



**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL GULA
AREN DI KECAMATAN LIMBANGAN KABUPATEN
KENDAL**

SKRIPSI
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Universitas Negeri Semarang

Oleh :
Siti Maemonah
NIM. 7450408077

JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2015

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing untuk diajukan ke sidang Panitia Ujian Skripsi pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 11 September 2015

Pembimbing I



Dyah Maya Nihayah, S.E., M.Si.
NIP. 197705022008122001

Pembimbing II

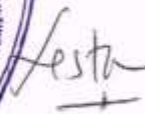


Lesta Karolina Br Sebayang, S.E., M.Si.
NIP. 198007172008012016

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan




Lesta Karolina Br Sebayang, S.E., M.Si.
NIP. 198007172008012016

PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Ujian Skripsi Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 16 September 2015

Penguji I



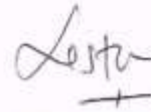
Dedy Aji Suseno, S.E., M.Si.
NIP.197612032003121004

Penguji II



Dyah Maya Nihayah, S.E., M.Si.
NIP.197705022008122001

Penguji III



Lesta Karolina Br Sebayang, S.E., M.Si.
NIP.19800717200812016

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dita Sebayang, M.M.
NIP.195601031983121001

PERNYATAAN

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

Semarang, September 2015



Siti Maemonah
NIM. 7450408050

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak akan memberikan cobaan diluar batas kemampuan umatnya, maka sabar dan ikhlas adalah kunci utama mendapat kebahagiaan”.

” Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.

(Q.S. Al Insiroh: 5)

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT, atas segala karuniaNya skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Bapak Ibu tercinta yang selalu memberikan do'a dan semangat serta dukungannya.
2. Teman-teman yang slalu ada dengan semangatnya.

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala kenikmatan, rahmat, taufik, hidayah dan inayahNya, sehingga skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal” dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang tahun 2015. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum selaku Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin dan kesempatan untuk menyelesaikan studi Strata 1 di Universitas Negeri Semarang.
2. Dr. Wahyono, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin dan kemudahan administrasi dalam melaksanakan penelitian.
3. Lesta Karolina Br Sebayang, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dan selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan kepada penulis.
4. Deyk Aji Suseno, S.E.,M.Si, Dosen Penguji Utama yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan kepada penulis.

5. Dyah Maya Nihayah, S.E., M.Si, Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, dan pengarahan kepada penulis.
6. Kepala dan staf sub bagian perindustrian Disperindag Kabupaten Kendal.
7. Kepala dan staf Kantor Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal.
8. Para pengrajin gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal atas kesediaannya menjadi informan dalam pengambilan data penelitian ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

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, September 2015

Penulis

SARI

Siti Maemonah , 2015. “*Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal*”. Skripsi. Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Pembimbing I Dyah Maya Nihayah, S.E.,M.Si. dan Pembimbing II oleh Lesta Karolina Br Sebayang, S.E., M.Si

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Industri Kecil Gula Aren, SWOT.

Industri kecil mempunyai peranan yang penting dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana profil industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal, bagaimana strategi pengembangan industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal.

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah mengetahui profil industri gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal, mengetahui strategi pengembangan industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal. Populasi dalam penelitian ini adalah 107 unit usaha. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel terpilih sejumlah 30 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis matrik SWOT.

Kesimpulan yang diperoleh berdasarkan analisis matrik SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk memberdayakan industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan 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

	Hal.
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA	vi
SARI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Industri Kecil	12
2.1.1 Pengertian Industri	12
2.1.2 Industri Kecil	15
2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Industri	17
2.1.4 Perkembangan Industri Kecil	20
2.2 Teori Fungsi Produksi	22
2.3 Strategi Pengembangan Usaha	29
2.3.1 Konsep Strategi	29
2.3.2 Tipe-tipe Strategi	31
2.3.3 Formulasi Strategi	33
2.3.4 Alternatif Strategi	39
2.4 Penelitian Terdahulu	41
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Populasi dan Sampel	45
3.2 Metode Pengumpulan Data	50
3.2.1 Metode Wawancara	50
3.2.2 Dokumentasi	51
3.2.3 Angket/Kuesioner	51
3.3 Jenis dan Sumber Data	51
3.4 Metode Analisis Data	52
3.4.1 Analisis Deskriptif	52
3.4.2 Analisis SWOT	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58

4.1 Hasil Penelitian	58
4.1.1 Gambaran Umum Kecamatan Limbangan.....	58
4.1.1.1 Penduduk.....	58
4.1.1.2 Mata Pencaharian	58
4.1.1.3 Pendidikan.....	59
4.1.1.4 Kesehatan	59
4.1.1.5 Industri	60
4.2 Profil Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal	62
4.2.1 Modal Awal Pengrajin	64
4.2.2 Daerah Pemasaran	65
4.2.3 Produksi Gula Aren	66
4.2.4 Lama Jadi Pengrajin	68
4.2.5 Umur Pengrajin	69
4.2.6 Pendidikan Pengrajin	69
4.2.7 Status Kepemilikan Usaha	69
4.3 Analisis Untuk Menentukan Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren	70
4.3.1 Analisis Lingkungan Industri Kecil	70
4.3.1.1 Analisis Lingkungan Internal.....	70
4.3.1.2 Analisis Lingkungan Eksternal	75
4.3.2 Aspek Internal	77
4.3.3 Aspek Eksternal	79
4.3.4 Internal- Eksternal Matrik.....	80
4.4 Pembahasan	83
4.4.1 Profil Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal	83
4.4.4.1 Permodalan.....	83
4.4.4.2 Bahan Baku	83
4.4.4.3 Pemasaran	85
4.4.2 Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren	86
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

	Hal.
1. Kelompok Industri Kecil Gula Aren di Kabupaten Kendal Tahun 2014	3
2. Jumlah Unit Usaha Industri Pengolahan Makanan Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal 2014	4
3. Jumlah Unit Industri Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal	5
4. Daftar Pengrajin Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal	46
5. Daftar Pengrajin Industri Kecil Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal	50
6. Alternatif Pengembangan SWOT Secara Matrik.....	56
7. Modal Awal Industri Gula Aren di Kecamatan Limbangan	65
8. Daerah Pemasaran Industri Kecil Gula Aren	66
9. Produksi Industri Gula Aren	68
10. Lama Jadi Pengrajin.....	69
11. Faktor-faktor Stategi Internal.....	79
12. Faktor-faktor Strategi Eksternal	80
13. Analisis Matrik SWOT	83

DAFTAR GAMBAR

	Hal
1. Kerangka Berpikir	45
2. Internal Eksternal Matrik	55
3. Proses Produksi Gula Aren Eksternal Matrik	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Faktor pengembangan industri sangat ditentukan oleh kemampuan berwirausaha yang bersangkutan, motivasi, lingkungan kerja, penambahan modal dan pemberian intensif pada karyawan. Apabila seorang pengusaha mampu memadukan 4 (empat) hal tersebut dalam satu kesatuan, maka dapat dikatakan usahanya akan dapat mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup pesat. Setidak-tidaknya dari keempat faktor tersebut seorang pengusaha harus mampu mengembangkan kemampuan berwirausahanya, terlebih lagi pada situasi krisis multidimensi dewasa ini. Kemampuan berwirausaha seseorang akan sangat mempengaruhi kelangsungan usahanya tersebut. Hal ini mengingat perhatian dari Pemerintah melalui perlindungan, pembinaan, pendekatan dan bantuan modal tidak cukup, hal yang terpenting adalah kemampuan pengusaha untuk berwirausaha, sehingga perhatian Pemerintah tersebut tidak akan sia-sia.

Di samping faktor tersebut di atas, yang tidak kalah pentingnya adalah perkembangan dunia usaha yang cenderung sudah menyatu atau global. Dalam era globalisasi tersebut menuntut bangsa Indonesia untuk maju mengejar ketertinggalannya di semua sektor. Sektor industri merupakan salah satu sektor utama sebagai mesin penggerak ekonomi nasional, di mana sektor industri merupakan salah satu prioritas pembangunan ekonomi, dengan tetap memperhatikan pembangunan di sektor lain.

Melihat potensi industri kecil yang sangat baik, tidak berarti dalam proses usahanya tidak menghadapi hambatan dan tantangan. Seperti yang dikatakan Anoraga (2002:245), bahwa usaha kecil menghadapi berbagai tantangan dan kendala seperti kualitas sumber daya manusia yang rendah; tingkat produktifitas dan kualitas produk dan jasa rendah; kurangnya teknologi dan informasi; faktor produksi; sarana dan prasarana belum memadai; aspek pendanaan dan pelayanan jasa pembiayaan; iklim usaha belum mendukung, dan koordinasi pembinaan belum baik. Namun demikian ada peluang yang dapat dimanfaatkan oleh UKM dalam kegiatan usahanya, seperti: adanya komitmen pemerintah; ketersediaan sumber daya alam yang beraneka ragam dan lain-lain.

Industri kecil di pedesaan dikenal sebagai tambahan sumber pendapatan keluarga dan juga sebagai penunjang kegiatan pertanian yang merupakan mata pencaharian pokok sebagian besar masyarakat pedesaan. Industri kecil pedesaan mempunyai arti penting dalam usaha mengurangi tingkat kemiskinan di pedesaan atau dengan kata lain diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat pedesaan (Mubyarto,1986:78). Salah satu sektor yang diharapkan adalah sektor industri kecil dan menengah, karena pada sektor ini teknologi yang digunakan dalam proses produksi adalah teknologi padat karya, sehingga dengan adanya teknologi padat karya diharapkan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Industri kecil jelas perlu mendapat perhatian karena tidak hanya memberikan pendapatan bagi sebagian besar angkatan kerja, namun juga merupakan ujung tombak dalam upaya pengentasan kemiskinan, pengangguran dan pemerataan pendapatan.

Jenis industri di setiap daerah berbeda , hal ini dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik sumber daya yang dimiliki oleh setiap daerah. Industri kecil membangun

ekonomi perdesaan adalah dengan industri bersumber daya lokal dan konsumsi lokal. Kecamatan Limbangan merupakan salah satu wilayah dari 20 Kecamatan di Kabupaten Kendal yang memiliki industri kecil bersumber daya lokal yaitu berupa industri kecil pembuatan gula aren. Kabupaten Kendal mempunyai jumlah industri kecil dengan berbagai jenis kelompok industri. Data jumlah industri kecil di Kabupaten Kendal disajikan pada tabel 1.1.

Tabel. 1.1
Kelompok Industri Kecil di Kabupaten Kendal Tahun 2014

No	Kelompok Industri	Jumlah Usaha	Tenaga Kerja
1	Industri Pengolahan makanan, Minuman dan Tembakau	309	442
2	Indusrti Tekstil, Pakaian jadi, dan Kulit	21	71
3	Industri Kayu dan Barang dari Kayu	28	84
4	Industri Kertas dan Barang dari Kertas	1	2
5	Industri Kimia dan Barang Dari Kimia, Batu bara dan plastic	1	4
6	Industri Barang Galian Bukan Logam kecuali Minyak Bumi dan Batu bara	2	10
7	Industri Logam Dasar		
8	Industri Barang dari Logam, Mesin dan Peralatannya	4	5
9	Industri Pengolahan Lainnya	30	43
	Jumlah	398	661

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kendal 2014

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa industri yang paling banyak jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerjanya yaitu industri makanan, minuman dan tembakau sejumlah 309 unit usaha. Dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 442 orang. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kendal industri makanan, minuman dan

tembakau meliputi : 1) Industri olahan makanan, 2) Industri olahan minuman. Dan industri kecil pembuatan gula aren termasuk dalam industri olahan makanan.

Tabel 1.2.

**Jumlah Unit Usaha Industri Pengolahan Makanan di Kecamatan Limbangan
Kabupaten Kendal Tahun 2014**

No	Jenis Makanan Olahan	Jumlah Usaha
1	Gula Aren	107
2	Gula Jawa	6
3	Telor Asin	3
4	Aneka Ceriping	51
5	Kerupuk	7
6	Aneka Manisan	2
7	Aneka Kue	8
8	Agar-agar	1
9	Tempe	13
10	Susu	2
11	Aneka Mie	2
12	Rengginang	3
13	Pangsit	1
14	Teh	3
15	Kolang-kaling	2
16	Buntil	5
17	Aneka Rempeyek	10
18	Aneka Getuk	3
19	Es Krim	1
20	Kopi	1
21	Jamu Tradisional	1
	Jumlah	232

Sumber : Disperindag Kabupaten Kendal

Tabel 1.2. menunjukkan bahwa Kecamatan Limbangan memiliki 232 unit usaha industri pengolahan makanan. Unit usaha yang paling banyak adalah industri gula aren yaitu sebanyak 107 unit usaha. Pengolahan aneka ceriping di Kecamatan Limbangan

berjumlah 51 unit usaha, pengolahan tempe 13 unit usaha, aneka rempeyek 10 unit usaha, aneka kerupuk 7 unit usaha, aneka kue ada 8 unit usaha, gula jawa 6 unit usaha. Telor asin, rengginang, teh, aneka getuk masing-masing 3 unit usaha. Pengolahan buntel 5 unit usaha. Manisan, susu dan kolang-kaling berjumlah 2 unit usaha, agar-agar, es krim, kopi dan jamu tradisional masing-masing 1 unit usaha.

Industri kecil gula aren di Kabupaten Kendal terdapat di Kecamatan Limbangan, antara lain : Desa Jawisari, Gonoharjo, Pagertoyo, Sriwulan, Ngeresebalong, Pagerwojo, Limbangan, Kedungbroto, Sumberrahayu, Peron, Gondang, Tambahsari, dan Tamanrejo. Jumlah unit usaha industri pembuatan gula aren yang berada di Kecamatan Limbangan dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel 1.3.

Jumlah Unit Usaha Industri Gula Aren di Kecamatan Limbangan Tahun 2014

No	Desa	Jumlah Unit Usaha
1	Jawisari	9
2	Gonoharjo	10
3	Pagertoyo	2
4	Sriwulan	11
5	Ngesrebalong	5
6	Pagerwojo	2
7	Limbangan	21
8	Kedungbroto	5
9	Sumberrahayu	7
10	Peron	15
11	Gondang	5
12	Tambahsari	11
13	Tamanrejo	2
Jumlah		107

Sumber : Disperindag Kab. Kendal tahun 2014

Pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah unit usaha industri gula aren di Kecamatan Limbangan sebanyak 107 unit usaha. Desa Limbangan mempunyai jumlah unit usaha industri gula aren yang paling banyak yaitu 21 unit usaha, Desa Peron di urutan kedua dengan jumlah unit usaha sebanyak 15 unit usaha, Desa Sriwulan dan Tambahsari mempunyai 11 unit usaha industri pembuatan gula aren, Desa Gonoharjo mempunyai 10 unit usaha, Desa Jawisari mempunyai 9 unit usaha industri kecil pembuatan gula aren dan 5 unit usaha industri kecil terdapat di Desa Ngesrebalong, Kedungbroto dan Gondang, Desa Pagerwojo dan Desa Tamanrejo mempunyai 2 unit usaha industri kecil.

Gula aren adalah pemanis yang dibuat dari nira yang berasal dari tandan bunga jantan pohon enau atau pohon aren. Gula aren biasanya juga diasosiasikan dengan segala jenis gula yang dibuat dari nira, yaitu cairan yang dikeluarkan dari bunga pohon dari keluarga palma. Gula aren tidak sama dengan gula jawa. Perbedaan gula aren dengan gula jawa (gula kelapa) antara lain dalam hal :

1. Sumber niranya

Gula aren dibuat dari nira pohon aren, sedangkan gula jawa atau gula kelapa dibuat dari nira pohon kelapa.

2. Komposisi kimanya

Komposisi gula sederhana dan gula kompleks antara gula aren dan gula kelapa sangat berbeda. Juga kandungan zat gizi dan non gizinya sangat berbeda.

3. Sifat fisiknya

Salah satu sifat fisik yang mencolok perbedaannya adalah warnanya. Gula aren lebih gelap dibandingkan gula kelapa. Hal ini terkait dengan proses pemanenan nira aren dan pengolahannya.

4. Sifat organoleptiknya

Satu-satunya keunggulan dari gula aren jika dibandingkan dengan gula kelapa adalah aromanya. Aroma gula aren sangat khas keharumannya sehingga digunakan dalam pembuatan beberapa minuman khas daerah seperti bandrek dan pemanis dalam pembuatan kopi. Namun dari sisi kesehatan, jauh lebih baik gula kelapa.

5. Glikemik indeks nya

Glikemik indeks gula aren nilainya 70. Angka ini adalah 2x lebih besar dibandingkan nilai glikemik indeks gula kelapa yang nilainya 35.

Dalam gula aren terkandung beberapa unsur makro dan mikronutrien, diperkirakan, kandungan keduanya dalam gula aren lebih tinggi dibandingkan gula putih. Beberapa kandungan mikronutrien dalam gula aren antara lain : Thiamine (vitamin B1), Riboflavin (vitamin B2), Nicotinic Acid (vitamin B3), Pyridoksin (vitamin B6), Cyanocobalamin (vitamin B12), Ascorbic Acid (Vitamin C), dan Garam. Berikut adalah beberapa manfaat dari gula aren diantaranya :

1. Baik untuk penderita diabetes.

Gula aren mengandung kadar gula lebih rendah dibandingkan gula putih. Gula aren juga dipercaya dapat menurunkan kadar lemak tak jenuh dalam tubuh.

2. Membuat intensitas istirahat anda lebih baik.

Selenium dalam gula aren dapat membantu melemaskan otot syaraf tubuh yang tegang, sehingga dapat memberikan efek rileks. Mengonsumsi minuman dengan campuran gula aren dipercaya dapat membuat tidur lebih nyenyak.

3. Cocok dimasukkan kedalam makanan untuk diet.

Rendahnya kalori dalam gula aren menjadikannya cukup aman dan tidak akan meningkatkan kolesterol tubuh, sehingga baik untuk dikonsumsi dalam program diet.

4. Pencegah anemia.

Gula aren mengandung zat besi cukup tinggi, sehingga baik dikonsumsi untuk melindungi tubuh dari serangan anemia.

5. Mengandung antioksidan.

Gula aren juga mengandung antioksidan sehingga mengonsumsi gula aren secara rutin dapat membantu melindungi tubuh dari serangan radikal.

6. Meningkatkan daya tahan tubuh.

Gula aren bersifat manis alami dan menghangatkan. Selain itu beberapa kandungan unsur kimia dalam gula aren dapat membantu memperlancar peredaran darah, menguatkan limpa, memberikan rasa hangat dan juga mengurangi nyeri pada lambung. Mengonsumsi gula aren dengan porsi yang cukup secara rutin dan teratur juga dapat meningkatkan daya tahan tubuh.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Pada umumnya para pengrajin gula aren mempunyai pekerjaan sampingan, namun kenyataannya mereka lebih menggantungkan hidupnya pada usaha pembuatan gula aren.

Suatu basis ekonomi rakyat (masyarakat pedesaan) yang pantas dan perlu dikembangkan. Selain itu petani penderes nira aren pada umumnya merangkap sebagai pengrajin pembuat gula itu sendiri. Dengan kata lain tidak ada petani penderes nira aren yang menjual niranya kepada pengrajin pembuat gula aren.

Karena banyaknya pengrajin gula aren dan masing-masing membuat gula aren secara tradisional, masing-masing pengrajin pada umumnya bersifat statis, tidak timbul ide untuk meningkatkan mutu produksi. Maka hasil produksi gulanya berbeda-beda antara pengrajin satu dengan yang lain. Bahkan hasil produksi satu orang yang sama bisa berbeda antara hasil produksi suatu hari dengan hari berikutnya. Karena sifatnya tradisional, para petani belum timbul pemikiran untuk mencari pasar alternatif yang membeli hasil produksi gulanya lebih mahal daripada harga yang ditetapkan oleh pedagang pengepul.

Dalam hal pemasaran, hampir semua pengrajin tidak mengetahui jalur atau jaringan pemasaran. Hingga saat ini hampir belum ada koperasi atau kelompok pengrajin yang bertujuan untuk mencari alternatif pasar lain. Satu-satunya jalan untuk menjual hasil produksinya hanyalah kepada para pengepul dengan harga standar yang ditetapkan oleh pengepul.

Berdasarkan observasi awal dengan beberapa narasumber warga Desa Limbangan pengrajin gula aren terdapat kecenderungan bahwa hasil produksi gula aren secara keseluruhan semakin menurun dari tahun ke tahun, sementara permintaan makin meningkat.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka yang menjadi pertanyaan penelitian adalah:

1. Bagaimana Profil industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal?
2. Bagaimana strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada industri gula aren baik dilihat dari kekuatan dan kelemahannya atau peluang dan ancamannya?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan umum dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Mengetahui gambaran industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan.
2. Menganalisis strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan.

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna antara lain untuk :

1. Dapat dijadikan pertimbangan bagi pengrajin gula aren tentang strategi pengembangan yang tepat agar masalah yang dihadapi dapat teratasi.
2. Memberikan sumbangan pemikiran dan pertimbangan kepada pemerintah khususnya pemerintah daerah Kabupaten Kendal dalam menentukan kebijakan-kebijakan, terutama yang berkaitan dengan industri kecil gula aren.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Industri Kecil

2.1.1. 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 (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 dan 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

Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Industri juga dapat dibedakan berdasarkan tingkat investasinya yaitu:

1. Industri besar dengan tingkat investasi lebih dari 1 milyar.
2. Industri sedang dengan tingkat investasi 1 milyar-200 juta.

3. Industri kecil dengan tingkat investasi 200 juta-5 juta.
4. Industri kerajinan rumah tangga dengan tingkat investasi kurang dari 5 juta.

Sedangkan menurut Siahaan (2000:362), penggolongan industri berdasarkan besarnya investasi dibagi sebagai berikut:

1. Industri Berat

Industri berat yaitu industri hulu yang menghasilkan barang jadi atau bahan baku untuk industri hilir. Jenis usaha yang termasuk dalam Industri Berat adalah:

- a. Industri pertambangan.
- b. Industri logam dan pengolahan logam.
- c. Industri peralatan dan mesin.
- d. Industri pengangkutan.
- e. Industri semen.
- f. Industri tenaga listrik.
- g. Industri kimia dasar.

2. Industri Ringan

Industri ringan ialah suatu unit produksi yang menghasilkan barang konsumsi seperti tekstil, bahan makanan, obat-obatan, barang keperluan rumah tangga dan sejenisnya.

3. Industri Kerajinan Rakyat

Industri Kerajinan Rakyat adalah unit produksi yang tidak menggunakan mesin melainkan tenaga manusia dengan bantuan peralatan sederhana.

Industri Kerajinan Rakyat dibagi dalam tiga tingkatan:

- a. Kerajinan Sambilan (*Huisvliet*)

Ciri-ciri Kerajinan Sambilan:

- 1) Tidak merupakan usaha sebagai mata pencaharian pokok.
- 2) Tidak terikat pada waktu dan orang lain
- 3) Mengandung unsur seni.

b. Kerajinan Rumah

- 1). Merupakan usaha sebagai mata pencaharian pokok
- 2). Dikerjakan dengan bantuan keluarga.

c. Perusahaan Kerajinan

- 1). Perusahaan dikerjakan sebagai mata pencaharian pokok
- 2). Mempekerjakan karyawan di luar anggota keluarga.

2.1.2 Industri Kecil

Industri kecil merupakan industri yang tergolong dalam batasan usaha kecil, yang menurut Undang-undang No. 9 tahun 1995 (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 (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 (Rachmat, 2005:14).

2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Industri

1. Faktor Penentu Lokasi Industri

Penempatan lokasi industri mempunyai peranan yang penting, karena akan mempengaruhi perkembangan dan keberlanjutan proses dan kegiatan industri. Dalam upaya untuk meminimumkan biaya produksi dan meningkatkan keuntungan, maka perusahaan industri harus dapat memilih lokasi industri yang tepat. Ada beberapa faktor yang menentukan lokasi industri untuk mencapai tujuan tersebut (Prasetyo, 2010: 23) diantaranya : (1) Faktor *endowment* (tanah, tenaga kerja, modal dan teknologi); (2) Pasar dan harga; (3) Bahan baku dan energi;(4) Aglomerasi, keterkaitan antar industri;(5) Kebijakan pemerintah; (6) Biaya angkutan;dan (7) Undang-undang.

Faktor *endowment* dalam hal ini adalah tersediannya faktor produksi utama secara kualitatif maupun kuantitatif di suatu daerah atau negara yang bersangkutan. Semakin banyak faktor *endowment* yang dimiliki oleh suatu daerah , maka makin banyak pula yang harus diperhatikan dalam menentukan lokasi industrinya. Selain tanah, tenaga kerja dan manajemen (manajer) sebagai unsur yang terlibat langsung dalam menentukan lokasi industri, harus diperhatikan juga dalam industri adalah tentang mobilitas tenaga kerja antar daerah, akan tetapi juga antar pekerjaan. Sementara itu, Faktor penentu lokasi yang lain dikemukakan oleh Weber dalam (Tarigan,2009: 104).

1) Teori Lokasi Weber

Faktor-faktor teori Weber yang mempengaruhi penempatan lokasi industri:

a. Bahan Baku

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

b. Tenaga Kerja

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

c. Aksesibilitas

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

Perumusan modelnya Weber bertitik tolak pada asumsi bahwa:

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

2. Faktor Produksi

Perkembangan suatu industri erat dengan kebutuhan permintaan pasar. Permintaan pasar yang tinggi akan mendorong munculnya kegiatan suatu industri. Kegiatan industri

pada dasarnya adalah kegiatan yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai guna yang lebih tinggi. Tujuan suatu industri dalam menghasilkan barang atau jasa, meningkatkan kemakmuran masyarakat, meningkatkan keuntungan, memperluas lapangan pekerjaan, dan menjaga kesinambungan usaha perusahaan.

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

Alokasi faktor produksi dalam jumlah yang tepat akan memberikan pendapatan yang maksimal dan sebaliknya, penggunaan faktor produksi yang tidak tepat dapat menyebabkan ketidakefisienan yang dapat mengurangi keuntungan atau pendapatan.

Faktor produksi dalam ilmu ekonomi dinyatakan dalam persamaan fungsi produksi. Fungsi produksi adalah suatu fungsi atau persamaan yang menunjukkan hubungan antara faktor-faktor produksi (input) dengan output yang dihasilkan (Sukirno, 2005:64)). Fungsi produksi dapat dituliskan sebagai berikut: $Q = f(K, L, R, T)$ Dimana : K stok modal, L adalah jumlah tenaga kerja, dan ini meliputi berbagai jenis kerja dan keahlian keusahawanan, R adalah kekayaan alam, dan T adalah teknologi yang digunakan.

2.1.4 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 (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).

2.2. 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 (Suryana, 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 (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 membelanjakan 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 penyesuaian 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.

Dari definisi - definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang mempunyai nilai komoditas.

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.

5. Bahan Baku

Perencanaan kebutuhan bahan baku adalah proses untuk menjamin bahwa bahan baku tersedia bilamana diperlukan. Ketika suatu usaha memprediksi permintaan terhadap produknya di masa mendatang, waktu bahan baku harus datang dapat ditentukan untuk

mencapai tingkat produksi yang memenuhi permintaan yang diprediksi (Madura, 2001 : 294).

2.3. Strategi Pengembangan Usaha

2.3.1. 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 (Rangkuti, 2009: 6) yaitu:

1. Keunggulan biaya menyeluruh (*Cost Leadership*)

Pencapaian biaya keseluruhan yang rendah seringkali menuntut bagian pasar relatif 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 diatas 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 dikeseluruhan 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.

2.3.2. Tipe-tipe Strategi

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

1. 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.

a. 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.

b. 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..

Pengembangan adalah meningkatkan kualitasnya maupun kuantitasnya dalam suatu kegiatan (Irawan dan M. Suparmoko, 1992:6). Pengembangan juga berarti proses, cara, perbuatan mengembangkan. Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud: pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu.

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi pengembangan usaha yaitu suatu rencana yang terpadu mengenai upaya-upaya suatu industri yang diperlukan guna mengembangkan usahanya dalam rangka mencapai tujuan secara efektif dan efisien. Untuk mencapai tujuan, industri harus memperhatikan sumber daya-sumber daya yang ada maupun keadaan lingkungan yang dihadapi. Sumber daya yang ada pada suatu industri yang berupa kekuatan maupun kelemahan, serta keadaan lingkungan dapat berupa peluang dan ancaman bagi industri itu sendiri.

Strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mangantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Dalam strategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

1. Peningkatan akses kepada aset produktif, terutama modal, di samping juga teknologi, manajemen, dan segi-segi lainnya yang penting.
2. Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas, mulai dari pencadangan usaha sampai pada informasi pasar, bantuan produksi dan prasarana serta sarana pemasaran. Khususnya, bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana ekonomi yang dasar dan akan sangat membantu adalah prasarana perhubungan.
3. Kewirausahaan, dalam hal ini pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.
4. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar adalah penting, tetapi hal itu harus disertai dengan pengendalian agar bekerjanya pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan. Untuk itu diperlukan

intervensi-intervensi yang tepat, yang tidak bertentangan dengan kaidah-kaidah yang mendasar dalam suatu ekonomi bebas, tetapi tetap menjamin tercapainya pemerataan sosial (*social equity*).

5. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

2.3.3. Formulasi Strategi

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

1. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal terdiri dari variabel-variabel (peluang dan ancaman) yang berada di luar organisasi dan tidak secara khusus ada dalam pengendalian jangka pendek (Hunger dan Wheelen, 2003:73). Tujuan analisis lingkungan eksternal adalah untuk mengembangkan peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan dan ancaman yang harus dihindari. Dalam (David,2008: 41), analisis lingkungan eksternal meliputi :

1. Kekuatan Ekonomi

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

2. Kekuatan Sosial, Budaya, Demografi, dan Lingkungan

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

3. Kekuatan Politik, Pemerintah, dan Hukum

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

4. Kekuatan teknologi

Perubahan teknologi yang revolusioner dan penemuan memiliki pengaruh yang dramatis terhadap organisasi. Isu – isu berbasis teknologi akan mendasari setiap keputusan penting yang dibuat penyusun strategi. Para penyusun strategi dalam industri yang dipengaruhi oleh perubahan teknologi yang cepat, identifikasi dan evaluasi peluang dan ancaman teknologi dapat menjadi bagian terpenting dalam audit eksternal.

5. Kekuatan Kompetitif

a. Ancaman pendatang baru

Pendatang baru dalam industri biasanya membawa kapasitas baru, sebagai usaha untuk mendapatkan keuntungan dari pasar saham, dan sumber daya penting. Ancaman pendatang ini tergantung adanya

penghalang masuk dan reaksi – reaksi yang dapat diharapkan dari pesaing – pesaing yang sudah ada. Beberapa penghalang masuk (*barriers to entry*) adalah skala ekonomi, diferensiasi produk, kebutuhan modal.

b. Persaingan di antara perusahaan yang sudah ada

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

c. Ancaman produk atau jasa pengganti

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

d. Kekuatan penawaran pembeli

Pembeli mempengaruhi industri melalui kemampuan mereka menekan turunnya harga, permintaan terhadap kualitas atau jasa yang lebih baik, dan memainkan peran untuk melawan satu pesaing dengan lainnya. Pembeli atau kelompok pembeli kuat jika kondisi diantaranya: (1) Pembeli membeli sebagian besar dari produk atau jasa penjual; (2) Pembeli memiliki kemampuan potensial untuk mengintegrasikan ke belakang dengan memproduksi produknya sendiri; (3) Pemasok alternatif sangat

dimungkinkan karena produknya standar atau tidak berbeda; (4) Biaya mengganti pemasok sangat rendah; (5) Produk yang dibeli mewakili persentase tinggi dari harga pokok pembeli, karena itu menyediakan insentif bagi toko – toko sekitar untuk harga yang lebih rendah; (6) Pembeli mendapatkan laba yang rendah dan karena itu sangat sensitive untuk harga pokok dan jasa yang berbeda; (7) Produk yang dibeli tidak penting untuk kualitas akhir atau harga dari produk atau jasa pembeli, dengan mudah diganti tanpa mempengaruhi kerugian pada produk akhir.

e. Kekuatan penawaran pemasok

Pemasok dapat mempengaruhi industri dengan kemampuan mereka untuk menaikkan harga atau menurunkan kualitas barang atau jasa yang dibeli. Pemasok atau kelompok pemasok kuat jika beberapa persyaratan berikut ia penuhi seperti: (1) Industri pemasok didominasi oleh sedikit perusahaan, tetapi menjual ke banyak perusahaan; (2) Produk atau jasanya unik dan produk itu mempunyai biaya pengganti; (3) Produk pengganti tidak ada; (4) Pemasok dapat mengintegrasikan ke depan dan bersaing secara langsung dengan pelanggan sekarang; (5) Industri pembeli membeli hanya sebagian kecil barang atau jasa dari kelompok pemasok dan itu tidak penting bagi pemasok.

2. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal terdiri dari variabel kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam organisasi (Hunger dan Wheelen, 2003). Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam berbagai bidang fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama

kuatnya atau lemahnya dalam semua bidang. Pendekatan fungsional diperlukan untuk menganalisis lingkungan internal perusahaan. Bidang fungsional yang menjadi variabel dalam analisis internal yaitu (David, 2008: 45):

1. Manajemen

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

2. Pemasaran

Pemasaran penting dilakukan karena merupakan teknik dalam meraih pangsa pasar yang luas dengan menganalisis kebutuhan pelanggan. Tujuan pemasaran adalah mengetahui dan memahami pelanggan sebaik mungkin, sehingga produk atau jasa itu sesuai dengan keinginan pelanggan. Pemasaran adalah suatu proses sosial antara individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler, 2007:53).

Sedangkan David (2008:58), mendefinisikan pemasaran sebagai proses menetapkan, mengantisipasi, menciptakan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan akan produk dan jasa. Dalam (David, 2008:59) fungsi dasar pemasaran, yaitu analisis pelanggan, penjualan produk/jasa, perencanaan produk dan jasa, penetapan harga, distribusi, riset pemasaran, dan analisis peluang.

3. Keuangan

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

4. Produksi/Operasi

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

5. Sumber Daya Manusia

Menganalisis kemampuan sumber daya manusia yang ada, baik ditingkat manajemen dan tenaga kerja. Setiap faktor sumber daya dan karyawan dapat menambah kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan dan berhubungan dengan penerimaan, penyeleksian, penilaian motivasi serta mempertahankan jumlah dan tipe pekerja yang dibutuhkan. Sumber daya manusia atau karyawan adalah aset yang sangat berharga bagi suatu perusahaan.

2.3.4. Alternatif Strategi

Alternatif strategi merupakan berbagai kemungkinan strategi yang dapat diterapkan dalam suatu organisasi sesuai kondisi faktor yang mempengaruhinya. Strategi bisnis dapat termasuk perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan bisnis, divestasi, likuidasi dan usaha patungan. Alternatif

strategi yang dapat dijalankan oleh organisasi atau perusahaan terdapat 13 yaitu (David,2008:77):

1. Integrasi ke depan, yaitu mengembangkan usaha melalui pengendalian terhadap saluran distribusi.
2. Integrasi ke belakang, yaitu mengembangkan usaha melalui pengendalian atau penguasaan langsung terhadap perusahaan pemasok.
3. Integrasi horizontal, yaitu mengembangkan usaha melalui penguasaan dan kepemilikan.
4. Sebagian maupun seluruhnya secara langsung terhadap perusahaan pesaing.
5. Penetrasi pasar, yaitu pengembangan usaha bertujuan untuk meningkatkan *market share* produk atau jasa yang ada sekarang di pasar yang sudah ada dengan teknik-teknik pemasaran.
6. Pengembangan pasar, yaitu memasarkan atau memperkenalkan produk atau jasa produk kepada pelanggan yang baru di pasar secara geografis. Strategi yang dapat dilakukan dengan menambah jumlah saluran distribusi ke wilayah pasar yang baru secara geografi.
7. Pengembangan produk, yaitu meningkatkan sales dengan cara memperbaiki dan memperbaharui produk atau jasa yang sudah ada atau memperkenalkan produk yang baru.
8. Diversifikasi terpusat, yaitu pengembangan usaha untuk menciptakan produk atau jasa yang baru namun masih mempunyai kaitan dengan produk atau jasa yang lama.

9. Diversifikasi horizontal, yaitu menciptakan produk atau jasa yang sama sekali baru dan tidak berhubungan dengan produk atau jasa yang lama, dan dipasarkan kepada pelanggan yang sudah ada.
10. Diversifikasi konglomerasi, yaitu menciptakan produk atau jasa yang baru yang sama sekali tidak berhubungan dengan produk atau jasa yang sudah ada.
11. Kerjasama usaha, yaitu kerjasama dua atau lebih perusahaan dengan tujuan untuk menciptakan posisi daya saing dengan melakukan joint venture.
12. Penyusutan usaha, yaitu menyusutkan operasi usaha yang bertujuan untuk mempertahankan usaha karena penjualan dan keuntungan yang semakin menurun.
13. Divestasi, yaitu menjual sebagian usaha untuk mendapatkan tambahan modal untuk kegiatan investasi. Divestasi bisa dilakukan pada saat perusahaan kekurangan modal.
14. Likuidasi, yaitu menghentikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan dengan cara menjual kekayaan perusahaan menurut nilai asset.

2.4. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa rangkuman penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Mengutip jurnal dari P. Eko Prasetyo, yang berjudul *Strategi Pemberdayaan Industri Kecil dan Kerajinan Melalui Faktor Internal dan Eksternal* (2004) menyatakan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengungkap beberapa faktor dominan apa saja yang sangat berpengaruh positif terhadap upaya pengembangan usaha kecil di Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil analisi SWOT, nilai sub faktor sisi kekuatan internal

yang perlu dikembangkan dan diberdayakan terlebih dahulu adalah faktor marketing dan produksi yang masing-masing memiliki nilai sub sektor 1.55 dan 0.88. Sedangkan, nilai faktor internal dari sub faktor sisi kelemahan adalah sub faktor finansial dan marketing, yang memiliki skor 0.80 dan 0.75. Sedangkan berdasarkan analisis regresi sistem simultan diperoleh bahwa faktor pemasaran secara konsisten tetap mampu memberikan sumbangan terbesar pertama pada model produksi dan income serta terbesar pertama pada model profit yaitu memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.8426 dan 0.6189.

2. 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 sumberdaya 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.

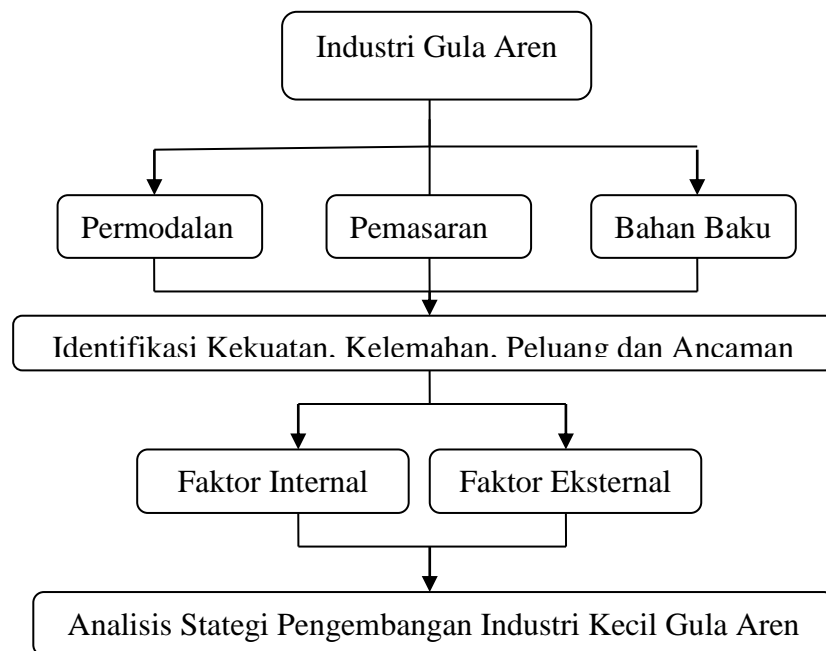
3. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahayu, Noneng, dan Andre (2012), dengan judul “Evaluasi Strategis Pengembangan Genteng Guna Meningkatkan Produktivitas Masyarakat Trenggalek”. Tujuan dalam penelitian ini adalah menyusun dan evaluasi strategis faktor-faktor yang mendukung serta menghambat pengembangan genteng baik secara internal maupun eksternal. Metode data yang digunakan adalah mengeksplorasi fenomena dengan analisis deskriptif. Alat analisis yang digunakan menggunakan analisis SWOT. Kesimpulan yang diambil berdasarkan penelitian yaitu adanya pengembangan masyarakat melalui kegiatan kelompok. Yaitu suatu alternatif untuk peningkatan kapasitas produksi pada masyarakat daerah Trenggalek. Agar masyarakat dapat lebih berperan aktif dan produktif dalam kegiatan yang dilakukan. Tanpa melupakan pendampingan dan kunjungan yang efektif dan efisien guna menampung kesulitan yang ada, dibandingkan dengan pengembangan masyarakat secara individual, pengembangan masyarakat berbasis kelompok lebih efisien dan dapat mewakili penerimaan, penolakan atau ketidakpedulian para anggota kelompok itu akan suatu permasalahan.

2.5 Kerangka Berpikir

Industri di Kabupaten Kendal merupakan salah satu sektor yang potensial untuk meningkatkan ekonomi masyarakat di Kabupaten Kendal. Dalam pengembangan industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal perlu diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk mengetahui strategi apa yang harus dilakukan untuk mengembangkan industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan

Kabupaten Kendal. Selama ini belum ada pemberdayaan yang dilakukan oleh pemerintah atau instansi terkait dalam pengembangan industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan.

Untuk mempermudah penulis menggambarkan kerangka pemikiran dibuat berupa skema sederhana yang diharapkan memberi gambaran mengenai jalannya penelitian secara keseluruhan serta dapat mengetahui secara jelas dan terarah. Kerangka pemikiran penelitian ditunjukkan pada diagram dibawah ini.



Gambar. 2.1. Kerangka Berpikir.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo, 1999). Masalah populasi timbul terutama pada penelitian yang menggunakan metode survey sebagai teknik pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan dipilihnya daerah tersebut karena daerah tersebut terdapat beberapa (banyak) industri kecil gula aren yang berjumlah 107 unit usaha.

Tabel 3.1
Daftar Pengrajin Gula Aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal

No	Pengrajin Gula Aren	Desa
1	Sunarti	Krajan Jawisari
2	Zaenun	Krajan Jawisari
3	Jasmiyati	Krajan Jawisari
4	Rumini	Lebari Jawisari
5	Sutimah	Lebari Jawisari
6	Rubiyem	Lebari Jawisari
7	Purwati	Lebari Jawisari
8	Siti Asiyah	Krajan Jawisari
9	Sutini	Krajan Jawisari
10	Suliyah	Krajan Jawisari
11	Jundariningsih	Krajan Jawisari
12	Ahmad Chiid	Krajan Jawisari
13	Yatini	Gonoharjo
14	Satariyah	Gonoharjo
15	Mursiyah	Gonoharjo
16	Sulasih	Gonoharjo
17	Sri fajariyah	Gonoharjo

18	Istiyannah	Gonoharjo
19	Adap	Gonoharjo
20	Siyamah	Gonoharjo
21	Sutanti	Pagertoyo
22	Susmiwati	Pagertoyo
23	Warti	Pagertoyo
24	Suwati	Pagertoyo
25	Tumini	Sriwulan
26	Suminah	Sriwulan
27	Suwati	Sriwulan
28	Zumrotun	Sriwulan
29	Suminingsih	Sriwulan
30	Markhasanah	Sriwulan
31	Murtafiah	Sriwulan
32	Sutinah	Sriwulan
33	Umuwiyah	Sriwulan
34	Katrinah	Sriwulan
35	Jayanti	Ngesrepbalong
36	Sumiyem	Pagerwojo
37	Sriyamah	Pagerwojo
38	Farikin	Limbangan
39	Bero Ngatiman	Limbangan
40	Parjo	Limbangan
41	Jumiah	Limbangan
42	Sunarso	Limbangan
43	Sodin	Limbangan
44	Dirah Jamadi	Limbangan
45	Sunarti	Limbangan
46	Tiah	Limbangan
47	Isyati	Limbangan
48	Dayati	Limbangan
49	Rumiyati	Limbangan
50	Suyatno	Limbangan
51	Suudi	Limbangan
52	Sumini	Limbangan
53	Suyatun	Kedungboto
54	Kliman	Kedungboto
55	Jumirah	Kedungboto
56	Maryamah	Kedungboto

57	Suyami	Kedungboto
58	Aliyah	Kedungboto
59	Jumi	Sumberrahayu
60	Warti	Sumberrahayu
61	Sri likin	Sumberrahayu
62	Rusmidah	Sumberrahayu
63	Turini	Sumberrahayu
64	Muslimah	Sumberrahayu
65	Juwarni	Sumberrahayu
66	Wasilah	Peron
67	Sukirah	Peron
68	Mustofiah	Peron
69	Umiyatun	Peron
70	Darmiyati	Peron
71	Suliyah	Peron
72	Siyami	Peron
73	Sobiyatun	Peron
74	Surati	Peron
75	Surami	Peron
76	Siti Nasiroh	Peron
77	Suyami	Peron
78	Sri Murni	Peron
79	Mini	Peron
80	Saodah	Peron
81	Sudiyono	Gondang
82	Pawadi	Gondang
83	Sarimah	Gondang
84	Sutarman	Gondang
85	Komarudin	Gondang
86	Winarti	Tambahsari
87	Sri Muniroh	Tambahsari
88	Rumini	Tambahsari
89	Rohmi	Tambahsari
90	Partiyem	Tambahsari
91	Pariyem	Tambahsari
92	Badiyah	Tambahsari
93	Tun	Tambahsari
94	Lamah	Tambahsari
95	Marfuah	Tambahsari

96	Kromo	Tambahsari
97	Marmiyatun	Ngesrepbalong
98	Rahayu	Ngesrepbalong
99	Rukiyah	Ngesrepbalong
100	Koderi	Ngesrepbalong
101	Alimah	Tamanrejo
102	Farkum	Tamanrejo
103	Kasiyami	Limbangan
104	Sarinem	Kedung Pakis
105	Burnarudin	Kedung Pakis
106	Diono	Kedung Pakis
107	Sunidal	Margosari

Sumber : Disperindag Kabupaten Kendal

Tabel 3.1 menunjukkan populasi penelitian di Kecamatan Limbangan, Unit usaha industri kecil gula aren paling banyak berada di Desa Limbangan dengan 16 unit usaha. Desa Peron memiliki 15 unit usaha industri kecil gula aren. Desa Tambahsari memiliki 11 unit usaha. Desa Sriwulan memiliki 10 unit usaha, Desa Gonoharjo memiliki 8 unit usaha industri kecil gula aren. Industri kecil gula aren di desa jawisari kraja terdapat 8 unit usaha dan di Desa Lebari terdapat 4 unit usaha. Di Desa Kedungbroto terdapat 6 unit usaha, sedangkan di Desa Sumberrahayu terdapat 7 unit usaha. Desa Gondang memiliki 5 unit usaha. Desa Tamanrejo dan Pagerwojo memiliki 2 unit usaha, Desa Kedung pakis 3 unit usaha dan Desa Margosari 1 unit usaha.

Sampel adalah bagian yang menjadi objek sesungguhnya dari suatu penelitian, dan metodologi untuk memilih dan mengambil industri-industri masuk ke dalam sampel yang representatif disebut sampling (Soeratno dan Arsyad, 1999). Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak. Sampel untuk penelitian ini dapat dilihat di tabel 3.2.

Tabel 3.2.
Daftar Pengrajin Industri Kecil Gula Aren
di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal

No	Pengrajin Gula Aren	Desa
1	Sunarti	Jawisari RT 2/7
2	Zaenun	Krajan Jawisari
3	Jasmiyati	Jawisari RT 1/6
4	Rumini	Jawisari Krajan
5	Siti Asiyah	Jawisari Krajan
6	Sutini	Jawisari Krajan
7	Suliyah	Krajan Jawisari
8	Jundariningsih	Lebari (jawisari)
9	Achmad Chiid	Jawisari Krajan
10	Sutimah	Lebari (jawisari)
11	Rubiyem	Lebari (jawisari)
12	Purwati	Lebari RT 1/5
13	Hidayati	Limbangan
14	Sukirah	Limbangan
15	Darmiyati	Peron
16	Umiyatun	Peron
17	Mustofiah	Peron
18	Wasilah	Peron
19	Isyati	Limbangan
20	Tiah	Limbangan
21	Sunarti	Limbangan
22	Sodin	Limbangan
23	Siyami	Peron
24	Suliyah	Peron
25	Sunarso	Limbangan
26	Jumi'ah	Limbangan
27	Parjo	Limbangan
28	Farikin	Limbangan
29	Rumiyati	Limbangan
30	Tukimah	Limbangan

Sumber : Disperindag Kabupaten Kendal

Tabel 3.2. Menunjukkan daftar pengrajin industri kecil gula aren yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Diambil 30 sampel dari 107 populasi, diantaranya dari Desa Krajan Jawisari berjumlah 8 unit usaha. Di Desa Lebari berjumlah 4 unit usaha, Desa Limbangan dengan 12 unit usaha dan di Desa Peron dengan 6 unit usaha.

3.2 Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Wawancara

Wawancara merupakan bagian dari teknik komunikasi dimana pencari data mengadakan tanya jawab dengan nara sumber untuk menggali data yang diperlukan. Dengan wawancara ini keterangan dan informasi tentang data-data yang berhubungan dengan penelitian dapat diperoleh melalui wawancara dengan pengusaha, pegawai pemerintah terkait dan lain-lain. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data dari pengusaha pada industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan maupun dari instansi-instansi terkait. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari industri kecil gula aren.

2.2.2 Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara untuk memperoleh data atau informasi tentang hal-hal yang ada kaitannya dengan penelitian, dengan cara melihat kembali sumber tertulis yang lalu baik berupa angka atau keterangan seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya (Arikunto,2006 :158).

Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data fisik dan kondisi usaha industri gula aren di Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal.

3.2.3. Angket atau Kuesioner

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2010: 199). Pertanyaan dalam kuesioner menggunakan model *essay*. Pemilihan model tersebut diharapkan responden akan memberikan jawaban secara objektif dan detail. Kuesioner diisi oleh responden sejumlah 30 orang.

3.3. Jenis dan Sumber Data

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

Sumber data sekunder dalam penelitian ini, didapatkan dari Instansi atau Dinas terkait di Kabupaten Kendal, Dinas tersebut diantaranya : Badan Pusat Statistik Kabupaten Kendal, Badan Pusat Statistik Kota Semarang, dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kendal. Data primer didapatkan langsung dari observasi langsung ke lokasi yaitu di Kecamatan Limbangan.

3.4. Metode Analisis Data

Data hasil penelitian dikumpulkan ditabulasi dan dianalisis. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan sebagai berikut:

3.4.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang berguna untuk menggambarkan variabel yang diteliti (Arikunto, 2000: 213). Yaitu hasil penelitian ini hanya untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan suatu obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Analisis ini untuk mengetahui tentang profil industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal.

3.4.2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan faktor-faktor pendorong dan penghambat pertumbuhan dan perkembangan sektor industri kecil gula aren. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*treats*). Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 1998:19). Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*treats*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*), untuk menghasilkan analisis yang tepat.

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

- 1) 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 3.2
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 pengaruh tersebut. 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 gula aren. 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

2. Matrik Internal Eksternal

Total Skor Faktor Strategi Internal

		Kuat	Rata-rata	Lemah
		4.0	3.0	2.0
Total skor Faktor Strategi Eksternal	Tinggi	I PERTUMBUHAN	II PERTUMBUHAN	III PENCIUTAN
	3.0	IV STABILITAS	V PERTUMBUHAN	VI PENCIUTAN
	Menengah		STABILITAS	
	2.0	VII PERTUMBUHAN	VIII PERTUMBUHAN	IX LIKUIDASI
Rendah	1.0			

Gambar 3.1 Gambar Internal-Eksternal Matrik

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)

Sumber :Rangkuti, 2006 hal 25

Setelah mengumpulkan informasi yang berpengaruh terhadap kelangsungan usaha industri gula aren, tahap selanjutnya adalah memanfaatkan informasi tersebut kedalam rumusan strategi.

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 alternatif strategi sebagai berikut :

Tabel 3.4
Alternatif Pengembangan SWOT secara matrik

Fakto Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	Kekuatan yang ada digunakan untuk mengisi peluang yang tersedia(SO)	Memfaatkan peluang yang ada dengan menanggulangi kelemahannya (WO)
Ancaman (T)	Kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang dihadapi (ST)	Meminmalkan kelemahan dan menghindari ancaman (WT)

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).

a. Strategi SO (Comparative Advantage)

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. Kondisi lingkungan yang terdapat di sekitarnya untuk digunakan sebagai usaha dalam mempertahankan keunggulan komparatif tersebut. (Strategi SO : menggunakan kekuatan memanfaatkan peluang).

b. Strategi ST (Mobilization)

Kotak ini merupakan kajian yang mempetumukan 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).

c. Strategi WO (Investment Divestment)

Kotak ini merupakan kajian yang menuntut adanya kepastian dari berbagai peluang dan kekurangan yang ada. Peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan sektor 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).

d. Strategi WT (Demage Control)

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 V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan yaitu 107 unit usaha, pada penelitian ini diambil sampel 30 unit usaha. Awal mulai usaha ini tahun 1992. Daerah pemasaran gula aren adalah dalam Kabupaten dan luar Kabupaten.
2. Permodalan yang dimiliki industri kecil gula aren berasal dari pengrajin sendiri, belum ada bantuan permodalan dari Pemerintah atau pihak swasta untuk mengembangkan industri kecil gula aren ini.
3. Jalur pemasaran pada industri kecil gula aren masih pendek. Pengrajin tidak pernah melakukan promosi. Hasil produksi gula aren biasanya sudah memiliki pemesan atau dibeli oleh pengepul.
4. Bahan baku industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan tersedia dengan mudah. Bahan baku yang didapat tidak hanya didapat dari satu pohon aren saja, tetapi dari beberapa pohon aren. Ketersediaan air nira aren ini sangat mempengaruhi keberlangsungan industri gula aren.
5. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan industri kecil gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal adalah dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang

diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit.

5.2. Saran

Saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah daerah
 - a. Dalam hal pemasaran, pemerintah lebih sering mengikutsertakan para pengusaha dalam event-event tertentu sehingga gula aren di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal di kenal oleh masyarakat luas.
 - b. Dalam hal permodalan, pemerintah bisa memberi bantuan dalam bentuk hibah/ pinjaman lunak kepada para pengusaha untuk mengembangkan usahanya.
 - c. Untuk menunjang keberhasilan perkembangan usaha, hendaknya pemerintah menciptakan pertumbuhan iklim usaha yang kondusif.
2. Bagi Pengrajin.
 - a. Mengadakan studi banding ke daerah pengrajin gula aren yang berada di Luar Kabupaten Kendal agar para pengusaha gula aren mendapat tambahan ilmu, bisa meningkatkan inovasi produk dan saling bertukar pengalaman dengan pengrajin daerah lain demi kemajuan usaha.
 - b. Perlunya melakukan inovasi dalam segi pengemasan yang lebih modern.
 - c. Meningkatkan kegiatan promosi-promosi yang lebih banyak seperti melalui media massa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. A. 2006 *Strategic Market Management*. New York : John Willey & Sons, Inc
- Ahyari, Agus. 1983. *Managemen Produksi Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta-BPFE-Yogyakarta.
- Alfred, D. Chandler, Jr .1962. *Strategy and Structure: Chapters in The History of The industrial Enterprise*. Cambridge Mass: MIT Press
- 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. 2000. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta : Jakarta.
- ,2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta : Jakarta.
- Arsyad, Lincoln. 1999. *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis, Edisi Revisi*. Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) AMP YKPN : Yogyakarta.
- BPS Kabupaten Kendal . 2014. *Kabupaten Kendal dalam Angka 2014*, Kabupaten Kendal.
- BPS Kecamatan Limbangan. 2014. *Kecamatan Limbangan dalam Angka 2014*, Kecamatan Limbangan.
- Brooks, Ferno. 1992. *Strategi Bisnis*. Semarang : Dahara Prize.
- Disperindag Kabupaten Kendal. 2014. *Data Base Industri Rumahan Kabupaten Kendal*. Kendal.
- Disperindag & PM Kabupaten Semarang. 2008. *Kebijakan Keterkaitan Industri Hulu Hilir*. Ungaran.
- [http:// gulamerahyogya.blogspot.co.id/Gula_aren](http://gulamerahyogya.blogspot.co.id/Gula_aren).(18 September 2015).
- Hunger, J.David & Thomas I.Wheelen. 2003. *Manajemen Strategis, Edisi kedua*, ANDI ,Yogyakarta.

- Indriantoro dan Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama*. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Irawan dan Suparmoko, M. 1992. *Ekonomi Pembangunan Edisi Pertama*. BPFE Yogyakarta: Yogyakarta
- _____. M. 2002. *Ekonomi Pembangunan*. . BPFE Yogyakarta : Yogyakarta
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prenhallindo : Jakarta.
- _____. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Madura, Jeff. 2001. *Pengantar Bisnis*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Mubyarto.1986. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES: Yogyakarta.
- Porter, Michael. E dan Maulana, Agus. 2008. *Strategi Bersaing (Teknik Menganalisis Industri dan Pesaing)*. Jakarta : Erlangga.
- Prasetyo, Bambang . 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Prasetyo, P Eko. 2004. Jurnal Ekonomi Dengan Judul “*Strategi Pemberdayaan Industri Kecil dan Kerajinan Melalui faktor internal dan eksternal*”. Semarang : UNNES.
- Rakhmat, Jalaludin. 2005.*Metode Penelitian Komunikasi*. PT. RemajaRosdakarya: Bandung.
- Rangkuti, Freddy. 1998.*Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,
- _____. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis, cetakan kedua belas*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,
- _____, 2002.*Riset Pemasaran*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2009. *Analysis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- Riyanto, Bambang. 1999. *Dasar - dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE: Yogyakarta.

- Sadono Sukirno. 2005. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar edisi ketiga*. PT.Rajagrafindo Persada : Jakarta.
- Sandy, I Made. 1985. *Republik Indonesia Geografi Regional*. Jakarta: Debdikbud.
- Siagian P, Sondang. 2005. *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siahaan, Bisuk. 2000. *Industrialisasi di Indonesia Sejak Hutang Kehormatan Sampai Banting Stir*. Bandung : ITB.
- Sriyadi. 1991. *Bisnis pengantar ilmu perusahaan modern*. Semarang : IKIP Press.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 30/4/Kep/Dir Tanggal 4 April 1997 tentang usaha kecil.
- Suryana. 2000. *Ekonomi Pembangunan (Problematika dan Pendekatan)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Tambunan, Tulus.T.H. 1999. *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta : Salemba Empat.
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. *Pengajaran Analisis Kontrastif Bahasa*. Bandung : Angkasa
- Tim Dosen YKPN. 2001. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Tim Penyusun Undang-Undang RI Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah : Jakarta.

LAMPIRAN

INSTRUMEN PENELITIAN

Nomor Responden :

Tanggal Pengisian :

I. IDENTITAS RESPONDEN DAN PROFIL USAHA

1. Nama Pemilik :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Alamat :
5. Pendidikan Terakhir :
6. Jumlah Anggota Keluarga :
7. Nama Usaha :
8. Tahun Berdiri :
9. Lama Jadi Pengusaha :
10. Status Kepemilikan Usaha :
11. Jenis Produk :

II. DAFTAR PERTANYAAN

1. Berapakah modal awal saat mendirikan usaha industri kecil gula aren ini?
2. Apa saja jenis produk yang dihasilkan pada industri gula aren Bapak/Ibu?
3. Daerah mana saja yang menjadi sasaran tempat untuk memasarkan gula aren Bapak/ibu?
4. Berapakah rata-rata jumlah gula aren yang terjual perbulannya?
5. Berapa harga jual gula aren yang dipasarkan?

6. Apa sajakah bahan baku yang digunakan untuk pembuatan gula aren?
7. Apa sajakah peralatan yang digunakan untuk pembuatan gula aren Bapak/Ibu?
8. Upaya/ promosi apa yang Bapak/Ibu lakukan untuk menarik pembeli?
9. Adakah Bapak/Ibu memiliki kendala dalam pemasaran produk gula aren?
10. Bagaimana tingkat persaingan dalam industri gula aren?
11. Darimana sumber modal yang Bapak/Ibu peroleh?
12. Selama ini adakah bantuan dari pemerintah dalam hal permodalan?
13. Apakah Bapak/Ibu melakukan pembukuan keuangan menyangkut modal, biaya, produksi dan penjualan?
14. Bagaimana sistem administrasi keuangan usaha Bapak/Ibu?
15. Berapa jumlah tenaga kerja yang anda miliki?
16. Berapa hari kerja dalam seminggu?
17. Berapa waktu yang dibutuhkan dari buatan gula aren dari awal sampai produk siap jual?
18. Apakah Bapak/Ibu sudah memiliki perijinan atau legalisasi untuk standarisasi produk yang dihasilkan?
19. Apakah ada jalinan kerja sama atau kemitraan dengan pemerintah dalam rangka pengembangan produk?
20. Apakah ada jalinan kerja sama atau kemitraan dengan pihak swasta?
21. Apakah ada kemitraan / kerja sama dengan Perguruan Tinggi atau LSM?

Kepada

Yth.Bpk/ Ibu Pengusaha Gula Aren

Di desa
Kabupaten Kendal

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi yang berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL GULA AREN DI KECAMATAN LIMBANGAN KABUPATEN KENDAL” maka saya mengharapkan kesediaan Bpk/ Ibu/ Sdr untuk mengisi angket ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Saya sangat menghargai setiap jawaban yang diberikan dan akan tetap menjaga kerahasiaannya, karena hasilnya semata- mata hanya untuk kepentingan penelitian.

Atas bantuan dan kesediaan Bpk/ Ibu dalam mengisi angket ini, saya mengucapkan terimakasih.

Semarang, 2015
Peneliti

SitiMaemonah
7450408077

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL GULA AREN DI KECAMATAN
LIMBANGAN KABUPATEN KENDAL

A. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT TERHADAP PELUANG

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

- Nilai 4 = Jika usaha Bapak/Ibu memberikan **respon superior** dalam meraih peluang yang ada.
- Nilai 3 = Jika usaha Bapak/Ibu memberikan **respon diatas rata-rata** dalam meraih peluang yang ada.
- Nilai 2 = Jika usaha Bapak/Ibu memberikan **respon sama dengan rata-rata** dalam meraih peluang yang ada.
- Nilai 1 = Jika usaha Bapak/Ibu **kurang merespon** dalam meraih peluang yang ada.

Menurut Bapak/Ibu, bagaiman respon usaha Bapak/Ibu apabila peluang sebagai berikut;

Kriteria Peluang	Gula Aren			
	4	3	2	1
Produk merupakan produk tradisional da ciri khas daerah				
Pangsa pasar masih luas				

Permintaan yang semakin meningkat				
Pemberian jasa-jasa pelatihan dan pendampingan				

B. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT TERHADAP ANCAMAN

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

Nilai 4 = Jika kriteria ancaman **sangat tinggi** mempengaruhi usaha Bapak/Ibu tersebut.

Nilai 3 = Jika kriteria ancaman pengaruhnya **tinggi** mempengaruhi usaha Bapak/Ibu tersebut.

Nilai 2 = Jika kriteria ancaman pengaruhnya **rendah** mempengaruhi usaha Bapak/Ibu tersebut.

Nilai 1 = Jika kriteria ancaman **tidak memberikan pengaruh** usaha Bapak/Ibu tersebut.

Menurut Bapak/Ibu, bagaimana respon usaha Bapak/Ibu apabila ancaman sebagai berikut;

Kriteria Ancaman	Gula Aren			
	4	3	2	1
Banyaknya pesaing antar perajin				
Banyaknya barang pengganti substitute				

Bahan baku susah diperoleh				
Inovasi dalam corak monoton				

C. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT TERHADAP KEKUATAN

Petunjuk : Pemberian nilai peringkat berdasarkan kemampuan usaha Bapak/Ibu dibandingkan dengan kemampuan usaha gula aren di daerah lain. Pemberian peringkat mengacu pada keterangan dibawah ini:

Nilai 4 = Jika kriteria kekuatan merupakan **kekuatan terbesar/mayor** dibandingkan usaha dari kota lain.

Nilai 3 = Jika kriteria kekuatan merupakan **kekuatan minor** dibandingkan usaha dari kota lain.

Menurut Bapak/Ibu, bagaimana posisi usaha Bapak/Ibu jika dibandingkan dengan usaha pesaing sejenis dari daerah lain dalam hal kekuatan;

Kriteria Kekuatan	Gula Aren	
	4	3
Banyaknya pesaing antar perajin		
Banyaknya barang pengganti substitute		
Bahan baku susah diperoleh		
Inovasi dalam corak monoton		

D. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT TERHADAP KELEMAHAN

Petunjuk : Pemberian nilai peringkat berdasarkan kelemahan usaha Bapak/Ibu dibandingkan dengan kelemahan usaha gula aren di daerah lain. Pemberian peringkat mengacu pada keterangan dibawah ini:

Nilai 4 = Jika kriteria kelemahan merupakan **kelemahan terbesar/mayor** dibandingkan usaha dari kota lain.

Nilai 3 = Jika kriteria kelemahan merupakan **kelemahan minor** dibandingkan usaha dari kota lain.

Menurut Bapak/Ibu, bagaiman posisi usaha Bapak/Ibu jika dibandingkan dengan usaha pesaing sejenis dari daerah lain dalam hal kelemahan yang dimiliki ;

Kriteria Kelemahan	Gula Aren	
	4	3
Proses produksi yang relative lama		
Kemampuan dalam menyerap pengetahuan dan teknologi dalam mencari inovasi baru		
Kurangnya media promosi		
Kualitas produk yang belum stadarisasi		
Kemampuan manajerial dalam mengelola usaha		