

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Permasalahan bangsa Indonesia untuk jangka waktu yang belum dapat kita tentukan masih tetap berkisar pada masalah kemiskinan, ketimpangan sosial dan pengangguran. Kebijakan pembangunan nasional lebih diarahkan pada arah paradikma pembangunan yang mengandalkan pada pertumbuhan ekonomi. Sektor industri kecil dan menengah mempunyai peranan yang cukup penting terutama jika dikaitkan dengan upaya meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat. Pembangunan industri kecil dan menengah juga dapat dijadikan sebagai perluasan lapangan kerja dan mendukung pembangunan wilayah.

Di Jawa Barat khususnya daerah Cirebon banyak terdapat industri-industri kecil salah satunya adalah industri makanan, yaitu kerupuk melarat. Kerupuk melarat ini merupakan kerupuk khas Cirebon, kerupuk ini tidak hanya disukai oleh masyarakat kota Cirebon, tetapi juga disukai oleh masyaakat di kota-kota lain di luar Cirebon, seperti Kuningan, Sumedang, Bandung, dan Jakarta. Selain rasanya enak dan renyah harganya pun relatif murah apalagi dalam penyajiannya ditambahkan dengan sambal kacang yang pedas dan

manis, sehingga membuat orang yang mengkonsumsinya menjadi ketagihan.

Cirebon merupakan salah satu daerah yang potensial bagi pengembangan industri kecil dan menengah di Jawa Barat. Adanya rangsangan dari luar melalui pembinaan yang diselenggarakan oleh pemerintah, berlandaskan pada teknologi tepat guna dengan padat tenaga kerja serta adanya dukungan sarana dan infrastruktur yang semakin memadai menambah peningkatan pertumbuhan industri kecil dan menengah.

Pengelompokan bidang usaha dan produk yang dihasilkan industri kecil dan menengah terbagi dalam beberapa sektor industri (Investasi PMA Kab. Cirebon) yaitu :

1. Bahan makanan dan bahan olahan, yaitu usaha yang bergerak dalam bidang pengolahan hasil pertanian, seperti kue kering, tempe, tahu, tembakau, manisan buah dan lain sebagainya.
2. Kerajinan, meliputi penyamakan kulit, kerajinan bamboo, furniture, kerajinan rotan, batik tulis dan cap, tikar adem, gerabah atau keramik dan lain-lain
3. Konveksi, yaitu industri yang menghasilkan pakaian jadi seperti busana muslim

Kecamatan Weru merupakan sentra industri kecil dan menengah yang banyak bergerak di industri makanan. Beragam

makanan yang bahan baku utamanya dari tepung beras, jagung, tepung tapioka atau bahan lainnya hampir merata di Kecamatan Weru. Pada umumnya di kelola secara home industri dengan jumlah karyawan yang tidak lebih dari 25 orang di setiap rumah. Melihat proses produksi yang tiada henti bisa diprediksi angka pengangguran di kecamatan ini tergolong rendah. Penyerapan tenaga kerja etidak hanya tertampung di home industri namun terserap di pasar kue Weru yang berada di jalur utama Cirebon – Jakarta.

Potensi Kecamatan Weru sebagai kawasan home industri dan berdampak pada peningkatan status sosial masyarakatnya, menurut kepala Dinas Perdagangan dan Industri Kabupaten Cirebon Drs. H. Dadang tresnayadi, MM. potensi industri makanan ringan di Kecamatan Weru tergolong tinggi setidaknya ada tiga wilayah di Kecamatan Weru yang memiliki home industri tinggi seperti Weru Kidul, Setu Wetan, dan Setu Kulon. Salah satunya adalah jenis makanan ringan yang menjadi ciri khas Kabupaten Cirebon yaitu kerupuk mlarat. Popularitas kerupuk yang digoreng dengan pasir ini tak kalah dari kerupuk udang, kerupuk lantak dan emping melinjo yang banyak diproduksi di Cirebon. Tingkat konsumsi masyarakat terhadap kerupuk ini pun cukup tinggi, karena satu pabrik saja bisa menghasilkan 6-12 ton kerupuk perbulan dan semuanya habis dibeli sebagai oleh-oleh khas Cirebon maupun dikonsumsi masyarakat

sehari-hari. Yang menjadi ciri khas, kerupuk melarat tetap dipasarkan tanpa merek. Produsen cukup menggunakan plastik polos sebagai kemasannya. Konsumen tidak peduli dan tidak fanatik terhadap merek tertentu, karena memang semuanya tanpa merek. Konsumen hanya tahu kerupuk mlarat adalah kerupuk khas Cirebon.

Daerah yang menjadi sentra produksi kerupuk mlarat di Kabupaten Cirebon sudah berkembang di berbagai wilayah antara lain : Kecamatan Plumbon, Kecamatan Ciledug, dan Kecamatan Weru. Dari ketiga sentra tersebut, sentra industri kerupuk di Setu Kulon Kecamatan Weru merupakan sentra industri kerupuk yang menunjukkan perkembangan yang berarti dilihat dari jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja, investasi, produksi, dan bahan baku.

Tabel 1.1
Profil Sentra Industri Kerupuk Melarat di Kecamatan Weru
Kabupaten Cirebon Tahun 2008

Kelurahan	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Nilai Investasi (Rp 000)	Nilai Produksi (Rp 000)	Nilai Bahan Baku (Rp 000)
Darmaguna	15	70	225.000	86.000	51.840
Lurah	20	144	10.000	562.000	360.000
Setu Kulon	30	621	600	562.000	360.000

Sumber : Disperindag Kabupaten Cirebon Tahun 2008

Beberapa faktor yang menyebabkan tumbuh dan berkembangnya industri kerupuk melarat di Setu Kulon ini antara lain karena wilayahnya memiliki keunggulan dalam memproduksi kerupuk terlihat dari potensi bahan baku, lokasi strategis yang dapat meminimalkan biaya transportasi, tersedia tenaga kerja terampil, serta wilayahnya dekat dengan pasar. Sektor industri kerupuk melarat ini telah berkembang menjadi sektor basis di wilayah ini. Sehingga dapat dijadikan tumpuan bagi peningkatan kesejahteraan dalam hal ini peningkatan pendapatan sehingga dapat menurunkan jumlah pengangguran di wilayah sekitar.

Hal inilah yang menjadi fokus permasalahan bagi peneliti. Untuk itu penelitian ini berupaya untuk menemukan potensi (kekuatan), permasalahan (kelemahan), peluang, dan tantangan yang dihadapi pengusaha dalam mengembangkan strategi industri kerupuk melarat ini

Tabel 1.2
Perkembangan industri kerupuk melarat di Setu Kulon
Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon periode 2006-2008

Tahun	Jumlah tenaga kerja	Jumlah produksi (ton)	Nilai Produksi (Rp)
2006	640	93	500.000.000
2007	640	93	500.000.000
2008	621	67	562.000.000

Sumber : Disperindag Kabupaten Cirebon

Tabel 1.2 menunjukkan perkembangan jumlah tenaga kerja, kapasitas produksi, dan nilai produksi pada sentra industri kerupuk melarat di Setu Kulon. Periode 2006-2007 kapasitas kerupuk yang diproduksi tidak mengalami kenaikan yaitu sebanyak 93 ton dengan jumlah tenaga kerja 640 orang dan nilai produksi sebesar Rp 500.000.000. Pada tahun 2008 produksi mengalami penurunan menjadi 67 ton dengan jumlah tenaga kerja 621 tetapi nilai produksi mengalami kenaikan sebesar 562.000.000.

Penurunan jumlah produksi ini diikuti oleh berkurangnya jumlah tenaga kerja, akan tetapi nilai produksinya bertambah. Industri kecil ini pada umumnya masih menghadapi kompleksitas baik internal maupun eksternal. Dimana industri kerupuk melarat ini sudah memiliki pangsa pasar yang jelas dan memiliki area pemasaran yang luas sampai di luar Kabupaten Cirebon serta harga yang relatif terjangkau oleh semua kalangan.

Kecamatan Weru merupakan kawasan strategis, dimana wilayahnya berada pada jalur utama arus Cirebon-Jakarta, Cirebon-Bandung, Jakarta-Jawa Tengah. Masyarakat Weru memiliki kemampuan meniru dan membuat produk kue dan makanan ringan yang sama dengan produk nasional yang sudah dikenal masyarakat secara turun temurun. Dikarenakan letak wilayah tersebut maka Kecamatan Weru masuk kedalam salah satu dari sembilan

kecamatan strategis atau kota satelit, sehingga konsumen dengan mudah dapat membeli sendiri jajanan yang dijual ditoko-toko yang banyak dijumpai di sepanjang jalan Kecamatan Weru khususnya jajanan kerupuk mlarat. Selain berasal dari Kota Cirebon, pembelinya banyak yang berasal dari luar daerah Kota Cirebon seperti Bandung, Jakarta, Jawa Tengah, Yogyakarta dan lain-lain.

Dari uraian diatas diketahui bahwa industri kerupuk mlarat memiliki faktor-faktor yang dapat diunggulkan dalam pengembangannya serta faktor ancaman dan kelemahan yang merupakan suatu hambatan dalam proses pengembangan industri tersebut. Sesuai dengan hal-hal yang diungkapkan diatas penulis ingin mengetahui strategi pengembangan industri kerupuk mlarat di Setu Kulon Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon oleh karena itu penulis akan mengadakan penelitian dengan judul :

“ STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERUPUK MELARAT DI DESA SETU KULON KECAMATAN WERU KABUPATEN CIREBON ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka diidentifikasi beberapa pokok permasalahan yang ingin diteliti, yaitu :

1. Apa yang menjadi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam pengembangan industri kerupuk melarat di Desa Setu Kulon Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon ?
2. Strategi apa yang digunakan untuk pengembangan industri kerupuk melarat di Desa Setu Kulon Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon?

1.3 Tujuan Penelitian

Bertolak dari pokok masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam pengembangan industri kerupuk melarat di Desa Setu Kulon Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan industri kerupuk melarat di Desa Setu Kulon Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna dan bermanfaat bagi :

- Sebagai informasi dan bahan masukan bagi industri-industri kecil yang bergerak dalam bidang pembuatan kerupuk melarat di Kecamatan Weru dalam mengidentifikasi hal-hal yang perlu diperhatikan dalam upaya mengembangkan usahanya.
- Untuk penulis hasil penelitian ini akan memberikan wawasan pengetahuan tentang masalah yang akan diteliti, sehingga akan memperoleh gambaran yang jelas mengenai ada tidaknya kesesuaian antara fakta dengan dasar teori.
- Bagi pihak lain, dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan pengetahuan bagi penelitian selanjutnya.

1.5 Kerangka Pemikiran

Industri kecil dalam pembangunan ekonomi merupakan suatu alternatif terbaik yang dapat menambah jumlah pendapatan penduduk dan mengurangi jumlah angkatan kerja. Dalam pelaksanaan peranan industri kecil tersebut perlu disusun suatu rencana pembangunan yang sehat serta disesuaikan dengan sumber daya yang tersedia dan murah yang dapat memberikan keuntungan bagi pengusaha dan tenaga kerja itu sendiri baik dilihat dari segi ekonomi maupun dari segi sosial.

Industri kecil berkembang di sentra-sentra yang merupakan inti pertumbuhan kegiatan ekonomi desa yang besar peranannya dalam proses transformasi dari masyarakat tradisional kemasyarakatan dengan ciri-ciri kehidupan modern. Oleh karena itu perkembangan industri kecil di desa-desa mempunyai nilai strategis.

Sedangkan menurut SK Men No.1139/90 industri kecil atau industri rumah tangga adalah industri non formal yang mempunyai aset atau kekayaan yakni 200 juta dan menggunakan teknologi sederhana, untuk menghasilkan suatu barang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri ada dua macam yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor internal terdiri dari modal, tenaga kerja, bahan baku, produksi dan kewirausahaan. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari kondisi alam, pemasaran, prasarana, pesaing, dan peran pemerintah.

Menurut **Riyanto (1997:17)** modal adalah hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut. Modal adalah semua bentuk yang digunakan baik langsung maupun tidak langsung dalam produksi, karena fungsi modal adalah dapat meningkatkan produktifitas industri, bukan saja untuk tempat dan perlengkapannya tetapi semua yang termasuk dalam keberlangsungan proses produksi yang memerlukan dana. Ditinjau dari status kepemilikan modal diketahui bahwa sebagian besar kepemilikan modal usaha kecil

adalah milik sendiri, yaitu hampir 80 % merupakan modal milik pribadi.

Tenaga kerja merupakan salah satu asset perusahaan yang harus dipelihara. Menurut **Kusumosuwidho (1974:22)** tenaga kerja adalah seluruh penduduk dalam suatu negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap mereka dan jika mereka mau berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Pengertian tenaga kerja da bukan tenaga kerja yang dibedakan atas batas umur. Tiap negara mempunyai batasan umur yang berbeda.

Selain tenaga kerja indikator lainnya yang menentukan jumlah produksi adalah ketersediaan bahan baku. Menurut **Shahab (1989:179)** bahan baku adalah barang-barang yang dimiliki untuk dipergunakan dalam aktivitas proses produksi yang merupakan bagian terbesar yang terkandung di dalam produk tersebut. Pengertian lain menyatakan bahwa bahan baku merupakan barang-barang yang diperoleh untuk digunakan dalam proses produksi. Khusus industri kecil bahan baku merupakan inti dari suatu produk.

Selain itu perlu diperhatikan pandangan beberapa ahli ekonomi yang mengatakan bahwa kemajuan ekonomi sangat ditentukan oleh jiwa usaha (*enerpreneurship*) dalam masyarakat. Menurut **Sumarni (1998:18)** 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. Dengan kata lain seorang pengusaha memiliki jiwa usaha apabila mampu melihat peluang dan mengambil resiko, jiwa usaha seseorang ditentukan oleh pendidikan formal, latihan usaha sampingan, usaha sebelumnya. Jika tenaga kerja mempunyai pendidikan yang lebih tinggi ini akan sangat berpengaruh untuk keberlangsungan suatu produksi. Demikian juga pelatihan-pelatihan sangat diperlukan untuk berlangsungnya suatu proses produksi.

Selain indikator diatas faktor pemasaran juga sangat membantu dalam pengembangan industri. Menurut **Budiarto (1993:2)** pemasaran adalah kegiatan pemasaran untuk menjalankan bisnis (profit/non profit) guna memenuhi kebutuhan pasar dengan barang dan atau jasa, menetapkan harga, mendistribusikan, serta mempromosikannya melalui proses pertukaran agar memuaskan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan 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 satu sama lain.

Pesaing merupakan salah satu faktor eksternal perusahaan, **pesaing** adalah perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang dan jasa yang sama atau mirip dengan produk yang kita tawarkan. Pesaing suatu perusahaan dapat dikategorikan pesaing yang kuat dan pesaing yang lemah atau ada pesaing yang memiliki produk yang sama atau memiliki produk yang mirip. Semua jenis pesaing ini mampu menggerogoti produk yang kita tawarkan. Dalam dunia persaingan, tugas utama pengusaha adalah menggaet pelanggan sebanyak mungkin, baik pelanggan yang baru maupun pelanggan dari produk yang lain dan yang paling ekstrem adalah bagaimana cara mematikan pesaing baik dengan cara langsung maupun secara pelan-pelan. (Kasmir, 2006 : 256)

Selain itu juga peran pemerintah sangat diharapkan dalam usaha pengembangan industri, misalnya dengan bantuan pinjaman modal (kredit) atau pelatihan-pelatihan yang sangat diperlukan merupakan salah satu faktor pendukung perkembangan industri.

Bagaimana suatu industri dapat berkembang maka diperlukan suatu strategi. Strategi adalah suatu kegiatan yang ada dalam lingkup perusahaan, termasuk didalamnya pengalokasian sumber daya yang dimiliki perusahaan (Rangkuti, 2005). Proses pengambilan keputusan strategi harus selalu berkaitan dengan pengembangan

misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan serta menganalisis faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi pada saat ini. Salah satu metode untuk menentukan strategi adalah melalui analisis *SWOT*.

1.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam studi ini yaitu metode penelitian analisis deskriptif yaitu metode penelitian yang menggunakan survey dengan melakukan penelitian langsung pada obyek penelitian dengan menggunakan analisis *SWOT*. Dengan menggunakan metode tersebut diharapkan dapat diperoleh gambaran secara akurat dan aktual secara fenomena dari obyek yang diteliti.

1.6.1 Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik penelitian yang dilaksanakan dalam penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data jenis ini diperoleh secara langsung dari responden melalui :

- Studi Lapangan yaitu penulis langsung melakukan penelitian ketempat yang menjadi obyek penelitian untuk mendapatkan data-data aktual.

Dalam memperoleh data aktual dilapangan, dilakukan dengan cara, yaitu sebagai berikut :

- ❖ Wawancara yaitu dengan melaksanakan proses tanya jawab langsung kepada orang-orang yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Jenis yang dipilih adalah wawancara berstruktur yaitu pewawancara sudah mempersiapkan pertanyaan-pertanyaan secara tertulis.
- ❖ Observasi yaitu dengan mengamati langsung obyek penelitian yang telah ditunjuk untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas smengenai masalah yang diteliti.
- ❖ Angket pertanyaan (kuesioner) yaitu dengan memberikan beberapa pertanyaan tertulis kepada orang-orang yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Jenis kuesioner yang dipilih adalah :
 1. Kuesioner terbuka : responden diberi kesempatan untuk memberikan jawaban sesuai dengan pendapatnya secara bebas sesuai dengan data yang diperlukan.
 2. kuesioner tertutup : responden memilih salah satu jawaban atau lebih dari alternatif jawaban yang telah disediakan.

b. Data sekunder

Data jenis ini diperoleh melalui : Studi kepustakaan yaitu dengan melakukan penelitian terhadap referensi-referensi yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

1.6.2 Metode Pengambilan Data

Pada penelitian ini, menggunakan metode pengambilan data dengan populasi. Dimana populasinya adalah keseluruhan subjek penelitian, jumlah populasi industri kerupuk mlarat di Desa Setu Kulon Kecamatan Weru Kabupaten Cirebon sebanyak 30 unit usaha.

1.6.3 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis strategi pengembangan industri kerupuk mlarat di Desa Setu Kulon Kecamatan Weru dengan menggunakan metode analisis SWOT. Dalam menetapkan strategi pengembangan industri kerupuk mlarat ini, maka dilakukan analisis produksi dengan menganalisis aspek internal dan eksternal dibawah ini :

A. Aspek Internal

Ada beberapa aspek internal yang akan dinilai dalam penelitian tentang strategi pengembangan industri kerupuk mlarat di Desa Setu Kulon Kecamatan Weru seperti :

1. Aspek kewirausahaan
2. Aspek Input Produksi (modal, tenaga kerja, bahan baku, produksi dan biaya produksi)

B. Aspek eksternal

Aspek eksternal yang akan dijadikan sebagai bahan penilaian dalam penelitian ini adalah :

1. Aspek pemasaran
2. Aspek prasarana
3. Aspek kondisi alam
4. Pesaing
5. Aspek kebijakan pemerintah

1.6.4 Metode Analisis SWOT

Analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pengembangan industri. Analisis ini membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kelemahan (*weaknesses*) dan kekuatan (*strengths*). Selanjutnya harus dilakukan analisis tentang faktor-faktor kekuatan (*strengths*),

kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam setiap tahapan produksi kerupuk mlarat.

- Analisis Peluang dan Ancaman (Opportunities – Threats)

Mengidentifikasi peluang dan ancaman apa saja sedang dan yang akan dihadapi pada masa mendatang berdasarkan data-data yang diperoleh dari analisa situasi yang dihadapi perusahaan atau suatu organisasi sepanjang periode perencanaan. Peluang dan ancaman merupakan faktor luar yang dapat mempengaruhi perusahaan. Peluang muncul apabila perusahaan memiliki keunggulan tertentu yang dimiliki oleh perusahaan pesaing.

Ancaman biasanya datang secara mendadak dan terkadang tidak disadari, apabila ancaman tidak disadari secara dini maka hal ini dapat mencelakakan perusahaan, namun apabila ancaman dapat dikenali secara dini dan dinetralisir maka ancaman dapat berubah menjadi sebuah peluang.

- Analisa kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor yang berada dalam perusahaan atau intern. Kelemahan muncul sebagai faktor keterbatasan yang menghambat pimpinan untuk merealisasikan potensinya dengan sesungguhnya yang menunjukkan wilayah mana yang membutuhkan perbaikan. Beberapa kelemahan ada yang mudah dihilangkan tetapi juga ada kelemahan yang dapat disingkirkan dalam jangka panjang.

Dalam merumuskan strategi pengembangan industri kerupuk di Desa Setu kulon Kecamatan Weru, dilakukan beberapa langkah analisis yaitu :

1. Menyusun matrik faktor eksternal dalam suatu table EFAS disusun untuk merumuskan faktor strategis eksternal dalam kerangka opportunities dan threats.
2. Menyusun matrik faktor strategi internal dalam suatu table IFAS disusun untuk merumuskan faktor strategi internal dalam kerangka strength dan weakness.
3. Tahap pengambilan keputusan

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan industri. Dengan demikian perencanaan strategi harus menganalisis faktor-faktor strategis industri (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi pada saat ini. Kelebihan dapat dimanfaatkan untuk menghadapi perkembangan bisnis yang dilaksanakan.