

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Terpuruknya perekonomian Indonesia akibat krisis moneter, telah mengakibatkan berbagai perubahan kebijakan ekonomi pemerintah. Perubahan kebijakan tersebut berakibat pula pada perubahan berbagai sektor kegiatan perekonomian. Sektor industri merupakan salah satu korban krisis moneter di Indonesia. Banyak industri yang terpaksa gulung tikar karena tidak mampu lagi membiayai produksi yang mereka lakukan. Mereka sangat sulit mendapatkan bantuan dari pemerintah mengingat kondisi keuangan negara juga tidak memungkinkan, Namun bagi industri kecil dan rumah tangga justru mampu menunjukkan eksistensinya dan tetap bertahan dari terpuruknya perekonomian.

Dapat dipastikan bahwa sampai 2020 nanti eksistensi dan masa depan perusahaan kecil ( industri kecil dan industri skala rumah tangga ) di Indonesia masih terbuka, dan potensial. Demi kelangsungan hidup dan pertumbuhan, maka perusahaan kecil terus-menerus meningkatkan penampilan, pelayanan, dan praktik manajemennya. Hanya mereka yang mampu mengelola perusahaan kecil dengan manajemen modern yang dapat tumbuh dan beruntung ( Marbun, 1996:22).

Keberadaan industri kecil dan industri rumah tangga terutama di daerah pedesaan di harapkan mampu menampung tenaga kerja dan memperluas kesempatan kerja yang sudah ada. Di dukung oleh kemudahan dalam memperoleh bahan baku, dan kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja, membuat industri kecil di wilayah pedesaan semakin berkembang.

Data monografi tahun 2002 sentra industri tahu di pedukuhan Gunung Saren kidul jumlah pengrajin tahu sebanyak 18 orang, tetapi pada tahun 2007 meningkat menjadi sekitar 58 pengusaha/pengrajin, mengalami kenaikan sebesar 79%. Peningkatan tersebut selain karena sempitnya lahan pertanian sekitar 5,3 % dari luas wilayah ( 645.50. Ha ) sehingga sektor pertanian tidak bisa dijadikan sebagai sumber mata pencaharian utama bagi keluarga, selain itu dipengaruhi juga adanya factor usaha yang telah dilakukan secara turun temurun.

Pedukuhan Gunung Saren Kidul merupakan salah satu bagian dari wilayah Trimuti yang di kenal sebagai sentra industri tahu di Bantul, yang memiliki pengrajin tahu terbanyak yaitu berjumlah 58 industri yang terbagi dalam 3 kampung yaitu Kampung Dukuh, Kampung Bandung dan Kampung dan kampung Gunung Saren Kidul, diantara 3 kampung tersebut gunung saren kidul yang mempunyai industri paling banyak yaitu 28 industri. Sentra Industri tahu di Gunung Saren Kidul merupakan industri rumah tangga dengan jumlah tenaga kerja sekitar 1-5 tenaga kerja. Mayoritas tenaga kerja adalah anggota keluarga.

Industri tahu dalam perkembangannya memberikan manfaat bagi masyarakat Gunung Saren Kidul yaitu sebagai pencipta lapangan kerja sekaligus sumber pendapatan alternative di sektor nonpertanian karena lahan pertanian sangat sempit sehingga banyak di antaranya masyarakat yang ada di gunung saren kidul menggeluti usaha tahu sebagai mata pencaharian mereka.

Selain memberikan manfaat bagi pengrajin sebagai sumber nafkah keluarga, tetapi mereka juga mengalami kesulitan baik yang timbul dari pengrajin sendiri (internal) maupun dari lembaga-lembaga yang terkait (eksternal). Kendala internal antara lain SDM yang masih rendah, modal yang minim, produk yang dihasilkan kurang bervariasi, minimnya promosi dapat dilihat dari jangkauan wilayah pemasaran yang sempit yaitu Kulon Progo, Bantul dan Yogyakarta. Kendala Eksternal antara lain adanya kenaikan harga BBM, dan banyaknya persaingan juga merupakan ancaman bagi kelangsungan usaha.

Menurut (Rangkuti, Freddy, 1997:1) pada abad 21 nanti dimana masing-masing negara ini sudah tidak memiliki batas ruang dan waktu, kecenderungan orientasi bisnis akan berubah. Jika sebelumnya produsen dapat memaksa kehendaknya kepada konsumen, maka yang terjadi selanjutnya adalah kebalikan : konsumenlah yang justru memaksakan kehendak kepada produsen. Produsen dipaksa untuk membuat produk yang sesuai dengan nilai dan keinginan konsumen. Dengan demikian reorientasi konsep perencanaan strategis sangat di perlukan.

Langkah awal dari usaha ini adalah dengan melakukan penelitian tentang profil sentra industri tahu yang meliputi aspek Tenaga Kerja, Modal, Bahan Baku, dan Pemasaran agar bisa diperoleh gambaran kondisi sentra industri tahu sehingga bisa direncanakan langkah penanganan lebih lanjut terhadap sentra industri tersebut. Langkah di atas bertujuan agar dapat melihat secara obyektif kondisi-kondisi internal dan eksternal sentra industri tahu di Gunung Saren Kidul, agar dapat mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Jadi perencanaan strategis penting untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dengan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada.

Metode yang dapat diterapkan untuk menyusun strategi pengembangan usaha adalah dengan analisis SWOT. Alasan penggunaan analisis SWOT pada sentra industri tahu Gunung Saren Kidul karena untuk mengetahui alternatif strategi yang digunakan para pengrajin dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat karena itu pengrajin memerlukan strategi yang tepat untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, perlu dilakukan penelitian dengan judul **"Profil Sentra Industri Tahu Gunung Saren Kidul Kelurahan Trimurti Kecamatan Srandakan Kabupaten Bantul"**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Sanitasi Higiyene di industri tahu Gunung Saren Kidul?
2. Apa sebab terjadi peningkatan pengrajin tahu sebanyak 79% dari tahun 2002 – 2007?
3. Apa yang menyebabkan penduduk Gunung Saren Kidul menggeluti usaha tahu?
4. Bagaimanakah profil sentra industri tahu di Gunung Saren Kidul ?
5. Bagaimanakah kondisi internal dan eksternal yang dimiliki oleh sentra indutri tahu di Gunung Saren Kidul ?
6. Bagaimanakah alternatif strategi pengembangan usaha yang dapat dilakukan oleh sentra industri tahu Gunung Saren Kidul ?

## **C. Pembatasan Masalah**

Mengingat luasnya permasalahan yang ada serta keterbatasan kemampuan peneliti maka dalam penelitian ini permasalahan yang di kaji terbatas pada :

1. Profil sentra industri tahu di Gunung Saren Kidul, dilihat dari Aspek Tenaga Kerja, Aspek Bahan Baku, Aspek Metode Produksi, Aspek Modal, dan Aspek Pemasaran.
2. Kondisi internal dan eksternal yang dimiliki oleh sentra indutri tahu di Gunung Saren Kidul.

3. Alternatif strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT, yang dapat dilakukan oleh sentra industri tahu Gunung Saren Kidul.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah Profil sentra industri tahu di Gunung Saren Kidul dilihat dari Aspek Tenaga Kerja, Aspek Bahan Baku, Aspek Metode Produksi, Aspek Modal, dan Aspek Pemasaran ?
2. Bagaimanakah Kondisi internal dan eksternal yang dimiliki oleh sentra industri tahu di Gunung Saren Kidul ?
3. Bagaimanakah Alternatif strategi pengembangan usaha dengan Analisis SWOT, yang dapat dilakukan oleh sentra industri tahu Gunung Saren Kidul?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui Profil sentra industri tahu di Gunung Saren Kidul dilihat dari Aspek Tenaga Kerja, Aspek Bahan Baku, Aspek Metode Produksi, Aspek Modal, dan Aspek Pemasaran.
2. Mengetahui Kondisi internal dan eksternal yang dimiliki oleh sentra industri tahu di Gunung Saren Kidul.

3. Mengetahui Alternatif strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT, yang dapat dilakukan oleh sentra industri tahu Gunung Saren Kidul.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk kegunaan teoritis maupun praktis sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis :

- a. Bagi industri

Dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam meningkatkan keberhasilan usaha.

- b. Bagi Ilmu pengetahuan

Dapat memberikan masukan bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan yang ada terutama mata kuliah Kewirausahaan, Pemasaran dan Manajemen Industri.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan masalah faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pengusaha tahu di Gunung Saren Kidul.

- b. Bagi Penelitian lain di Fakultas Teknik

Dapat di jadikan dasar bagi penelitian lain yang meneliti masalah yang sama.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Deskripsi Teori**

##### **1. Industri**

###### **a. Pengertian Industri**

Departemen Perindustrian, UU No 5 tahun 1984 mendefinisikan pengertian industri sebagai berikut : " Suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi kegunaanya, tidak termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri".

Menurut Nursid Sumatmadja (1981 : 179) berpendapat bahwa "Industri dalam arti sempit adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi / manufacturing industry". Menurut UU industri Tahun 1984 mendefinisikan "Industri sebagai berikut : "Suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri".

Menurut BPS (2000:20) menerangkan bahwa "Perusahaan atau usaha industri adalah satu unit (kesatuan) usaha yang melakukan kegiatan ekonomi, bertujuan menghasilkan barang atau jasa, terletak pada suatu bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi



tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab atas usaha tersebut".

#### **b. Klasifikasi Industri**

Secara umum, industri di golongan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Menurut Departemen Perindustrian dalam bukunya Raillon, Francois (1990:21) mengklasifikasikan industri sebagai berikut :

- a. Industri mesin dan logam dasar ( termasuk mesin listrik dan alat transportasi)
- b. Industri kimia dasar ( termasuk pupuk, petrokimia, dan sebagainya )
- c. Aneka industri ( terdiri pada umumnya dari industri ringan )
- d. Industri kecil (definisinya bukan menurut jenis produk yang dihasilkan tetapi menurut ukuran perusahaan)

Menurut BPS (2000:20) menggolongkan industri berdasarkan jumlah tenaga kerja yaitu :

- a. Industri besar adalah industri yang mempunyai tenaga kerja 100 orang atau lebih
- b. Industri sedang adalah industri yang mempunyai tenaga kerja antara 20-99 orang.
- c. Industri kecil adalah industri industri yang mempunyai tenaga kerja 5-19 orang.
- d. Industri rumah tangga adalah industri yang mempunyai tenaga kerja antara 1-4 orang.

#### **c. Industri Kecil dan Industri Rumah Tangga**

Industri kecil dan industri rumah tangga pada umumnya merupakan usaha dalam skala kecil yang dilakukan oleh anggota keluarga dengan teknologi yang relatif sederhana. Sebagian besar industri jenis ini tidak menuntut tingkat keahlian yang tinggi dari pekerjaanya dan biasanya berada di daerah perdesaan.

Menurut Lambing yang dikutip oleh Suryana (2001:83) "Usaha atau industri kecil adalah usaha yang mempunyai kontrol atau pengawasan yang biasanya informal, apabila hanya ada beberapa karyawan, maka diskripsi pekerjaan dan segala aturan secara tidak tertulis, sebab wirausaha mudah menguasai segala aspek usahanya".

Menurut BPS (2000:20) mengartikan industri kecil adalah "Industri yang jumlah pekerjaanya antara 5 sampai 19 orang, sedangkan industri rumah tangga adalah industri yang mempunyai pekerja 1 sampai 4 orang".

Karakteristik dari industri kecil dan industri rumah tangga tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tipe pemilikan atau pengusahaan cenderung pada perusahaan perorangan;
2. Jumlah tenaga kerja perunit usaha relative tidak banyak dan biasanya adalah anggota keluarga;
3. Penggunaan energi mengarah pada sumber daya tradisional ;
4. Teknologi yang digunakan sederhana dan bersifat tradisional;
5. Output yang dihasilkan biasanya merupakan barang tradisional dan volumenya relatif kecil;
6. Orientasi pemasaran ke pasar lokal dan biasanya ke daerah yang sangat terbatas;
7. Sebagian bersifat informal;
8. Pola kegiatan tidak teratur baik dalam arti waktu atau permodalan;
9. Umumnya tidak mempunyai tempat usaha yang permanent dan biasanya tidak terpisah dari tempat tinggal. ( Tawang Alun, 1987 : 105).

Sedangkan Menurut Komite For Economic Development dalam Buchary Alma (1998:93) mengemukakan ciri-ciri sebuah bisnis kecil ialah :

1. Manajemennya dilakukan secara bebas, biasanya pemilik langsung menjadi manager.
2. Modal berasal dari pemilik atau kelompoknya.
3. Daerah operasionalnya bersifat lokal dan pemilik bertempat tinggal tidak jauh dari lokasi bisnis.
4. Dalam hal usaha industri ukuran besar dan kecil itu sangat relatif, suatu bisnis dikatakan kecil jika dibandingkan dengan bisnis yang sejenis.

Di dalam Buchary Alma ( 1998:94 ) Kegiatan bisnis kecil yang bergerak dalam bidang perdagangan dapat diklasifikasikan secara garis besar yaitu :

1. Skala besar, dengan modal lebih dari Rp 100 juta
2. Skala menengah dengan modal Rp 25 juta – 100 juta
3. Skala kecil di bawah 25 juta

Departemen perindustrian ( seperti dikutip oleh The Kian Wie yang diterjemahkan oleh Mari pangestu 1998 ) membedakan kategori industri kecil sebagai berikut :

1. Industri kecil modern dengan ciri-ciri
  - a. Menggunakan teknologi proses madya
  - b. Mempunyai skala produksi yang terbatas
  - c. Tergantung pada dukungan dari litbang dan industri besar.
  - d. Dilibatkan dengan sistem produksi industri besar dan menengah dengan system pemasaran domestik dan ekspor.
  - e. Menggunakan mesin khusus dan alat perlengkapan modal lainnya.
2. Industri kecil tradisional dengan ciri-ciri :
  - a. Teknologi proses yang digunakan secara sederhana  
Tenik pada bantuan pelayanan teknis ( UPT ) yang disediakan oleh Departemen Perindustrian sebagai bagian dari program bantuan teknisnya kepada industri kecil.
  - b. Mesin yang digunakan dan alat perlengkapan modal lainnya reatif sederhana.
  - c. Lokasinya didaerah pedesaan
  - d. Akses untuk menjangkau pasar di luar lingkungan langsung terdekat.

Industri rumah tangga pada umumnya berkembang secara bertahap. Pada awalnya merupakan usaha sambilan untuk mengisi waktu luang dan hanya menghasilkan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan tetangga dan orang lain. Untuk tahap selanjutnya, kerajinan yang hanya dilakukan oleh

anggota keluarga tersebut berkembang bukan lagi sebagai usaha sampingan, tetapi bisa menjadi usaha pokok.

Menurut Irsan Azhari Saleh (1986 : 50-52), berdasarkan eksistensinya, industri rumah tangga di Indonesia dapat dibagi menjadi 3 kelompok yaitu :

1. Industri Lokal adalah kelompok jenis industri yang menggantungkan hidupnya pada pasar setempat yang terbatas serta relatif tersebar dari segi lokasinya, skala usahanya kecil, pemasarannya terbatas dan ditangani sendiri sehingga jumlah pedagang perantara kurang.
2. Industri Sentra adalah kelompok jenis industri yang membentuk suatu pengelompokan atau kawasan produksi yang menghasilkan barang sejenis. Target pemasarannya lebih luas sehingga peran pedagang perantara cukup menonjol.
3. Industri Mandiri adalah kelompok jenis industri yang masih memiliki sifat-sifat industri kecil tetapi telah mampu mengadaptasi teknologi industri yang canggih. Pemasaran hasil produksinya tidak tergantung pada peranan pedagang perantara.

Adapun industri di kalurahan trimurti termasuk dalam industri sentra karena merupakan kawasan industri yang terdiri dari kumpulan unit usaha yang menghasilkan Tahu.

#### **d. Sentra Industri Tahu Gunung Saren Kidul**

Berdasarkan data monografi Dusun Gunung Saren Kidul terletak di desa Trimurti Kecamatan Srandakan Kabupaten bantul. Dusun ini terletak di bagian selatan propinsi DIY dan berjarak sekitar 23 km dari kota Yogyakarta, 11 km dari Kabupaten Bantul dan 2 km dari kecamatan Srandakan dan Desa Trimurti. Dusun Gunung Saren Kidul mempunyai luas wilayah kurang lebih 250.870 ha. Dusun Gunung Saren Kidul berbatasan dengan :

Timur : Dusun Tegallayang, Desa Caturharjo, Kecamatan Pandak.

Selatan : Dusun Tegallayang

Barat : Kampung Pondok dan Kampung Pandak

Utara : Gunung Saren Lor.

Sentra industri tahu di Gunung Saren Kidul ini telah terorganisir dengan baik dengan adanya kelompok "Ngudi Lestari Gunung Saren Kidul" yaitu perkumpulan para pengusaha tahu yang mengurus tentang limbah cair di Gunung Saren Kidul dengan anggota sebanyak 58 anggota, dan kelompok Murti Tahu yaitu beranggotakan ibu-ibu bagian pemasaran. Kelompok tersebut mendapat perhatian dari pemerintah, lembaga masyarakat maupun dari instansi pendidikan yang memperdulikan kemajuan sentra industri tahu. Bentuk kepedulian tersebut antara lain adanya IPAL untuk mengolah biogas, mengenalkan teknologi modern ( tenaga uap ), penyuluhan tentang wira usaha, studi banding industri tahu di daerah lain, petatihan diversifikasi produk, bantuan dana bergulir, dan adanya forum dialog antar pengrajin yang di sertai tenaga ahli.

Rata-rata produksi perhari para pengrajin membutuhkan kedelai sebanyak 25 - 160 kg yang bisa menghasilkan tahu sebanyak 50 - 320 kg, dan menghasilkan limbah cair rata-rata sebanyak 360 – 3000 liter pada setiap pengusaha tahu. Limbah padat biasa digunakan untuk makanan ternak, dan limbah cair untuk membuat biogas.

## **2. Pengertian Analisis SWOT dan Strategi Pengembangan Usaha**

Analisis SWOT adalah indentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini di dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Treats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan

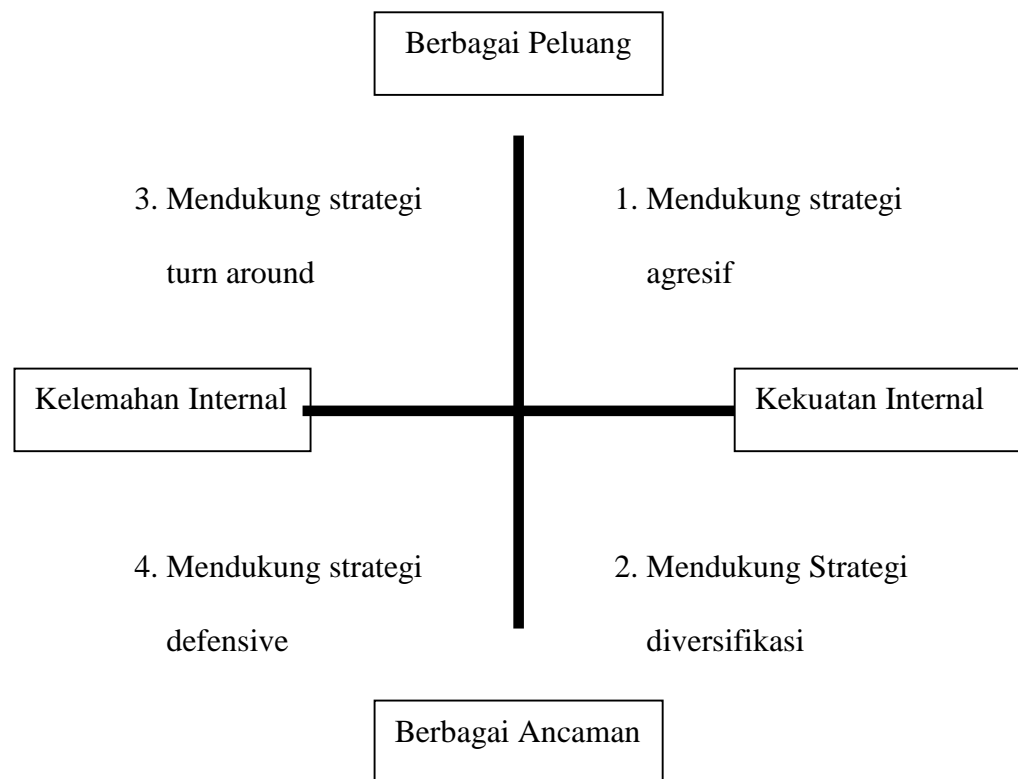
dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT (Rangkuti, 1997:18). Setelah di analisis dengan analisis SWOT selanjutnya merencanakan strategi pengembangan untuk sentra industri tahu Gunung Saren Kidul.

Menurut Freddy Rangkuti (1997:4) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Terdapat 3 strategi dalam sebuah perusahaan yaitu strategi bisnis, strategi investasi, dan strategi pemasaran. Strategi investasi merupakan kegiatan penjualan yang berorientasi pada investasi misalnya perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha mengadakan strategi penetrasi pasar, strategi pembangunan kembali suatu divisi baru dan sebagainya. Strategi bisnis merupakan strategi yang berorientasi pada fungsi kegiatan manajemen seperti organisasi dan strategi keuangan. Sedangkan strategi pemasaran merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan perkembangan secara makro seperti pengembangan produk, penetapan harga, dan sebagainya. Pernyataan strategi secara eksplisit merupakan kunci keberhasilan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Bila konsep strategi tidak jelas, maka keputusan yang diambil akan bersifat subyektif atau berdasarkan intuisi belaka dan mengakibatkan keputusan yang lain. Strategi memberi arah yang jelas dan sama bagi seluruh anggota organisasi dalam

menghadapi segala perubahan. Berdasarkan pendapat tentang pengertian strategi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah cara dalam menentukan dan memanfaatkan sumber daya suatu usaha yang sesuai dengan perubahan lingkungan guna mencapai tujuan organisasi.

Sedangkan pengembangan adalah suatu yang dilakukan dengan penuh kesadaran, terencana, teratur, terarah, berkelanjutan dan bertanggung jawab untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pengembangan dilakukan setelah melihat kondisi tertentu yang membutuhkan perbaikan agar dapat menjadi lebih baik. Dalam pengembangan perlu memperhatikan adanya penggunaan kekuatan yang dimiliki demi menutupi kelemahan, serta adanya peluang yang dimanfaatkan dalam menghadapi ancaman.

Dari pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan adalah suatu usaha terencana dan terarah yang telah ditentukan guna mencapai suatu perubahan yang lebih baik dari sebelumnya dengan menentukan dan memanfaatkan sumber daya alam, bakat dan karya seni yang dimiliki. Strategi pengembangan yang terdapat pada sentra industri tahu Gunung Saren Kidul dapat diketahui dengan melakukan analisa SWOT yaitu meliputi kekuatan ( Strength ), kelemahan ( Weakness ), peluang (opportunity), dan ancaman ( Threat ) terhadap industri tersebut. Cara melaksanakan analisis SWOT yaitu dengan membandingkan antara factor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman dengan factor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan ( Freddy Rangkuti, 1997:19). Analisa SWOT dapat dilihat pada gambar 1



Gambar 1. Diagram analisis SWOT

Penjelasan diagram analisis SWOT adalah sebagai berikut :

Kuadran 1 : Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif ( *growth oriented strategi* ).

Kuadran 2 : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi ( produk/pasar ).



Kuadran 3 : Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, perusahaan menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4 : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Menurut Freddy Rangkuti ( 2006 : 22 ) Data eksternal dapat diperoleh dari lingkungan di luar perusahaan, seperti: Analisis pasar, analisis kompetitor, analisis komunitas, analisis pemasok, analisis pemerintah, dan analisis kelompok kepentingan tertentu. Data internal dapat diperoleh di dalam perusahaan itu sendiri, seperti : laporan keuangan, laporan kegiatan sumber daya manusia, laporan kegiatan operasional dan laporan kegiatan pemasaran.

Untuk mengidentifikasi factor internal dan eksternal perusahaan, kemudian di analisis dengan analisis SWOT dan menentukan alternatif strategi pengembangan usaha maka akan di bahas terlebih dahulu tentang data eksternal dan internal yang terdapat pada profil sentra industri yang meliputi beberapa aspek antara lain :

#### **a. Aspek Tenaga Kerja**

Menurut Yudo Swasono dan Endang Sulistyaningsih ( 1987 : 20 ), "Tenaga kerja adalah sumber daya manusia untuk melakukan pekerjaan". Sedangkan menurut UU RI No. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan (2003:2) menyatakan bahwa "Tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu

melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat".

Ida Bagus Mantra ( 1985 : 15 ) memandang tenaga kerja dari segi umur. Adapun definisi tenaga kerja adalah "Besarnya bagian dari penduduk yang telah memasuki usia kerja, yaitu 10 th ke atas yang turut serta dan dapat diikuti sertakan dalam proses ekonomi".

Tenaga kerja adalah sebagai salah satu faktor produksi besar sekali peranannya terhadap kelancaran produksi. Perubahan sumber-sumber atau faktor produksi ekonomi yang berupa bahan baku dan modal menjadi berguna karena pertolongan kerja manusia yang dibantu dengan teknologi produksi.

Tenaga kerja pada industri kecil dan industri rumah tangga biasanya terdiri dari dua kategori, yaitu tenaga kerja keluarga dan tenaga kerja diluar keluarga. Tenaga kerja terdiri dari pengusaha sendiri, anak-anaknya dan anggota keluarga lainnya. Tenaga kerja keluarga biasanya tidak di upah. Sementara tenaga kerja bukan keluarga bisa berasal dari tetangga lingkungan terdekat atau dari daerah sekitar. Tenaga kerja ini sengaja direkrut dan mendapatkan upah.

#### **b. Aspek Bahan Baku**

Menurut UU Perindustrian No.5 tahun 1984 pasal 1 ayat 9 yang dimaksud dengan bahan baku adalah "Bahan mentah yang di olah atau tidak diolah yang dimanfaatkan sebagai sarana produksi dalam indutri". Sedangkan pasal 1 ayat 8 menyebutkan bahwa bahan mentah adalah semua bahan yang

didapat dari sumber daya alam dan atau yang diperoleh dari usaha manusia untuk dimanfaatkan lebih lanjut.

Bahan baku merupakan salah satu faktor produksi utama untuk menghasilkan suatu produk. Sulistyono (1979:14) memaparkan bahwa :

"Tersedianya bahan baku yang cukup, berkesinambungan dengan harga yang murah akan memberikan pengaruh terhadap kualitas dan kuantitas barang produksi, dan selanjutnya apabila produksi barang di imbangi dengan pemasaran yang baik dan lancar maka secara tidak langsung akan memberikan keuntungan bagi pengusaha".

Industri yang berdiri di suatu daerah bisa disebabkan oleh tersedianya sumber daya alam yang melimpah. Terutama sumber daya alam yang dapat dijadikan sebagai bahan mentah atau bahan baku suatu produk tertentu. Menurut Sulti Nurman (1979:25), "Industri tertentu tumbuh dan berkembang karena berbagai alasan, antara lain adanya keterkaitan antar bahan baku setempat dan faktor keahlian yang turun temurun".

Industri Tahu adalah kegiatan ekonomi yang mengolah kedelai sebagai bahan baku menjadi tahu. Jika suatu daerah terdapat sumber daya manusia dan mempunyai ketrampilan namun bahan baku tidak tersedia, akan berusaha mencari daerah lain. Bahan baku didatangkan dari daerah tersebut kemudian proses selanjutnya tergantung pada SDMnya.

### **c. Aspek Metode Produksi**

Metode Produksi adalah suatu cara atau teknik mengolah bahan mentah atau bahan belum jadi menjadi bahan jadi atau dalam hal ini bahan yang siap di konsumsi. Adapun teknik olah menurut suwarti dkk ( 1992 ) merupakan suatu proses penerapan panas pada makanan untuk membuat bahan-bahan dasar berubah menjadi makanan dengan cara yang sesuai untuk setiap bahan dasar.

Metode produksi ini tentu saja berkaitan dengan teknologi, karena teknologi merupakan suatu cara / alat untuk menjalankan proses produksi seperti diungkapkan oleh winarno ( 1993 : 4 ) teknologi adalah cara melakukan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan bantuan alat atau akal. Sedangkan produksi menurut Agus Ashari ( 1992 : 6 ) produksi adalah sebagai kegiatan yang dapat menimbulkan manfaat atau penciptaan faedah baru. Komarudin ( 1991 : 16 ) mengemukakan bahwa dalam kegiatan produksi tidak dapat dielakkan terhadap masalah teknologi baik bersifat sederhana, kompleks maupun modern. Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa teknologi merupakan hal yang sangat penting dan seringkali menjadi suatu kendala / masalah serius yang harus di hadapi oleh industri baik yang berskala besar, menengah, maupun kecil, terutama dalam kegiatan usahanya. Dengan adanya teknologi atau peralatan, suatu industri dapat memproduksi suatu produk sehingga jumlah produk, kualitas produk, dan ketepatan kerja sangat ditentukan oleh teknologi tersebut. Termasuk didalamnya teknologi adalah proses produksi atau proses pengolahan. Proses

produksi adalah suatu metode, cara, tahapan-tahapan untuk menciptakan atau membentuk suatu barang dari bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dengan menggunakan peralatan atau mesin sehingga barang tersebut mempunyai nilai lebih ( Sirod Hantoro, 1993 :23 )

#### **d. Aspek Modal**

Menurut Ranupandjo,dkk (1985:102) "Modal adalah kekayaan usaha dalam bentuk uang/harta lainnya yang menjadi dasar usaha menjalankan dan mengembangkan usaha yang terdiri atas modal sendiri dan modal luar". Menurut Mubyarto (1988:26) "Modal merupakan faktor produksi yang sangat berpengaruh terhadap kesempatan kerja maupun tingkat pendapatan".

Dari beberapa pendapat tentang pengertian modal, maka modal dapat diartikan keseluruhan dana yang dibutuhkan oleh perusahaan baik berbentuk barang-barang ataupun berupa uang untuk memperlancar proses kegiatan usaha dalam mencapai tujuan. Modal tersebut dibedakan menjadi 2, yaitu modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri adalah modal yang berasal dari perusahaan sendiri, sedangkan modal asing adalah modal yang diperoleh dari luar, bisa berupa pinjaman dan merupakan hutang pinjaman yang bersangkutan.

Menurut para ahli, modal usaha dapat dibedakan menjadi beberapa bagian. Seperti yang diungkapkan oleh Arifin Sitio (2001:84), bahwa modal usaha terdiri dari modal investasi dan modal kerja.

- 1) Modal investasi adalah sejumlah uang yang ditanam atau dipergunakan untuk pengadaan secara operasional suatu perusahaan, yang bersifat tidak

mudah diuangkan (*unliquid*) seperti tanah, mesin, bangunan, peralatan kantor dan lain-lain.

- 2) Modal kerja adalah sejumlah uang yang tertanam dalam aktiva lancar perusahaan atau yang dipergunakan untuk membiayai operasional jangka pendek perusahaan seperti pengadaan bahan baku, tenaga kerja, pajak, biaya listrik, dan lain-lain.

Dengan demikian yang dinamakan modal usaha bukan hanya uang saja yang dapat dipergunakan untuk proses produksi, tetapi juga terdapat modal yang menunjang proses produksi seperti tanah, mesin, bangunan, peralatan kantor dan lain-lain.

#### **e. Aspek Pemasaran**

Kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat tergantung pada kondisi pasar. Secara umum pasar merupakan pertemuan antara penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli dalam rangka pemindahan hak atas barang atau yang di jadikan obyek jual beli. Sedangkan menurut Sujadi Prawirosetono ( 1997 : 22 - 23 ), pengertian pemasaran secara umum adalah suatu rangkaian kegiatan terarah dan terpadu yang dilakukan produsen dalam bentuk perencanaan dan pengendalian harga, promosi dan penyaluran barang atau jasa yang diproduksi sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam hal penentuan harga ada di tangan produsen. Tetapi naik turunnya harga barang akan dipengaruhi oleh jumlah permintaan dan penawaran.

Pemasaran merupakan proses perpindahan barang dan jasa dari tangan konsumen, atau pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang berkaitan dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Ruang lingkup atau kegiatan utama dalam pemasaran meliputi:

1. *Product* ( produk ) ; yang menyangkut pemilihan barang atau jasa yang ditawarkan secara tepat.
2. *Price* ( harga ); menyangkut penetapan harga jual barang yang sesuai dengan kualitas barang dan dapat dijangkau oleh konsumen.
3. *Place* ( tempat ); menyangkut pemilihan car pendistribusian barang dan jasa sehingga sampai ke tangan konsumen.
4. *Promotion* ( promosi ); menyangkut pemilihan kebijakan promosi yang tepat, sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan ( Mursid, 1997:26 )

Dalam pendistribusian barang atau jasa, manullang ( 1996 : 181-182 ) membagi 4 macam saluran distribusi suatu barang, yaitu :

1. Dari produsen langsung ke konsumen
  - a. Dari produsen ke rumah tangga konsumen, dengan pemasaran melalui surat.
  - b. Dari produsen ke rumah tangga konsumen, dengan perantara salesman dari pintu ke pintu ( door to door salesman )
  - c. Dari produsen ke took pengecernya sendiri langsung ke konsumen.
2. Dari produsen ke pengecer terus ke konsumen
3. Dari produsen ke grosir, kemudian ke pengecer dan langsung ke konsumen.

4. Dari produsen ke agen tunggal ke grosir, terus ke pengecer dan langsung ke konsumen.

Dengan sistem pendistribusian yang berbeda akan berpengaruh terhadap jumlah penjualan, yang selanjutnya berpengaruh terhadap pendapatan. Pada akhirnya juga akan berpengaruh terhadap keberhasilan usaha masing-masing pengusaha tahu.

## **B. Kerangka Berfikir**

Daerah Trimurti Srandakan Bantul pada umumnya dan daerah Gunung Saren Kidul pada khususnya, cukup dikenal sebagai sentra industri tahu. Banyaknya pengusaha tahu di sentra industri Gunung Saren Kidul menimbulkan adanya pesaing dalam kelangsungan usaha. Untuk itu industri tahu tersebut harus melakukan strategi pengembangan usaha agar tetap *survive* (bertahan) di kawasan tersebut.

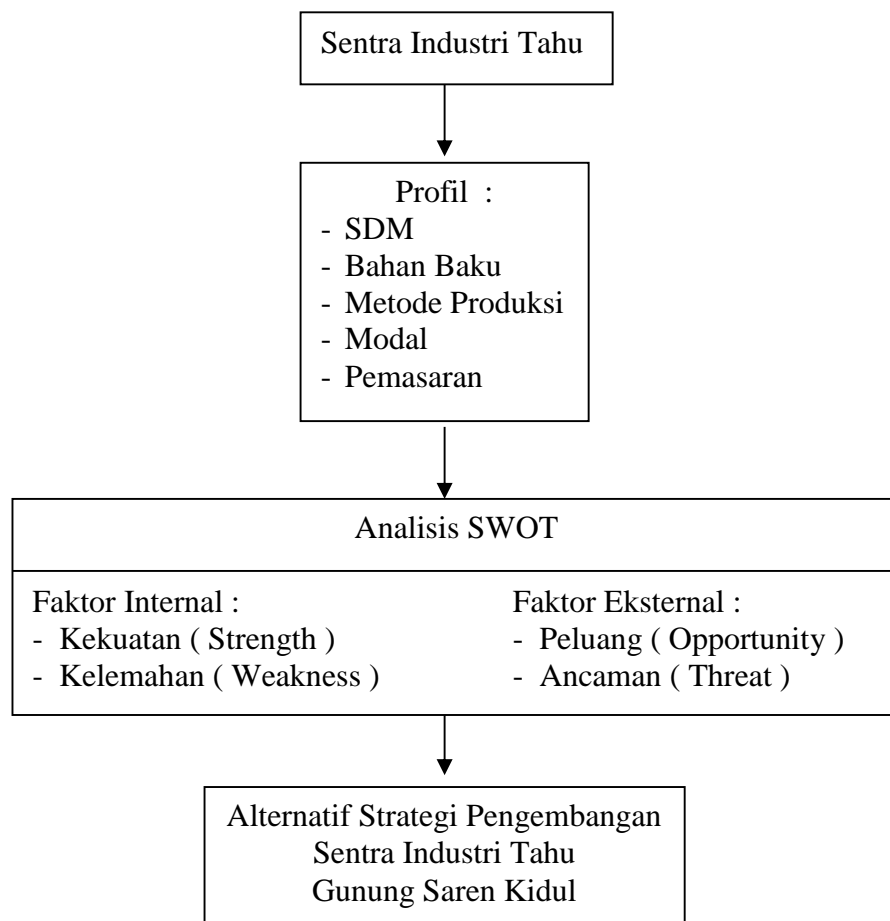
Dalam menentukan alternative strategi pengembangan usaha terlebih dahulu harus mengetahui profil sentra industri tahu dilihat dari aspek tenaga kerja, bahan baku, metode produksi, modal dan pemasaran. Data dari hasil tersebut selanjutnya menentukan factor internal berupa kekuatan dan kelemahan, dan factor eksternal berupa peluang, dan ancaman, setelah diketahui factor internal dan factor eksternal sentra industri tahu, kemudian dianalisis dengan analisis SWOT ( *Strength Weakness Opportunity Threat* ).

Setelah diidentifikasi tentang kondisi factor internal dan eksternal yang ada, selanjutnya dilakukan perumusan strategi dengan menggunakan matrik SWOT. Ada 4 sel kemungkinan alternative yang dihasilkan dari matrik



SWOT ini yaitu SO: menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, ST: memanfaatkan kekuatan untuk menghindari ancaman dari luar, WO: memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan, WT: meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Dari sini nanti akan ditemukan alternatif strategi pengembangan usaha yang bisa diterapkan oleh sentra industri tahu di Gunung Saren Kidul kelurahan Trimurti Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berikut diagram kerangka berfikir dari penelitian ini :



Gambar 2. Kerangka Berfikir

**C. Pertanyaan penelitian**

1. Bagaimana profil sentra industri tahu Gunung Saren Kidul dilihat dari Aspek Tenaga Kerja, Aspek Bahan Baku, Aspek Metode Produksi, Aspek Modal, Aspek Pemasaran ?
2. Bagaimana kondisi internal dan eksternal yang dimiliki oleh sentra industri tahu Gunung Saren Kidul ?
3. Bagaimana alternatif strategi pengembangan usaha dengan analisis SWOT, yang dapat dilakukan oleh Sentra Industri Tahu Gunung Saren Kidul ?

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini digolongkan dalam penelitian deskriptif eksploratif. Menurut Amirin (1990:120-121) penelitian diskriptif eksploratif yaitu penelitian survey dengan maksud penjajagan dengan pembahasan secara dianalisis deskriptif yang digunakan untuk mengetahui profil di sentra industri tahu Gunung Saren Kidul, kemudian mencari faktor ekstern dan intern perusahaan untuk diketahui kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman, di sentra industri tahu tersebut dengan menggunakan analisis SWOT guna mendapatkan alternatif strategi pengembangan usaha di sentra industri tahu gunung saren kidul.

##### **2. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian**

###### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan di sentra industri tahu Gunung Saren Kidul, Kelurahan Trimurti, Kecamatan Srandakan, kabupaten Bantul Yogyakarta.

###### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini diusahakan seefektif mungkin yang berpegang pada tujuan dan masalah penelitian sehingga dari pengajuan judul sampai penulisan laporan penelitian dimulai dari bulan Februari 2008 sampai bulan November 2008.

## **B. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional variable penelitian yang dimaksud dalam penelitian ini tentang strategi pengembangan Sentra Industri Tahu di Gunung Saren Kidul, maka di definisikan variabel sebagai berikut :

1. Profil sentra industri tahu adalah penggambaran sentra industri tahu dilihat dari aspek Tenaga Kerja, Bahan Baku, Metode Produksi, Modal dan Pemasaran.
2. Kondisi internal sentra industri tahu adalah gambaran kekuatan dan kelemahan yang dimiliki industri secara jelas dari hasil analisis SWOT dan kondisi eksternal sentra industri tahu adalah gambaran peluang dan ancaman yang dihadapi industri secara jelas dari hasil analisis SWOT.
3. Alternatif strategi pengembangan usaha adalah rumusan-rumusan strategi yang diperoleh dari hasil analisis factor internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT

## **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono, 2003:72).

Populasi dalam penelitian ini adalah sentra industri tahu di pedukuhan Gunung Saren Kidul yaitu sebanyak 58 industri tahu yang terbagi dalam 3 kampung yaitu bandung, dukuh dan gunung saren kidul.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Sampel dari penelitian ini adalah kampung Gunung Saren Kidul yang berjumlah 28 industri. Teknik pengambilan sample dengan *Purposive Sampling*. Sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yaitu, penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi, karena keterbatasan waktu dan tenaga peneliti menentukan sample yang akan di ambil adalah 28 industri, alasan pengambilan sampel ini berdasarkan batas wilayah sebuah desa yaitu di desa Gunung Saren Kidul terdapat 28 industri tahu hal ini senada dengan pendapat Suharsimi Arikunto ( 1995 : 128 ) pada penentuan sample kelima “sampling daerah atau sampling wilayah (area sampling), yakni pengambilan anggota sampel dengan mempertimbangkan wakil-wakil dari daerah-daerah geografis yang ada, misalnya dari tiap-tiap propinsi, tiap-tiap desa dan sebagainya”. Jumlah industri yang dipilih untuk sampel yaitu industri yang konsisten dalam memproduksi dan tidak mengalami hambatan dalam beradaptasi terhadap situasi perekonomian yang ada sekarang ini sehingga data yang diinginkan peneliti di dapatkan dalam industri

Menurut (Sugiono, 2003:65),.....Bila sample tidak berdistribusi normal, misalnya populasi homogen maka cara-cara tersebut tidak perlu dipakai. Misalnya populasi benda, katakan logam dimana susunan molekulnya homogen, maka jumlah sample yang diperlukan 1 % saja sudah mewakili. maka sample yang di ambil sebanyak 28 industri sudah cukup mewakili karena sudah lebih dari 1 % dari jumlah populasi yaitu 58 industri.

## **D. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian**

### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Sesuai pendekatan kualitatif dan jenis sumber data yang digunakan dalam penelitian ini maka untuk mendapatkan data-data yang relevan diperlukan suatu teknik pengumpulan data yang tepat. Dalam penelitian ini akan menggunakan teknik pengumpulan data berupa pengamatan langsung (observasi), dokumentasi dan wawancara.

#### **a. Metode Observasi**

Suharsimi Arikunto ( 1998 : 146 ) mengatakan bahwa: "Observasi atau yang disebut pula dengan pengamatan meliputi kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek penelitian dengan menggunakan seluruh alat indera". Observasi ini dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu :

- 1). Pengamatan langsung, yaitu: pengamatan yang dilakukan tanpa perantara terhadap objek yang diteliti.
- 2). Pengamatan tidak langsung, yaitu: pengamatan yang dilakukan terhadap suatu objek penelitian melalui perantara suatu alat atau cara, baik dilakukan dalam situasi sebenarnya atau buatan.
- 3). Partisipasi, yaitu: pengamatan yang dilakukan dengan cara ikut ambil bagian atau melibatkan diri dalam situasi objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini digunakan pengamatan langsung, dimana peneliti mendatangi objek dan berinteraksi langsung dengan pihak-pihak yang berkenaan dengan penelitian. Data yang diperoleh berupa

fenomena-fenomena yang diamati tentang kondisi fisik daerah penelitian.

#### **b. Wawancara**

Menurut Suharsimi Arikunto (1998 : 145) interview adalah "Sebuah dialog (*interview*) yang dilakukan oleh pewawancara (*interviewer*) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (*interview*)".

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung antara peneliti dengan seorang yang menjadi nara sumber untuk mendapatkan informasi yang diperlukan. Data yang diperlukan yaitu profil sentra industri tahu yang meliputi 5 aspek yaitu; Tenaga Kerja, Bahan Baku, Metode Produksi, Modal dan Pemasaran.

#### **c. Dokumentasi**

Menurut Suharsimi Arikunto ( 1998 : 149 ) "Metode dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya".

Teknik pengumpulan data dengan cara melihat dokumen yang ada di berbagai instansi seperti kantor kecamatan, kantor desa, dan kantor instansi terkait lainnya. Data yang diperoleh seperti data monografi desa, profil desa yang berupa keadaan geografis; keadaan penduduk; sosial ekonomi, dan peta wilayah.

## **2. Instrumen Penelitian**

Sesuai dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan pada instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa pedoman wawancara ( interview guide ). Pengumpulan data melalui wawancara diperlukan suatu instrument dengan kisi-kisi yang disesuaikan dengan kondisi obyek penelitian kemudian di jabarkan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai pedoman wawancara. Kisi-kisi instrument yang digunakan sebagai bahan pertanyaan dalam pedoman wawancara dapat di lihat pada tabel 1



Tabel 1. kisi-kisi instrument penelitian.

No	Variabel	Konsep Pengukuran	Sub Variabel	No.Item
1	Sumber Daya Manusia	Sumber daya manusia yang mempunyai kemampuan dalam mengelola dan menjalankan usaha pembuatan tahu.	-Identitas -Pendidikan -Jenis usaha -Lama Usaha -Alasan usaha -Struktur organisasi - Penyuluhan -tenaga produksi -Jumlah TK -Tingkat Pend, umur - status karyawan -jumlah awal,+/- -peryaratan, -pelatihan -umur -upah	1 2,3 4 5 6,7 8 9 10 11 12, 13 14,15 16 17 18 19, 20
2	Bahan Baku	Bahan utama yang digunakan dan dibutuhkan untuk proses menjadi suatu produk tahu.	-Asal bahan baku -jumlah bahan baku -biaya bahan baku -kendala	21 22 23 24,25 26
3	Metode Produksi	Adanya pengaturan & pengelolaan usaha produksi tahu	-Perencanaan -tempat -pembagian tugas -resep standar -Proses produksi -bahan bakar -peralatan -biaya -jumlah produksi -macam produk -limbah -perkembangn produksi -kendala	27 28 29 30 31 32 33 34 35, 36,37, 38,38, 39,40 41 42,43 44
3	Modal	Adanya modal tetap dan modal kerja yang digunakan untuk kegiatan produksi	-asal modal -modal alat -jumlah modal -penggunaan -kendala	45, 46, 47,48,49 50 51
5	Pemasaran	Pemasaran yang dilakukan oleh pemilik usaha.	-Cara penjualan -kiat-kiat -Penetapan harga -potongan harga -promosi -kendala	52,53, 54,55, 56,57, 58,59, 60, 61 62

### **E. Uji Validitas Instrumen**

Suatu instrument pengukur dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (Nur Indrianto dkk, 1999 : 181). Dalam penelitian ini uji validitas instrument yang digunakan adalah *expert judgment*. Cara ini adalah dengan meminta pertimbangan para ahli untuk memeriksa instrument dan mengevaluasi secara sistematis apakah butir-butir instrument telah mewakili apa yang hendak diukur ( Sugiono, 2003:114 ). Pertimbangan para ahli yang dimaksud adalah pertimbangan 2 dosen yang ahli dalam bidang ini.

### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif yang di bantu dengan tabel, dan analisis SWOT.

#### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif dilakukan dengan cara mendeskripsikan data yang diperoleh secara obyektif kemudian disusun secara teratur sehingga data yang diperoleh dari lapangan menjadi mudah dimengerti. Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan profil sentra industri tahu meliputi 5 aspek; Tenaga Kerja, Bahan Baku, Metode Produksi, Modal dan Pemasaran.

#### **2. Analisis SWOT**

Menurut Fredy Ranguti ( 1997 ) "Kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Analisis SWOT

membandingkan antara faktor eksternal peluang ( *opportunities* ) dan ancaman ( *threats* ) dengan faktor internal kekuatan ( *strength* ) dan kelemahan ( *weaknesses* )". Untuk menganalisis SWOT sentra industri tahu Gunung Saren Kidul perlu menggunakan kerangka analisis dengan tahap-tahap sebagai berikut :

a. Identifikasi faktor-faktor Internal

Analisis internal dilakukan untuk memperoleh informasi atau hal-hal yang berkaitan dengan kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) yang dimiliki perusahaan. Berikut adalah cara penentuan faktor strategi internal ( *internal factors Analysis Summary/IFAS* ) :

- 1). Tentukanlah faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan dalam kolom 1.
- 2). Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 ( tidak penting ). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00.
- 3). Hitung rating ( dalam kolom 3 ) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 ( outstanding ) sampai dengan 1 ( poor ), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif ( kekuatan yang semakin besar di beri rating + 1 sampai + 4 ( sangat baik ) Sedangkan variabel yang bersifat negative adalah kebalikannya.
- 4). Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor pembobotan pada kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 ( outstanding ) sampai 1,0 ( poor ).
- 5). Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa factor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- 6). Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor internalnya.

Tabel 2. Tabel IFAS

<b>Faktor-faktor Internal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>	<b>Komentar</b>
Kekuatan				
Kelemahan				
Total				

( Sumber : Rangkuti, 1997: 25 )

## b. Identifikasi faktor-faktor Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang adanya peluang (opportunity) dan ancaman (threat) dalam perusahaan.

Berikut adalah cara penentuan faktor strategi eksternal ( *External Factors Analysis Summary/EFAS* ) :

- 1). Susunlah dalam kolom 1 ( 5 sampai 10 peluang dan ancaman )
- 2). Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari tingkat 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).
- 3). Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk peluang bersifat positif ( peluang yang semakin besar diberi rating + 4, tetapi jika peluang kecil ratingnya +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Jika ancamannya sangat besar ratingnya adalah 1, sebaliknya jika ancamannya kecil ratingnya 4.
- 4). Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3 untuk memperoleh faktor-faktor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai 1,0 (poor).
- 5). Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
- 6). Jumlahkan skor pembobotan pada kolom 4. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor eksternalnya.

Tabel 3. tabel EFAS

<b>Faktor-faktor Eksternal</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Bobot x Rating</b>	<b>Komentar</b>
Peluang				
Ancaman				
Total				

( Sumber : Rangkuti : 1997 : 24 )

Dalam pemberian nilai pada kolom bobot dan rating sesuai dengan tingkat kepentingan masing-masing terhadap keberhasilan perusahaan. Nilai yang diberikan terhadap faktor-faktor strategis dalam kolom bobot dan rating merupakan nilai modifikasi dari kasus penelitian yang telah dilakukan oleh Freddy Ranguti (1997: 24-28). Pada kolom komentar / kolom 5 dilihat dari perkalian antara bobot dan rating. Untuk faktor-faktor positif (kekuatan dan peluang), dalam penilaiannya jika hasil perkalian bobot rating besar, maka komentar yang diberikan cukup tinggi. Akan tetapi untuk faktor-faktor negatif (kelemahan dan ancaman) adalah sebaliknya, semakin tinggi hasil perkalian bobot dan ratingnya, semakin rendah nilainya. Modifikasi kategori penilaian pada kolom komentar untuk faktor-faktor positif dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4. Modifikasi pengkategorian penilaian faktor-faktor positif.

No	Nilai (bobot x rating)	Kategori
1.	< 0,10	Rendah
2.	0,11 – 0,25	Sedang
3.	> 0,25	Tinggi

Modifikasi kategori penilaian pada kolom komentar untuk faktor-faktor negatif adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Modifikasi pengkategorian penilaian faktor-faktor negatif

No	Nilai (bobot x rating)	Kategori
1.	< 0,10	Tinggi
2.	0,11 – 0,25	Sedang
3.	> 0,25	Rendah

Setelah mengidentifikasi faktor internal dengan tabel IFAS dan faktor eksternal dengan tabel EFAS langkah selanjutnya yaitu membuat matrik SWOT.

### c. Matrik SWOT

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah Matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Model matrik SWOT tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :

<b>IFAS</b>	<b>STRENGTHS ( S )</b>	<b>WEAKNESSES ( W )</b>
<b>EFAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tentukan 5-10 kelemahan internal</li> </ul>
<b>OPPORTUNIES ( O )</b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal</li> </ul>	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
<b>TREATHS ( T )</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal</li> </ul>	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 3. Matrik SWOT (sumber : Rangkuti : 1997: 31)

Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, antara lain :

#### a. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan yang ada serta menghindari ancaman.

Setelah mendapatkan empat set kemungkinan alternatif strategis maka akan dipilih salah satu set kemungkinan alternatif strategi yang mempunyai jumlah skor internal yaitu menggunakan kekuatan / peluang yang mempunyai skor tinggi untuk meminimalkan kelemahan / ancaman yang mempunyai skor tinggi. Modifikasi kategori penilaian pada jumlah total skor untuk faktor-faktor positif dan negatif dapat dilihat pada tabel 6 :

Tabel 6. Modifikasi kategori penilaian pada jumlah skor untuk faktor positif.

No	Total skor	Kategori
1.	0 – 1.00	Rendah
2.	1.00 – 2.00	Sedang
3.	2.00 – 3.00	Tinggi
4.	3.00 – 4.00	Sangat Tinggi

Tabel 7. Modifikasi kategori penilaian pada jumlah skor untuk faktor negatif.

No	Total skor	Kategori
1.	0 – 1.00	Sangat Tinggi
2.	1.00 – 2.00	Tinggi
3.	2.00 – 3.00	Sedang
4.	3.00 – 4.00	Rendah

## **G. Prosedur Penelitian**

Menurut Lexy J. Moleong ( 2001 ) tahap-tahap penelitian yang akan dilalui adalah tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan, tahap analisis data dan tahap penyusunan laporan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan prosedur atau langkah-langkah sebagai berikut :

### **1. Tahap Pra Lapangan**

Tahap ini kegiatannya adalah merencanakan segala sesuatu yang berhubungan dengan pelaksanaan penelitian yang dimulai dari pembuatan usulan penelitian sampai dengan pencarian berkas perijinan penelitian lapangan untuk memperlancar jalannya penelitian.

### **2. Tahap Pekerjaan Lapangan**

Tahap ini dilakukan untuk mencari data yang relevan dan akurat sesuai dengan tujuan penelitian.

### **3. Tahap analisa**

Tahap ini dilakukan setelah pengumpulan dan penggalian data yang mendukung maksud dan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan sepanjang melakukan penelitian lapangan.

### **4. Tahap Penyusunan Laporan**

Tahap ini dilakukan setelah semua tahapan diatas terlaksana sehingga proses penyuluhan laporan dapat segera dilakukan.