

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KERAJINAN GENTENG DI KABUPATEN KEBUMEN JAWA TENGAH

Wipandaya Yuwono

Program Studi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Jl. Lingkar Selatan, Kasihan, Bantul, Yogyakarta

Email: Wipandaya@gmail.com

This study aims to analyze the right strategy to be applied to the tile craft industry in Kebumen regency, Central Java. Subject in this research is entrepreneur of tile craft industry that exist in Kebumen regency especially in District of Sruweng, Pejagoan, Kebumen, Klirong. In this study the selected sample amounted to 50 respondents selected by using random sampling method. Analytical tool used is SWOT Analysis method, Matrix IE analysis, and QSPM analysis.

Based on the SWOT analysis method that has been done, the result is that the craft industry of Kebumen Regency is in the quadrant 1 position which means the tile handicraft business maximizes the strengths and opportunities owned so that it will improve the development of the second tile craft industry the result of IE matrix analysis occupies position 1 with the strategy to increase product quality, increasing the wider market share. QSPM analysis result is product development strategy.

Keywords: Development strategy, SWOT analysis, Matrix IE Analysis, QSPM Analysis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang tepat untuk diterapkan pada industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen dan mengetahui perkembangan industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen Jawa Tengah. Subjek dalam penelitian ini adalah pengusaha industri kerajinan genteng yang ada di Kabupaten Kebumen khususnya di Kecamatan Suweng, Pejagoan, Kebumen, Klirong. Dalam penelitian ini sampel yang dipilih berjumlah 50 responden yang dipilih dengan menggunakan metode random sampling. Alat analisis yang digunakan adalah Metode analisis SWOT, analisis matriks IE dan analisis QSPM.

Berdasarkan metode analisis SWOT yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa industri kerajinan genteng Kabupaten Kebumen berada pada posisi kuadran 1 yang artinya pengusaha kerajinan genteng memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki sehingga akan meningkatkan perkembangan industri kerajinan genteng yang kedua hasil analisis matriks IE menempati posisi

1 dengan strategi meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas. Hasil analisis QSPM yaitu strategi pengembangan produk.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Analisis SWOT, Analisa matriks IE, Analisis QSPM

PENDAHULUAN

Pembangunan nasional meliputi semua aspek dalam kehidupan, salah satunya di bidang ekonomi. Pembangunan ekonomi merupakan hal yang mutlak harus dilaksanakan jika suatu bangsa ingin meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan rakyatnya. Dengan kata lain, pembangunan itu sendiri merupakan suatu usaha yang sadar dan terarah dari suatu bangsa untuk meningkatkan kesejahteraan rakyatnya melalui pemanfaatan segala sumber daya yang ada, baik dari dalam maupun dari luar negeri. Salah satu usaha untuk meningkatkan pembangunan ekonomi adalah pembangunan disektor industri yang merupakan usaha jangka panjang untuk memperbaiki struktur ekonomi dan menyeimbangkan antara industri dan pertanian. Pembangunan di bidang ekonomi dilaksanakan untuk mewujudkan pemerataan hasil-hasil pembangunan salah satu sektor di bidang ekonomi tersebut adalah industri kecil (Siswanta, 2011).

Industri kecil merupakan industri yang jumlah tenaga kerjanya kurang dari 20 orang. Industri kecil dapat meningkatkan pendapatan dan dapat mengurangi angka pengangguran bagi masyarakat di berbagai daerah bahkan negara, salah satunya yaitu negara Indonesia.

Pada era globalisasi ini, dapat dilihat bahwa industri kecil lebih mampu bertahan hidup dari badai krisis ekonomi, karena pada industri kecil memanfaatkan sumber daya lokal sehingga dapat diandalkan untuk mendukung ekonomi. Namun demikian industri kecil dalam perkembangannya masih menghadapi berbagai pihak, antara lain meliputi rendahnya produktifitas dan sumber daya manusia, manajemen yang belum profesional, kurang tanggap terhadap perubahan teknologi dan kurangnya permodalan.

Jenis industri disetiap daerah berbeda, ini dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik sumber daya yang dimiliki oleh setiap daerah. Industri kecil yang bersumber daya lokal akan membangun meningkatkan pendapatan di Kebumen. Kabupaten Kebumen merupakan salah satu Kabupaten yang padat penduduknya yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani, akan tetapi tidak sedikit yang mempunyai usaha sendiri. Usaha sendiri yang dimiliki yaitu berwujud industri. Berikut merupakan data jumlah industri kecil di Kabupaten Kebumen disajikan pada Tabel 1.1

Tabel 1.1**Kelompok Industri Kecil di Kabupaten Kebumen Tahun 2013**

No	Kelompok Industri	Jumlah Usaha	Tenaga Kerja
1	Industri Makanan, Minuman dan Tembakau	335	75.197
2	Industri Tekstil, Pakaian Jadi dan Kulit	70	2.843
3	Industri Kayu dan Barang dari Kayu	87	6.745
4	Industri Kertas dan Barang dari Kertas	40	616
5	Industri Kimia dan Barang dari Kimia, Batu bara, Karet dan Plastik	97	1.956
6	Industri Barang galian bukan logam kecuali Minyak Bumi dan Batu Bara	1.436	13.687
7	Industri Logam dasar	-	-
8	Industri Barang dari Logam dan Mesin dan Perlatannya	46	686
Jumlah		2.111	10.1730

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Kabupaten Kebumen tahun 2013

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa industri yang paling banyak jumlah unit usaha dan penyerapan tenaga kerjanya yaitu industri barang galian bukan logam kecuali minyak bumi dan batu bara sejumlah 1436 unit usaha. Dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 13687 orang. Berdasarkan data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Kebumen industri barang galian bukan logam meliputi: 1) Industri kecil Bata, 2) Industri kecil genteng, 3) Industri kecil alat dapur dari tanah, 4) industri kecil kapur rohor, dan 5) industri kecil cobek dari batu. Keberadaan industri kerajinan genteng ini membawa pengaruh terhadap pendapatan daerah Kabupaten Kebumen serta dapat meningkatkan sumber pendapatan masyarakat yang bekerja di industri genteng tersebut. Pola konsumsi masyarakat yang masih mengandalkan genteng sebagai atap menjadikan industri kerajinan genteng tetap beroperasi untuk memenuhi permintaan konsumen genteng yang semakin banyak.

Kabupaten Kebumen merupakan wilayah yang memiliki industri kerajinan genteng dengan jumlah unit usaha dan tenaga kerja yang cukup banyak. Industri mempunyai tujuan menghasilkan dan meningkatkan nilai guna suatu barang atau jasa, meningkatkan keuntungan, dan memperluas lapangan pekerjaan. Pada era globalisasi ini yang penuh dengan persaingan, maka sangatlah penting bagi suatu industri untuk lebih mengembangkan

industri supaya tidak kalah saing dan mampu bertahan untuk melangsungkan usahanya.

Industri kerajinan genteng sangat membutuhkan pengembangan, pengembangan industri genteng di Kecamatan Pejagoan ini sangat diperlukan, dikarenakan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Kebumen. Pengembangan industri kerajinan genteng memerlukan beberapa kajian perumusan strategi yang nantinya dapat digunakan sebagai peningkatan daya saing dalam menghadapi pasar global yang tengah berlangsung (Wilda, 2017). Oleh karena itu, didalam penelitian ini, penulis mengambil judul **“Strategi Pengembangan Industri Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen Jawa Tengah”**.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui posisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.
2. Menyusun strategi pengembangan yang tepat untuk diterapkan pada industri kecil kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Industri

Ilmu ekonomi pada dasarnya merupakan studi yang mempelajari tentang bagaimana masyarakat mengelola sumber daya dengan sebaik-baiknya untuk mencapai sebuah kesejahteraan. Indonesia mempunyai sumber daya alam yang melimpah dan jumlah penduduk yang padat, maka sudah sepantasnya masyarakat Indonesia dapat memanfaatkan dan menjaga potensi alam dengan sebaik – baiknya.

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

2. Macam-macam Industri

Jumlah dan macam industri di Indonesia berbeda beda di setiap daerah, tergantung pada sumber daya yang tersedia, teknologi yang tinggi serta perkembangan ekonomi daerah.

Lendo (2014) mengemukakan bahwa Industri dapat diklasifikasikan sebagai industri berdasarkan bahan baku yang terdiri dari, industri ekstraktif yaitu industri yang bahan bakunya berasal dari alam misalnya industri

pertanian, industri nonekstraktif yang merupakan industri bersifat pengolahan seperti industri kain, industri fasilitatif yang merupakan industri jasa, kemudian industri berdasarkan tenaga kerja misalkan industri rumah tangga (merupakan industri yang menggunakan tenaga kerja sedikit dengan modal yang tidak besar), industri kecil (industri yang tenaga kerjanya 5-19 orang), industri sedang (industri yang cukup besar mempunyai tenaga kerjanya berjumlah 22-99 orang) dan industri besar (merupakan industri yang menggunakan modal besar dan memiliki tenaga kerja lebih dari 100 orang). . Industri genteng di Kabupaten Kebumen termasuk jenis industri kecil karena tenaga kerja berjumlah 5-19 orang saja.

3. Faktor yang mempengaruhi industri

a. Faktor Penentu Lokasi Industri

Penempatan lokasi industri mempunyai peranan yang penting, karena akan mempengaruhi perkembangan dan keberlanjutan proses dan kegiatan industri. Menurut (Prasetyo, 2010) ada beberapa faktor yang mempengaruhi lokasi industri untuk mencapai tujuan tersebut diantaranya: (1)faktor endowment (tanah, tenaga kerja, modal dan teknologi); (2) pasar dan harga ;(3) bahan baku dan energy ;(4) aglomerasi keterkaitan antar industri ;(5) kebijaksanaan pemerintah; (6) biaya angkutan; dan (7) undang undang.

b. Faktor Produksi

Perkembangan suatu industri erat dengan kebutuhan permintaan pasar. Permintaan pasar yang tinggi akan mendorong munculnya kegiatan suatu industri. Kegiatan industri pada dasarnya adalah kegiatan yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai guna yang lebih tinggi. Tujuan suatu industri dalam menghasilkan barang atau jasa, meningkatkan kemakmuran masyarakat, meningkatkan keuntungan, memperluas lapangan pekerjaan, dan menjaga kesinambungan usaha perusahaan. Untuk menghasilkan barang atau jasa dalam kegiatan industri tentunya ada faktor yang menunjang proses produksi yang disebut faktor produksi. Faktor-faktor tersebut merupakan bagian yang sangat penting, karena faktor-faktor tersebut yang akan menentukan keberlangsungan kegiatan industri tersebut, jadi bila salah satu faktor tersebut hilang, maka proses kegiatan industri tidak akan berjalan lancar dan menghambat perkembangan industri.

c. Konsep strategi

Strategi adalah tujuan jangka panjang suatu perusahaan, yang memiliki keterkaitan dengan program, dan pengalokasian sumber daya (Chandler, 1962 dalam Rangkuti, 2015).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini obyek penelitian ini dilakukan pada sentra industri genteng di Kabupaten Kebumen yang terletak di empat Kecamatan yaitu Kecamatan Kebumen, Kecamatan Pejagoan, Kecamatan Sruweng dan Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, merupakan data kualitatif dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder diantaranya:

1. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari responden, dengan teknik kuesioner yang diberikan kepada responden industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa instansi terkait yaitu Badan Pusat Statistik, dan dinas Perindustrian Perdagangan Kabupaten Kebumen Jawa Tengah.

Sampel adalah bagian yang menjadi objek sesungguhnya dari suatu penelitian, metodologi untuk memilih industri yang dijadikan sampel yang representatif disebut sampling (Soeratno dan Arsyad, 1999). Jumlah industri kerajinan genteng di Kabupaten berjumlah 200 industri genteng yang berada di Kecamatan Kebumen, Kecamatan Pejagoan, Kecamatan Sruweng, Kecamatan Klirong. Dalam penelitian ini responden yang diambil berjumlah 50 orang. Metode yang digunakan adalah metode random sampling yaitu pengambilan sampel secara acak karena pengambilan anggota sampel dari populasi tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Untuk memperoleh data yang lengkap yang selanjutnya akan digunakan beberapa metode antara lain : Wawancara, Angket.

METODE ANALISIS DATA

Metode analisis data menggunakan pendekatan kualitatif. Alat analisis data yang digunakan menggunakan matriks IE, Analisis internal dan Eksternal, dan matriks SWOT, dan analisis QSPM (Quantitative Strategies Planning Matriks).

HASIL DAN PEMBAHASAN.

- a. Pembentukan Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal Objek
Penyusunan faktor internal yang terdiri dari kekuatan serta kelemahan dan faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman berdasarkan wawancara terhadap pihak-pihak pengusaha industri genteng skala menengah maupun besar.

Tabel 5.1
Matriks Faktor Internal dan Faktor Eksternal
Sentra Industri Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kekuatan</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Adanya spesialisasi pekerjaan. ➤ Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen. ➤ Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha. ➤ Jam kerja sesuai aturan yang ditetapkan pemerintah ➤ Kemudahan akses bahan baku. ➤ Adanya inovasi (corak) produk. ➤ Tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman. 	<p>Peluang</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kondisi perekonomian mendukung. ➤ Konsumsi masyarakat akan genteng meningkat. ➤ Jumlah penduduk meningkat. ➤ Teknologi yang semakin modern. ➤ Kemudahan akses perbankan. ➤ Pangsa pasar yang masih luas. ➤ Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait.

Lanjutan tabel 5.1

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Kelemahan</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kurangnya media promosi. ➤ Akses ke lokasi industri sulit. ➤ Sulit menamahi modal kerja. ➤ Belum adanya pembukuan keuangan. ➤ Upah tenaga kerja belum sesuai UMR. ➤ Produk Mudah ditiru ➤ Regenerasi tenaga kerja produktif sulit 	<p>Ancaman</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fluktuasi bahan baku dan peolong. ➤ Adanya produk substitusi. ➤ Adanya pendatang baru. ➤ Adanya Pesaing dari daerah lain.

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian

b. Analisis Faktor Strategi Internal dan Faktor Eksternal

Sebelum menyusun Matriks SWOT, terlebih dahulu dilakukan analisis faktor strategi internal dan analisis strategi eksternal. Terdapat pembobotan yang diberikan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap strategi tersebut. Pembobotan dihasilkan berdasarkan pembagian jumlah faktor rata-rata internal dan eksternal dengan rata-rata faktor strategi internal maupun eksternal. Sedangkan penentuan skor keseluruhan baik faktor internal maupun faktor eksternal

ditentukan berdasarkan bobot dan rating dari kuesioner yang telah disebar kepada pengusaha industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen Jawa Tengah. Skala yang berada dalam kuesioner diberikan rating angka 1 (skor paling rendah) sampai dengan 5 (skor paling tinggi). Faktor-faktor strategi internal dan eksternal dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 5.2
Analisis Internal dan Eksternal Sentra Industri Kerajinan Genteng Kabupaten Kebumen

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Kekuatan			
1	Adanya spesialisasi pekerjaan	0.089	4.00	0.356
2	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	0.125	4.62	0.576
3	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	0.094	4.08	0.384
4	Jam kerja sesuai dengan aturan yang ditetapkan pemerintah	0.084	3.24	0.272
5	Kemudahan akses bahan baku	0.056	3.34	0.187
6	Adanya inovasi (corak)produk	0.092	4.32	0.396
7	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	0.117	4.80	0.562
				2.733
	Kelemahan			
1	Kurangnya media promosi	0.120	2.52	0.301
2	Akses ke lokasi industri sulit	0.104	2.26	0.236
3	Sulit menambah modal kerja	0.066	2.36	0.156
4	Belum adanya pembukuan keuangan	0.023	3.92	0.090
5	Upah tenaga kerja yang belum sesuai UMR	0.031	4.56	0.139
				0.922
	Jumlah Skor Faktor Internal	1.000		1.811

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian

Berdasarkan tabel 5.2 Dihasilkan skor faktor internal sebesar 1.811 yang terdiri dari skor kekuatan sebesar 2.733 lebih besar dibandingkan dengan skor ancaman yaitu sebesar 0.922.

Tabel 5.3
Analisis Internal dan Eksternal Sentra Industri
Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen

No	Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
	Peluang			
1	Kondisi perekonomian mendukung	0.112	4.42	0.496
2	Konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	0.102	4.02	0.412
3	Jumlah penduduk meningkat	0.105	4.26	0.447
4	Teknologi yang semakin modern	0.098	4.10	0.400
5	Kemudahan akses perbankan	0.068	3.76	0.257
6	Pangsa pasar yang masih luas	0.100	4.54	0.454
7	Pemberian jasa pelatihan dari dinas terkait	0.012	1.66	0.020
				2.486
	Ancaman			
1	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	0.061	2.92	0.178
2	Adanya produk substitusi	0.071	2.50	0.177
3	Produk mudah ditiru	0.083	4.28	0.355
4	Adanya pendatang baru	0.112	3.24	0.364
5	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	0.015	4.16	0.061
6	Adanya pesaing dari daerah lain	0.061	3.98	0.243
				1.377
	Jumlah Skor Faktor Eksternal	1.000		1.109

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian

Berdasarkan tabel 5.3 dihasilkan skor faktor eksternal sebesar 1.109 yang terdiri dari skor peluang 2.486 lebih besar dibandingkan dengan skor ancaman yaitu sebesar 1.377.

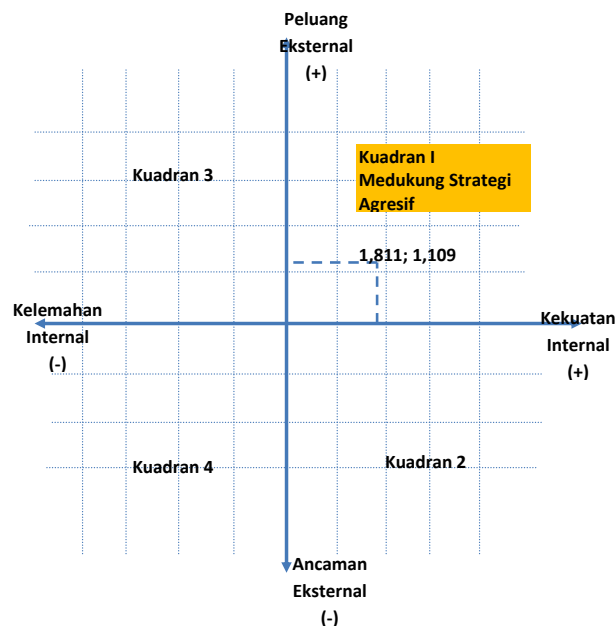
Tabel 5.3 Diatas menggambarkan bahwa nilai kekuatan dan peluang lebih besar dibandingkan dengan nilai kelemahan dan ancaman. Selain itu pada faktor internal nilai kekuatan mendekati angka 4 sedangkan nilai kelemahan lebih mendekati angka 3 sehingga dapat disimpulkan bahwa sentra industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen lebih besar kekuatannya. Begitu pula dari sisi faktor eksternalnya nilai peluang lebih banyak di angka 4 dibandingkan dengan ancaman yang rata-rata di angka 3 sehingga dapat disimpulkan bahwa sentra industri kerajinan genteng lebih banyak peluangnya dibandingkan dengan ancamannya.

Strategi dasar yang dapat digunakan adalah lebih memaksimalkan faktor internal yakni kekuatan dan faktor eksternal yakni peluang. Kemudian menanggulangi faktor internal berupa kelemahan dan faktor eksternal berupa ancaman.

c. Analisis SWOT

Untuk mengetahui posisi kuadran suatu industri dilakukan perhitungan selisih antara hasil skor faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan dan faktor eksternal yang terdiri dari peluang maupun ancaman. Yakni sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Skor kekuatan} - \text{Skor kelemahan} &= 2.733 - 0.922 = 1.811 \\ \text{Skor peluang} - \text{Skor ancaman} &= 2.486 - 1.377 = 1.109 \end{aligned}$$



Analaisis SWOT Sentra Industri Kerajinan Genteng

Berdasarkan gambar diatas, sumbu x yang menghasilkan nilai 1.811, sementara sumbu Y yang menghasilkan nilai 1.109, sehingga dapat disimpulkan sentra industri kerajinan genteng Kabupaten Kebumen berada pada posisi kuadran satu yang dimana merupakan situasi yang menguntungkan bagi pihak pegusaha industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen . Kuadran 1 memiliki ciri kekuatan dan peluang yang kuat sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (growth oriented strategy) yang dimana pengusaha kerajinan genteng memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki

sehingga akan meningkatkan perkembangan industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

Industri kerajinan genteng memiliki beberapa kekuatan dan peluang. Diantaranya industri kerajinan genteng Kabupaten Kebumen memiliki kekuatan kualitas produk sudah sesuai selera konsumen. Dengan peluang pangsa pasar yang masih luas. Pangsa pasar genteng di Kabupaten Kebumen memang masih luas. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden untuk pangsa pasaran genteng sokka yaitu Tasik, Sidareja, Solo, Yogya, Klaten, Magelang, Pacitan.

Tahap Pencocokan

a. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah matriks yang digunakan untuk mencocokkan, dan mengembangkan empat variabel strategis diantaranya SO (Strengths-Opportunities) yang merupakan kekuatan dan peluang, kemudian ST (Strengths-Threats) merupakan kekuatan ancaman (Weaknesses-Threats) merupakan kelemahan-ancaman. Matriks SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada pada industri kerajinan genteng di Kabupten Kebumen.

Tabel 5.4

Matriks SWOT industri Kecil Kerajinan Genteng di Kabupaten Kebumen

Faktor Internal (IFAS)	Kekuatan (Strengths-S) -Adanya spesialisasi pekerjaan. -Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen. -Tenaga kerja dekat dengan lokasi perusahaan. -Jam kerja sesuai aturan pemerintah. -Kemudahan akses bahan baku. -Adanya inovasi (corak produk) -Tenaga kerja terampil dan berpengalaman.	Kelemahan (Weakness-S) -Kurangnya media promosi. -Akses ke lokasi industri sulit. -Sulit menambah modal kerja. -Belum adanya pembukuan keuangan. -Upah tenaga kerja yang belum sesuai UMR.
Faktor Eksternal (EFAS)		
Peluang (Opportunities-O) -Kondisi perekonomian mendukung. -Pola konsumsi akan genteng meningkat. -Jumlah penduduk meningkat. -Teknologi yang semakin modern. -Kemudahan akses	Strategi (SO) -Pengembangan pasar. -Inovasi corak produk (pengembangan produk).	Strategi WO -Mengoptimalkan promosi. -Memanfaatkan kredit yang ditawarkan oleh perbankan.

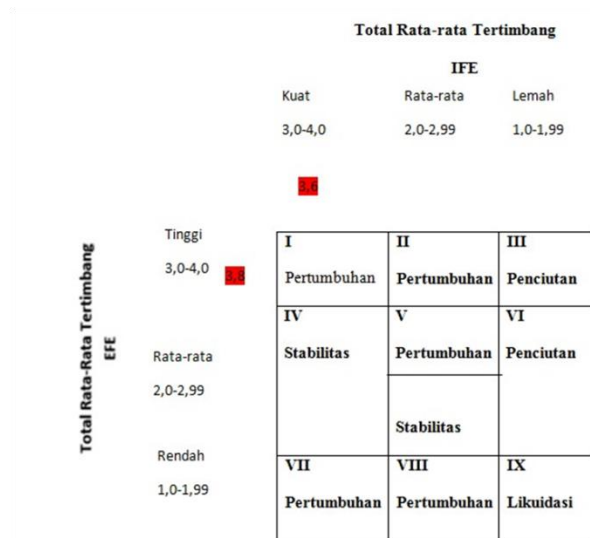
perbankan. -Pangsa pasar yang masih luas. -Pemberian jasa pelatihan dari dinas terakit.		
Ancaman (Threat-T) -Fluktuasi harga bahan baku pendukung. -Adanya produk substitusi. -Produk mudah ditiru. -Adanya pendatang baru. -Regenerasi tenaga kerja produktif sulit. -Adanya pesaing dari daerah lain.	Strategi (ST) -Inovasi produk genteng. -mempertahankan kualitas produk.	Strategi (WT) -Perbaiki dalam pengelolaan keuangan. -Kontrak bahan baku dengan pemasok.

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian

Berdasarkan perhitungan analisis SWOT, sentra industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, termasuk dalam kuadran satu sehingga strategi yang dapat digunakan adalah strategi SO sehingga strategi yang dapat dilakukan pengusaha kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen yaitu adalah sebagai berikut:

1. Industri kerajinan genteng memang sudah terkenal dengan kualitas gentengnya yang awet dan berkualitas. Dalam pengembangan usahanya, setiap perusahaan produk genteng supaya tetap menjaga kualitasnya. Jumlah penduduk Kabupaten Kebumen setiap tahunnya selalu meningkat, hal ini berkaitan dengan semakin meningkatnya permintaan akan genteng di Kabupaten Kebumen yang mayoritas masyarakat masih menggunakan genteng sebagai atap rumah. Pangsa pasar yang masih luas merupakan suatu peluang bagi pengusaha industri kerajinan genteng untuk terus meningkatkan penjualannya. Untuk itu pengusaha industri kerajinan genteng harus tetap menjaga kualitas produk supaya pelanggan tidak mudah berpindah ke industri genteng daerah lain.
2. Kondisi perekonomian yang mendukung, selera genteng yang sudah diminati masyarakat dan jumlah penduduk yang semakin meningkat merupakan peluang bagi pengusaha industri genteng untuk terus memberikan produk genteng yang baik. Pola keinginan konsumen yang cepat berubah dan beragam merupakan peluang bagi pengusaha industri genteng untuk memberikan corak (inovasi) genteng yang lebih bagus dan indah supaya konsumen semakin puas akan genteng SOKKA Kebumen Jawa Tengah.

b. Matriks Internal Eksternal



Sumber: Rangkuti, 2006

Gambar 5.2

Matriks Internal-Eksternal

Sentra Industri Anyaman Rotan

Berdasarkan hasil analisis matriks IE, sumbu x dan y menempati kuadran I yaitu memiliki kemampuan internal rata-rata dan eksternal yang sama-sama tinggi. Pada kondisi tersebut industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen masih mengejar pertumbuhan dalam, penjualan, aset, profit atau kombinasi dari ketiganya. Sehingga, strategi yang dapat diterapkan bagi pengusaha di sentra industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen yaitu meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas, mengembangkan produk baru dan dengan cara menurunkan harga.

Berdasarkan penelitian perusahaan memiliki kinerja yang baik, cenderung mengadakan konsentrasi. Industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen memilih strategi konsentrasi bisa didapat melalui integrasi horizontal yaitu suatu kegiatan untuk memperluas perusahaan dengan cara membangun dilokasi yang lain, dan tetap meningkatkan jenis produk genteng.

c. Tahap Keputusan (Decision Stage)

QSPM (Quantitative Strategies Planning Matriks)

QSPM merupakan matriks yang dapat menentukan strategis yang paling tepat berdasarkan beberapa strategi alternatif yang telah diajukan. Setelah

melakukan analisis SWOT dan analisis IE maka dapat diketahui strategi alternatif yang digunakan untuk pengembangan industri kerajinan genteng.

Tabel 5.5
Analisis QSPM Industri Kerajinan Genteng Kabupaten Kebumen

No	Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Pengembangan Produk		Perluasan Pasar	
			AS	TAS	AS	TAS
	Kekuatan					
1	Adanya spesialisasi pekerjaan	0.089	4	0.356	1	0.089
2	Kualitas produk sudah sesuai selera konsumen	0.125	4	0.500	4	0.500
3	Tenaga kerja dekat dengan lokasi usaha	0.094	2	0.188	-	-
4	Kemudahan akses bahan baku	0.056	4	0.224	2	0.112
5	Adanya inovasi (corak)produk	0.092	3	0.276	1	0.092
6	Tenaga kerja terampil dan berpengalaman	0.117	4	0.468		
	Kelemahan					
1	Kurangnya media promosi	0.120	3	0.360	3	0.360
2	Sulit menambah modal kerja	0.066	3	0.198	1	0.066
	Peluang					
1	Kondisi perekonomian mendukung	0.112	4	0.448	2	0.224
2	Konsumsi masyarakat akan genteng meningkat	0.102	4	0.408	3	0.306
3	Jumlah penduduk meningkat	0.105	4	0.420	1	0.105
4	Teknologi yang semakin modern	0.098	4	0.392	1	0.098
5	Pangsa pasar yang masih luas	0.100	3	0.300	4	0.400
	Ancaman					
1	Fluktuasi harga bahan baku dan penolong	0.061	3	0.183	1	0.061
2	Regenerasi tenaga kerja produktif sulit	0.015	3	0.045	1	0.015
	Jumlah Total Atractive Scores			4.766		2.428

Sumber: Hasil olah data penelitian

Keterangan:

AS : Attractiveness Score

TAS : Total Attractiveness Score

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 5.3 di atas bahwa, strategi industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen yaitu strategi pengembangan produk dan strategi perluasan pasar masing-masing mendapatkan Total Attractiveness Skor (TAS) yang berbeda diantaranya untuk TAS pengembangan produk memiliki skor 4.766 sementara untuk perluasan pasar memiliki skor 2.428. Dilihat dari kedua skor strategi tersebut, maka strategi yang tepat diterapkan untuk sentra industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen adalah strategi pengembangan produk. Kondisi perekonomian perusahaan industri kerajinan genteng yang mendukung, selera genteng yang sudah diminati masyarakat dan jumlah penduduk yang semakin meningkat merupakan peluang bagi pengusaha industri genteng untuk terus memberikan produk genteng dengan kualitas baik. Kebutuhan konsumen akan genteng yang cepat berubah dan beragam menjadikan peluang bagi pengusaha industri genteng untuk memberikan corak genteng yang lebih baik dan indah supaya konsumen semakin puas akan genteng SOKKA Kebumen Jawa Tengah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil, kekuatan industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen memiliki adanya spesialisasi pekerjaan, tenaga kerja yang terampil dan berpengalaman serta adanya inovasi (corak) dalam produk membuat kualitas genteng di Kabupaten Kebumen sudah memiliki kualitas produk yang selera dengan konsumen. Kelemahan industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen Kurangnya media promosi, Produk mudah di tiru, Belum adanya pembukuan keuangan, upah tenaga kerja yang belum sesuai dengan UMR. Industri kerajinan genteng memiliki peluang yaitu kondisi perekonomian yang mendukung, konsumsi masyarakat akan genteng meningkat, jumlah penduduk meningkat, pangsa pasar yang masih luas. Industri kerajinan genteng memiliki Ancaman Adanya pendatang baru, adanya pesaing dari daerah lain, adanya produk substitusi.
2. Hasil analisis SWOT sentra industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen berada pada posisi kuadran satu yang dimana merupakan situasi yang menguntungkan bagi pihak pengusaha industri kerajinan genteng di

Kabupaten Kebumen. Kuadran satu memiliki ciri kekuatan dan peluang yang kuat sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan agresif (growth oriented strategy) yang dimana pengusaha kerajinan genteng memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki sehingga akan meningkatkan perkembangan industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen.

3. Berdasarkan hasil pencocokan matriks SWOT industri kerajinan genteng menggunakan strategi SO (Strengths and Opportunities) yaitu strategi yang menggunakan kekuatan (Strengths) internal untuk memanfaatkan peluang (Opportunities) eksternal yang ada dengan pengembangan pasar dan pengembangan produk (inovasi produk).
4. Berdasarkan analisis matriks IE industri kerajinan genteng menempati kuadran I yaitu memiliki kemampuan internal rata-rata dan eksternal yang sama tinggi. Pada kondisi tersebut industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen masih mengejar pertumbuhan dalam, penjualan, aset, profit atau kombinasi dari ketiganya. Sehingga, strategi yang dapat diterapkan bagi pengusaha di sentra industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen yaitu meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas, mengembangkan produk baru.
5. Berdasarkan hasil pencocokan QSPM industri kerajinan genteng menggunakan strategi pengembangan produk. Kondisi perekonomian industri kerajinan genteng yang mendukung, selera produk genteng yang diminati masyarakat dan semakin meningkatnya pertumbuhan penduduk memberikan peluang bagi pengusaha industri genteng untuk memberikan produk genteng dengan kualitas yang baik.

Saran

Adapun saran yang diberikan kepada pengusaha industri kerajinan genteng di Kabupaten Kebumen yaitu :

1. Pengusaha industri genteng sudah memiliki kualitas genteng yang baik. Supaya konsumen tetap menggunakan produk genteng Kebumen, pengusaha genteng harus mempertahankan dan mengembangkan lagi produk gentengnya supaya lebih baik lagi dan konsumen semakin yakin bahwa kualitas genteng di Kabupaten Kebumen benar benar kualitas yang baik.
2. Memasarkan produk genteng. Dengan adanya media sosial maka memudahkan pengusaha industri genteng untuk memperluas pemasaran genteng SOKKA Kabupaten Kebumen Jawa Tengah.

Daftar Pustaka

- Arsyad, L. 1999, *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*, BPFE, Yogyakarta.
- Anoraga, Pandji. 2002, *Koperasi, Kewirausahaan Dan Usaha Kecil*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2000, *Manajemen Penelitian*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Basuki, A. T., dan Prawoto, N. 2014, *Pengantar Teori Ekonomi*, Mitra Pustaka Nurani, Yogyakarta.
- David, F.R. 2006, *Manajemen Strategis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Amir Ghorbani dan Hossein Azadi, (2015), ““Ecotourism Sustainable Development Strategies Using SWOT and QSPM model: A Case Study Of Kaji Namakzar Wetland, South Khorasan Province, Iran””, Dalam *Journal Tourism Management Perspectives*, Volume 16, Halaman 290-297, Iran.
- Fred R. David, 2009, *Manajemen Strategis. Salemba Empat*, Jakarta.
- Gupta, Mahima; Shri, Charu Dr.; and Agrawal, Anshu Dr. (2015), “Strategy Formulation for Performance Improvement of Indian Corrugated Industry: An Application of SWOT Analysis and QSPM Matrix”, Dalam *Journal of Applied Packaging Research*, Volume 7, No. 3, Article 3, Indian.
- Hamid, Edy Suandi dan Y. Sri Susilo. (2011), “Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”. Dalam *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 12 No. 1. Hal 45-55 Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia dan Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Harianja, Marihot T.E, 2002, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Grasindo Jakarta.
- Hasibuan, Malayu S.P 2007, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, PT. Bumi Aksa, Bandung
- Husein, Umar, 2010, *Riset Pemasaran dan Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Irawan dan Suparmoko, M.2002, *Ekonomika Pembangunan*. Edisi 6. Jakarta, Jakarta.

- Kotler dan Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi ke 13, Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, M. 2007, *Ekonomika Industri Indonesia, Menuju Negara Industri Baru 2030?*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Mulyadi. 2014, *Sistem Akuntansi*, Salemba Empat, Yogyakarta.
- Peyman Akhavan, Sasan Barak, Hamidreza Maghsoudlo, Jurgita Antucheviciene. (2015), "FQSPM-SWOT for Strategic Allience Planning and Partner Selection; Case Study in a Holding Car Manufacturer Company". Dalam *Jurnal Technological and Economic Development of Economy*, Volume 21 No. 2. Hal 165-185, Francis.
- Putra., dkk. 2013. Pusat Industri Kreatif di Kota Pontianak, *Jurnal Online Mahasiswa Arsitektur "Langkau Betang"*. Vol 1. 2013:2
- Rahayu, Sri, dkk. 2012. "Evaluasi strategi pengembangan genteng guna meningkatkan produktifitas masyarakat Trenggalek". Dalam *Jurnal Media Mahardhika* Volume 10 . No. 2: STIE Mahardhika.
- Siswanta, Lilik, (2011), "Analsis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Perajin Genteng (Studi Kasus pada Industri Kerajinan Genteng di Ceper, Klaten)", *Akmenika UPY*, Volume 7.
- Lendo, J. (2014), "Industri Kecil Kelompok Tani Cap-Tikus Masyarakat Desa Tokin Baru Kecamatan Motoling Timur Kabupaten Minahasa Selatan", *Jurnal Acta Diurna*. Vol.3.2014:5
- Mubyarto. 1986. *Pengantar Ekonomi Pertanian*, LP3ES, Jakarta.
- Prasetyo, P.Eko. 2010, *Ekonomi Industri*, Beta Offset, Yogyakarta.
- Kurniasari, Panca. 2011, "Analisis Efisiensi dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Produksi Industri Kecil Kabupaten Kendal (Studi Kasus pada Industri Kecil genteng Press di Desa Meteseh Kecamatan Boja)", *Skripsi*, Semarang: Universitas Diponegoro
- Riyanto, Bambang. 1999, *Dasar-Dasar Pembelian Perusahaan*, BPF, Yogyakarta
- Romarina, A. 2016, "Economic Resillience Pada Industri Kreatif Guna Menghadapi Globalisasi Dalam Rangka Ketahanan Nasional", *Jurnal Ilmu Sosial*. Vol.15. 2016: 35.

- Siti, Maemonah, (2015), "Strategi Pengembangan Industri Kecil Gula Aren Di Kecamatan Limbangan Kabupaten Kendal", *Economics Development Analysis Journal*, 4(4).
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Suharsimi, D. A.1992, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Suryana. 2008, *Kewirausahaan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sriyadi. 1991, *Bisnis Pengantar Ilmu Ekonomi Perusahaan Modern*, IKIP PRESS, Semarang.
- Tarigan, Robinson.2009, *Ekonomi Regional: Teori dan Aplikasi*, PT.Bumi Aksara, Jakarta..
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*, Andy Offset, Yogyakarta
- Rangkuti, Freddy. 1998, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti, F. 2014. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, PT Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Sukirno, Sadono.2005. *Mikroekonomi Teori Pengantar*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Yenida.201, Kajian Analisis SWOT Terhadap Usaha Industri Kecil Rotan Kota Padang, *Jurnal Polibisnis*.Vol 4. 2012: 74