 8 - 9 jam
 - c. 6 - 7 jam
 - d. Tidak terikat jam kerja.
8. Apakah ada pelatihan keterampilan yang diberikan kepada tenaga kerja saudara untuk meningkatkan kualitas kerja? Jika ada diberikan oleh siapa?
 - a. Ada, Diberikan oleh pemilik usaha
 - b. Ada, Diberikan oleh Pemerintah Kabupaten Semarang
 - c. Ada, Pihak swasta
 - d. Tidak ada pelatihan
9. Selama ini apakah anda selalu mengikuti pelatihan/pembinaan yang dilakukan pemerintah/ pihak swasta?
 - a. Selalu
 - b. Sering
 - c. Jarang
 - d. Tidak pernah
10. Apakah dengan mengikuti pelatihan/ pembinaan berpengaruh terhadap kualitas SDM (keterampilan dll)?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Kurang berpengaruh
 - d. Tidak berpengaruh

B. Variabel Teknologi

1. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dari proses awal sampai produk siap jual?
 - a. > 4 jam
 - b. 3 jam
 - c. 2 jam
 - d. 1 jam
2. Bagaiman alat/ mesin yang anda gunakan dalam proses produksi pada usaha anda?
 - a. Mesin/ alat teknologi modern, yaitu.....
 - b. Mesin/ alat teknologi tepat guna, yaitu.....
 - c. Mesin/ alat teknologi tradisional, yaitu.....
 - d. Tidak ada alat/ mesin yang digunakan.
3. Berapa unit jumlah mesin/ alat yang anda gunakan dalam proses usaha anda?
 - a. > 4 unit
 - b. 3 unit
 - c. 2 unit
 - d. 1 unit

C. Variabel Permodalan

1. Berapa jumlah modal awal pada waktu mendirikan usaha yang Bpk/ Ibu keluarkan?
 - a. > 4 juta
 - b. 3 juta
 - c. 2 juta
 - d. 1 juta
2. Berapa nilai investasi pada usaha anda saat ini?
 - a. > Rp. 20 juta
 - b. Antara Rp 16 juta - Rp 20 juta
 - c. Antara Rp 11 juta - Rp 15 juta
 - d. Antara Rp 5 juta - Rp 10 juta
3. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk membayar karyawan per bulan?
 - a. > Rp 700.000
 - b. Rp 610.000 - Rp 700.000
 - c. Rp 510.000 - Rp 600.000
 - d. < Rp 500.000
4. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku per bulan?
 - a. > 6 juta
 - b. 5 juta - 6 juta
 - c. 3 juta - 4 juta
 - d. 1 juta ó 2 juta
5. Berapa biaya yang dikeluarkan untuk biaya operasional (listrik, air, telepon, transportasi dll) per bulan?
 - a. > Rp 250.000
 - b. Rp 210.000 ó Rp 250.000
 - c. Rp 150.000 ó Rp 200.000
 - d. < Rp 100.000
6. Dari mana sumber modal yang bapak/ Ibu peroleh?
 - a. Modal sendiri
 - b. Modal sendiri dan pinjaman keluarga

- c. Modal sendiri dan pinjaman dari Bank, yaitu Bank
 - d. Pinjaman dari Bank
7. Selama ini apakah ada bantuan pemerintah dalam hal permodalan?
 - a. Ada, dalam bentuk Cuma- Cuma
 - b. Ada, dalam bentuk bunga ringan
 - c. Ada, dalam bentuk jangka pengembalian lama
 - d. Tidak ada
 8. Apakah saudara melakukan pembukuan keuangan menyangkut modal, biaya produksi dan penjualan?
 - a. Melakukan pembukuan setiap minggu
 - b. Melakukan pembukuan setiap bulan
 - c. Melakukan pembukuan setiap tahun
 - d. Tidak pernah melakukan pembukuan
 9. Bagaimana sistem administrasi keuangan usaha anda?
 - a. Memisahkan semua uang milik pribadi dengan uang usaha
 - b. Masih ada sebagian yang tercampur antara uang pribadi dengan uang usaha
 - c. Mencampurkan semua uang pribadi dengan uang usaha
 - d. Tidak ada administrasi keuangan

D. Variabel Pemasaran

1. Bagaimana dalam mendapatkan bahan baku?
 - a. Sangat mudah
 - b. Mudah
 - c. Cukup mudah
 - d. Tidak mudah
2. Berapa Jumlah hasil produksi keripik tiap bulan?
 - a. >600 kg
 - b. 450 - 600 kg
 - c. 300 - 450 kg
 - d. < 300 kg
3. Ada berapa macam jenis olahan keripik yang dipasarkan di perusahaan anda?
 - a. > 5 jenis
 - b. 5 jenis
 - c. 4 jenis
 - d. 3 jenis
4. Berapa unit barang yang terjual (output) dari produk keripik per bulan?
 - a. > 600 kg
 - b. 450 ó 600 kg
 - c. 300 ó 450 kg
 - d. < 300 kg
5. Berapa omset perbulan dari usaha anda?
 - a. > 20 juta, yaitu.....
 - b. 16 juta ó 20 juta
 - c. 10 juta ó 15 juta
 - d. <10 juta
6. Daerah pemasaran produk keripik?
 - a. Lokal, luar kabupaten, luar provinsi, luar negeri
 - b. Lokal, luar kabupaten, luar provinsi
 - c. Lokal, luar kabupaten
 - d. Lokal (kabupaten Semarang)

7. Upaya apa yang dilakukan saudara untuk menarik pembeli (promosi/ iklan)?
 - a. Ikut dalam pameran
 - b. Membuat pamflet, poster, media lainnya
 - c. Secara lisan
 - d. Tidak pernah melakukan promosi
8. Apakah dengan promosi/ iklan berpengaruh dalam meningkatkan penjualan?
 - a. Sangat berpengaruh
 - b. Berpengaruh
 - c. Kurang berpengaruh
 - d. Tidak berpengaruh
9. Adakah kendala yang sangat berarti dalam pemasaran produk keripik?
 - a. Tidak ada kendala, karena.....
 - b. Sedikit ada kendala, karena.....
 - c. Ada kendala, karena.....
 - d. Sangat ada kendala, karena.....
10. Bagaimana tingkat persaingan dalam industri keripik?
 - a. Sangat banyak pesaing
 - b. Banyak pesaing
 - c. Cukup pesaing
 - d. Tidak ada pesaing

HASIL ANALISIS DATA

I. Identitas Responden

No	Nama Pemilik	Jenis Kelamin	Umur	Alamat	Pddkn Terakhir	Jmlh anggota keluarga	Nama Usaha	Th Berdiri	Lama jadi pengusaha	Status kepemilikan usaha	Jenis Produk	Daerah Pemasaran
1.	Kiptiyah	Pere mpuan	40 tahun	Karang bolo, RT.02/ RT.07	SD	6 orang	Barokah	1995	17 tahun	Sendiri	Tumpi, kripik bayem	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
2.	Varoh	Pere mpuan	39 tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTA	4 orang	Berkah Bunda	1999	13 tahun	Sendiri	Tumpi, Kripik	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
3.	Winaini	Pere mpuan	46 tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTA	6 orang	Eco	2000	12 tahun	Sendiri	Rempeyek, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
4.	Rosid	Laki-laki	48 tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SMP	6 orang	Vanas	2000	12 tahun	Sendiri	Tumpi, Kripik	Lokal, Luar Kabupaten
5.	Nuryati	Pere mpuan	33 tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTA	3 orang	Kurnia	2006	6 tahun	Sendiri	Kripik, Rempeyek, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
6.	Mukaromah	Pere mpuan	33 tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTA	4 orang	Manfaat	2006	6 tahun	Sendiri	Tumpi, Kripik	Lokal (Kab. Semarang)
7.	Nafiatun	Pere mpuan	38 tahun	Karang bolo, RT.02/ RT.07	SLTA	4 orang	Riski	2007	5 tahun	Sendiri	Kripik, tumpi	Lokal (Kab. Semarang)
8.	Miah	Pere mpuan	48 tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTA	5 orang	Mi raos	1998	14 tahun	Sendiri	Kripik, tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
9.	Murthofiah	Pere mpuan	37 tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTA	5 orang	Makmur	2000	12 tahun	Keluarga	Kripik, tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
10	Alfiah	Pere mpuan	42 tahun	Karang bolo, RT.02/ RT.07	SLTA	4 orang	Podo Seneng	2000	12 tahun	Sendiri	Kripik, Rempeyek, Tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
11.	Sofiatun	Pere mpuan	50	Ds. Karang	SLTP	6 orang	Sumber	1990	22 tahun	Sendiri	Rempeyek,	Lokal (Kab.

			tahun	bolo, Lerep, Ungaran Barat			Rezeki				Tumpi, Kripik	Semarang)
12.	Salbiyah	Pere mpuan	37 tahun	Karang bolo, RT.02/RW.07	SLTA	5 orang	Dua Saudara	2000	12 tahun	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
13.	Uchtqøcj	Pere mpuan	48 tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTP	5 orang	Selera	1994	18 tahun	Sendiri	Tumpi, Rempeyek bayam	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
14.	Tihamah	Pere mpuan	55 tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SD	6 orang	Faras Sehat	2004	8 tahun	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal (Kab. Semarang)
15.	Asroh	Laki-laki	54 tahun	Karang bolo, RT.02/RW.07	SLTP	4 Orang	Sumber Rejeki	1992	20 Tahun	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
16.	Mwøc ocpcj	Pere mpuan	46 Tahun	Karang bolo, RT.01/RW.07	SLTA	4 Orang	Berkah Mulia	2002	10 Tahun	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
17.	Jariah	Pere mpuan	43 Tahun	Karang bolo, RT.02/RW.07	SLTA	4 Orang	Anugrah	1996	16 Tahun	Keluarga	Tumpi, Rempeyek bayam	Lokal (Kab. Semarang)
18.	Umi Latifah	Pere mpuan	43 Tahun	Karang bolo, RT.02/RW.07	SLTA	3 orang	Suka Rasa	1990	22 Tahun	Keluarga	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal (Kab. Semarang)
19.	Khalimah	Pere mpuan	37 Tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTA	4 orang	Bufat	2000	12 Tahun	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
20	Istirokhah	Pere mpuan	42 Tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTA	4 orang	Noval	1995	17 tahun	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
21.	Khasanah	Pere mpuan	35 Tahun	Ds. Karang bolo, Lerep, Ungaran Barat	SLTA	5 Orang	Sama Suka	2005	7 Tahun	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi

ANALISIS HASIL UJI COBA INSTRUMEN

No	SDM										TEKNOLOGI			PERMODAL				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	1	2	3	4	5
1	3	3	2	4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	2	4	4	3	2
2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
3	2	3	2	4	3	3	4	4	2	4	4	2	2	2	2	3	3	1
4	3	3	2	4	1	1	2	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2
5	2	2	2	3	2	1	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2
6	1	2	2	3	1	1	2	1	1	2	3	2	2	1	1	2	1	1
7	1	2	2	3	2	1	2	1	1	1	3	2	2	1	1	2	1	1
8	2	2	2	3	1	1	2	4	2	3	3	2	2	1	2	2	2	1
9	2	2	2	3	1	1	2	4	2	3	3	2	2	2	3	3	3	1
10	1	3	3	4	2	1	2	4	2	3	4	2	2	1	2	3	4	2
11	2	3	2	3	1	1	4	4	1	3	3	2	2	1	1	2	4	1
12	2	3	2	3	1	1	3	1	2	1	3	2	2	1	2	3	4	2
13	1	3	3	4	3	3	3	4	2	1	4	2	2	1	2	4	4	2
14	1	3	3	3	1	1	2	1	1	2	3	2	2	1	3	2	1	1
15	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	2	2	1	2	4	4	1
16	2	3	3	3	1	3	3	1	2	4	4	3	2	1	3	4	4	1
17	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	1	3	4	1	2
18	1	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	2	2	1	2	3	2	1
19	1	2	2	3	3	3	2	4	1	2	4	2	2	1	4	2	2	1
20	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	2	1	3	3	4	1
21	1	2	2	4	3	3	2	3	2	3	4	2	2	1	2	3	2	1
ΣX	38	54	50	72	42	43	56	64	42	59	75	46	44	28	50	62	56	30
ΣX^2	80	146	126	252	100	109	162	226	94	185	273	104	94	44	136	196	176	50
ΣXY	3182	4438	4110	5852	3519	3644	4636	5347	3486	4904	6115	3749	3578	2349	4182	5169	4700	2504
r_{xy}	0.575	0.610	0.577	0.577	0.540	0.602	0.601	0.555	0.545	0.573	0.714	0.540	0.612	0.573	0.601	0.791	0.578	0.530
r_{tabel}	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514
Kriteria	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid
cb^2	0.56	0.36	0.35	0.26	0.80	1.05	0.63	1.55	0.50	0.96	0.26	0.16	0.09	0.33	0.85	0.65	1.33	0.36

				PEMASARAN										Y	Y ²
6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	107	11449
4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	115	13225
4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	3	4	92	8464
3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	4	80	6400
3	3	2	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	77	5929
3	2	1	1	3	1	1	1	1	1	2	3	2	3	54	2916
2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	3	4	52	2704
2	3	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	66	4356
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	85	7225
4	4	3	2	2	2	2	2	2	3	4	4	3	4	86	7396
2	3	1	3	2	1	1	1	1	1	3	3	1	3	66	4356
4	3	1	1	3	2	2	2	2	2	1	1	2	3	67	4489
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	102	10404
4	2	1	4	3	1	1	1	1	1	2	2	2	4	62	3844
4	2	1	4	4	4	4	4	4	3	1	1	4	3	96	9216
4	3	1	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	94	8836
4	4	1	3	3	1	1	1	1	1	2	2	4	3	77	5929
3	3	1	4	2	1	1	1	1	1	2	2	2	3	68	4624
4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	76	5776
4	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	84	7056
3	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	72	5184
72	61	35	58	62	47	47	47	47	43	55	58	60	75	1678	139778
258	195	73	186	190	131	131	131	131	101	167	182	186	273		
5908	5046	2955	4846	5067	4090	4090	4090	4090	3662	4621	4832	4961	6056		
0.615	0.539	0.548	0.552	0.567	0.872	0.872	0.872	0.872	0.832	0.626	0.560	0.579	0.369	k =	32
0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	0.514	$\Sigma \sigma_b^2 =$	23.90
Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Tidak	$\sigma^2 =$	284.89
0.56	0.89	0.73	1.29	0.35	1.29	1.29	1.29	1.29	0.65	1.15	1.09	0.73	0.26	$n_1 =$	0.946

PERHITUNGAN VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Kriteria

Butir angket Valid jika $r_{xy} > r_{tabel}$

Perhitungan :

berikut ini perhitungan validitas angket pada butir nomor 1.

No.	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	3	107	9	11449	321
2	3	115	9	13225	345
3	2	92	4	8464	184
4	3	80	9	6400	240
5	2	77	4	5929	154
6	1	54	1	2916	54
7	1	52	1	2704	52
8	2	66	4	4356	132
9	2	85	4	7225	170
10	1	86	1	7396	86
11	2	66	4	4356	132
12	2	67	4	4489	134
13	1	102	1	10404	102
14	1	62	1	3844	62
15	3	96	9	9216	288
16	2	94	4	8836	188
17	2	77	4	5929	154
18	1	68	1	4624	68
19	1	76	1	5776	76
20	2	84	4	7056	168
21	1	72	1	5184	72
Σ	38	1678	80	139778	3182

Dengan menggunakan rumus tersebut diperoleh :

$$r_{xy} = \frac{[21 \times 3182] - [38 \times 1678]}{\sqrt{\{[21 \times 80] - [38^2]\} \{[21 \times 139778] - 1678^2\}}}$$

$$r_{xy} = 0.575464$$

Pada $\alpha = 5\%$ dengan $N = 21$ diperoleh $r_{tabel} = 0,514$

karena $r_{xy} > r_{tabel}$, maka angket No. 1 tersebut Valid.

PERHITUNGAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

Rumus :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Kriteria

Apabila $r_{11} > r_{\text{tabel}}$, maka angket tersebut reliabel

Perhitungan

1. Varians total

$$\sigma_t^2 = \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N}$$

$$\begin{aligned} \sigma_t^2 &= \frac{139708 - \frac{(1680)^2}{21}}{21} \\ &= 284.890 \end{aligned}$$

2. Varians Butir

$$\sigma_{b1}^2 = \frac{80 - \frac{[38]^2}{21}}{21} = 0.562$$

$$\sigma_{b2}^2 = \frac{146 - \frac{[54]^2}{21}}{21} = 0.357$$

$$\sigma_{b3}^2 = \frac{273 - \frac{75^2}{21}}{21} = 0.257$$

$$\sum \sigma_b^2 = 23.90$$

3. Koefisien reliabilitas

$$r_{11} = \left(\frac{32}{32-1} \right) \left(1 - \frac{23.90}{284.890} \right)$$

$$r_{11} = 0.946$$

Pada $\alpha = 5\%$ dengan $N = 21$ diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0.514$

Karena $r_{11} > r_{\text{tabel}}$ maka dapat disimpulkan bahwa angket tersebut reliabel

**Profil Industri Kecil Keripik
di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang**

No	Nama Usaha	Th Berdiri	Modal awal	Jenis Kelamin	Umur	Pddkn Terakhir	Status kepemilikan usaha	Jenis Produk	Daerah Pemasaran
1.	Barokah	1995	2 juta	Perempuan	40 tahun	SD	Sendiri	Tumpi, kripik bayem	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
2.	Berkah Bunda	1999	3 juta	Perempuan	39 tahun	SLTA	Sendiri	Tumpi, Kripik	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
3.	Eco	2000	2 juta	Perempuan	46 tahun	SLTA	Sendiri	Rempeyek, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
4.	Vanas	2000	2 juta	Laki-laki	48 tahun	SMP	Sendiri	Tumpi, Kripik	Lokal, Luar Kabupaten
5.	Kurnia	2006	2 juta	Perempuan	33 tahun	SLTA	Sendiri	Kripik, Rempeyek, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
6.	Manfaat	2006	1 juta	Perempuan	33 tahun	SLTA	Sendiri	Tumpi, Kripik	Lokal (Kab. Semarang)
7.	Riski	2007	1 juta	Perempuan	38 tahun	SLTA	Sendiri	Kripik, tumpi	Lokal (Kab. Semarang)
8.	Mi raos	1998	1 juta	Perempuan	48 tahun	SLTA	Sendiri	Kripik, tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
9.	Makmur	2000	2 juta	Perempuan	37 tahun	SLTA	Keluarga	Kripik, tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
10.	Podo Seneng	2000	1 juta	Perempuan	42 tahun	SLTA	Sendiri	Kripik, Rempeyek, Tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
11.	Sumber Rezeki	1990	1 juta	Perempuan	50 tahun	SLTP	Sendiri	Rempeyek, Tumpi, Kripik	Lokal (Kab. Semarang)
12.	Dua Saudara	2000	1 juta	Perempuan	37 tahun	SLTA	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
13.	Selera	1994	1 juta	Perempuan	48 tahun	SLTP	Sendiri	Tumpi, Rempeyek bayam	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
14.	Faras Sehat	2004	1 juta	Perempuan	55 tahun	SD	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal (Kab. Semarang)
15.	Sumber Rejeki	1992	1 juta	Laki-laki	54 tahun	SLTP	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
16.	Berkah Mulia	2002	1 juta	Perempuan	46 Tahun	SLTA	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi
18.	Suka Rasa	1990	1 juta	Perempuan	43 Tahun	SLTA	Keluarga	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal (Kab. Semarang)
19.	Bufat	2000	1 juta	Perempuan	37 Tahun	SLTA	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
20.	Noval	1995	1 juta	Perempuan	42 Tahun	SLTA	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kabupaten
21.	Sama Suka	2005	1 juta	Perempuan	35 Tahun	SLTA	Sendiri	Kripik Tempe, Tumpi	Lokal, Luar Kab. Dan Luar Propinsi

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2013)

FOTO DOKUMENTASI PENELITIAN



Papan petunjuk



Proses penggorengan dengan alat tradisional



Proses penggorengan dengan alat modern



proses pengeemasan produk



proses pengambilan data



contoh produk



contoh produk

contoh produk