



**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN  
INDUSTRI KECIL KNALPOT DI KABUPATEN  
PURBALINGGA**

**SKRIPSI**

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

**Oleh  
Dewi Setiyorini  
NIM 7450406013**

**PERPUSTAKAAN  
UNNES**

**JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG  
2011**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

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

Hari :

Tanggal :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Drs. ST. Sunarto, M.S  
NIP. 194712061975011001

Dr. Ety Soesilowati, M.Si  
NIP. 196304181989012001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan

PERPUSTAKAAN  
UNNES

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

## PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari :

Tanggal :

Penguji

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

Anggota I

Anggota II

Drs. ST. Sunarto, M.S  
NIP. 194712061975011001

Dr. Etty Soesilowati, M.Si  
NIP. 196304181989012001

PERPUSTAKAAN  
UNNES

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

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

## **PERNYATAAN**

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

Semarang, Februari 2011

Dewi Setiyorini  
NIM 7450406013



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

- ❖ Sebelum kedua telapak kaki seseorang menetap di hari kiamat, akan ditanyakan tentang empat hal lebih dulu : pertama tentang umurnya untuk apa dihabiskan, kedua tentang masa mudanya untuk apakah dipergunakan, ketiga tentang hartanya dari mana ia peroleh dan untuk apakah dibelanjakan, dan keempat tentang ilmunya, apa saja yang ia amalkan dengan ilmunya itu (H.R. Bukhari-Muslim).
- ❖ Sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi orang lain (HR. Addaruquthni dan Ath Thabarani).
- ❖ Ilmu dimulai dari niat, kemudian mendengarkan, memahami, mengamalkan, memeliharanya, dan menyebarkan (Ibnu Mubarak).

### Persembahan

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- ♥ Almamaterku
- ♥ Ibuku Cici Mulyati dan Bapakku Imam Hidayat yang selalu memberikan doa, dukungan serta materi, tak hentinya ucapan terimakasihku kepadamu..
- ♥ Kakakku Siwi dan Didit serta adikku Febri dan tak lupa si kecil Hafiz, terimakasih atas semangat dan dukungannya.
- ♥ Sidiq Styadi yang kucinta, terimakasih atas dukungan, semangat dan kesabarannya selama ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur Penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul: Analisis Strategi Pengembangan Industri Kecil Knalpot di Kabupaten Purbalingga, dapat penulis selesaikan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini selesai berkat bantuan, petunjuk dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih pada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Sudijono Sastroatmodjo, M.Si, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
2. Drs. S. Martono, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian.
3. Dr. Hj. Sucihatningsih DWP, M.Si, Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Drs. ST. Sunarto, M.S, Dosen Pembimbing I yang telah membantu dan memberikan bimbingan serta arahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Dr. Ety Soesilowati, M.Si, Dosen Pembimbing II yang telah membantu dan memberikan bimbingan serta arahan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kusumantoro, S.Pd, M.Si, Dosen Penguji yang telah memberikan kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu Dosen, yang telah memberi bekal ilmu yang tidak ternilai harganya kepada penulis selama belajar di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
8. Kepala Disperindag Kabupaten Purbalingga Ir. Gunarto dan Kepala Bagian Industri Agus Purnadi S.E, yang telah memberikan informasi dan data-data yang dibutuhkan penulis dalam penyusunan skripsi ini
9. Teman-teman EP 2006 dan teman-teman Betty Kost, terimakasih atas semangat dan kebersamaannya selama ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam rangka penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dan tidak lupa kritik dan saran perbaikan agar menjadikan skripsi ini lebih bermakna.

Semarang, Februari 2011

Penulis  
PERPUSTAKAAN  
UNNES

## ABSTRAK

Dewi Setiyorini. 2011. **Analisis Strategi Pengembangan Industri Kecil Knalpot di Kabupaten Purbalingga**. Jurusan Ekonomi Pembangunan. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang.

### **Kata Kunci: Strategi Pengembangan dan Industri Kecil**

Strategi pengembangan usaha merupakan rencana menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya suatu industri yang diperlukan guna mengembangkan usahanya dalam rangka mencapai tujuan industri secara lebih efektif dan efisien. Strategi pengembangan usaha juga merupakan upaya mengantisipasi masalah-masalah yang mungkin timbul di masa mendatang yang sulit dipastikan dan dapat memberikan arah kegiatan operasional bagi pelaksanaan kegiatan industri. Industri kecil mempunyai peran strategis dalam memberi kontribusi terhadap PDRB. Di Kabupaten Purbalingga terdapat sektor industri kecil yang memiliki potensi besar yaitu industri knalpot.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana profil industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga serta untuk mengetahui strategi pengembangan apa yang digunakan. Metodologi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Variabel yang diteliti adalah profil industri yang meliputi SDM (tenaga kerja), Permodalan, Teknologi dan Pemasaran. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis *SWOT*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa profil industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga ada 147 unit usaha. Ada beberapa prioritas strategi pengembangan yang dilakukan yaitu strategi SO dengan meningkatkan kualitas SDM dan pemanfaatan tenaga kerja di daerah sekitar untuk peningkatan usaha. Strategi WO dengan meningkatkan promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan menambah variasi desain. Strategi ST memerlukan peranan pemerintah dalam hal bantuan modal agar pengusaha lebih mudah dalam mengembangkan usahanya dan menjaga ciri khas produk agar mampu bersaing. Strategi WT dengan menciptakan inovasi dalam menghadapi persaingan dan dengan meningkatkan kemampuan manajerial pemilik usaha. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan, strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit dengan cara memperluas pasar, meningkatkan kualitas produksi dan fasilitas teknologi, strategi-strategi pengembangan yang dilakukan diharapkan dapat meningkatkan perkembangan industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga.

Saran yang dapat diajukan adalah pemerintah lebih sering mengikutsertakan pengusaha knalpot pada pameran sehingga produk knalpot lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas dan bagi pengusaha agar membentuk wadah kerjasama antar pengusaha knalpot dengan kesamaan visi.



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN.....	iii
PERNYATAAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
2.1. Strategi Pengembangan Ekonomi Daerah.....	8
2.2. Strategi Pengembangan Industri Kecil .....	10
2.3. Pengertian Industri.....	16
2.4. Industri Kecil.....	20
2.5.Keunggulan dan Kelemahan UKM.....	23

2.6. Perkembangan Industri Kecil.....	24
2.7. Peranan Industri Dalam Pembangunan Ekonomi.....	28
2.8. Kerangka Berpikir .....	33
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b>	
3.1. Jenis Penelitian .....	34
3.2. Populasi.....	34
3.3. Sampel.....	35
3.4. Variabel Penelitian.....	37
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	39
3.6. Metode Analisis Data.....	40
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Hasil Penelitian.....	45
4.2. Pembahasan.....	67
<b>BAB V. PENUTUP</b>	
5.1. Simpulan .....	72
5.2. Saran .....	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76

## DAFTAR TABEL

1. Tabel Perkembangan Jumlah Industri dan Tenaga Kerja di Kabupaten Purbalingga 2006-2010.....	3
2. Tabel Persebaran Perkembangan Jumlah Industri Knalpot di Kabupaten Purbalingga Tahun 2008-2010.....	5
3. Tabel Populasi dan Sampel .....	37
4. Tabel Analisis Faktor Internal dan Eksternal.....	40
5. Tabel Alternatif Pengembangan SWOT secara Matrik .....	41
6. Tabel Lusa Kecamatan di Kabupaten Purbalingga.....	48
7. Tabel Status Kepemilikan Usaha.....	49
8. Tabel Pengusaha Knalpot Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
9. Tabel Pengusaha Knalpot Berdasarkan Umur.....	52
10. Tabel Pengusaha Knalpot Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
11. Tabel Banyaknya Tenaga Kerja Pada Industri Knalpot.....	54
12. Tabel Pendidikan Tenaga Kerja Pada Industri Knalpot.....	55
13. Tabel Modal Awal Pengusaha Knalpot.....	56
14. Tabel Sumber Modal Pengusaha Knalpot.....	58
15. Tabel Lama Produksi Industri Knalpot.....	59
16. Tabel Faktor Strategi Internal.....	61
17. Tabel Faktor Strategi Eksternal.....	63

## DAFTAR GRAFIK

1. Grafik Perkembangan Jumlah Industri Knalpot di Kabupaten Purbalingga .....	5
2. Kerangka Berpikir.....	34
3. Grafik Status Kepemilikan Usaha.....	50
4. Grafik PengusahaKnalpot Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
5. Grafik Pengusaha Knalpot Berdasarkan Umur.....	52
6. Grafik Pengusaha Knalpot Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	53
7. Grafik Banyaknya Tenaga Kerja Pada Industri Knalpot.....	54
8. Grafik Pendidikan Tenaga Kerja Pada Industri Knalpot.....	55
9. Grafik Modal Awal Pengusaha Knalpot.....	57
10. Grafik Sumber Modal Pengusaha Knalpot.....	58
11. Grafik Lama Produksi Industri Knalpot.....	59

PERPUSTAKAAN  
UNNES

## DAFTAR LAMPIRAN

1.	Instrumen penelitian.....	77
2.	Lembar Wawancara.....	81
3.	Hasil Wawancara .....	82
4.	Daftar Responden.....	84
5.	Tabulasi.....	86
6.	Foto-Foto .....	89
7.	Surat Penelitian .....	91



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Industri kecil di Indonesia mempunyai peluang yang sangat besar untuk berkembang, perkembangan ini sangat dihargai apabila dapat berlangsung atas prakarsa dan dengan kekuatan masyarakat sendiri, sehingga pemerintah tinggal membantu dengan fasilitas-fasilitas dan kemudahan-kemudahan serta perlindungan yang diperlukan. Masyarakat desa biasanya mampu dengan kekuatan sendiri menumbuhkan industri kecil (Dumairy, 1997).

Perkembangan industri kecil termasuk industri rumah tangga yang bersifat informal merupakan bagian dari perkembangan industri dan ekonomi nasional secara keseluruhan. Industri kecil mempunyai peranan yang sangat strategis dalam hal pemerataan penyebaran lokasi usaha yang mendukung pembangunan daerah, pemerataan kesempatan kerja menunjang ekspor non migas serta melestarikan seni budaya bangsa (Safnita, 2003: 203, dalam Iskandar.2008)

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 menengah 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

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam perekonomian suatu negara, memiliki peran yang penting. Bukan saja di Indonesia, tetapi kenyataan menunjukkan bahwa posisi usaha kecil dan menengah mempunyai peranan strategis di negara-negara lain juga. Indikasi yang menunjukkan peranan usaha kecil dan menengah itu dapat dilihat dari kontribusinya terhadap PDB, ekspor non migas, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia yang cukup berarti (M. Irfan dalam Anoraga, 2002:244).

Sektor industri yang berkembang sampai saat ini ternyata masih didominasi oleh industri padat tenaga kerja, yang biasanya memiliki mata rantai relatif pendek, sehingga penciptaan nilai tambah juga relatif kecil. Akan tetapi karena besarnya populasi unit usaha maka kontribusi terhadap perekonomian tetap besar. Terdapat tiga unsur pelaku ekonomi yang mendukung perkembangan sektor industri, yaitu Badan Usaha Milik Swasta (BUMS), Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan pengusaha kecil / menengah, serta koperasi (Departemen Perindustrian, 2008)

Pembangunan di sektor industri merupakan bagian dari usaha jangka panjang untuk memperbaiki struktur ekonomi yang tidak seimbang karena bercorak pertanian kearah ekonomi yang lebih kokoh dan seimbang antara pertanian dan industri (Departemen Perindustrian, 1999:7).

Purbalingga merupakan kabupaten dimana banyak terdapat perusahaan industri, baik industri besar maupun industri sedang. Perkembangan industri di kabupaten Purbalingga itu sendiri cukup baik, dimana perkembangan industri tersebut memiliki kontribusi yang sangat penting terhadap penyerapan tenaga kerja. Perusahaan Industri besar/ sedang di kabupaten Purbalingga pada tahun 2008 tercatat sebanyak 94 perusahaan dengan 26.983 orang tenaga kerja dan industri sedang sebanyak 62 perusahaan dengan tenaga kerja sebanyak 3.065 orang. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1  
Perkembangan Perusahaan Industri dan Tenaga Kerja  
di Kabupaten Purbalingga Tahun 2004-2008

No	Tahun	Industri Besar		Industri Sedang		Total	
		Perusa- haan	Tenaga Kerja	Perusa- Haan	Tenaga Kerja	Perusa- Haan	Tenaga Kerja
1	2004	28	11.730	32	1.452	60	13.182
2	2005	26	13.031	29	1.344	55	14.375
3	2006	25	12.635	30	1.415	55	14.050
4	2007	29	21.311	77	3.501	106	24.812
5	2008	32	23.918	62	3.065	94	26.983

Sumber: BPS Kabupaten Purbalingga 2010

Kabupaten Purbalingga mempunyai potensi industri logam (didalamnya knalpot). Jenis industri logam komponen otomotif ini memiliki peluang untuk dikembangkan seperti yang sudah dilaksanakan di daerah lain di Jawa Tengah yaitu Kabupaten Tegal, Klaten dan Pati maupun di Kabupaten lain di Jawa Timur (Malang dan Sidoarjo). Hal ini dapat dilihat dari jumlah pengrajin, jenis dan variasi produk, akses pasar produk knalpot yang mencakup seluruh wilayah nasional serta peluang pasar industri komponen otomotif dan logam yang masih cukup menjanjikan.



Sebagai subsektor yang potensial , industri knalpot diharapkan memiliki permintaan yang tinggi terhadap jumlah tenaga kerja karena dengan adanya tingkat permintaan yang tinggi terhadap tenaga kerja mempunyai arti penting bagi pembangunan karena hal tersebut dapat membantu mengurangi pengangguran, upaya pengentasan kemiskinan dan upaya perbaikan ekonomi.

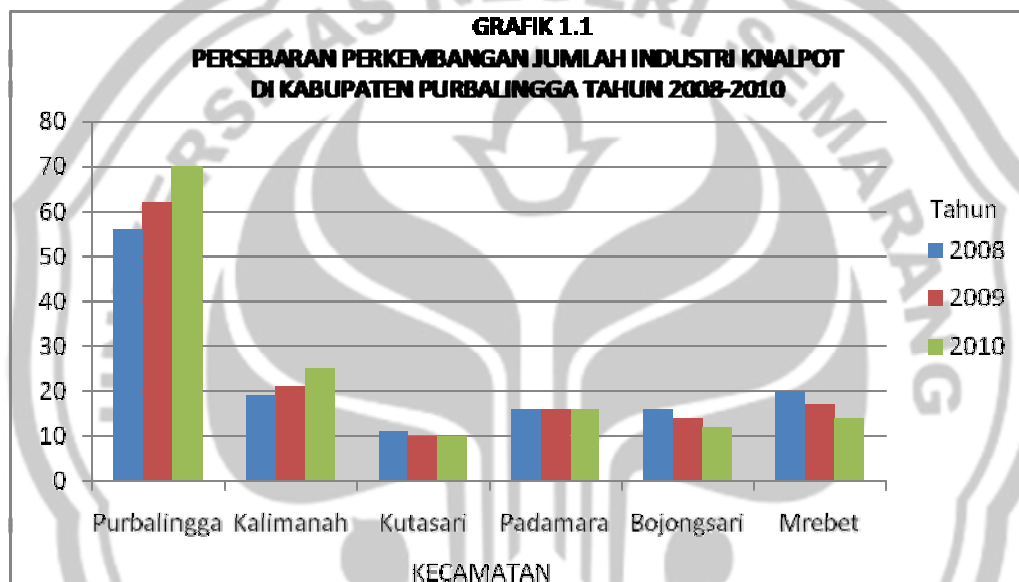
Jenis knalpot yang diproduksi oleh masing-masing IKM berlainan. Ada dua jenis knalpot yang diproduksi yaitu knalpot mobil dan knalpot sepeda motor. Jenis produk knalpot terdiri dari knalpot variasi dan knalpot standar. Bahan baku yang digunakan antara pembuatan knalpot mobil dan motor hampir sama, yaitu plat besi standar maupun plat drum, plat galvanis, plat stainless, pipa, asbes, karbit dan oksigen untuk pengelasan , cat serta croom yang dipakai dalam pelapisan logam.

Di Kabupaten Purbalingga ada 6 (enam) kecamatan yang terdapat pengusaha atau industri knalpot yaitu kecamatan Purbalingga, Kecamatan Kalimanah, Kecamatan Kutasari, Kecamatan Padamara, Kecamatan Bojongsari dan Kecamatan Mrebet. Yang mana Industri kecil knalpot ini telah dijadikan sebagai mata pencaharian penduduk di 6 (enam) kecamatan tersebut. Dibawah ini tabel persebaran dari industri knalpot tersebut:

Tabel 1.2  
Persebaran Perkembangan Jumlah Industri Knalpot  
di Kabupaten Purbalingga Tahun 2008 – 2010

N0.	Kecamatan	2008	2009	2010
1.	Purbalingga	56	62	70
2.	Kalimanah	19	21	25
3.	Kutasari	11	10	10
4.	Padamara	16	16	16
5.	Bojongsari	16	14	12
6.	Mrebet	20	17	14
	<b>Jumlah</b>	<b>138</b>	<b>140</b>	<b>147</b>

Sumber: Disperindag&kop Kab. Purbalingga 2011



Keterangan:

Dari grafik diatas dapat dijelaskan bahwa persebaran perkembangan jumlah industri knalpot di Kabupaten Purbalingga tahun 2008-2010 antara satu kecamatan dengan kecamatan yang lain perkembangannya tidak sama. Dimana yang mengalami kenaikan jumlah industri knalpot ada pada Kecamatan Purbalingga dan Kecamatan Kalimanah. Sedangkan Kecamatan Kutasari, Kecamatan Bojongsari, Kecamatan Mrebet mengalami penurunan dan Kecamatan padamara cenderung tetap. Kenaikan dan penurunan jumlah industri knalpot di

Kabupaten Purbalingga dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain yaitu dalam hal permodalan dan teknologi.

Dalam hal permodalan para pengusaha mengalami keterbatasan modal untuk pengembangan usahanya, karena para pengusaha merasa kesulitan dalam memperoleh pinjaman modal. Dalam industri kecil knalpot juga menghadapi permasalahan dalam hal teknologi, yaitu masih terbatasnya kepemilikan teknologi tepat guna yang digunakan untuk proses produksi sehingga sebagian besar masih menggunakan alat yang tradisional, karena mesin/ teknologi yang tepat guna sangat penting untuk percepatan produksi dan meningkatkan kualitas.

Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut diperlukan strategi pengembangan industri knalpot yang tepat sehingga para pengusaha industri knalpot di Kabupaten Purbalingga tidak mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya.

Bertitik tolak pada latar belakang tersebut diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KNALPOT DI KABUPATEN PURBALINGGA”.

### **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana profil industri knalpot di Kabupaten Purbalingga?
2. Bagaimana strategi pengembangan industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah, untuk mengetahui:

1. Profil industri knalpot di Kabupaten Purbalingga.
2. Strategi pengembangan industri Knalpot di Kabupaten Purbalingga.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan, baik bersifat akademis maupun praktis, yaitu:

1. Kegunaan Akademis
  - a. Penelitian dilakukan sebagai bahan studi kasus bagi pembaca dan acuan bagi mahasiswa serta dapat memberikan bahan referensi bagi pihak perpustakaan UNNES sebagai bacaan yang dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca, khususnya dalam hal industri dan penyerapan tenaga kerja.
  - b. Penelitian dilakukan untuk memenuhi tanggung jawab skripsi, karena peneliti menempuh pendidikan sarjana.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan bagi lembaga-lembaga yang terkait dengan pembuatan kebijakan yang berhubungan dengan perkembangan industri di Kabupaten Purbalingga.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan masukan untuk meningkatkan produktivitas kerja industri knalpot di Kabupaten Purbalingga.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Strategi Pembangunan Ekonomi Daerah**

Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) dalam wilayah tersebut (Arsyad, 1999:108).

Pembangunan ekonomi daerah mencakup pembentukan institusi-institusi baru, pembangunan industri-industri alternatif, perbaikan kapasitas tenaga kerja yang ada untuk menghasilkan produk dan jasa yang lebih baik, identifikasi pasar-pasar baru, alih ilmu pengetahuan dan pengembangan perusahaan-perusahaan.

Dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi daerah, perlu adanya strategi pengembangan ekonomi daerah yang baik dan terarah agar mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan. Keberhasilan dalam pertumbuhan ekonomi sendiri erat kaitannya dengan strategi pembangunan ekonomi.

Ada berbagai macam strategi pembangunan yang dapat dipelajari (Adisasmita, 2005:205). Strategi pembangunan seimbang diartikan sebagai strategi pembangunan berbagai sektor secara berbarengan yang menekankan pembangunan serentak dari semua sektor yang saling berkaitan. Sedangkan strategi pembangunan tidak seimbang adalah strategi yang menekankan pembangunan pada satu sektor yang menjadi sektor pemimpin, diharapkan sektor pemimpin akan merangsang pertumbuhan yang lainnya.

Selain itu terdapat strategi pembangunan yang berorientasi ke dalam dan ke luar. Strategi pembangunan ke dalam ditunjukkan untuk lebih memaksimalkan sektor-sektor dalam wilayah sehingga mampu memproduksi sendiri tanpa mendatangkan dari wilayah luar. Strategi pembangunan ke luar yaitu bahwa perdagangan atau hubungan dengan wilayah lain akan memberi keuntungan karena merupakan motor penggerak pertumbuhan.

Menurut Lincoln Arsyad (1999), strategi pembangunan daerah dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu:

1. Strategi Pengembangan fisik atau Lokalitas

Dilakukan dengan program perbaikan kondisi fisik atau lokalitas daerah untuk kepentingan pembangunan industri dan perdagangan. Tujuannya untuk menciptakan identitas daerah atau kota, memperbaiki basis pesona atau kualitas hidup masyarakat dan memperbaiki dunia usaha daerah.

2. Strategi Pengembangan Dunia Usaha

Pengembangan dunia usaha merupakan komponen penting dalam perencanaan pembangunan ekonomi daerah karena daya tarik, kreasi atau daya perekonomian daerah yang sehat.

3. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan aspek yang paling penting dalam proses pembangunan ekonomi.

4. Strategi Pengembangan Ekonomi Masyarakat

Kegiatan pengembangan masyarakat ini merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mengembangkan suatu kelompok masyarakat itu di suatu daerah atau

dikenal dengan kegiatan pemberdayaan masyarakat. Tujuan kegiatan ini adalah untuk menciptakan manfaat sosial, misalnya melalui penciptaan proyek-proyek padat karya untuk memenuhi kebutuhan hidup atau memperoleh keuntungan dari usahanya.

## **2.2. Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil**

### **2.2.1. Pengembangan Usaha**

Pengembangan adalah meningkatkan kualitasnya maupun kuantitasnya dalam suatu kegiatan (Irwan dan M. Suparmoko, 1992:6). Pengembangan juga berarti proses, cara, perbuatan mengembangkan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001:538).

Usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud: pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2001:1254).

Strategi pengembangan usaha merupakan rencana menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya suatu industri yang diperlukan guna mengembangkan usahanya dalam rangka mencapai tujuan industri secara lebih efektif dan efisien. Strategi pengembangan usaha juga merupakan upaya mengantisipasi masalah-masalah yang mungkin timbul di masa mendatang yang sulit dipastikan dan dapat memberikan arah kegiatan operasional bagi pelaksanaan kegiatan industri.

Menurut Suparmoko (2001:100), dalam mempersiapkan strategi ada langkah-langkah yang ditempuh yaitu:

1. Mengidentifikasi sektor-sektor yang mempunyai potensi untuk dikembangkan dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan masing-masing sektor.
2. Mengidentifikasi sektor-sektor yang potensinya rendah untuk dikembangkan dan mencari faktor penyebabnya.
3. Mengidentifikasi sumber daya yang siap digunakan untuk pengembangan.
4. Dengan menggunakan pembobotan terhadap variabel kekuatan dan kelemahan maka akan ditemukan potensi yang menjadi unggulan dan patut dikembangkan.
5. Menentukan strategi untuk pengembangan sektor yang dapat menarik sektor lain untuk tumbuh sehingga perekonomian dapat berkembang.

### **2.2.2. Pengertian Strategi**

Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing (Porter dalam Freddy Rangkuti, 2006: 4).

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya (Chandler dalam Freddy Rangkuti, 2006: 3).

Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Dengan demikian salah satu fokus strategi adalah memutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak (Learned, Christensen, Andrews, dan Guth dalam Freddy Rangkuti, 2006:3).

Strategi merupakan respon secara terus menerus maupun adaptif terhadap peluang dan ancaman eksternal serta kekuatan dan kelemahan internal



yang dapat mempengaruhi organisasi (Argyris, Mintzberg, Steiner dan Miner dalam Freddy Rangkuti, 2006:4).

Strategi adalah kekuatan motivasi untuk stakeholders, seperti stakeholders, debtholders, manajer, karyawan, konsumen, komunitas, pemerintah, dan sebagainya, yang baik secara langsung maupun tidak langsung menerima keuntungan atau biaya yang ditimbulkan oleh semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan (Andrews dan Chaffe dalam Freddy Rangkuti, 2006:4).

Strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan dimasa depan (Hamel dan Prahalad dalam Freddy Rangkuti, 2006:4).

Definisi strategi yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa “Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut”. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut:

- a) *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya. Suatu perusahaan yang memiliki kekuatan yang tidak mudah ditiru oleh perusahaan pesaing dipandang sebagai perusahaan yang memiliki “*Distinctive competence*”. *Distinctive competence* menjelaskan kemampuan

spesifik suatu organisasi. Menurut Day dan Wensley (dalam Freddy Rangkuti, 2006:5), identifikasi *Distinctive competence* dalam suatu organisasi meliputi:

1. Keahlian tenaga kerja.
2. Kemampuan sumber daya.

Dua faktor tersebut menyebabkan perusahaan dapat unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keahlian sumber daya manusia yang tinggi muncul dari kemampuan membentuk fungsi khusus yang lebih efektif dibandingkan dengan pesaing.

b) *Competitive Advantage* kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan bersaing disebabkan oleh pilihan strategi yang dilakukan perusahaan untuk merebut peluang pasar menurut Potter (dalam Freddy Rangkuti, 2006:6), ada tiga strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu:

1. *Cost leadership*.
2. *Diferensiasi*.
3. *Fokus*.

Perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing yang lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya jika dia dapat memberikan harga jual yang lebih murah dari harga yang diberikan oleh pesaingnya dengan nilai atau kualitas produk yang sama. Harga jual yang lebih rendah dapat dicapai oleh perusahaan tersebut karena dia dapat memanfaatkan skala

ekonomis, efisiensi produksi, penggunaan teknologi, kemudahan akses dengan bahan baku, dan sebagainya.

Pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan tiga tipe strategi yaitu strategi yaitu:

a) Strategi Manajemen

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

b) Strategi Investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi. Misalnya, apakah perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru atau strategi divestasi lainnya.

c) Strategi Bisnis

Strategi bisnis ini sering juga disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, strategi produksi atau operasional, strategi distribusi, strategi organisasi, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan (Freddy Rangkuti 1997:6).

Menurut Purnomo dan Zulkifliemansyah, 1996: 20, proses strategi terdiri dari:

a) Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan adalah proses awal yang bertujuan untuk memantau lingkungan perusahaan, baik yang berada di dalam perusahaan maupun di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kelangsungan pencapaian tujuan yang diinginkan.

b) Menentukan dan Menetapkan arah Organisasi

Dari hasil analisis diharapkan diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan dapat ditentukan dan ditetapkan kemana arah perusahaan dijalankan. Hal ini berhubungan dengan misi dan tujuan perusahaan. Misi ini berfungsi sebagai penjabar akan keberadaan organisasi. Selain itu akan memberikan gambaran yang baik tentang pelanggan, pasar, filosofi, citra yang diinginkan masyarakat, serta teknologi yang digunakan perusahaan. Tujuan dan arah perusahaan merupakan refleksi pencapaian target yang akan dicapai perusahaan.

c) Formula Strategi

Formulasi strategi merupakan proses merancang dan menyeleksi berbagai strategi yang pada akhirnya memuntun pada pencapaian misi dan tujuan organisasi. Fokus utama dari strategi organisasi adalah bagaimana menyesuaikan diri agar dapat lebih baik dan lebih cepat bereaksi dibanding dalam persaingan yang ada.

d) Implementasi strategi

Implementasi strategi merupakan pengembangan secara logis melalui tindakan atau perbuatan. Implementasi strategi juga penting karena sebaik apapun formulasi strategi yang didasarkan pada analisa lingkungan, misi dan tujuan perusahaan akan menjadi sekedar teori belaka jika tidak mampu diimplementasikan dengan baik. Dengan demikian perusahaan harus mampu memformulasikan dan mengimplementasikan strateginya secara efektif.

e) Pengendalian Strategi

Pengendalian strategi merupakan proses strategi yang mengacu pada pemantauan dan pengevaluasian dengan maksud untuk memperbaiki dan memastikan bahwa sistem tersebut berfungsi sebagaimana mestinya. Dalam tahap ini akan coba dievaluasi apakah implementasi strategi benar-benar sesuai dengan formulasi strategi atau tidak. Atau apakah asumsi-asumsi yang kita gunakan dalam analisa lingkungan masih valid atau tidak dan sebagainya. Hasil dari pengendalian strategi akan bermanfaat dan menjadi masukan untuk proses strategi perusahaan selanjutnya. Dengan demikian perusahaan diharapkan akan tetap memiliki daya saing yang berkelanjutan.

### **2.3. Pengertian Industri**

Menurut Undang-undang No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, yang menyebutkan bahwa industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan

rancangan dan perancangan industri. Pengertian industri juga meliputi semua perusahaan yang mempunyai kegiatan tertentu dalam mengubah secara mekanik atau secara kimia bahan-bahan organik sehingga menjadi hasil baru.

Pengertian menurut Sandy (1985:154) industri adalah usaha untuk memproduksi barang jadi 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 diatas maka industri mencakup segala kegiatan produksi yang memproses pembuatan bahan-bahan mentah menjadi bahan-bahan setengah jadi maupun barang jadi atau kegiatan yang bisa mengubah keadaan barang dari suatu tingkat tertentu ke tingkat yang lain, kearah peningkatan nilai atau daya guna yang berguna untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Industri sebagai suatu sistem terdiri dari unsur fisik dan unsur perilaku manusia. Unsur fisik yang mendukung proses industri adalah komponen tempat meliputi pula kondisinya, peralatan, bahan mentah/bahan baku, dan beberapa hal yang memerlukan sumber energi. Sedangkan unsur perilaku manusia meliputi komponen tenaga kerja, ketrampilan, tradisi, transportasi, dan komunikasi, serta keadaan pasar dan politik (Dumairy, 1998:22).

Sedangkan menurut Anwar (1986 : 257) industri di Indonesia digolongkan dalam empat kriteria yaitu :

1. Industri besar menggunakan tenaga kerja mencapai 100 orang atau lebih.
2. Industri sedang menggunakan tenaga kerja mencapai 20-99 orang.
3. Industri kecil menggunakan tenaga kerja 5-19 orang.

4. Industri rumah tangga menggunakan tenaga kerja mencapai 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 dasar dan elektronika.
2. Industri hilir yang terdiri atas:
  - a. Aneka industri.
  - b. Industri kecil.

Menurut Deperindag 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 di bagi 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 (*Huisvlift*)

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.

#### 2.4. Industri Kecil

Perusahaan industri kecil merupakan kesatuan produksi yang terkecil disuatu tempat tertentu yang melakukan kegiatan untuk mengubah barang secara mekanis atau kimia sehingga menjadi barang atau produk baru yang sifatnya lebih dekat dengan konsumen. (Biro Pusat Statistik, 1994:11).

Kriteria fisik industri kecil menurut Undang-undang No. 9 Tahun 1999 tentang Perindustrian adalah:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,00.
3. Dimiliki oleh warga negara Indonesia.
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan/cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.
5. Berbentuk usaha perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum termasuk koperasi.

Karakteristik industri kecil menurut Tambunan (1999:20) antara lain:

1. Proses produksi lebih *mechanized*, dan kegiatannya dilakukan ditempat khusus (pabrik) yang biasanya berlokasi disamping rumah si pengusaha atau pemilik usaha.

2. Sebagian besar tenaga kerja yang bekerja di industri kecil adalah pekerja bayaran (*wage labour*).
3. Produk yang dibuat termasuk golongan barang-barang yang cukup *sophisticated*.

Klasifikasi industri kecil menurut Departemen Prindustrian (dalam Wei, 1994:111) antara lain:

#### 1. Industri Kecil Modern

Menurut definisi Departemen Perindustrian, industri kecil modern meliputi industri kecil yang:

- a) Menggunakan teknologi yang proses madya (*intermediate process technologies*).
- b) Mempunyai skala produksi yang terbatas.
- c) Tergantung pada dukungan Litbang dan usaha-usaha rekayasa (industri besar).
- d) Dilibatkan dalam sistem produksi industri besar dan menengah dan dengan sistem pemasaran domestik dan ekspor.
- e) Menggunakan mesin khusus dan alat perlengkapan modal lainnya.

#### 2. Industri Kecil Tradisional

Ciri-cirinya antara lain:

- a) Teknologi proses yang digunakan secara sederhana.
- b) Teknologi pada bantuan Unit Pelayanan Teknis (UPT) yang disediakan oleh Departemen Perindustrian sebagai bagian dari program bantuan teknisnya kepada industri kecil.

- c) Mesin yang digunakan dan alat perlengkapan modal lainnya relatif sederhana.
- d) Lokasinya di daerah pedesaan.
- e) Akses untuk menjangkau pasar di luar lingkungan yang berdekatan terbatas.

### 3. Industri Kerajinan Kecil

Industri kerajinan kecil meliputi industri kecil yang sangat beragam mulai dari industri kecil yang menggunakan teknologi proses yang sederhana, sampai industri kecil yang menggunakan teknologi proses madya atau malahan teknologi proses yang maju.

Selain potensinya untuk menyediakan lapangan kerja dan kesempatan untuk memperoleh pendapatan bagi kelompok-kelompok yang berpendapatan rendah, terutama di daerah pedesaan, industri kerajinan kecil juga didorong atas landasan budaya yakni mengingat peranan pentingnya dalam pelestarian warisan budaya Indonesia.

Menurut Irsan Azhary Saleh (1986:65) alasan-alasan yang mendukung pentingnya pengembangan industri kecil adalah:

1. Fleksibel dan adaptabilitasnya yang ditopang oleh kemudahan relatif dalam memperoleh bahan mentah dan peralatan.
2. Relevansinya dengan proses desentralisasi kegiatan ekonomi guna menunjang terciptanya integrasi kegiatan pada sektor-sektor ekonomi lainnya.
3. Potensinya terhadap penciptaan dan perluasan kesempatan kerja bagi pengangguran.

4. Berperan sebagai basis bagi suatu kemandirian pembangunan ekonomi, karena pada dasarnya diusahakan oleh pengusaha dalam negeri serta proses produksinya dengan dengan kandungan impor (*impor content*).

Dalam tulisan Nur Wening (1998:45), bahwa usaha kecil mempunyai potensi untuk dikembangkan, yaitu:

1. Memiliki potensi penyerapan tenaga kerja yang sangat besar.
2. Kemampuan untuk memanfaatkan bahan baku lokal serta menghasilkan barang serta jasa yang dibutuhkan masyarakat luas dengan harga terjangkau.
3. Suasana kekeluargaan lebih mudah diciptakan.
4. Memiliki kelebihan dibanding dengan usaha besar, yaitu lebih leluasa bergerak, lebih fleksibel dan cepat mengantisipasi perubahan yang terjadi.

### **2.5. Keunggulan dan Kelemahan UKM**

Menurut tim dosen YKPN (2001:39-40), beberapa kekuatan usaha kecil yaitu:

1. Memiliki kebebasan untuk bertindak. Bila ada perubahan, misalnya perubahan produk baru, teknologi baru dan perubahan mesin baru, usaha kecil dapat bertindak cepat menyesuaikan dengan keadaan perubahan tersebut.

2. Fleksibel.

Perusahaan kecil sangat luwes, ia dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan setempat. Bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran produk usaha kecil pada umumnya menggunakan sumber-sumber setempat yang bersifat lokal.

3. Tidak mudah goncang.

Karena bahan baku dan sumber daya lainnya kebanyakan lokal, maka perusahaan tidak rentan terhadap fluktuasi bahan baku impor.

Kelemahan usaha kecil di dalam menjalankan usahanya menurut tim dosen STIE YKPN dikategorikan ke dalam 2 aspek antara lain:

1. Aspek kelemahan struktural

Kelemahan dalam struktur perusahaan misalnya dalam bidang manajemen dan organisasi.

2. Aspek kelemahan kultural

Kelemahan dalam budaya perusahaan yang kurang mencerminkan perusahaan sebagai “*corporate culture*” sehingga dapat mengakibatkan kurangnya akses informasi dan lemahnya berbagai persyaratan lain guna memperoleh akses modal, pemasaran dan bahan baku.

## **2.6. Perkembangan Industri Kecil**

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha kecil dalam upaya meningkatkan keuntungan menurut tim dosen STIE YKPN (20012:39-40) 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 produktivitas, seperti penambahan 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.

Adapun masalah yang dihadapi usaha kecil menurut Departemen Koperasi, Pengusaha Kecil dan menengah (dalam skripsi Lila Eka Lingga 2009:22):

1. Kelemahan Sumber Daya Manusia.
2. Akses Pemasaran.
3. Akses Permodalan.
4. Akses Teknologi.
5. Akses Kelembagaan (perijinan, organisasi dan manajemen).

Upaya-upaya pengembangan usaha kecil berdasarkan pasal 14 UU No. 9/1995 (dalam Anoraga, 2002:258) tentang usaha kecil dirumuskan bahwa “Pemerintah” dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang : a. Produksi dan Pengolahan, b. Pemasaran, c. Sumber Daya Manusia dan d. Teknologi”.

Disebutkan lebih lanjut dalam pasal 15 dan 16 UU tentang usaha kecil bahwa “pemerintah” dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pembangunan dalam bidang produksi dan pengolahan dengan:

1. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan.
2. Meningkatkan kemampuan rancangan bangun dan perkerjasama.

3. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan bahan baku, bahan penolong dan kemasan.

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 lalu bangkrut. Ada yang bertahan dalam bisnisnya, sebagian berkembang pesat, tetapi tidak jarang yang hanya berjalan ditempat (Panji Anoraga dan Djoko Sudantoko, 2002:268).

Banyak penyebab kurang berkembangnya usaha kecil, dari faktor intern penyebab itu timbul karena faktor yang melekat pada ciri usaha kecil itu sendiri seperti pasar produknya yang terbatas (lokal), modal terbatas dan sulit akses pada lembaga keuangan, lokasi usaha kurang strategis, kemampuan kewirausahaan yang terbatas dan sebagainya. Sedangkan faktor ekstern misalnya persaingan usaha dan beberapa aspek makro lainnya, namun tidaklah berarti bahwa kendala tersebut menutup peluang berkembangnya usaha kecil.

Di Indonesia banyak terdapat industri kecil dengan beragam jenis usaha. Dengan keberadaan industri kecil menengah di Indonesia telah memiliki peran yang sangat penting di dalam perekonomian nasional, terutama dalam aspek-aspek, seperti 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 antara lain seperti dalam proses produksi dimana dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi seperti SDA, SDM, Modal, Teknologi dan masalah Pemasaran. Seperti yang telah disebutkan diatas, oleh Anoraga (2002:245) bahwa usaha kecil menengah 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.

Dalam Irawan dan M. Suparmoko (2002: 80), disebutkan bahwa banyak hal yang menentukan berhasilnya perkembangan ekonomi. Faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor ekonomi dan faktor non ekonomi. Kapasitas produksi suatu perekonomian dapat dilihat dari suatu 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 bahwa  $Y = f(L, K, R, T, S)$ . Dimana Y merupakan besarnya output; L adalah besarnya/ jumlah tenaga kerja yang tersedia untuk keperluan produksi; K adalah kapital yang tersedia untuk keperluan produksi, R menunjukkan banyaknya sumber-sumber alam riil, T menunjukkan teknologi yang digunakan, sedangkan S adalah karakteristik sosial budaya yang mempengaruhi.



Dalam Sadono Sukirno (2002:6) menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan faktor-faktor produksi adalah benda-benda yang disediakan oleh alam atau yang diciptakan oleh manusia yang dapat digunakan untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa. Faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian dibedakan kepada empat jenis, yaitu: Sumber Daya Alam, Tenaga Kerja (SDM), Modal dan Keahlian Keusahawanan.

Sedangkan yang dimaksud produksi dalam arti ekonomi mempunyai pengertian semua kegiatan yang meningkatkan nilai kegunaan atau faedah (*utility*) suatu benda. Ini dapat merupakan kegiatan yang meningkatkan kegunaan dengan mengubah bentuk atau menghasilkan barang baru (*utility form*). Dapat pula meningkatnya kegunaan suatu benda itu karena ada kegiatan yang mengakibatkan dapat berpindahnya pemilikan suatu benda dari tangan seseorang ke tangan orang lain (Sriyadi, 1991: 6). Sedangkan menurut Bruce R. Beattie diterjemahkan Dr Soeratno Josohardjono (1994: 35), produksi yaitu proses kombinasi dan koordinasi material-material dan kekuatan-kekuatan (input, faktor sumberdaya, atau jasa-jasa) produksi dalam pembuatan suatu barang/jasa (output atau produk).

Jadi faktor-faktor produksi yaitu semua unsur yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang.

## **2.7. Peranan Industri Dalam Pembangunan Ekonomi**

Dalam teori Pembangunan Arthur Lewis menyebutkan bahwa perekonomian suatu negara pada dasarnya akan terbagi menjadi dua yaitu:

### 1. Perekonomian Tradisional

Dalam teorinya lewis mengasumsikan bahwa di daerah pedesaan, dengan perekonomian tradisionalnya mengalami surplus tenaga kerja. Surplus tersebut erat kaitannya dengan basis utama perekonomian yang diasumsikan berada di perekonomian tradisional adalah bahwa tingkat hidup masyarakat berada pada kondisi subsisten akibat perekonomian yang bersifat subsisten pula.

### 2. Perekonomian Industri

Perekonomian ini terletak di perkotaan, dimana sektor yang berperan penting adalah sektor industri. Ciri dari perekonomian ini adalah tingkat produktivitas yang tinggi dari input yang digunakan, termasuk di dalamnya adalah tenaga kerja.

Sektor Industri diharapkan dapat menjadi motor penggerak perekonomian nasional dan telah menempatkan industri manufaktur sebagai penghela sektor rill. Hal ini dapat dipahami mengingat berbagai kekayaan sumber daya alam kita yang memiliki keunggulan komparatif berupa produk primer, perlu diolah menjadi produk industri untuk mendapatkan nilai tambah yang lebih tinggi. Sesuai dengan tahapan perkembangan negara kita, sudah saatnya kita melakukan pergeseran andalan sektor ekonomi kita dari industri primer ke industri sekunder, khususnya industri manufaktur nonmigas.

Membangun sektor industri pada era globalisasi tentu membutuhkan strategi yang tepat dan konsisten, sehingga dapat mewujudkan industri yang tangguh dan berdaya saing baik di pasar domestik maupun di pasar global, yang

pada gilirannya mampu mendorong tumbuhnya perekonomian, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat dan akhirnya mengurangi kemiskinan.

Pada umumnya pembangunan ekonomi yang dilakukan oleh negara-negara berkembang mempunyai tujuan antara lain untuk menciptakan pembangunan ekonomi yang hasilnya secara merata dikecap oleh masyarakat, meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, mengurangi perbedaan kemampuan antar daerah, struktur perekonomian yang seimbang. Salah satu indikator untuk menilai keberhasilan dari pembangunan ekonomi suatu negara adalah dilihat dari kesempatan kerja yang diciptakan dari pembangunan ekonomi (Suharsono Sugir, 2000:142).

Pertumbuhan industri merupakan unsur penting untuk mempercepat terciptanya suasana pembangunan jangka panjang dalam rangka menciptakan kerangka landasan bagi Indonesia untuk tumbuh dan berkembang. Salah satu tujuan pembangunan industri adalah meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat secara adil.

Tambahan menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan merupakan kondisi utama atau suatu keharusan bagi kelangsungan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan. Karena jumlah penduduk bertambah setiap tahun yang dengan sendirinya kebutuhan konsumsi sehari-hari juga bertambah setiap tahun, maka dibutuhkan penambahan pendapatan setiap tahun.

## 2.8. Penelitian Terdahulu (Jurnal yang Relevan)

1. Mengutip jurnal dari P. Eko Prasetyo, yang berjudul *Strategi Pemberdayaan Industri Kecil dan Kerajinan Melalui Faktor Internal dan Eksternal* (2004).

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap beberapa faktor dominan apa yang sangat berpengaruh positif terhadap upaya pengembangan usaha kecil di Indonesia. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil analisis SWOTE (*Strength Weaknesses Opportunities Threats and Environment*) dan hasil regresi sistem simultan yang diperkuat oleh path analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan analisis SWOTE, faktor internal dalam IKK sangat urgen untuk lebih diperhatikan dan diberdayakan terlebih dahulu baru didukung strategi pemberdayaan dari faktor eksternal seperti: kebijakan pemerintah, sosial, dan politik. Hasil penelitian menunjukkan faktor total internal dari kekuatan dan kelemahan (*strenght and weakness*) lebih tinggi yakni sebesar skor 5,10 daripada pengaruh faktor eksternal yakni peluang dan ancaman (*opportunity and treaths*) yang hanya mencapai nilai skor sebesar 4,25. Artinya, bahwa faktor internal terbukti lebih dominan pengaruhnya terhadap keberadaan IKK daripada faktor eksternalnya.

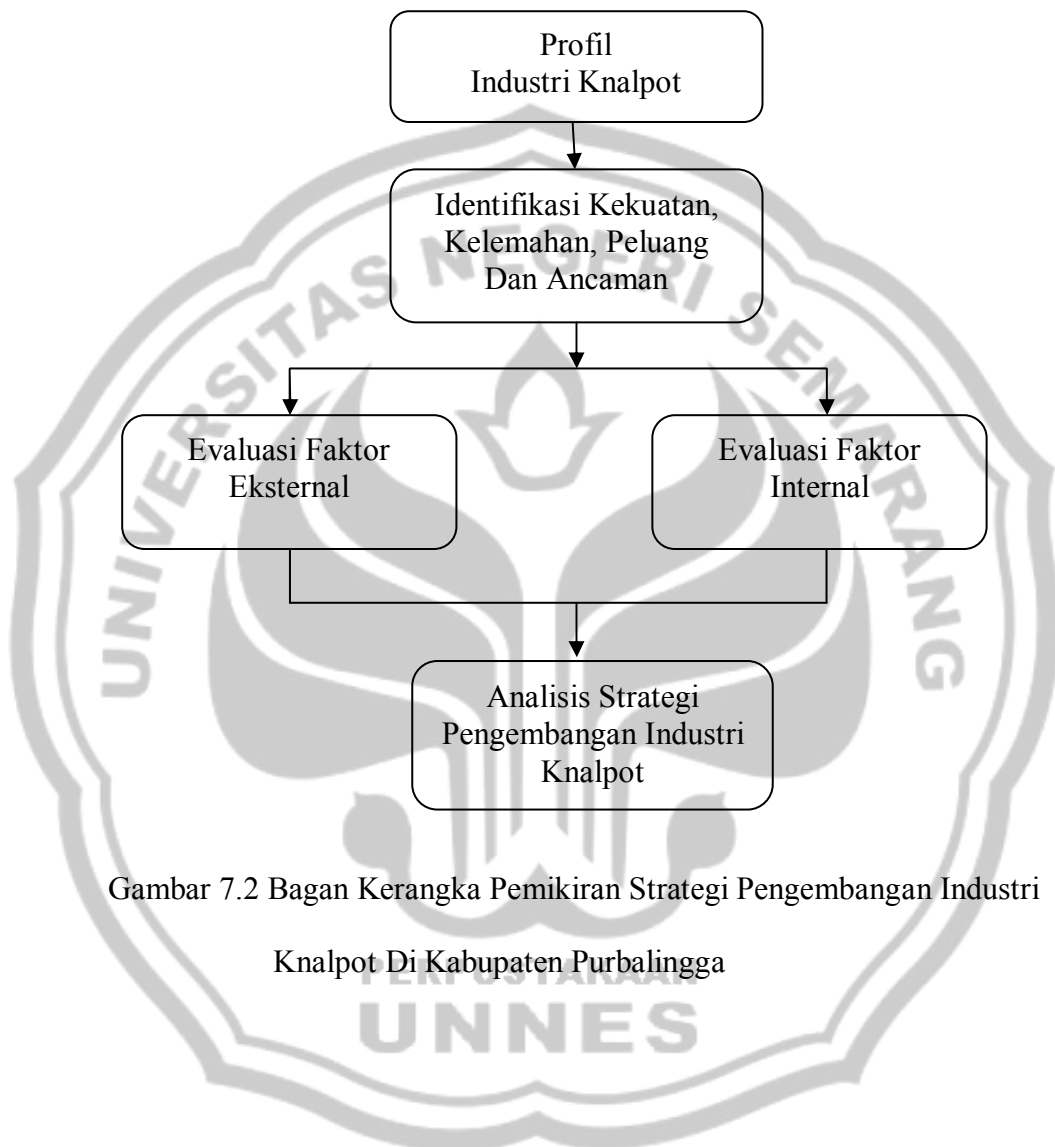
Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan nilai sub faktor sisi kekuatan internal yang perlu dikembangkan dan diberdayakan terlebih dahulu karena memiliki skor tertinggi adalah faktor marketing dan produksi yang masing-masing memiliki nilai sub skor 1.55 dan 0.80. Sedangkan, nilai

faktor internal dari sub faktor sisi kelemahan adalah sub faktor financial 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 kedua pada model profit yaitu memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.8426 dan 0.6189.

Selain itu melalui pendekatan path analisis juga masih menunjukkan bahwa faktor internal pemasaran masih konsisten dan mampu memberikan sumbangan terbesar utama dan pertama terhadap produksi dan pendapatan perajin baik secara langsung maupun totalnya. Faktor internal terbesar kedua dan selanjutnya adalah faktor modal usaha, teknologi yang digunakan dan baru faktor pendidikan. Sehingga dari hasil penelitian baik secara kausalitas kualitatif maupun simultan, telah dapat mendeskripsikan bahwa, faktor internal yang paling dominan memberikan sumbangan terbesar adalah sub faktor internal pemasaran, disusul modal usaha, dan sumber daya manusia (tenaga kerja).

## 2.9. KERANGKA BERPIKIR

Dibawah ini alur pembuatan strategi pengembangan usaha industri knalpot yang ada di Kabupaten Purbalingga dengan menggunakan analisis SWOT:



Gambar 7.2 Bagan Kerangka Pemikiran Strategi Pengembangan Industri Knalpot Di Kabupaten Purbalingga

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Suatu penelitian pada umumnya bertujuan untuk menemukan, mengembangkan atau mengkaji kebenaran suatu pengetahuan. Langkah-langkah yang dilakukan dalam metode penelitian harus sistematis sehingga dapat memecahkan masalah yang menjadi objek penelitian. Hal ini dimaksudkan agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu apabila datanya telah terkumpul, lalu diklasifikasikan menjadi dua kelompok data, yaitu data kuantitatif yang berbentuk angka dan data kualitatif yang dinyatakan dalam kata-kata atau simbol. Data kualitatif yang berbentuk kata-kata tersebut disisihkan untuk sementara, karena akan sangat berguna untuk menyertai dan melengkapi gambaran yang diperoleh dari analisis data kuantitatif. Data yang diperoleh dari angka, dijumlahkan atau dikelompokkan sesuai dengan bentuk instrumen yang digunakan (Suharsimi, 2006: 213).

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

##### **3.2.1. Populasi**

Menurut Suharsimi (2006 : 130), populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Sedangkan menurut Sudjana (2005 : 5), populasi adalah totalitas semua nilai yang mungkin, baik hasil menghitung maupun mengukur

kualitatif maupun kuantitatif daripada karakteristik tertentu mengenai sekumpulan objek yang jelas.

Populasi dalam penelitian ini adalah industri knalpot di Kabupaten Purbalingga yang berjumlah 147 unit usaha. Unit usaha tersebut tersebar di enam Kecamatan yaitu Kecamatan Purbalingga, Kecamatan Kalimanah, Kecamatan Kutasari, Kecamatan Padamara, Kecamatan Bojongsari, Kecamatan Mrebet.

### 3.2.2. Sampel

Menurut Suharsimi (2006 : 131), sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel yang diambil dalam populasi ini adalah menggunakan metode *Proporsional cluster random sampling* yaitu anggota populasi dikelompokkan menurut jenisnya, kemudian diambil secara acak dengan jumlah yang proporsional antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain. Penentuan sampel dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

$e^2$  = error/persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolelir atau diinginkan. Misalnya dalam penelitian ini digunakan 10%. (Solvin dalam Husein Umar, 1998 : 78-79) :



$$n = \frac{147}{1 + 147(10\%)^2}$$

$$n = \frac{147}{1 + 147(0,1)^2}$$

$$n = \frac{147}{1 + 147(0,01)}$$

$$n = \frac{147}{1 + 1.47}$$

$$n = \frac{147}{2.47}$$

$$n = 59.51$$

$$n = 60$$

Jadi sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 industri knalpot yang menjadi responden. Adapun perincian jumlah populasi dan sampel yang diambil dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3.1  
Jumlah Pengusaha Industri Knalpot di Kabupaten  
Purbalingga yang Menjadi Sampel

KELOMPOK INDUSTRI	POPULASI	Fi	SAMPEL
1. Naik	95	64,62	38
2. Turun	36	24,48	15
3. Tetap	16	10,88	7
Jumlah	147	100	60

### 3.3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah subyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Suharsimi, 2006:94). Variabel merupakan gejala yang

menjadi obyek penelitian atau apa yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian.

Adapun variabel dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Profil usaha industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga

Profil usaha industri kecil knalpot disini adalah deskripsi tentang latar belakang dari penelitian yang dilakukan dalam hal ini mencakup hal-hal yang berkaitan dengan usaha industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga baik fisik maupun sosial. Profil industri kecil knalpot ini mencakup:

##### a) SDM (Tenaga Kerja)

Tenaga kerja adalah para pekerja yang di pekerjakan untuk melakukan aktivitas-aktivitas dalam proses produksi untuk mengubah faktor-faktor produksi menjadi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Indikatornya adalah:

- 1) Jumlah tenaga kerja
- 2) Tingkat pendidikan
- 3) Usia tenaga kerja

##### b) Permodalan

Modal adalah dana yang digunakan untuk membiayai operasional perusahaan dalam proses produksi atau bisa disebut modal kerja (*Working Capital*).

Indikatornya adalah:

- 1) Modal awal
- 2) Sumber modal

c) Teknologi

Teknologi adalah pengembangan dan aplikasi dari alat, mesin, material dan proses yang menolong manusia menyelesaikan masalahnya.

Indikatornya adalah:

- 1) Teknologi yang digunakan.
- 2) Lama produksi

d) Pemasaran

Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsep, pemberian harga, promosi dan pendistribusian ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan individu dan tujuan organisasi (*American Marketing Association*).

Indikatornya adalah:

- 1) Daerah pemasaran
- 2) Promosi yang dilakukan

2. Strategi Pengembangan Industri Kecil Knalpot

Strategi pengembangan disini adalah kebijakan pengembangan yang ditekankan pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga. Dalam strategi pengembangan ini masih memerlukan pembinaan.

### 3.4. Metode Pengumpulan Data

#### 3.4.1. Metode Angket atau Kuisoner

Kuisoner adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya,

atau hal – hal yang ia ketahui (Suharsimi, 2006 : 151). Dalam penelitian ini peneliti memberikan angket atau kuisioner untuk diisi responden yaitu pengusaha industri knalpot di Kabupaten Purbalingga.

### **3.4.2. Metode Wawancara**

Menurut Suharsimi (2006:144) wawancara atau sering dikenal dengan istilah interview atau kuesioner lisan adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara mengenai data tentang variabel, perhatian, sikap terhadap sesuatu. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara kepada para pengusaha industri knalpot yang tersebar di enam kecamatan di Kabupaten Purbalingga serta dengan para pegawai instansi-instansi pemerintah yang terkait dengan penelitian ini. Wawancara dilakukan untuk mengumpulkan data tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari industri kecil knalpot dan lain-lain.

### **3.4.3. Metode Dokumentasi**

Menurut Suharsimi (2006 : 158), dokumentasi dari asal katanya dokumen yang artinya barang-barang tertulis. Didalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya.

### **3.5. Metode Analisis Data**

Analisis data adalah cara-cara mengolah data yang telah terkumpul kemudian dapat memberikan interpretasi. Hasil pengolahan data ini digunakan untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa pendekatan sebagai berikut:

### **3.5.1. Metode Analisis Deskriptif**

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yaitu penelitian ini hanya untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan suatu objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana mestinya.

Untuk data yang berwujud angka-angka baik hasil perhitungan atau pengukuran diproses dengan teknik deskriptif kuantitatif dengan persentase ditafsirkan dengan kalimat yang bersifat kualitatif (Suharsimi, 2006 : 245).

### **3.5.2. Analisis SWOT**

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan faktor-faktor pendorong dan penghambat pertumbuhan dan perkembangan sektor industri kecil knalpot. 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 (Rangkuty, 1998:19). Analisis SWOT membandingkan faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan, untuk menghasilkan analisis yang tepat.

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

### 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 3.1  
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 knalpot. 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.

Tabel 3.2  
Alternatif Pengembangan SWOT secara Matrik

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

Keterangan :

1. *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.

2. *Weakness* (W)

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

### 3. *Opportunity (O)*

Peluang, yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.

### 4. *Threats (T)*

Ancaman, faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis (Siagian, 2005:172).

Kotak-kotak lainnya merupakan kotak-kotak isu strategis yang perlu dikembangkan, yang timbul sebagai hasil dari kotak antar faktor-faktor eksternal dan internal. Keempat isu strategis tersebut diberi nama sebagai berikut:

#### 1. 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).

#### 2. Strategi ST (*Mobilization*)



Kotak ini merupakan kajian yang mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi sebuah peluang bagi perkembangan selanjutnya. (Strategi ST : menggunakan kekuatan untuk mengusir hambatan).

### 3. 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).

### 4. Strategi WT (*Demage Control*)

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

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Gambaran Umum

Kabupaten Purbalingga termasuk wilayah Propinsi Jawa Tengah bagian barat daya, tepatnya pada posisi  $101^{\circ}11'$  –  $109^{\circ}35'$  Bujur

Timur, dan  $7^{\circ}10'$  –  $7^{\circ}29'$  Lintang Selatan. Batas-batas administrative kabupaten Purbalingga adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara	: Kabupaten Pemasang
Sebelah Timur	: Kabupaten Banjarnegara
Sebelah Selatan	: Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Banyumas
Sebelah Barat	: Kabupaten Banyumas

Wilayah Kabupaten Purbalingga mempunyai topografi yang beraneka ragam, yang meliputi: dataran tinggi/ perbukitan dan dataran rendah. Adapun pembagian bentang alamnya adalah sebagai berikut: bagian utara merupakan daerah dataran tinggi yang berbukit-bukit dengan kelerengan lebih dari 40%, yang meliputi Kecamatan Karangreja, Karangjambu, Bobotsari, Karanganyar, Kertanegara, Rembang, sebagian Wilayah Kecamatan Kutasari, Bojongsari, dan Mrebet. Bagian selatan, merupakan daerah yang relatif rendah dengan nilai faktor kemiringan berada antara 0% sampai 25%, yang meliputi: wilayah Kecamatan Padamara, Kemangkon, Bukateja, Kejobong, Pengadegan, Purbalingga Sebagian wilayah Kutasari, Bojongsari, dan Mrebet.

Luas wilayah Kabupaten Purbalingga 77.764,122 ha atau sekitar 2,39% dari luas wilayah Propinsi Jawa Tengah (3.254 ribu ha). Adapun luas per Kecamatan, Kabupaten Purbalingga adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Luas Kecamatan di Kabupaten Purbalingga

NO.	Kecamatan	Luas Wilayah
1.	Kemangkon	4.513 ha
2.	Bukateja	4.240 ha
3.	Kejobong	3.999 ha
4.	Pengadegan	4.175 ha
5.	Kaligondang	5.054 ha
6.	Purbalingga	1.472 ha
7.	Kalimanah	2.251 ha
8.	Padamara	1.727 ha
9.	Kutasari	5.290 ha
10.	Bojongsari	2.952 ha
11.	Mrebet	4.789 ha
12.	Bobotsari	3.228 ha
13.	Karangreja	7.449 ha
14.	Karangjambu	4.609 ha
15.	Karanganyar	3.055 ha
16.	Kertanegara	3.802 ha
17.	Karangmoncol	6.027 ha
18.	Rembang	9.159 ha

Sumber: BPS Kabupaten Purbalingga

Secara administratif, Kabupaten Purbalingga terdiri dari 18 Kecamatan dengan luas keseluruhan adalah 77.764,122 ha. Kecamatan yang paling luas adalah Kecamatan Rembang.

#### 4.1.2. Profil Industri Kecil Knalpot Kabupaten Purbalingga

Unit usaha industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga tersebar di enam kecamatan, yaitu Kecamatan Purbalingga, Kalimanah, Kutasari, Padamara, Bojongsari dan Mrebet. Terdapat 147 unit usaha industri kecil knalpot, dimana jumlah unit terbanyak terldapat pada Kecamatan Purbalingga yaitu ada 70 unit usaha.

Dalam Penelitian ini yang diteliti dari profil usaha industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga adalah: status kepemilikan usaha, jenis kelamin pengusaha, umur pengusaha, tingkat pendidikan, sumber daya manusia / tenaga kerja, permodalan, tekhnologi dan daerah pemasaran.

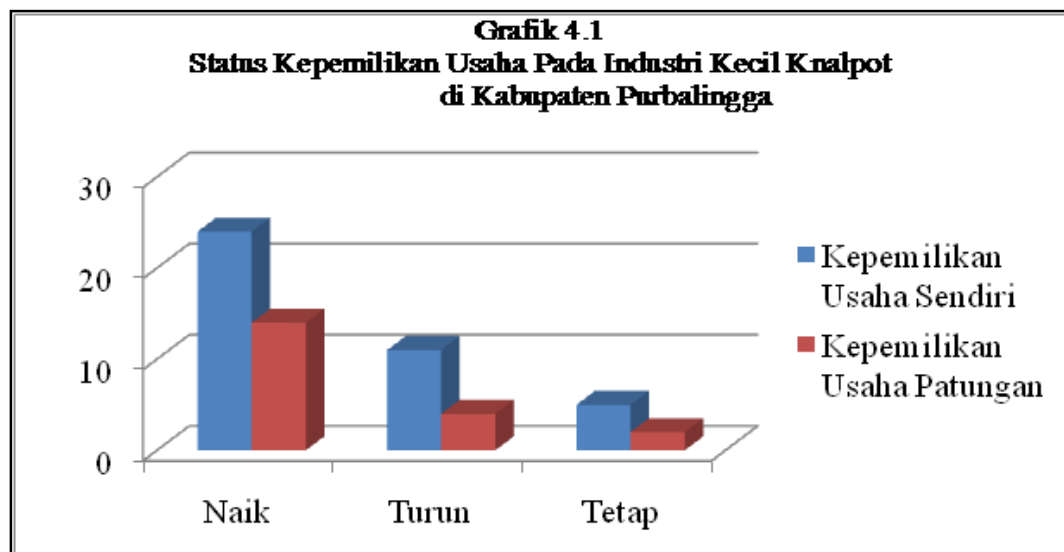
##### 4.1.2.1. Status Kepemilikan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa status kepemilikan usaha pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Status Kepemilikan Usaha Pada Industri Kecil Knalpot  
di Kabupaten Purbalingga

No.	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$	Kepemilikan Usaha	
			Sendiri	Patungan
1.	Naik	38	24	14
2.	Turun	15	11	4
3.	Tetap	7	5	2
	Jumlah	60	40	20
	Persentase (%)	100	66,67	33,33

Sumber: Data Primer diolah (Tahun 2010)



Dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa status kepemilikan usaha dari industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga adalah milik sendiri sebanyak 40 unit usaha (66,67%) dan 20 unit usaha (33,33%) milik patungan. Pada usaha milik patungan tersebut merupakan gabungan dari beberapa orang dimana salah satu orang sebagai ketua sedangkan yang lain menginduk pada ketua tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar status kepemilikan usaha pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga yaitu milik sendiri. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap cara pengelolaan usaha serta keberlangsungan usaha.

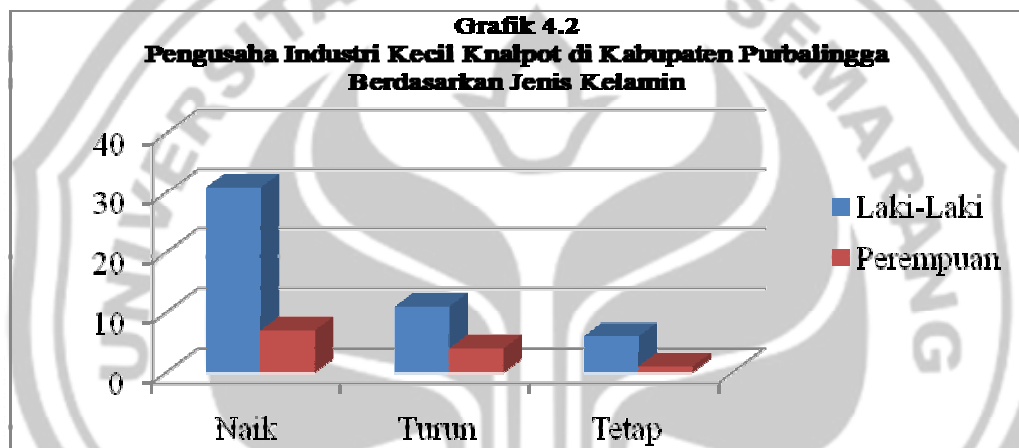
#### **4.1.2.1. Jenis Kelamin Pengusaha**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa jenis kelamin pengusaha pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3  
Pengusaha Industri Kecil Knalpot di Kabupaten Purbalingga  
Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$	Jenis Kelamin	
			Laki-Laki	Perempuan
1.	Naik	38	31	7
2.	Turun	15	11	4
3.	Tetap	7	6	1
	Jumlah	60	48	12
	Persentase (%)	100	80	20

Sumber: Data Primer diolah (Tahun 2010)



Dari Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa pengusaha pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga lebih banyak pengusaha laki-laknya yaitu sebesar 80% atau 48 pengusaha, sedangkan untuk pengusaha perempuan sebesar 20% atau 12 pengusaha. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha industri knalpot yang ada di Kabupaten Purbalingga berjenis kelamin laki-laki, dimana laki-laki tenaga dan fisiknya lebih kuat dibanding perempuan, disamping itu laki-laki juga sebagai kepala keluarga yang harus memenuhi kebutuhan dan tanggung jawab dalam rumah tangga.

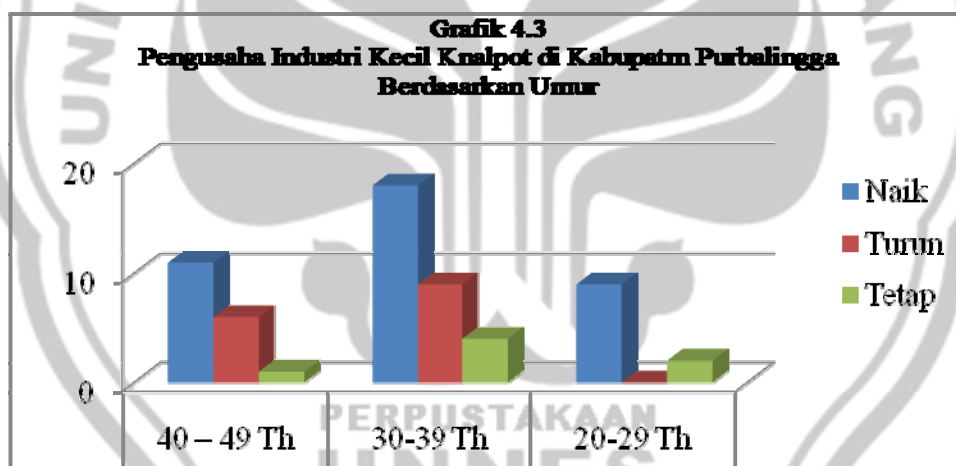
#### 4.1.2.2. Umur Pengusaha

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa umur pengusaha pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4  
Pengusaha Industri Kecil Knalpot di Kabupaten Purbalingga  
Berdasarkan Umur

No.	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$	Umur Pengusaha		
			40 – 49 Th	30-39 Th	20-29 Th
1.	Naik	38	11	18	9
2.	Turun	15	6	9	-
3.	Tetap	7	1	4	2
	Jumlah	60	18	31	11
	Persentase (%)	100	30	51,67	18,33

Sumber: Data Primer diolah (Tahun 2010)



Dari Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa umur pengusaha pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga yaitu terdapat 18 pengusaha (30%) yang berumur lebih dari 40-49 tahun, 31 pengusaha (51,67%) yang berumur 30-39 tahun dan 11 pengusaha (18,33%) yang berumur 20-29 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha berumur antara 30-39 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha pada industri kecil

knalpot di Kabupaten Purbalingga berumur antara 30-39 tahun karena rentang umur antara 30-39 tahun merupakan umur yang sudah tidak produktif apabila melamar kerja di instansi baik swasta maupun pemerintah sehingga mereka membuka usaha sendiri. Umur seseorang dapat mempengaruhi stamina serta tenaga dalam bekerja.

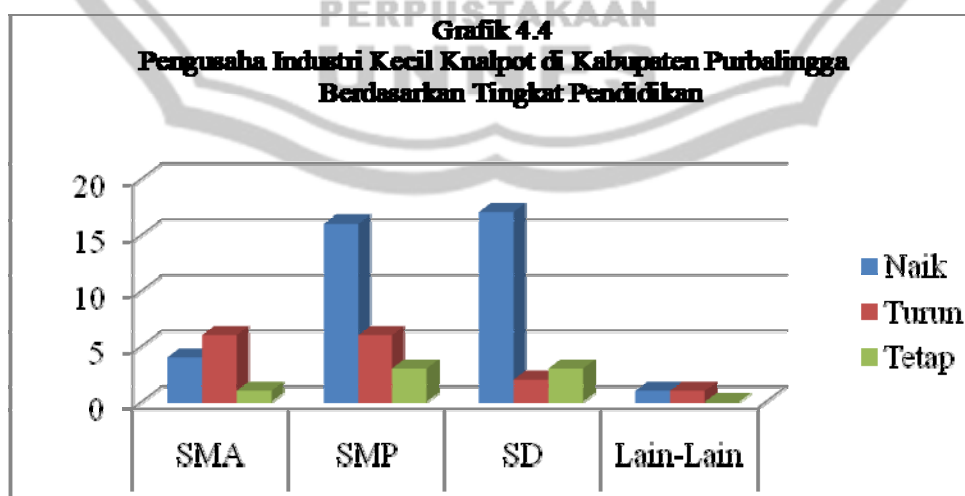
#### 4.1.2.3. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa tingkat pendidikan pengusaha pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5  
Pengusaha Industri Kecil Knalpot di Kabupaten Purbalingga  
Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$	Tingkat Pendidikan			
			SMA	SMP	SD	Lain-Lain
1.	Naik	38	4	16	17	1
2.	Turun	15	6	6	2	1
3.	Tetap	7	1	3	3	-
	Jumlah	60	11	25	22	2
	Persentase (%)	100	18,33	41,67	36,67	3,33

Sumber: Data Primer diolah (Tahun 2010)





Berdasarkan data Tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa pengusaha pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga yang tamat SMA sebanyak 11 orang (18,33%) , tamat SMP sebanyak 25 orang (41,67%), tamat SD sebanyak 22 orang (36,67%) dan lain-lain dalam hal ini adalah lulusan S1 sebanyak 2 orang (2%).

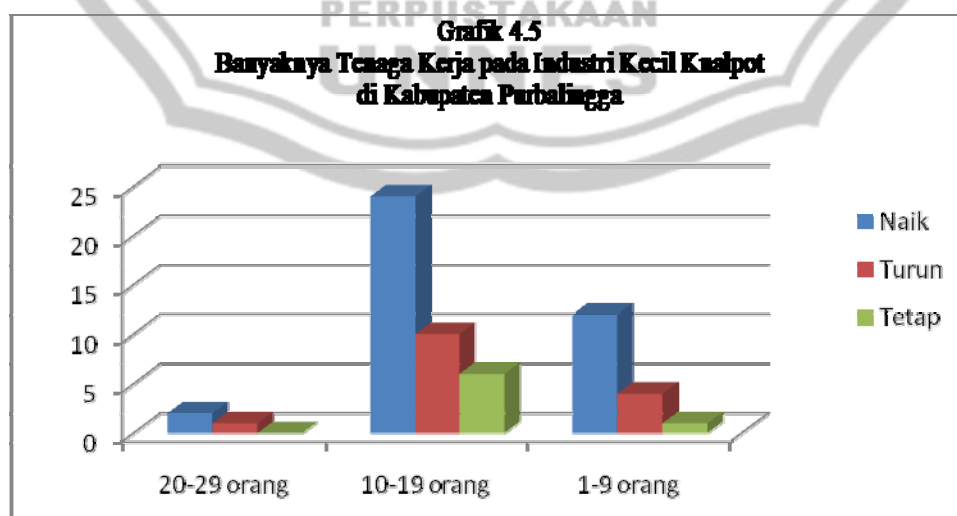
#### 4.1.2.4. Penggunaan Tenaga Kerja

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa penggunaan tenaga kerja pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6  
Banyaknya Tenaga Kerja pada Industri Kecil Knalpot  
di Kabupaten Purbalingga

No.	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$ pengusaha	Penggunaan Tenaga Kerja		
			20-29 orang	10-19 orang	1-9 orang
1.	Naik	38	2	24	12
2.	Turun	15	1	10	4
3.	Tetap	7	-	6	1
	Jumlah	60	3	40	17
	Persentase (%)	100	5	66,67	28,33

Sumber: Data Primer diolah (Tahun 2010)



Dari Tabel 4.5 diketahui bahwa penggunaan jumlah tenaga kerja pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga antara 1-9 tenaga kerja sebesar 28,33%, antara 10–19 tenaga kerja sebesar 67,67%, jumlah tenaga kerja antara 20-29 orang sebesar 5%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penggunaan tenaga kerja pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga sebanyak antara 10-19 orang, hal ini berkaitan dengan besarnya biaya produksi.

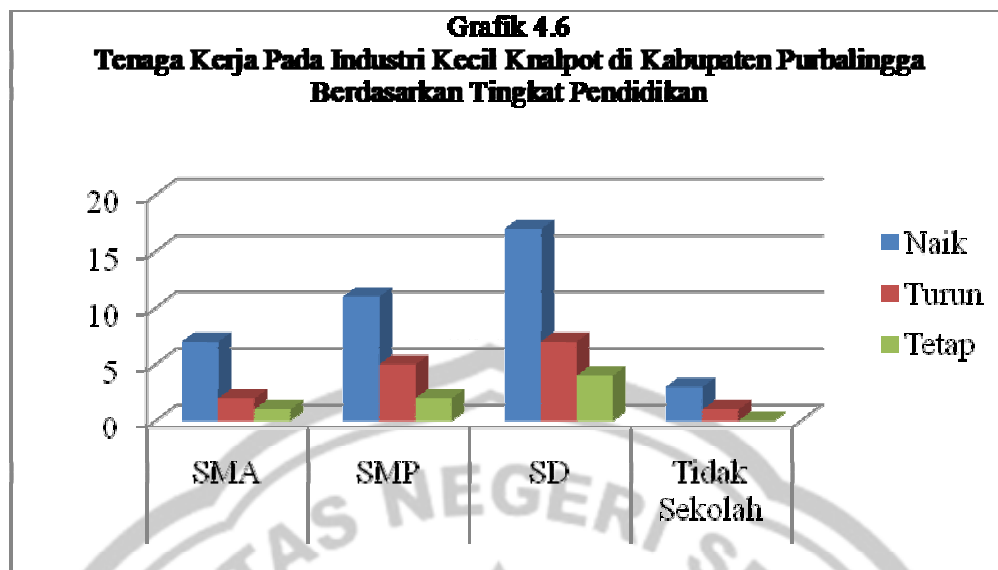
#### 4.1.2.5. Pendidikan Tenaga Kerja

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa rata-rata tingkat pendidikan tenaga kerja pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7  
Tenaga Kerja Pada Industri Kecil Knalpot di Kabupaten Purbalingga  
Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$ tenaga kerja	Pendidikan Tenaga Kerja			
			SMA	SMP	SD	Tidak Sekolah
1.	Naik	430	7	89	286	48
2.	Turun	252	10	94	119	29
3.	Tetap	224	4	74	113	33
	Jumlah	906	21	257	518	110
	Persentase (%)	100	2,31	28,37	57,18	12,14

Sumber: Data Primer diolah (Tahun 2010)



Dari Tabel 4.6 diketahui bahwa Pada tahun 2010 jumlah tenaga kerja pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga ada sebanyak 906 orang. Rata-rata pendidikan tenaga kerja pada industri kecil knalpot dengan pendidikan SMA sebanyak 21 orang (2,31%), berpendidikan SMP sebanyak 257 orang (28,37%), berpendidikan SD sebanyak 518 orang (57,18%), sedangkan yang tidak sekolah/ tidak tamat SD sebanyak 110 orang (12,14%).

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan tenaga kerja pada industri knalpot di Kabupaten Purbalingga yang tertinggi adalah tamatan SD dan yang terendah adalah SMA.

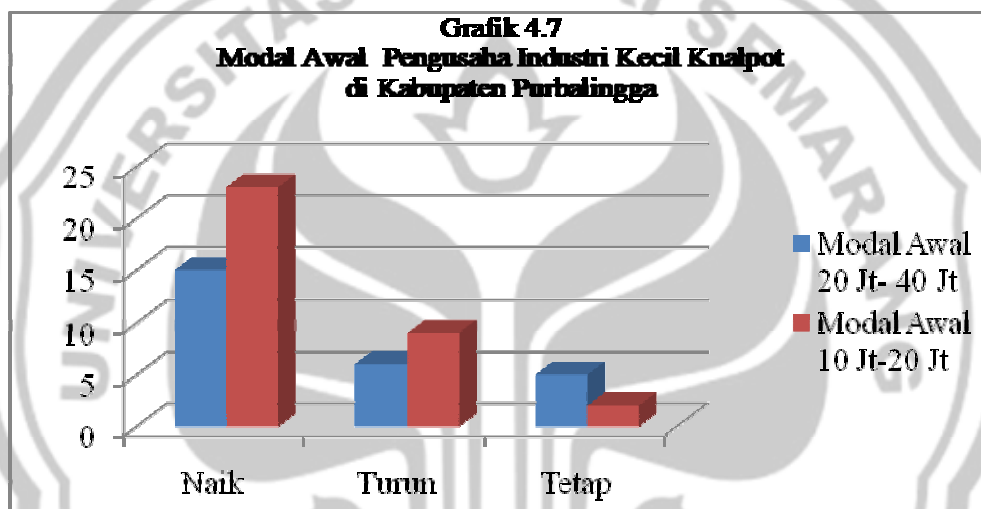
#### **4.1.2.6. Modal Awal Pengusaha**

Modal merupakan salah satu faktor penting dalam mendirikan usaha, tanpa modal yang mencukupi maka usaha yang di bangun tidak akan berjalan dengan normal. Untuk mengetahui besarnya modal awal yang digunakan oleh pengusaha pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8  
 Modal Awal Pada Industri Kecil Knalpot  
 di Kabupaten Purbalingga

No.	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$	Modal Awal	
			20 Jt- 40 Jt	10 Jt-20 Jt
1.	Naik	38	23	15
2.	Turun	15	9	6
3.	Tetap	7	2	5
	Jumlah	60	34	26
	Persentase (%)	100	56,67	43,33

Sumber: Data Primer diolah (Tahun 2010)



Dari tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa modal awal yang digunakan untuk mendirikan usaha industri kecil knalpot adalah antara Rp. 10.000.000,- Rp. 20.000.000,- adalah sebanyak 43,33% (26 orang) dan yang menggunakan modal awal antara Rp. 20.000.000 – Rp. 40.000.000,- sebanyak 56,67 % (34 orang). Modal terbesar yang digunakan oleh pengusaha industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga adalah sebesar Rp. 40.000.000,- sedangkan modal terkecilnya sebesar Rp. 15.000.000,-.

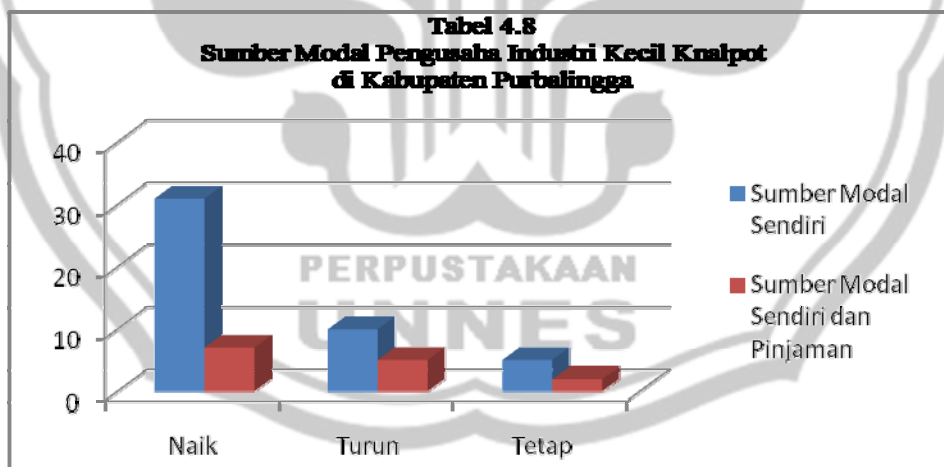
#### 4.1.2.7. Sumber Modal

Modal yang digunakan pengusaha dalam menjalankan usahanya bisa berasal dari modal pribadi, modal pinjaman ataupun dari keduanya. Untuk lebih jelasnya mengenai sumber modal pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9  
Sumber Modal Pada Industri Kecil Knalpot  
di Kabupaten Purbalingga

No.	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$	Sumber Modal	
			Sendiri	Sendiri dan Pinjaman
1.	Naik	38	31	7
2.	Turun	15	10	5
3.	Tetap	7	5	2
	Jumlah	60	46	14
	Persentase (%)	100	76,67	23,33

Sumber : Data Primer diolah (Tahun 2010)



Dari Tabel 4.8 diketahui bahwa pengusaha rata-rata menggunakan modal pribadi sebanyak 46 orang (76,67 %), yang modal pribadi dan pinjaman sebanyak 14 orang (23,33 %). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha menggunakan modal dari milik sendiri, dalam hal ini pengusaha

mengaku apabila meminjam pada lembaga keuangan tidak berani jika tidak bisa mengangsur pinjaman pokok maupun bunganya.

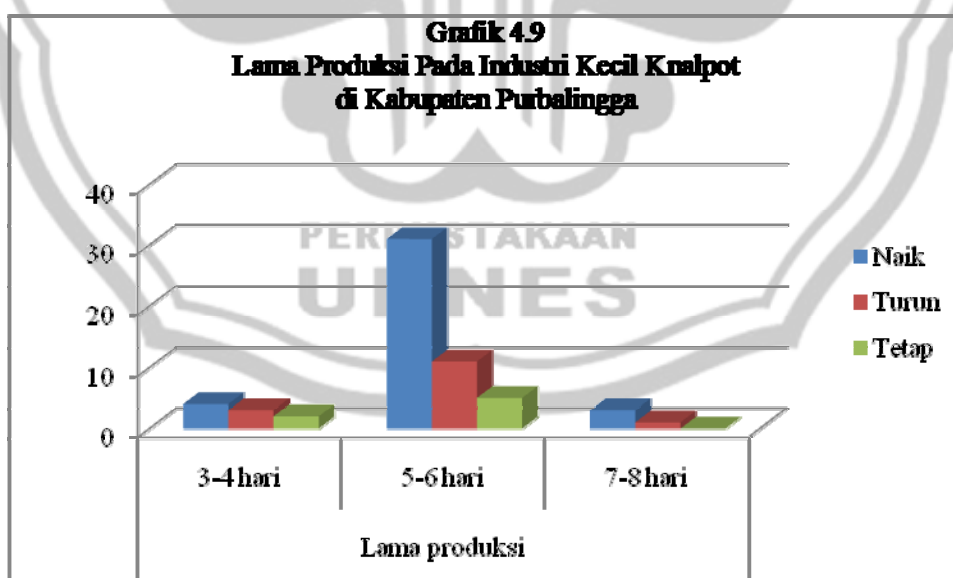
#### 4.1.2.8. Lama Produksi

Lama produksi yang dimaksud yaitu waktu yang dibutuhkan dari proses awal sampai menjadi knalpot yang bernilai jual. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10  
Lama Produksi Pada Industri Kecil Knalpot  
di Kabupaten Purbalingga

No	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$	Lama produksi		
			3-4 hari	5-6 hari	7-8 hari
1.	Naik	38	4	31	3
2.	Turun	15	3	11	1
3.	Tetap	7	2	5	-
	Jumlah	60	9	47	4
	Persentase (%)	100	15	78,33	6,67

Sumber: Data Primer diolah (Tahun 2010)



Berdasarkan Tabel 4.9 diatas dapat diterangkan bahwa lama produksi usaha dari industri knalpot di Kabupaten Purbalingga yang membutuhkan lama produksi rata-rata selama 3-4 hari ada sebanyak 15%, waktu selama 5-6 hari ada sebanyak 78,33%, sedangkan yang membutuhkan waktu 7-8 hari sebanyak 6,67% responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar lama produksi pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga antara 5-6 hari.

Waktu produksi dalam pembuatan knalpot dari proses awal sampai menjadi barang yang bernilai jual memang membutuhkan waktu yang cukup lama yaitu kurang lebih memerlukan waktu satu minggu. Hal ini tergantung dari desain produk yang akan dibuatnya, karena dalam pembuatan knalpot, desain yang dibuat sesuai dengan permintaan konsumen. Para pengusaha mengaku walaupun proses produksi lama akan tetapi mereka dalam satu bulan mampu menghasilkan 500-600 unit knalpot.

#### **4.1.2.9. Jenis Mesin/Teknologi**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diterangkan bahwa jenis mesin/teknologi pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga, adalah masih menggunakan teknologi tradisional. Pembuatan knalpot di Purbalingga memang dilakukan secara manual, tanpa mesin berteknologi tinggi untuk membuatnya. Pembentukan knalpot dari bahan stainless steel tersebut hanya menggunakan palu dan mesin pres sederhana saja.

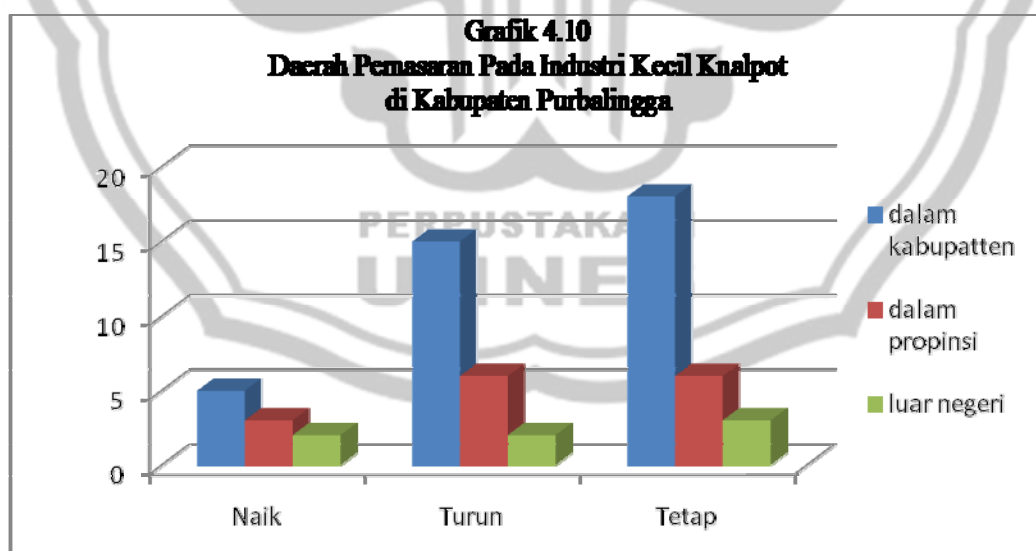
#### 4.1.2.10. Daerah Pemasaran

Daerah pemasaran adalah lokasi tujuan pemasaran/ penjualan produk. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat daerah pemasaran hasil/ produk industri knalpot di Kabupaten Purbalingga adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10  
Daerah Pemasaran Pada Industri Kecil Knalpot  
di Kabupaten Purbalingga

No.	Wilayah Kelompok Industri	$\Sigma$	Daerah Pemasaran		
			Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten	Lokal, Luar Kabupaten, dalam Propinsi	Lokal, Luar Propinsi, Luar negeri
1.	Naik	38	5	15	18
2.	Turun	15	3	6	6
3.	Tetap	7	2	2	3
	Jumlah	60	10	23	27
	Persentase (%)	100	16,67	38,33	45

Sumber = Data Primer diolah (Tahun 2010)





Berdasarkan Tabel 4.10 diatas dapat diterangkan bahwa daerah pemasaran dari industri knalpot di Kabupaten Purbalingga mulai dari lokal (dalam kabupaten), luar kabupaten, luar provinsi bahkan sampai luar negeri. Walaupun demikian kendala dalam hal pemasaran masih menjadi hambatan dalam perkembangan usaha karena mereka belum mempunyai pasar yang tetap dalam arti masih menunggu pesanan dan tidak secara rutin pemasaran dilakukan ke daerah-daerah yang dituju tersebut.

#### **4.1.3. Analisis SWOT untuk menentukan Strategi Pengembangan Industri Kecil Knalpot di Kabupaten Purbalingga**

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi suatu unit usaha/ perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*).

##### **4.1.3.1. Identifikasi Faktor-Faktor Strategi Internal dan Eksternal**

Untuk memperoleh rincian formula yang strategis maka setelah mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan), serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), maka disusun tabel faktor-faktor strategi internal dan eksternal sebagai berikut:

### **1. Strategi Pengembangan Industri Knalpot**

#### **1) Faktor Strategi Internal**

Tabel 4.13  
Faktor Strategi Internal

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
KEKUATAN:			
a. Ketrampilan karyawan	0.20	4	0.80
b. Lokasi usaha yang strategis	0.09	3	0.27
c. Upah tenaga kerja yang relatif murah	0.15	4	0.60
d. Pengoperasian alat dalam proses produksi mudah.	0.06	3	0.18
KELEMAHAN:			
a. Waktu proses produksi lama	0.25	1	0.25
b. Kurangnya kemampuan manajerial	0.07	2	0.14
c. Kurangnya kemampuan dalam promosi produk	0.08	2	0.16
d. Minimnya desain produk	0.10	2	0.20
TOTAL	1		2.60

Pada Tabel 4.13 Skor tertinggi untuk faktor kekuatan adalah 0,80 yaitu Ketrampilan karyawan. Hal ini menunjukkan bahwa ketrampilan karyawan merupakan faktor utama yang dapat memberi pengaruh yang positif terhadap pengembangan industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga. Dengan ketrampilan karyawan yang memadai para pengusaha atau para pelaku industri knalpot tidak terlalu mengalami kesulitan dalam memenuhi target atau order yang ditentukan.

Pada faktor kelemahan skor tertinggi adalah 0.25 yaitu waktu proses produksi lama, hal ini dipengaruhi oleh alat atau teknologi yang digunakan menggunakan alat yang masih tradisional sehingga proses produksi pada industri knalpot sampai menjadi barang yang bernilai jual membutuhkan waktu yang lama, selain itu hal ini tergantung dari desain produk yang akan dibuatnya.

## 2) Faktor Strategi Eksternal

Tabel 4.14  
Faktor Strategi Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>PELUANG:</b>			
a. Daerah pemasaran sampai ke luar negeri	0.05	2	0.10
b. Tingkat permintaan produk tinggi	0.20	4	0.80
c. Banyaknya ketersediaan tenaga kerja di daerah sekitar industri	0.15	4	0.60
d. Adanya peran serta dari dinas terkait dalam pengembangan usaha	0.10	3	0.30
<b>ANCAMAN:</b>			
a. Naiknya harga bahan baku produksi	0.08	2	0.16
b. Banyaknya persaingan antar pengusaha industri	0.10	1	0.10
c. Sulit memperoleh pinjaman modal	0.25	1	0.25
d. Pasar yang semakin selektif.	0.07	2	0.14
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2.45</b>

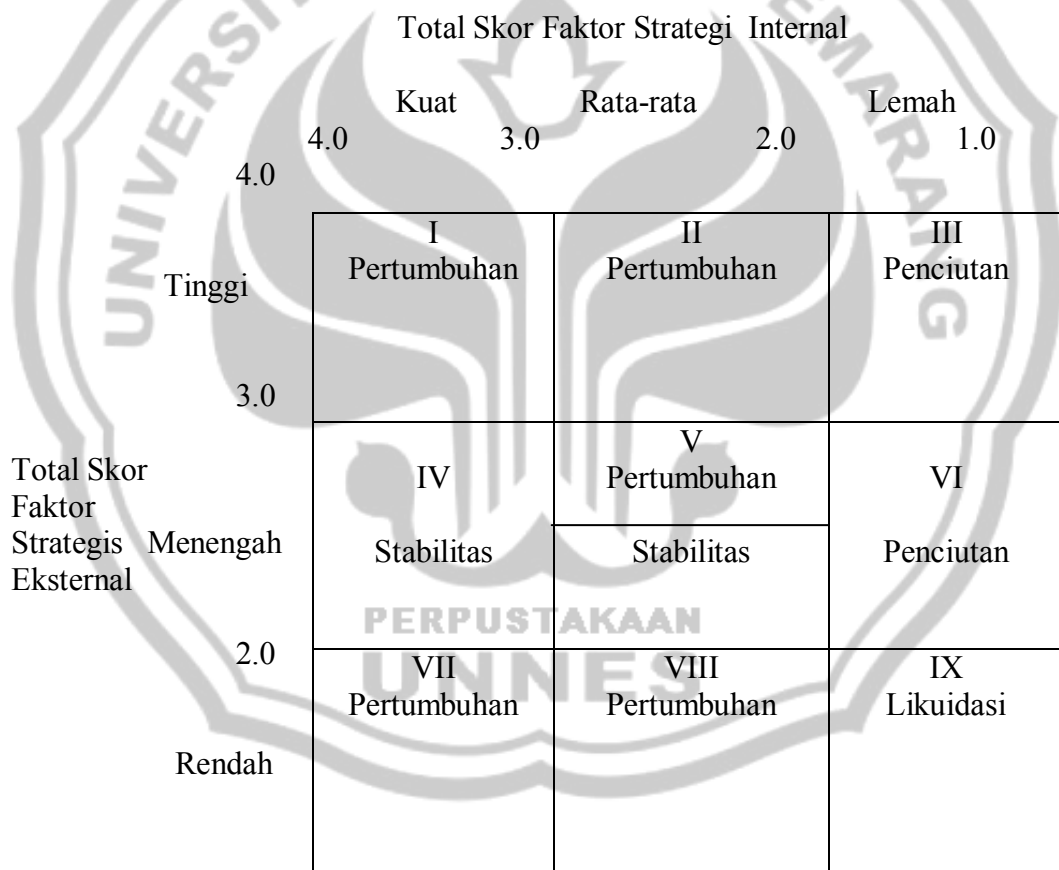
Berdasarkan Tabel 4.14 Diketahui bahwa diantara faktor-faktor strategi eksternal, skor tertinggi untuk faktor peluang adalah 0.80 yaitu tingkat permintaan terhadap produk tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya permintaan produk menjadi faktor yang sangat penting untuk keberlangsungan usaha industri knalpot. Tingginya permintaan produk dikarenakan dari tahun ke tahun jumlah kendaraan bermotor semakin meningkat sehingga kebutuhan akan knalpotpun meningkat.

Sedangkan pada faktor ancaman skor tertinggi adalah 0,25 yaitu pengusaha sulit memperoleh pinjaman modal. Dalam hal ini, sebagian besar pengusaha menggunakan modal dari milik sendiri karena untuk meminjam

pada lembaga keuangan tidak berani jika tidak bisa mengangsur pinjaman pokok maupun bunga.

## 2. Internal – Eksternal Matrik

Dari total skor yang diperoleh, yaitu faktor strategis Internal 2,60 dan faktor strategis eksternal 2,45 menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan V seperti ditunjukkan pada Gambar Internal-Eksternal Matriks (Rangkuty, 2006:25), dalam kasus ini berarti strategi pemecahan masalah harus melalui intergrasi horizontal.



Gambar 4.15 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)

Matrik-matrik diatas dipergunakan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga. Dengan matrik diatas bahwa skor untuk strategi internal 2,60 dan skor untuk strategi eksternal adalah 2.45 dan dapat dilihat dalam matrik IE terdapat dalam pertumbuhan V dimana strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. Industri yang berada pada sel V ini dapat menggunakan strategi pengembangan untuk memperluas pasar, fasilitas produksi dan teknologi melalui pengembangan internal maupun eksternal melalui kerja sama antar pengusaha industri.

## 2. Matrik SWOT

<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><b>STRENGHT (S)</b></p> <p>a. Ketrampilan karyawan</p> <p>b. Lokasi usaha yang strategis</p> <p>c. Upah tenaga kerja yang relatif murah</p> <p>d. Pengoperasian alat dalam proses produksi mudah.</p>	<p><b>WEAKNESSES (W)</b></p> <p>a. Waktu proses produksi lama</p> <p>b. Kurangnya kemampuan manajerial</p> <p>c. Kurangnya kemampuan dalam promosi produk</p> <p>d. Minimnya desain produk</p>
<p><b>OPPORTUNITY (O)</b></p> <p>a. Daerah pemasaran sampai ke luar negeri</p> <p>b. Tingkat permintaan produk tinggi</p> <p>c. Banyaknya ketersediaan tenaga kerja di daerah sekitar industri</p> <p>d. Adanya peran serta dari dinas terkait dalam pengembangan usaha</p>	<p><b>Strategi SO</b></p> <p>a. Meningkatkan kualitas SDM guna menjaga kualitas produk.</p> <p>b. Pemanfaatan tenaga kerja dari daerah sekitar untuk peningkatan usaha.</p>	<p><b>Strategi WO</b></p> <p>a. Meningkatkan promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi.</p> <p>b. Perhatian pemerintah maupun lembaga lain dalam hal pemberian bantuan alat produksi (teknologi tepat guna) agar produktivitas meningkat.</p>
<p><b>TREATH (T)</b></p> <p>a. Naiknya harga bahan baku produksi</p> <p>b. Banyaknya persaingan antar pengusaha industri</p> <p>c. Sulit memperoleh pinjaman modal</p> <p>d. Pasar yang semakin selektif</p>	<p><b>Strategi ST</b></p> <p>a. Peranan pemerintah dalam hal bantuan modal agar pengusaha lebih mudah dalam mengembangkan usahanya.</p> <p>b. Menjaga ciri khas produk agar mampu bersaing dengan industri di daerah lain.</p>	<p><b>Strategi WT</b></p> <p>a. Menciptakan inovasi serta desain baru dalam menghadapi persaingan agar memiliki daya saing yang tinggi.</p> <p>b. Menigkatkan kemampuan manajerial pemilik usaha.</p>

## 4.2. Pembahasan

### 4.2.1. Profil Industri Kecil Knalpot di Kabupaten Purbalingga

Unit usaha industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga tersebar di enam kecamatan, yaitu kecamatan Purbalingga, Kalimanah, Kutasari,

Padamara, Bojongsari, dan Mrebet. Terdapat 147 unit usaha industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga, dimana jumlah terbanyak pada Kecamatan Purbalingga yaitu ada 70 unit usaha.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa penggunaan tenaga kerja pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga mayoritas antara 10-19 orang tenaga kerja. Hal ini sesuai dengan penggolongan industri menurut penggunaan jumlah tenaga kerja (Azhar; 1986:257) yang menyebutkan bahwa penggunaan tenaga kerja pada industri kecil adalah antara 5-19 orang.

Dilihat dari segi SDM (tenaga kerja), hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha knalpot di Kabupaten Purbalingga berjenis kelamin laki-laki (80%), berumur 30-39 tahun (51,67%) dan berpendidikan tamat SMP (41,67%). Dengan adanya industri knalpot di Kabupaten Purbalingga mampu menyerap tenaga kerja yang cukup banyak dari daerah sekitar industri. Tenaga kerja yang terserap pada industri kecil knalpot di kabupaten Purbalingga menurut data terakhir tahun 2010 sebanyak 906 tenaga kerja.

Ditinjau dari segi permodalan, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar sumber modal industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga berasal dari modal sendiri yaitu sebanyak 76,67 %, dan modal awal pendirian usaha sebesar antara Rp. 10.000.000,- s/d Rp. 40.000.000,-. Keputusan pengusaha untuk menggunakan modal pribadi di karenakan pengusaha pada industri kecil knalpot yang memang menghindari pinjaman bank karena takut tidak bisa mengangsur pinjamannya beserta bunganya yang tinggi dari bank,

ada pula yang mengaku takut pinjaman modal tersebut tidak bisa dikelola dengan baik sehingga akan menyebabkan kerugian.

Ditinjau dari segi teknologi dan produksi, hasil penelitian menunjukkan bahwa lama produksi pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga rata-rata membutuhkan waktu antara 5-6 hari. Proses produksi yang lama disebabkan karena sebagian besar pengusaha masih menggunakan peralatan semi tradisional. Yang dimaksud dengan semi tradisional disini adalah penggunaan alat dalam pembuatan knalpot menggunakan gabungan alat antara yang tradisional dengan yang menggunakan mesin. Proses produksi pembuatan knalpot di Kabupaten Purbalingga sebagian besar kegiatannya dilakukan ditempat khusus (pabrik) yang biasanya berlokasi disamping rumah pemilik usaha.

Selain itu waktu pengerjaan dalam pembuatan knalpot dari proses awal sampai menjadi barang yang bernilai jual memang membutuhkan waktu yang cukup lama. Hal ini tergantung dari desain produk yang akan dibuatnya, karena dalam pembuatan knalpot, desain yang dibuat sesuai dengan permintaan konsumen. Para pengusaha mengaku walaupun proses produksi lama akan tetapi mereka dalam satu bulan mampu menghasilkan 500-600 unit knalpot. Untuk mengatasi hal tersebut perlu adanya teknologi yang lebih memadai dalam proses produksi sehingga waktu produksi akan lebih cepat dan dapat memenuhi pesanan pelanggan.



#### **4.2.2. Strategi Pengembangan Industri Kecil Knalpot di Kabupaten Purbalingga**

Dalam sebuah penyusunan perencanaan harus dilakukan suatu analisis, dalam hal ini analisis yang dilakukan berupa analisis SWOT. Analisis ini dilihat dari *Strenght* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman). Kekuatan dalam hal ini adalah kekuatan yang dimiliki pada industri kecil knalpot yang ada di Kabupaten Purbalingga sehingga bisa dimanfaatkan oleh pengusaha tersebut, kelemahan dalam hal ini adalah kelemahan industri kecil knalpot harus diminimalisir dan dihindari oleh pengusaha, peluang dalam hal ini adalah peluang yang berasal dari faktor eksternal atau dari luar industri kecil knalpot sehingga bisa dimaksimalkan oleh pengusaha, sedangkan ancaman dalam hal ini yaitu ancaman yang berasal dari luar sehingga bisa diantisipasi oleh pengusaha.

Berdasarkan analisis matrik SWOT, maka dapat diajukan beberapa strategi pengembangan pada industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga, yaitu:

##### 1. Strategi SO

- a) Meningkatkan kualitas SDM guna menjaga kualitas produk.

Dengan kualitas SDM yang baik, dalam hal ini ketrampilan yang memadai dan dengan permintaan produk tinggi maka kualitas harus tetap terjaga untuk menjaga tingkat permintaan tersebut.

- b) Pemanfaatan tenaga kerja dari daerah sekitar untuk peningkatan usaha.

Dengan upah tenaga kerja yang relatif murah, maka para pengusaha dapat memanfaatkan tenaga kerja dari daerah sekitar guna meningkatkan usahanya.

## 2. Strategi WO

- a) Meningkatkan promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi.

Agar supaya daerah pemasaran lebih luas lagi jangkauannya, maka promosi produk harus lebih ditingkatkan lagi, bisa dengan cara pameran, media iklan, internet, dsb.

- b) Perhatian pemerintah maupun lembaga lain dalam hal pemberian bantuan alat produksi (teknologi tepat guna) agar produktivitas meningkat.

Mahalnya mesin produksi membuat para pengusaha merasa tidak mampu untuk membeli alat produksi yang lebih canggih, dalam hal ini untuk percepatan produksi, sehingga memerlukan bantuan modal dalam pembelian alat produksi tersebut.

## 3. Strategi ST

- a) Peranan pemerintah dalam hal bantuan modal agar pengusaha lebih mudah dalam mengembangkan usahanya.

Para pengusaha mengaku sulit dalam memperoleh pinjaman modal dengan berbagai alasan, sehingga peran pemerintah dalam hal bantuan modal dan peralatan sangat diperlukan untuk keberlangsungan usaha industri kecil dan menengah.

- b) Menjaga ciri khas produk agar mampu bersaing dengan industri di daerah lain.

Dengan adanya pasar yang semakin selektif maka para pengusaha industri knalpot harus bisa menjaga ciri khas produknya dan tentunya dengan kualitas produk yang terjaga pula, dalam hal ini agar mampu bersaing mengingat banyaknya persaingan.

#### 4. Strategi WT

- a) Menciptakan inovasi serta desain baru dalam menghadapi persaingan agar memiliki daya saing yang tinggi.

Dengan minimnya desain produk yang ada pada industri knalpot di Kabupaten Purbalingga, hal ini mengharuskan para pengusaha untuk melakukan inovasi produk guna menghadapi persaingan dengan daerah lain. Selain itu para konsumen juga akan lebih banyak pilihan desain produknya.

- b) Meningkatkan kemampuan manajerial pemilik usaha.

Kurangnya kemampuan manajerial para pengusaha dapat dilihat dari belum adanya pembukuan yang rapi tentang laporan rugi/ laba karena hanya mengandalkan perkiraan saja dalam merencanakan proses produksi sehingga tidak terperinci.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga menurut data terakhir tahun 2010 ada 147 unit yang tersebar di enam kecamatan yaitu Kecamatan Purbalingga, Kecamatan Kalimanah, Kecamatan Kutasari, kecamatan Padamara, Kecamatan Bojongsari dan Kecamatan Mrebet dan mampu menyerap 906 tenaga kerja.
2. Terdapat beberapa kendala yang mempengaruhi perkembangan industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga, yaitu :
  - a. Waktu proses produksi lama.
  - b. Modal usaha yang dimiliki terbatas.
  - c. Minimnya desain produk.
3. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan industri kecil knalpot di Kabupaten Purbalingga adalah dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu untuk 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 pada pameran dalam event-event tertentu sehingga produk knalpot Kabupaten Purbalingga lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas.
- b) Dalam hal permodalan, pemerintah bisa memberi bantuan dalam bentuk pinjaman lunak kepada para pengusaha, terutama pengusaha yang masih baru memulai usaha untuk mengembangkan usahanya.

### 2. Bagi Pengusaha

Membentuk suatu wadah kerjasama antar pengusaha industri knalpot di Kabupaten Purbalingga dengan didasarkan suatu kesamaan visi agar bisa bersaing dengan industri sejenis dari daerah lain. Dalam hal ini para pengusaha bisa mendirikan koperasi yang bergerak dalam bidang penjualan khusus hasil produksi knalpot.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita. H.R. 2005. *Dasar-dasar Ekonomi Wilayah*. Jakarta : Graha Ilmu.
- Ali, Muhammad. 1992. *Statstika Penelitian*. Yogyakarta : BPFE
- Alwi, Hasan. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Ananta, Aris. 1986. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: LPFE-UI.
- Anoraga, Pandji dan Djoko Sudantoko,. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Anwar, Moh Arsjad. 1986. *Ekonomi Indonesia, Masalah dan prospek 1986/ 1987*. Jakarta: UI PRESS
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : PT Asdi Mahasatya.
- Azhari, Saleh Irsan. 1986. *Industri Kecil Sebuah Tinjauan Dan Perbandingan*. Jakarta: LP3ES.
- BPS. 2009. *PDRB Kabupaten Purbalingga tahun 2009*.
- Dumairy, 1997. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta : Erlangga.
- Disperindag dan Koperasi. 2010. Purbalingga.
- Eka, Lila Lingga. 2009. *Pengaruh Bantuan Modal dan Pelatihan terhadap pemberdayaan UKM di Kecamatan Jambu Kabupaten Semarang ahun 2008*. Semarang: UNNES.
- Kuncoro, Mudrajat. 2000. *Usaha Kecil di Indonesia : Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan*. [http:// www.google.com](http://www.google.com) .(20 Agustus 2009).
- Lincoln Arsyad. 1999, *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Yogyakarta : BPFE.
- Prasetyo, P Eko. 2006. *Jurnal Ekonomi Dengan Judul “Strategi Pemberdayaan Industri Kecil dan Kerajinan Melalui faktor internal dan eksternal”*. Semarang: UNNES
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rosyidi, Suherman. 2006. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.

- Sandy, I Made. 1985. *Republik Indonesia Geografi Regional*. Jakarta: Debdikbud.
- Sastrohadiwiryo, Siswanto. 2003. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Siagian, Sondang. P. 2005. *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Siahaan, Bisuk. 2000. *Industrialisasi Di Indonesia “Sejak Hutang Kehormatan Sampai Banting Stir”*. Bandung: ITB.
- Simanjuntak, Payaman. 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: UI PRESS.
- Suharyadi dan Purwanto S.K. 2009. *Statistika*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sukirno, Sadono. 2002. *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sumarsono, Sonny. 2003. *Ekonomi Manajemen Sumber Daya Manusia dan Ketenagakerjaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suparmoko. M. 2002. *Ekonomi Pembangunan*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.
- Tambunan, Tulus.T.H. 1999. *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tim Dosen YKPN. 2001. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Umar, Husein. 1998. *Metode Penelitian untuk skripsi dan Tesis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Undang-Undang No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian. Jakarta.
- Undang-undang No. 9 Tahun 1999 tentang Perindustrian. Jakarta.
- Universitas Negeri Semarang Fakultas Ekonomi. 2009. *Pedoman Penulisan Skripsi*. Semarang: FE UNNES.
- Wie, Thee Kian. 1994. *Industrialisasi di Indonesia, Beberapa Kajian*. Jakarta: LP3ES.





Lampiran 1

## INSTRUMEN PENELITIAN

Kepada

Yth. Bpk/ Ibu/ Sdr Pengusaha Industri Kecil Knalpot

Di.....

Kabupaten Purbalingga

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL KNALPOT DI KABUPATEN PURBALINGGA”, 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/ Sdr dalam mengisi angket ini, saya mengucapkan terima kasih.

Semarang,  
Peneliti

2011

Dewi Setiyorini  
7450406013

**PETUNJUK PENGISIAN**

Berilah tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang telah tersedia dan isilah pertanyaan dengan keadaan anda yang sebenarnya. Jawaban anda tidak akan berpengaruh pada penilaian tertentu. Kerahasiaan jawaban anda akan selalu saya jaga.

**I. Identitas Responden dan Profil Usaha**

1. Nama Pemilik : .....
2. Jenis Kelamin : (a) laki-laki; (b) perempuan
3. Umur : (a) > 50 tahun (c) 30 – 39 tahun  
(b) 40 – 49 th tahun (d) < 30 tahun
4. Alamat : .....
5. Pendidikan Terakhir : (a) SMA (c) SD  
(b) SMP (d) Lain - lain
6. Status Kepemilikan Usaha : (a) Milik Sendiri  
(b) Patungan

**II. DAFTAR PERTANYAAN****A. Variabel Sumber Daya Manusia (Tenaga Kerja)**

1. Berapa jumlah tenaga kerja yang ada pada usaha Bapak/ Ibu?

No.	Kategori	Jumlah
1.	> 30	..... orang
2.	20 – 29	..... orang
3.	10 – 19	..... orang
4.	< 9	..... orang

2. Apa rata- rata lulusan tenaga kerja yang bekerja pada usaha bapak/ Ibu?

No.	Jenjang	Jumlah
1.	SMA	..... orang
2.	SMP	..... orang
3.	SD	..... orang
4.	Tidak sekolah	..... orang

**B. Variabel Permodalan**

1. Berapa jumlah modal awal pada waktu mendirikan usaha?
  - a. Rp. 10.000.000,- Rp 15.000.000,-
  - b. Rp. 15.000.000,- – Rp. 20.000.000,-
  - c. Rp. 20.000.000,- - Rp. 25.000.000,-
  - d. Rp. 30.000.000,- - Rp. 35.000.000,-
2. Dari manakah sumber modal yang Bapak/ Ibu peroleh?
  - a. Modal sendiri
  - b. Modal sendiri dan Pinjaman keluarga
  - c. Modal sendiri dan Pinjaman dari bank
  - d. Pinjaman dari Bank

**C. Variabel Teknologi**

1. Berapa lama waktu yang dibutuhkan dari proses awal sampai menjadi knalpot yang bernilai jual?
  - a. 1 – 2 hari
  - b. 3 – 4 hari
  - c. 5 – 6 hari
  - d. > 7 hari
2. Apa jenis alat/ mesin yang anda gunakan dalam proses produksi pada usaha Bapak/ Ibu?
  - a. Mesin/ alat teknologi modern, yaitu.....
  - b. Mesin/ alat teknologi tepat guna, yaitu.....
  - c. Mesin/ alat teknologi tradisional, yaitu.....
  - d. Tidak ada alat/ mesin yang digunakan.....

**D. Variabel Pemasaran**

1. Dimana daerah pemasaran usaha knalpot bapak/ ibu?
  - a. Lokal dalam kecamatan
  - b. Lokal luar kecamatan, dalam kabupaten
  - c. Lokal luar kabupaten, dalam propinsi
  - d. Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
2. Upaya apa yang dilakukan saudara untuk menarik pembeli (promosi/ iklan)?
  - a. Ikut dalam pameran
  - b. Membuat pamflet, poster, spanduk, papan nama
  - c. Secara lisan lewat mulut ke mulut
  - d. Tidak pernah melakukan promosi



## Lampiran 2

**LEMBAR WAWANCARA**

1. Bagaimana tingkat upah untuk tenaga kerja pada usaha anda?
2. Berapa jumlah hasil dari industri knalpot tiap bulan?
3. Jenis alat/ teknologi apa yang anda gunakan dalam pembuatan knalpot?
4. Bagaimana dalam memperoleh pinjaman modal pada usaha anda?
5. Bagaimana tingkat kualitas tenaga kerja yang bekerja pada usaha anda?
6. Apa saja kelemahan teknologi yang anda gunakan dalam proses produksi usaha anda?
7. Bagaimana pemasaran produk knalpot anda?
8. Bagaimana tingkat ketersediaan jumlah angkatan kerja yang ada di daerah anda?
9. Bagaimana tingkat permintaan produk knalpot anda?
10. Bagaimana tingkat minat masyarakat dari waktu ke waktu untuk bekerja dalam usaha anda?
11. Apakah yang menjadi hambatan dalam memperoleh modal guna meningkatkan usaha anda?
12. Bagaimana kebijakan pemerintah daerah dalam mendukung pengembangan usaha anda?

## Lampiran 3

**HASIL WAWANCARA**

1. Untuk tingkat upah untuk tenaga kerja yaitu standar UMR kabupaten Purbalingga.
2. Produksi tiap bulan sekitar 500 - 600 unit
3. Alat yang digunakan dalam usaha kami merupakan semi tradisional, karena pengerjaan knalpot menggunakan gabungan antara tradisional dan mesin.
4. Modal dalam usaha saya ini udah cukup lumayan, dalam memperoleh pinjaman modal ke bank tidak terlalu sulit, tetapi kelemahan dari pemerintah kurang memberi fasilitas dalam pemberian modal. Kalau mengajukan ke bank sendiri mudah tapi harus dalam jumlah yang tinggi.
5. Tingkat kualitas tenaga kerja yang bekerja disini cukup bagus karena ketrampilannya.
6. Kelemahan dari teknologi yang digunakan yaitu masih menggunakan alat yang manual sehingga memerlukan waktu yang cukup lama dalam menyelesaikan pekerjaan.
7. Dalam pemasaran knalpot ini kami mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh pemerintah setempat.
8. Tingkat ketersediaan tenaga kerja di daerah sekitar banyak, karena masih banyak warga yang belum punya pekerjaan.

9. Untuk tingkat permintaan knalpot sangat tinggi. Karena jumlah kendaraan bermotor tiap tahunnya selalu mengalami kenaikan.
10. Tingkat minat masyarakat dari waktu ke waktu untuk bekerja di usaha kami selalu bertambah.
11. Yang menjadi hambatan dalam memperoleh modal untuk peningkatan usaha ini yaitu pinjaman dari perbankan bunga yang ditawarkan tinggi.
12. Kebijakan pemerintah dalam mendukung pengembangan usaha ini kurang, kebijakannya mungkin bagus tapi untuk pelaksanaannya masih kurang.



## Lampiran 4

**DAERAH PEMASARAN PRODUK**

No.	Responden	Daerah Pemasaran
1.	Resp-1	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
2.	Resp-2	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
3.	Resp-3	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
4.	Resp-4	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
5.	Resp-5	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
6.	Resp-6	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
7.	Resp-7	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
8.	Resp-8	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
9.	Resp-9	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
10.	Resp-10	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
11.	Resp-11	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
12.	Resp-12	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
13.	Resp-13	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
14.	Resp-14	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
15.	Resp-15	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
16.	Resp-16	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
17.	Resp-17	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
18.	Resp-18	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
19.	Resp-19	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
20.	Resp-20	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
21.	Resp-21	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
22.	Resp-22	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
23.	Resp-23	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
24.	Resp-24	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
25.	Resp-25	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
26.	Resp-26	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
27.	Resp-27	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
28.	Resp-28	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
29.	Resp-29	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
30.	Resp-30	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
31.	Resp-31	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
32.	Resp-32	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
33.	Resp-33	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
34.	Resp-34	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
35.	Resp-35	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
36.	Resp-36	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
37.	Resp-37	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
38.	Resp-38	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
39.	Resp-39	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri



40.	Resp-40	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
41.	Resp-41	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
42.	Resp-42	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
43.	Resp-43	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
44.	Resp-44	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
45.	Resp-45	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
46.	Resp-46	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
47.	Resp-47	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
48.	Resp-48	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
49.	Resp-49	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
50.	Resp-50	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
51.	Resp-51	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
52.	Resp-52	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
53.	Resp-53	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
54.	Resp-54	Lokal, luar kecamatan, dalam kabupaten
55.	Resp-55	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
56.	Resp-56	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
57.	Resp-57	Lokal, Luar Provinsi, Luar Negeri
58.	Resp-58	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
59.	Resp-59	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi
60.	Resp-60	Lokal, luar kabupaten, dalam propinsi



## Lampiran 5

## DAFTAR RESPONDEN

No.	Nama Pengusaha	Jenis Kelamin	Alamat Pengusaha
1.	ADI PRIYATNO	L	Jl. Pelita No.17
2.	ISWOYO	L	Jl. Bnajarsari
3.	ABDUL MAJID	L	Jl. Pelita
4.	AHMAD SUKARTO	L	Jl. Pesayangan
5.	SUPONO	L	Karang Sentul
6.	SUYANTO	L	Purbalingga Lor
7.	WALUYO	L	Jl. Pesayangan No. 11
8.	AUS PRIYANTO	L	Kembaran Kulon
9.	ALI SAHIRI	L	Jl. Pesayangan 4
10.	ARIS SUNANTO	L	Kembaran Kulon
11.	JUDO KATAMSO	L	Kembaran Kulon
12.	MUNTAKO	L	Kembaran Kulon
13.	PRAYITNO	L	Kembaran Kulon
14.	SARWONO	L	Jl. Banjarsari
15.	DJUNEDI	L	Jl. Banjarsari
16.	SUKARJO KAPANG	L	Kembaran Kulon
17.	TRIYONO	L	Kembaran Kulon
18.	SUMITRO	L	Purbalingga Lor
19.	EFENDI	L	Purbalingga Lor
20.	MUNARSO	L	Purbalingga Lor
21.	SUPRIYANTO	L	Kembaran KULOn
22.	WARSITO	L	Purbalingga Lor
23.	ZINDAR TAMIMI	L	Purbalingga
24.	SUGIAT	L	Kembaran
25.	MUSTOFA	L	Jl. Pelita
26.	YULIA SETIAWAN	L	Jl. Banjarsari
27.	TUWIN HADIWINAR	L	Jl. Pelita No.02
28.	SISWANTO	L	Purbalingga
29.	SUMARYO	L	Purbalingga
30.	MASTURI	L	Jl. Pelita 1
31.	RIYANTI	P	Kajongan Kidul
32.	SULASTRININGSIH	P	Dusun Selaganggeng
33.	FARHAN RANDI	L	Wirasana
34.	PUJIONO	L	Wirasana

35.	SUMARNI	P	Gemuruh
36.	SELINA RINI	P	Gemuruh Kidul
37.	SOHIB SUKARSO	L	Kajongan Kidul
38.	PADINGUN MARYADI	L	Kembaran Kulon
39.	TUGIMAN	L	Wirasana
40.	LUJENG SANTOSO	L	Banjarsari
41.	BASIRUN	L	Sayangan
42.	EDI SUSANTO	L	Kutasari
43.	GATOT SUKOCO	L	Dusun Selaganggeng
44.	ROBHIYAH	P	Sudagaran no. 09
45.	GIYANTRI	P	Brobot
46.	KAMSIYATUN	P	Mewek Kidul
47.	HENDRATO	L	Mewek
48.	CIPTO WARDOYO	L	Mewek
49.	BUSRO	L	Mewek
50.	JUMAIDI	L	Kembaran
51.	CHAERUL	L	Padamara wetan
52.	HAYATUN	P	Limbangan 1
53.	ASPIYAH	P	Karangjambe Wetan
54.	ANIK SARI	P	Karangjambe
55.	ROCHADI	L	Karangjambe
56.	SURATNO	L	Padamara
57.	EKAWATI	P	Kembaran Kulon
58.	TRI WAHYUNI	P	Purbalingga Lor
59.	RIYADI	L	Wirasana
60.	NUR HIMAM	L	Karangjambe

## Lampiran 6

## FOTO PEMBUATAN KNALPOT



KNALPOT YANG SIAP DIPASARKAN

