

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Industri dan Industri Kecil

2.1.1 Definisi Industri

Dalam teori ekonomi mikro, pengertian industri adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang yang homogen atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat, sedangkan dari segi makro pengertian industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah **(Hasibuan, 1994 : 12)**

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 5 tahun 1984 tentang Perindustrian Bab 1 Pasal 1, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi atau barang jadi menjadi barang yang lebih tinggi penggunaannya.

Sedangkan Badan Pusat Statistik mengatur industri sebagai suatu bentuk kegiatan usaha produksi di suatu tempat tertentu dan melakukan kegiatan mengubah bahan baku menjadi bahan jadi atau setengah jadi atau barang yang kurang nilainya dengan maksud untuk mendekatkan produk tersebut kepada konsumen akhir.

2.1.2 Pengelompokan Industri

Sesuai pasal UU No. 5 tahun 1984 tentang perindustrian, pengelompokan industri dibagi menjadi tiga kelompok besar, yaitu :

1. Kelompok industri dasar yang meliputi kelompok industri mesin dan logamdasar (IMLD) dan kelompok kimia dasar (IKD), yang termasuk dalam IMLD antara lain : industri mesin pertanian, kendaraan bermotor, aluminium, tembaga dan sebagainya. Sedangkan yang termasuk IKD antara lain : industri pengolahan kayu, industri pupuk, industri semen, industri batu bara dan sebagainya.
2. Kelompok industri hilir atau aneka industri yang meliputi : industri yang mengolah sumber daya hutan, industri yang mengolah hasil pertambangan, industri yang mengolah hasil pertanian secara luas, padat modal, dengan teknologi maju, teruji atau tingkat madya.
3. Kelompok industri hilir atau aneka industri yang meliputi : industri yang mengolah sumber daya hutan, industri yang mengolah hasil pertambangan, industri yang mengolah hasil pertanian secara luas, padat modal, dengan teknologi maju, teruji atau tingkat madya.
4. Industri kecil yang meliputi : industri pangan (makanan, minuman, tembakau). Industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadi, serta barang dari kulit). Industri kimia dan bahan bangunan (industri

kertas, percetakan, penerbitan, barang-barang karet plastik dan lain-lain). Industri galian bukan logam dan industri logam (mesin-mesin, listrik, barang-barang dari logam dan sebagainya).

Berdasarkan surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (No.589/MPP/KEP/10/1999) :

- a. Industri kecil adalah suatu kegiatan usaha industri yang memiliki investasi sampai dengan Rp. 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. Industri kecil dan menengah adalah suatu usaha industri dengan nilai investasi perusahaan sampai dengan Rp. 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha

Industri kecil memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Menggunakan teknologi sederhana atau madya
2. Pada umumnya cenderung tumbuh dan berkelompok
3. Padat karya

Badan Pusat Statistik (2003) menggolongkan industri pengolahan di Indonesia ke dalam empat kategori. Penggolongan ini berdasarkan jumlah tenaga kerja tanpa memperhatikan kekuatan mesin yang digunakan maupun besarnya modal yang ditanam dalam industri, keempat kategori tersebut adalah :

1. Industri besar adalah perusahaan industri yang mempunyai tenaga kerja 10 orang atau lebih
2. Industri sedang adalah perusahaan industri yang mempunyai tenaga kerja 20 sampai dengan 99 orang
3. Industri kecil adalah perusahaan industri yang mempunyai tenaga kerja 5 sampai 19 orang
4. Industri kerajinan rumah tangga adalah industri yang mempunyai tenaga kerja 1 sampai dengan 4 orang

Di Indonesia industri kecil dikelompokkan ke dalam empat bagian yaitu :

1. Industri modern yang produknya memiliki kaitan dengan industri yang lebih besar
2. Industri kecil yang menghasilkan barang kerajinan (*consumer goods*)
3. Industri kecil yang menghasilkan barang dan jasa
4. Industri pedesaan yang menghasilkan bahan bangunan dan pembengkelan

Apabila ditinjau dari cara kerjanya industri kecil dibagi dalam dua kelompok, yaitu :

1. Kelompok tradisional yang sebagian berstatus informal, maksudnya belum memenuhi syarat sebagaimana layaknya sebuah usaha

2. Kelompok yang berstatus formal, maksudnya telah memiliki sarana kelengkapan administrasi serta berbadan hukum.

Berdasarkan eksistensi dimensinya industri kecil dan kerajinan rumah tangga di Indonesia dibagi dalam tiga kelompok kategori :

1. Industri lokal

Adalah kelompok industri yang menggantungkan kelangsungan hidupnya pada pasar setempat yang terbatas relatif terbesar lokasinya. Skala usaha kelompok ini umumnya sangat kecil dan mencerminkan suatu pola pengusahanya yang bersifat subsisten. Target pemasarannya sangat terbatas dan alat transportasi yang digunakan sangat sederhana seperti gerobak, pikulan sepeda dalam pemasaran produknya tidak menggunakan prasyarat

2. Industri sentral

Adalah kelompok jenis industri yang berusaha kecil tapi membentuk suatu pengelompokan atau kawasan industri yang terdiri dari kumpulan unit usaha yang menghasilkan barang sejenis. Target pemasarannya sangat luas sehingga para pedagang perantara dan pengukuran cukup menonjol

3. Industri mandiri

Pada dasarnya dapat dideskripsikan sebagai jenis industri yang lebih mempunyai sifat-sifat industri kecil, namun telah mempunyai kemampuan mengadaptasikan teknologi yang cukup

maju, manajemen yang rapi, pemasaran yang luas. Kelompok industri ini terlalu maju. Kategori industri kecil hanya atas dasar skala penyerapan tenaga kerja semata. Maka kelompok ini termasuk dalam industri kecil.

2.1.3 Peranan Industri Kecil dalam Pembangunan Ekonomi

Dengan perkembangan zaman semakin maju, struktur perindustrian dipandang sebagai sektor yang memiliki peranan yang sangat besar dalam meningkatkan struktur pembangunan perekonomian saat ini. Adapun peranan sektor industri kecil dalam meningkatkan pembangunan ekonomi diantaranya (**Azhari, 1991**)

1. Sebagai mesin penggerak utama dalam pembangunan ekonomi

Dengan didirikan suatu usaha industri maka industri akan membutuhkan input yang berasal dari sektor lain. Meningkatkan produk industri atau sektor lain merupakan perluasan pasar bagi sektor industri bersangkutan. Semakin banyak industri baru yang tumbuh, maka pasar pun semakin meluas. Berarti nilai tambah yang diciptakan akan semakin besar dari segi pemilik modal, yang berarti akan memberikan keuntungan. Demikian juga halnya dengan pendapatan pemerintah akan meningkat pula, pada akhirnya dapat pula digunakan dalam pelaksanaan pembangunan selanjutnya

2. Memperluas kesempatan kerja

Pembangunan sektor industri diharapkan dapat menyerap tenaga kerja, karena pada umumnya di negara berkembang terutama sektor pertanian memiliki laju pertumbuhan penduduk yang lebih tinggi, tidak seimbang dengan jumlah lahan yang tersedia. Dengan Sektor industri dikehendaki pula untuk memenuhi permintaan penyediaan lapangan kerja yang baru di sekitar industri diharapkan pengangguran di sektor pertanian dapat diserap. Disamping itu industri dapat juga dipercaya dapat melatih tenaga kerja terampil, yang akan meningkatkan nmutu mereka sehingga di harapkan tingkat produktivitas akan meningkat yang pada akhirnya dapat meningkatkan upah.

3. Penyediaan kebutuhan sektor lain

terhadap barang-barang industri yang tidak dapat di impor karena kesulitan neraca pembayaran, dimana pertumbuhan permintaan ini cepat meningkat karena barang-barang industri bersifat elastis, khususnya barang-barang konsumsi hasil sektor industri. Kesanggupan sektor industri untuk permintaan masyarakat ini juga merupakan penghematan devisa, karena pengeluaran untuk impor dapat dikurangi. Dari sinilah kebenarannya awal

tumbuhnya kebijaksanaan subsidi impor. Substitusi impor merupakan kebijakan pembangunan nasional untuk menghasilkan barang-barang baru di dalam negeri yang semula impor. (Azhari, 1991:32)

Di samping ketiga faktor diatas, masih ada sektor lainnya yang tidak kalah penting yaitu untuk memperkuat keamanan dan kestabilan nasional. Dengan kesanggupan memproduksi barang industri baik untuk barang modal ataupun barang baku, maka ketergantungan terhadap negara lain dapat diperkecil, sehingga gejala perekonomian luar negeri tidak akan terlalu mempengaruhi perekonomian dalam negeri.

Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia industri kecil menengah selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern. Peranan industri kecil tersebut menjadi bagian yang diutamakan dalam setiap perencanaan tahapan pembangunan yang dikelola oleh dua Departemen, yaitu (1) Departemen Perindustrian dan Perdagangan; (2) Departemen Koperasi dan UKM. Namun demikian, usaha pengembangan yang telah dilaksanakan masih belum memuaskan hasilnya, karena pada kenyataannya kemajuan UKM sangat kecil dibandingkan dengan

kemajuan yang sudah dicapai usaha besar. Pelaksanaan kebijaksanaan UKM oleh pemerintah selama orde baru, sedikit saja yang dilaksanakan, lebih banyak hanya merupakan semboyan saja, sehingga hasilnya sangat tidak memuaskan. Pemerintah lebih berpihak pada pengusaha besar hampir semua sektor, antara lain perdagangan, perbankan, kehutanan, pertanian dan industri.

Usaha kecil di Indonesia adalah merupakan subjek diskusi dan menjadi perhatian pemerintah karena perusahaan kecil tersebut menyebar dimana-mana, dan dapat memberi kesempatan kerja yang potensial. Para ahli ekonomi sudah lama menyadari bahwa sektor industri kecil sebagai salah satu karakteristik keberhasilan dan pertumbuhan ekonomi. Industri kecil menyumbang pembangunan dengan berbagai jalan, menciptakan kesempatan kerja, untuk perluasan angkatan kerja lagi urbanisasi, dan menyediakan fleksibilitas kebutuhan serta inovasi dalam perekonomian secara keseluruhan.

2.1.4 Kelebihan Industri Kecil

Industri kecil mempunyai kelebihan-kelebihan yang membuat industri ini dapat bertahan. Menurut **Marbun (1992:34)** kelebihan industri kecil ini di sebabkan oleh :

a. Pengalaman Bisnis

Bagaimanapun setiap pengusaha kecil telah mempunyai pengalaman

suka duka berusaha dalam suasana perekonomian dan politik yang terus berubah.

b. Tidak Birokasi dan Mandiri

Perusahaan kecil kebanyakan adalah pemain tunggal atau dibantu oleh beberapa orang pembantu tetap atau musiman maka segala prosedur keputusan dapat dilakukan dengan cepat dan tepat. Biasanya tidak ada rapat atau konsultasi baik dalam hal pembelian, penjualan, penambahan modal, pengangkatan dan pemecatan kerja

c. Cepat tanggap dan fleksibel

Biasanya pengusaha kecil dapat mendeteksi perubahan atau perkembangan situasi sekelilingnya, kehidupan pengusaha kecil relatif dinamis, dan terus menerus berhubungan dengan penjual dan pembeli biasanya memudahkan mereka untuk cepat tanggap terhadap situasi dan cepat mengambil langkah-langkah yang dianggap perlu. Mereka juga sangat tanggap dan fleksibel terhadap barang-barang yang laku atau baru

d. Dinamis dan Ulet

Pengusaha kecil cukup dinamis menanggapi perkembangan suply dan selera konsumen. Mereka yang bergerak lebih lama, lebih tekun dibandingkan dengan pegawai negeri atau swasta. Secara keseluruhan mereka juga mempunyai jam kerja yang lebih lama.

2.1.5 Kendala Yang Dihadapi Industri Kecil

Menurut **Marbun (1992 : 26)**, bahwa banyak permasalahan yang dihadapi oleh industri kecil yang merupakan golongan ekonomi lemah dalam melakukan kegiatan produksi dan usaha perkembangannya yaitu sebagai berikut :

1) Kurangnya permodalan dalam produksi

Permodalan merupakan salah satu permasalahan yang sangat signifikan dalam suatu industri terutama industri kecil. Oleh karena itu yang menjadi kendala dalam industri kecil ini yaitu kesulitan dalam menyisihkan pendapatan dalam memajukan kegiatan usahanya. Rata-rata dari industri kecil ini belum memiliki manajerial yang khusus seperti industri besar lainnya, dari kesulitan pengelola modal itu sendiri mengakibatkan industri kecil tidak bertahan lama atau banyak yang gulung tikar.

2) Rendahnya keterampilan dan teknologi

Rendahnya suatu kinerja mengakibatkan menurunnya kualitas suatu industri seperti lainnya dalam industri kecil masih banyak tenaga kerja yang kurang memiliki keterampilan yang kurang

memadai untuk kesempatan kerja. Dalam hal ini, industri kecil biasa mempergunakan peralatan yang sederhana dalam menciptakan suatu produk sehingga produk yang dihasilkan kurang memuaskan atau kurang memenuhi standar

3) Rendahnya pengelolaan dalam industri

Pengelolaan industri kecil sangat sederhana dalam hal ini, pengelolaan keuangan industri masih bersifat tertulis dan belum memiliki sistem manajerial yang profesional, sehingga perhitungan mutu produk dan jasa kurang berjalan dengan baik.

Dibandingkan dengan industri yang lebih besar yang memiliki kapabilitas lebih tinggi, maka industri kecil tidak demikian. Industri kecil memiliki kelemahan-kelemahan terutama terletak pada penggunaannya dimana sebagian dari industri kecil belum siap, maka dari itu kelemahan-kelemahan pokok pengusaha industri kecil Indonesia, antara lain :

- a) Tidak dapat merasakan hasil produksinya
- b) Industri kecil tidak melengkapi dengan kemampuan manajemen sehingga keseluruhan usahanya asal berjalan
- c) Tidak memiliki modal yang cukup
- d) Kesulitan memperoleh bahan baku yang murah

2.2 Karakteristik Lingkungan Industri

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri yaitu faktor internal dan faktor eksternal, maka disusun strategi yang akan dilakukan. Definisi dari strategi itu sendiri adalah semua kegiatan yang ada dalam lingkup perusahaan, termasuk di dalamnya pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan.

2.1.2 Lingkungan Eksternal

Lingkungan masyarakat eksternal adalah segala sesuatu yang berada di luar batas industri karena keadaan masyarakat disekitarnya, seperti :

1. Pemasaran

Menurut **Kotler (1997:9)** pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang dengan individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan satu sama lain. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa aktifitas pemasaran ditujukan untuk menciptakan tingkat kepuasan bagi konsumen atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen, sedangkan dari pihak perusahaan itu sendiri mendapatkan timbal jasa yang diperoleh dari pemenuhan kepuasan konsumen.

Kegiatan pemasaran dalam suatu perusahaan harus diorganisasikan secara terpadu serta memerlukan suatu pelaksanaan manajemen perusahaan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan dan kesejahteraan lingkungan. Untuk mendukung kegiatan pemasaran tersebut, secara umum terbagi 4 (empat) konsep pemasaran yaitu :

1. Konsep produksi (*The Production Concept*) Konsep ini menyatakan bahwa, konsumen akan menyukai produk yang tersedia, selaras dengan kemampuannya. Oleh karenanya manajemen harus berupaya untuk memungkinkan efisiensi produksi dan distribusi.

2. Konsep Produk (*The Product Concept*)

Konsep ini mengandung pengertian bahwa, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan prestasi terbaik serta keistimewaan yang menonjol. Oleh karenanya, produsen harus berupaya memperbaiki produk secara terus menerus

Pelaksanaan konsep produk ini perlu persyaratan :

- a. Konsumen membeli produk tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhannya
- b. Konsumen menaruh perhatian pada kualitas produk

- c. Konsumen mengetahui tinggi rendahnya kualitas dan perbedaan dalam penampilan diantara merk barang lain yang sejenisnya
- d. Konsumen bersedia membayar pada harga yang layak sesuai dengan kualitas barang

3. Konsep Penjualan

Pengertian yang mendukung dalam konsep penjualan adalah bahwa konsumen tidak akan banyak membeli cukup banyak produk, kecuali jika produsen mengupayakan promosi dan penjualan yang agresif

4. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran beranggapan bahwa, kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan adalah terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar, sasaran serta pemberian kepuasan yang diinginkan secara lebih baik dari pada yang dilakukan oleh para pesaingnya

Dasar pemikiran yang terkandung dalam konsep pemasaran yaitu :

- a. Pemuasan keinginan kelompok pembeli tertentu adalah menjadi tugas perusahaan
- b. Untuk memuaskan keinginan konsumen tersebut, diperlukan program riset pemasaran agar dapat diketahui pola keinginan pembeli

- c. Semua kegiatan untuk mempengaruhi pembeli harus ditempatkan di bawah kontrol pemasaran yang terintegrasi
- d. Kepuasan konsumen akan dapat menimbulkan loyalitas dan kesan baik dari para pembeli

Kotler merumuskan Lingkungan Pemasaran sebagai berikut :

“Lingkungan Pemasaran suatu bisnis terdiri dari para pelaku dan kekuatan yang berasal dari luar fungsi manajemen pemasaran untuk mengembangkan dan mempertahankan transaksi yang sukses dengan para pelanggan sasaran”.

Selain itu perlu diperhatikan pandangan beberapa ahli ekonomian (Schumpeter dan lain-lain) yang menyatakan bahwa kemajuan ekonomi sangat ditentukan oleh jiwa usaha (Entrepreneurship) dalam masyarakat. Jiwa usaha berarti pemilik modal mampu melihat peluang dan berani mengambil resiko membuka usaha baru maupun memperluas yang telah ada. Dengan pembukaan usaha baru dan perluasan usaha tersedia lapangan kerja tambahan untuk menyerap angkatan kerja yang bertambah setiap tahunnya. Angkatan kerja yang tidak tertampung dapat menciptakan stabilitas keamanan sehingga investor tidak berminat melakukan investasi dan ekonomi menjadi mandek. Perekonomian yang mandek membuat makin banyak pencari kerja tidak tertampung sehingga instabilitas bertambah parah. Apabila jaminan keamanan berusaha sudah tidak

ada, investor yang sudah adapun akan merelokasikan usahanya. Apabila hal ini terjadi ekonomi dan kemakmuran menjadi menurun (Tarigan, 2004:53)

2. Prasarana

Prasarana merupakan kelengkapan dalam siklus produksi dimana kelengkapan prasarana dapat menunjang aktifitas produksi, distribusi maupun pemasaran. Prasarana yang dapat menunjang aktifitas industri tersebut seperti jalan raya, sarana pemasaran, listrik, sarana transportasi dan lain-lainnya

3. Kondisi Alam

Kondisi alam yaitu sesuatu yang sudah *given* tetapi dapat pula karena usaha-usaha manusia yang akhirnya wilayah itu memiliki keunggulan untuk menghasilkan suatu produk tertentu. Pemberian alam antara lain deposit bahan tambang, kondisi tanah yang khas, pemandangan yang indah, serta potensi alam

4. Persaingan

Secara teoritis (Cobb Web Theorem), bahwa setiap usaha yang muncul dan menguntungkan akan diikuti dan dimasuki oleh pesaing-pesaing baru. Dengan masuknya pesaing-pesaing baru akan mendorong distribusi keuntungan masing-masing industri. Dan pada

titik jenuh tertentu, penambahan pesaing akan mengakibatkan kerugian bagi beberapa pesaing. Kondisi ini akan berlangsung terus sampai pada suatu kondisi dimana sebagian pesaing sudah gulung tikar dan akhirnya industri yang bertahan akan menikmati kembali keuntungan.

5. **Kebijaksanaan Pemerintah**

Pengaruh kebijakan pemerintah pada umumnya bersifat ganda. Kemungkinan lebih mendorong perkembangan industri atau mengurangi gairah berusaha yang pada akhirnya mematikan sebagian atau seluruh industri kecil.

Kebijaksanaan pemerintah terkadang mencampuri cukup jauh manajemen industri kecil, akhirnya mengurangi kebebasan pengusaha yang justru menghambat munculnya inisiatif dari mereka. Pendirian lembaga-lembaga tertentu dengan inisiatif pemerintah terkadang menambah jalur birokrasi yang pada prinsipnya mengurangi kekuasaan pengusaha.

B. **Lingkungan Internal**

Lingkungan tugas adalah faktor-faktor lingkungan yang mempunyai pengaruh langsung terhadap aktifitas industri dalam pencapaian tujuannya, seperti:

1. **Modal.**

Dalam pengertian ekonomi modal adalah barang atau uang yang dimana faktor produksi lainnya menghasilkan barang. Modal terdiri dari modal tetap (tanah, bangunan, mesin-mesin, dan investasi lainnya) dan modal kerja untuk penelitian input yang digunakan dalam proses produksi.

Modal yang ditanamkan diharapkan akan mendapatkan keuntungan, dengan harapan ini modal dapat dikembangkan dalam suatu kegiatan untuk mendapatkan keuntungan, karena dengan laba akan mendorong seseorang untuk menanamkan modal pada suatu usaha.

- **Modal sendiri**

Modal sendiri adalah modal yang berasal dari pemilik perusahaan dan tertanam dalam perusahaan untuk jangka waktu yang tidak terbatas.

Menurut asalnya sumber-sumber modal perusahaan dibagi menjadi 2 (dua) yaitu :

1. Sumber Intern

Modal yang berasal dari sumber intern adalah modal atau dana yang dibentuk atau menghasilkan sendiri di dalam perusahaan yang berarti suatu pembelanjaan dengan kekuatan sendiri disebut *internal financing* dalam arti yang luas.

2. Sumber Ekstern

Sumber ekstern adalah sumber dana yang berasal dari para kreditur dan para peserta atau mengambil bagian di dalam perusahaan.

Modal yang berasal dari kreditur adalah merupakan utang bagi perusahaan yang bersangkutan.

Ada tiga golongan sumber ekstern utama yang merupakan pemberian dana bagi perusahaan antara lain :

a. Supplier

Memberikan dana kepada suatu perusahaan di dalam penjualan serta kredit baik untuk jangka pendek maupun jangka menengah.

b. Bank-bank

Bank adalah lembaga kredit yang mempunyai tugas utama memberikan kredit disamping pemberian jasa-jasa lain di bidang keuangan.

- c. Pasar Modal (*Capital Market*) adalah suatu pengertian abstrak yang mempertemukan dua kelompok yang saling berhadapan yaitu investor di satu pihak dan emiten yang membutuhkan dana. Lain pihak tempat bertemunya penawaran dan permintaan dana.

● **Modal Asing / Modal Pinjaman**

Modal asing atau modal pinjaman merupakan sumber dana bagi perusahaan yang harus dibayar kembali pada saat waktunya, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja atau *manpower* adalah penduduk yang berada dalam usia kerja. Dalam literatur-literatur yang ada termasuk dalam kelompok ini adalah mereka berusia antara 15- 45 tahun. Tenaga kerja mencakup penduduk yang sudah atau sedang bekerja, yang sedang mencari kerja, dan melakukan kegiatan lainnya seperti sekolah dan mengurus rumah tangga.

Pengertian tenaga kerja dan bukan tenaga kerja hanya dibedakan oleh batasan umur. Di Indonesia dipakai standar umum minimum 10 tahun dengan mengabaikan batas maksimum. Dengan demikian penduduk berumur dibawah 10 tahun bukan tenaga kerja. Alasan penggunaan umur 10 tahunan salah satu kenyataan bahwa dalam usia tersebut sudah banyak penduduk usia muda yang sudah bekerja atau mencari kerja karena desakan ekonomi dalam keluarga. Menurut **Kusumosuwidho (1974:22)** tenaga kerja adalah suatu penduduk di suatu negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap mereka dan jika mereka mau berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Sedangkan menurut **Ecky Soeriwijaya (1986)** tenaga kerja adalah setiap usaha baik fisik maupun mental spiritual dari penduduk untuk memperoleh barang jasa bagi pemenuhan kebutuhan.

Tenaga kerja terdiri dari angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja adalah bagian dari tenaga kerja yang

sesungguhnya terlibat atau berusaha untuk terlibat dalam kegiatan produktif, yaitu memperoleh hasil produksi barang dan jasa. Angkatan kerja terdiri atas :

- a. Golongan yang bekerja
- b. Golongan yang tidak bekerja

Bukan termasuk angkatan kerja adalah bagian dari tenaga kerja yang sesungguhnya tidak terlibat atau tidak berusaha untuk terlibat dalam kegiatan barang dan jasa. Bukan angkatan kerja terdiri dari :

- a. Golongan yang masih bersekolah yaitu mereka yang kegiatannya masih bersekolah
- b. Golongan yang mengurus rumah tangga
- c. Golongan penerima pendapatan, yaitu orang yang tidak bekerja tetapi mendapat penghasilan seperti uang pensiun, bunga deposito, hasil persewaan
- d. Lain-lain bagi mereka yang hidupnya bergantung pada orang lain

Faktor tenaga kerja yaitu faktor produksi dan perlu diperhitungkan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup, bukan saja dilihat dari tersedianya tenaga kerja tetapi peranan tenaga kerja tersebut dalam mendukung produksi.

3. Bahan Baku

Persediaan bahan baku merupakan barang yang sangat vital dalam suatu perusahaan industri karena disini terletak langkah oertama dalam melakukan proses produksi.

Menurut **Shahab (1989:179)** menyatakan bahwa bahan baku adalah barang-barang yang dimiliki untuk dipergunakan dalam aktifitas proses produksi yang merupakan bagian terbesar yang terkandung di dalam produk tersebut.

Smith and Skousen (1989:284) bahan baku merupakan barang-barang yang diperoleh untuk dipergunakan untuk proses produksi.

Dari pengertian di atas diambil kesimpulan bahwa bahan baku adalah :

- Bahan baku merupakan komponen utama dalam memulai proses produksi dengan demikian merupakan bagian dari proses produksi
- Bahan yang belum pernah diolah masih memerlukan perlakuan-perlakuan lebih lanjut dan harus didukung faktor-faktor produksi lainnya agar mempunyai nilai tambah daya guna untuk dapat dijual.

4. Kewirausahaan

Sumarni (1998) kewirausahaan adalah suatu profesi yang timbul karena interaksi antara ilmu pengetahuan yang dapat diperoleh

dari pendidikan formal dengan seni yang hanya dapat digali dari rangkaian kerja yang diberikan dalam praktek. Oleh karena itu seorang wirausaha melakukan kegiatan mengorganisasikan berbagai faktor produksi sehingga menjadi suatu kegiatan ekonomi yang menghasilkan laba yang merupakan balas jasa kesediaannya memulai resiko.

Fungsi yang dilakukan oleh wirausaha adalah :

- Mengidentifikasi kesempatan
- Mengumpulkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya
- Menarik investasi dana dari perorangan atau perdagangan
- Menanggung resiko

Ciri-ciri kepribadian seorang wirausahawan :

1. Mempunyai emosi untuk membayangkan keberhasilan tujuan usahanya.

Tujuan usahanya ini bercirikan :

- a. Cukup realistis dan menantang
 - b. Mempunyai batas waktu
 - c. Dapat diukur sukses atau gagal
2. Berani menanggung resiko, baik resiko sukses maupun resiko kegagalan atau menderita kerugian
 3. Gigih dan bekerja keras

Usahanya akan tumbuh subur jika mendapat tantangan dan ia tidak ingin cepat-cepat menikmati hasil usahanya

4. Bersemangat dan gesit

Daya kerjanya cukup tinggi, mampu bekerja rata-rata lebih dari 10 jam/hari.

5. Percaya pada diri sendiri

- Ia seorang yang kuat, keras, berani dan tangguh
- Ia sanggup terjun pada hal-hal yang masih asing baginya
- Jika mengalami kegagalan ia tidak pernah putus asa
- Ia berpendidikan bahwa dirinya modal yang terbaik

6. Berusaha meningkatkan pengetahuannya

Ia selalu belajar, berdiskusi dan membaca tentang hal-hal yang diperlukan untuk pengembangan usahanya

7. Memiliki kecakapan untuk memimpin

8. Pemburu keberhasilan

Seorang wirausahawan bekerja bukan untuk mencari keuntungan saja, tetapi jika memperoleh keuntungan itu dijadikan suatu ukuran

2.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan identifikasi sistematis atas kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) lingkungan internal

serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) lingkungan eksternal yang dihadapi (**Rangkuti, 1997**).

Analisis SWOT digunakan untuk mengenal pasti masalah ini dengan lebih teliti dan jelas lalu mencari penyelesaian dan mengenal pasti faktor-faktor strategi yang berkaitan dalam keputusan.

Tujuan utama analisis SWOT adalah mengenal pasti sifat-sifat seperti kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Tujuan utama ini bukan saja membina masalah SWOT tetapi untuk menterjemahkan keputusan analisis itu kepada langkah-langkah yang khusus untuk membantu mengembangkan sebuah firma dengan jayanya. Analisis SWOT merupakan suatu pandangan ringkas terhadap situasi analisis. Hal ini mendasarkan empat hal penting yaitu :

1. Mengetahui trend dalam industri.
2. Mengetahui pesaing-pesaing industri
3. Memiliki firma sendiri.
4. Menyelidik pelanggan yang tersedia ada dan perspektifnya.

Manfaat analisis SWOT yaitu manfaat yang dapat diambil industri jika melaksanakan analisis SWOT adalah sebagai dasar penentuan objektif dan strategi. Adapun langkah-langkah yang harus dijalankan di dalam merumuskan strategi adalah

1. Melakukan penelitian terhadap situasi pesaing

a. Analisis terhadap situasi pesaing

Maksud analisis ini untuk mengetahui besarnya volume dimasa yang akan datang serta probabilitasnya bagi keseluruhan industri. Besarnya volume serta probabilitas tersebut sangat tergantung pada :

- Permintaan terhadap produk yang dihasilkan
- Penawaran produk
- Kondisi persaingan di dalam pasar

b. Analisis terhadap kekuatan dan kelemahan industri

Tujuan utama analisis ini adalah kekuatan-kekuatan apa saja yang dapat di manfaatkan serta kelemahan-kelemahan mana yang dapat ditekan dan bahkan kalau mungkin dihilangkan. Misal dalam bidang permodalan, posisi persaingan, bidang teknologi dan lain-lain

c. Analisis terhadap sumber daya manusia

Yang dimaksud dengan sumber daya manusia adalah pihak-pihak yang menjadi faktor utama pendukung keberhasilan industri.

2. Merumuskan alternatif hasil terhadap lingkungan, kemudian memperkirakan peluang dari kemungkinan masing-masing alternatif

3. Memilih cara untuk bertindak yaitu dengan membangun struktur yang akan membangun strategi.


Keunggulan analisis SWOT ini adalah kita dapat dengan mudah memformulasikan strategi yang kita peroleh berdasarkan gabungan faktor internal dan eksternal. Ada empat alternatif strategi yang dapat di sarankan yaitu SO strategi, Ststrategi, WO strategi, dan WT strategi. Disamping itu analisis SWOT ini mempunyai suatu kelemahan yaitu analisis ini belum dapat menentukan apakah industri ingin memanfaatkan posisi yang kuat atau mengatasi kendala yang ada.

Wheelen dan hunger (1994) menyebutkan empat kemungkinan alternatif strategi yang dapat digunakan industri setelah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman tersebut, yaitu :

- *Pertama*, strategi dengan memanfaatkan kekuatan industri untuk mengambil keuntungan dan peluang yang ada
- *Kedua*, strategi dengan megambil keuntungan dari peluang yang ada dengan mengatasi kelemahan dalam industri
- *Ketiga*, strategi dengan menggunakan kekuatan industri untuk menghindari ancaman
- *Keempat*, strategi dengan meminimumkan kelemahan dan menghindari ancaman

Alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi industri adalah matriks SWOT. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi industri dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif stra

Tabel 2.3
Alternatif strategi yang digunakan dalam analisis SWOT



Sumber : Rangkuti, 1997

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES(W)
EFAS	<ul style="list-style-type: none"> • Temukan faktor-faktor kekuatan internal 	<ul style="list-style-type: none"> • Temukan faktor-faktor kelemahan internal
OPORTUNITIES(O)	STRATEGI (S-O)	STRATEGI (W-O)
<ul style="list-style-type: none"> • Temukan faktor-faktor peluang eksternal 	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI (S-T)	STRATEGI (W-T)
<ul style="list-style-type: none"> • Temukan faktor-faktor ancaman eksternal 	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Matriks SWOT menghasilkan empat kemungkinan

alternatif strategi yaitu :

1. Strategi S-O, dibuat berdasarkan jalan pikiran industri, yaitu dengan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.

2. Strategi S-T, dibuat berdasarkan kekuatan industri untuk mengatasi ancaman
3. Strategi W-O, ditetapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi W-T, dibuat berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

2.4 Kajian Empiris

2.4.1 Strategi Pengembangan Usaha Tani Stroberi Di Kecamatan Rancabali Kabupaten Bandung (Mariska Okriana, Skripsi 2005)

Produksi stroberi di Kecamatan Rancabali dari tahun ke tahun cenderung terus meningkat dan menempati urutan kedua setelah sayuran. Indikasi ini menunjukkan stroberi merupakan salah satu komoditas pangan yang sangat potensial dikembangkan di Kecamatan Rancabali, stroberi juga memiliki potensi ekonomi lain yaitu stroberi dapat dioleh kembali menjadi minuman yang segar atau menjadi input utama bagi industri makanan dan minuman yang ada di sekitarnya.

Dalam penelitian ini, untuk menentukan pola pengembangan usaha tani stroberi dilakukan dengan pendekatan konsep matrik SWOT. Sedangkan untuk menetapkan skala

pengukuran dengan metode Likert's Summated Rating (LSR). Penetapan skala ini untuk mengetahui bagaimana usaha tani stroberi di Kecamatan Rancabali.

Kesimpulan dari penelitian bahwa dilihat dari aspek lahan, modal, bahan baku, iklim dan cuaca serta produksi usaha tani stroberi di Kecamatan Rancabali mempunyai potensi yang baik untuk dikembangkan. Sedangkan tenaga kerja, kewirausahaan, dan pemasaran berpotensi kurang baik. Disamping pula potensi usaha stroberi tidak hanya ditemukan oleh kondisi intern saja, tapi juga oleh kondisi di luar usaha. Berdasarkan hasil perhitungan didapat bahwa peran pemerintah, lembaga keuangan sangat mendukung potensi berkembangnya usaha tani stroberi di daerah tersebut. Sedangkan pola pengembangan usaha tani stroberi di daerah tersebut dilakukan dengan cara menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman, pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

2.4.2. Strategi Pengembangan Potensi Industri Kecil Sepatu Cibaduyut (Fifi Lesteri, Skripsi, 2006)

Cibaduyut memiliki keunggulan komparatif dalam mengembangkan industri sepatu yaitu keunggulan SDM, dimana

hampir setiap daerah di Cibaduyut masyarakatnya memiliki keterampilan dalam membuat sepatu dan lokasi yang strategis, yaitu pusat industri sepatu Cibaduyut tidak terlalu jauh dari lokasi pemasaran sehingga dapat ditempuh dengan biaya transportasi yang tidak terlalu mahal. Pembuatan sepatu Cibaduyut banyak dilakukan oleh penduduk di rumah dan dilakukan secara turun temurun (otodidak). Namun pada tahun 2001-2004 produksi dan tenaga kerja di Cibaduyut mengalami penurunan. Hal ini terjadi karena berbagai kelemahan dan ancaman yang dihadapi industri kecil sepatu Cibaduyut dalam proses perkembangannya.

Berdasarkan hasil pengolahan data di dapat kesimpulan bahwa dilihat aspek bahan baku, peralatan produksi dan prasarana mempunyai potensi yang baik untuk dikembangkan. Sedangkan aspek kewirausahaan, modal, dan tenaga kerja berpotensi kurang baik. Disamping itu pula potensi industri kecil sepatu tidak hanya ditentukan oleh kondisi internal saja, tapi juga oleh kondisi eksternal usaha. Berdasarkan hasil perhitungan di dapat bahwa peran dari kelembagaan cukup mendukung potensi berkembangnya industri kecil sepatu Cibaduyut ini, tapi peran dari kebijakan pemerintah dirasa kurang mendukung dengan industri ini. Sedangkan industri kecil sepatu di Cibaduyut dilakukan dengan cara menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, menggunakan kekuatan yang

dimiliki untuk mengatasi ancaman, pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

