

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAH TANGGA DI
KOTA PEKANBARU
(Studi Kasus Usaha *Tas Rajut* Industri Pengolahan Kreatifitas Tali
Kur)**

**Kiki Joesyiana, SE.,MM.
Dosen Program Studi Manajemen
Akademi Sekretari dan Manajemen Persada Bunda
kiki_joesyiana1983@yahoo.com**

ABSTRAK

Industri kecil dan rumah tangga memiliki tiga alasan penting yang mendasari keberadaannya di Indonesia. *Pertama*, adalah karena kinerja industri kecil dan rumah tangga cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. *Kedua*, sebagian dari dinamikanya, industri kecil dan rumah tangga yang sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. *Ketiga*, karena sering diyakini bahwa industri kecil rumah tangga memiliki keuntungan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar.

Industri rumah tangga diharapkan berperan dalam memecahkan masalah-masalah pengembangan industri di Indonesia. Karena industri rumah tangga mempunyai jumlah unit usaha yang jauh lebih baik dibandingkan kelompok usaha industri sedang dan industri besar. Hal tersebut disebabkan industri rumah tangga memiliki daya tahan yang kuat dalam perekonomian, dan merupakan bagian terbesar dengan menumbuh kembangkan sekitar 99,19% dari keseluruhan usaha di sektor industri.

Berdasarkan perhitungan konsentrasi industri didapatkan bahwa nilai CR4 pada usaha Tas Rajut Industri Pengelolaan kreatifitas tas rajut di kota Pekanbaru sebesar 53,32%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai $40 < CR4 < 60\%$, maka struktur pasar usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tali Kur di kota pekanbaru berada pada pasar oligopoli sedang. Berdasarkan perhitungan IHH (*Indeks Herfindahl-Hirschman*) didapat hasil bahwa nilai IHH usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tas rajut di kota Pekanbaru sebesar 1407.1251 Dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai IHH berkisar antara 1000-2500 yang artinya bahwa usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tali kur di kota Pekanbaru berada pada pasar oligopoli, khususnya pasar oligopoli sedang.

Masing masing variable dalam penelitian ini terdiri dari beberapa indikator untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan internal usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tas rajut. Berdasarkan hasil penelitian bahwa penilaian responden terhadap faktor internal usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tas rajut sebagai berikut adalah :

1. Keuangan, Variable keuangan terdiri dari indikator memiliki modal usaha dan cukup memiliki laba/keuntungan yang memiliki indikator kekuatan dalam faktor internal, sedangkan indikator sistem administrasi keuangan yang masih sederhana merupakan indikator kelemahan dalam faktor internal.
2. Sumber Daya Manusia, Identifikasi faktor sumber daya manusia meliputi kompensasi, pelatihan dan pengembangan serta perekrutan dan penempatan karyawan. Selain itu tingkat pendidikan dan keterampilan serta keahlian tenaga kerja industri juga ikut mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk.

3. Aspek Produksi, Kegiatan produksi dari suatu bisnis terdiri atas semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa. Kegiatan produksi berhubungan dengan input, transformasi, dan output yang bervariasi antar industri dan pasar.
4. Pemasaran dan Promosi, Pemasaran adalah tindakan–tindakan yang diperlukan untuk menyampaikan barang produksi dari tangan produsen ke konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan penulis, diperoleh strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha tas rajut di Kota Pekanbaru yaitu strategi agresif. Strategi agresif lebih fokus kepada strategi S-O (strength-opportunities). Dengan menggunakan strategi S-O (strengthopportunities), penulis mendapatkan hasil temuan atau strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha tas rajut di Kota Pekanbaru yaitu peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktivitas promosi dan diversifikasi produk.

Key Words : Strategy, Development, Household Industry

ABSTRACT

Small industry and households have three important reasons that underlie their existence in Indonesia. First, it is because the performance of small industry and households tend to be better in generating productive workforce. Second, small industries and households often achieve increasing productivity through investment and technological changes. Third, it is often believed that domestic small industries have profits in terms of flexibility than larger businesses.

Domestic industry is expected to play a role in solving the problems of industrial development in Indonesia. Because the domestic industry has a number of business units that are much better than the group of medium and larger industrial enterprises. This is because domestic industry has a strong resistance in the economy, and is a major part to develop approximately around 99.19% of the total business in industrial sectors.

Based on industry concentration measurements, it showed that the value of CR4 in Bags Knitting business management industry in Pekanbaru is 53.32%. Thus it can be seen that the value of $40 < CR4 < 60\%$, then the business market structure of Bags Knitting business management industry in Pekanbaru are currently in a moderate oligopoly market. Based on the IHH (Herfindahl-Hirschman Index) calculation, the IHH value of Bags Knitting business management industry in Pekanbaru is 1407.1251. As seen that the IHH values ranged from 1000 to 2500, which means that Bags Knitting business management industry in Pekanbaru is in an oligopoly market, especially a moderate oligopoly market.

Each variable in this study consisted of several indicators to determine the strengths and weaknesses of internal Bags Knitting business management industry. Based on the research of respondents' assessment of internal factors businesses Bags Knitting management industry, the authors found out as follows:

1. Finance, Financial Variable consisted of indicators of having enough own capital and profits/gains is the strength indicator in internal factors, while the indicator of having modest financial administration is the weakness indicator in internal factors.
2. Human Resources, identification of human resource factors includes compensation, training and development and also recruitment and placement

of employees. In addition, the level of education, skills and expertise of the industrial workforce also affect the quality and quantity of products.

3. *Aspects of Production, the production of business activities comprise all activities that transform inputs into goods and services. Production activities associated with the input, transformation, and output that vary between industries and markets.*
4. *Marketing and Promotion, Marketing is the necessary actions to deliver goods production from producers to consumers, either directly or indirectly.*

Based on the results of SWOT analysis conducted by the author, strategy that can be used in developing Bags Knitting business management industry in Pekanbaru is an aggressive strategy. An aggressive strategy is to focus more on SO (strength-opportunities) strategy. By using this SO (strength-opportunities) strategy, the authors get results or strategies that can be applied in developing bags knitting business in Pekanbaru which are by increasing of Human Resources expertise, increasing promotional activity and product diversification.

Key Words: Strategy, Development, Household Industry

Latar Belakang

Industri kecil dan rumah tangga memiliki tiga alasan penting yang mendasari keberadaannya di Indonesia. *Pertama*, adalah karena kinerja industri kecil dan rumah tangga cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. *Kedua*, sebagian dari dinamikanya, industri kecil dan rumah tangga yang sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. *Ketiga*, karena sering diyakini bahwa industri kecil rumah tangga memiliki keuntungan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar.

Industri rumah tangga diharapkan berperan dalam memecahkan masalah-masalah pengembangan industri di Indonesia. Karena industri rumah tangga mempunyai jumlah unit usaha yang jauh lebih baik dibandingkan kelompok usaha industri sedang dan industri besar. Hal tersebut disebabkan industri rumah tangga memiliki daya tahan yang kuat dalam perekonomian, dan merupakan

bagian terbesar dengan menumbuhkan kembangkan sekitar 99,19% dari keseluruhan usaha di sektor industri.

Industri rumah tangga di Kota Pekanbaru Sangat berpotensi untuk dikembangkan. Kerena tidak hanya berperan dalam penyediaan lapangan pekerjaan, namun juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Usaha *Tas Rajut* Industri Pengelolaan Kerajinan Tali Kur di Kota Pekanbaru Tergolong Dalam Industri rumah tangga, dan bergerak dibidang usaha pengembangan kreatifitas tali kur.

Diketahui bahwa usaha tas rajut industri kreatifitas tali kur di kota Pekanbaru mengalami perkembangan pada tahun 2010 hingga saat ini, perkembangan yang sangat pesat menimbulkan jumlah usaha meningkat dan harga produk kreatifitas tali kur pun mengalami kenaikan. Namun dalam perkembangan yang pesat tersebut terdapat berbagai permasalahan yang menimbulkan kurangnya minat terhadap tas rajut.

Berdasarkan latar belakang penelitian, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1) Bagaimanakah struktur pasar dalam usaha tas rajut industri pengembangan kreatifitas tali kur di kota Pekanbaru? 2) Bagaimana strategi pengembangan industri rumah tangga khususnya tas rajut di kota Pekanbaru?

Adapun tujuan berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini yaitu : 1) Untuk mengetahui struktur pasar pada usaha tas rajut industri pengembangan kreatifitas tali kur di Kota Pekanbaru. 2) Untuk mengetahui strategi pengembangan industri rumah tangga khususnya tas rajut di Kota Pekanbaru.

Tinjauan Teori

1. Pengertian Industri dan konsep Industri

Menurut Lipczynskin, et all. Industri adalah sejumlah perusahaan yang memproduksi dan menjual sejumlah produk yang serupa, memanfaatkan teknologi yang serupa dan mungkin juga mengakses faktor produksi (input) dari pasar faktor produksi yang sama. (arsad, 2014:14).

Terdapat 6 konsep yang berkaitan dengan industri, antara lain: a) bahan mentah adalah semua bahan yang didapat dari sumberdaa alam atau diperoleh dari usaha manusia untuk dimanfaatkan lebih lanjut. b) bahan baku industri adalah bahan mentah yang diolah atau tidak diolah yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana produksi dalam dalam industri. c) barang setengah jadi adalah bahan mentah atau bahan baku yang telah mengalami satu atau beberapa tahap proses lebih lanjut menjadi barang jadi. d) barang jadi adalah barang hasil industri yang sudah siap pakai untuk konsumsi akhir ataupun siap pakai sebagai alat produksi. e)

rancangan bangun industri adalah kegiatan industri yang berhubungan dengan perencanaan pendirian industri/pabrik secara keseluruhan atau bagian-bagiannya. f) perekaasaan industri adalah kegiatan industri yang berhubungan dengan perancangan dan pembuatan dan peralatan industri lainnya. (Azmiral,2014:24)

2. Pendektan *Structure Conduct Peformance* (SCP)

Menurut teori organisasi industri, terdapat sebuah konsep SCP atau *Structure Conduct Peformance*. Teori tersebut menjelaskan bahwa kinerja suatu industri pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh struktur pasar. Struktur pasar menunjukkan atribut pasar yang mempengaruhi sifat proses persaingan. Unsur unsur struktur pasar meliputi: konsentrasi, diferensiasi produk, hambatan masuk kedalam pasar, struktur biaya dan tingkat pengaruh Pemerintah. Struktur pasar sangat penting, karena akan menentukan perilaku perusahaan dalam suatu industri dan kemudian perilaku akan mempengaruhi kinerja. (jaya,2001:4)

3. Struktur Pasar

Struktur pasar adalah derajat-derajat persaingan suatu industri. Secara teoritis struktur pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna dibedakan menjadi tiga yaitu pasar persaingan monopoli, oligopoli, dan monopolistik. Struktur pasar memiliki beberapa elemen-elemen penting yaitu: a. Pangsa pasar b. Konsentrasi industri. masing-masing jenis struktur pasar adalah memiliki derajat konsentrasi penguasaan pasar ang berbeda-beda sessuai dengan

jenis struktur pasar yang mereka miliki. Elemen tersebut akan menggambarkan ukuran perusahaan-perusahaan yang bersaing dalam suatu pasar. Berikut adalah empat indeks konsentrasi industri antara lain: a. Rasio konsentrasi b. Indeks *Hirschman-Herfindahl* c. indeks rosenbluth d. indek entropi (Arsad, 2014:137).

4. Defenisi dan pengembangan Industri Rumah tangga

Menurut badan pusat statistik (2005:4) industri rumah tangga adalah suatu kegiatan pengubahan barang dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi, atau dari yang kurang nilainya menjadi menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dengan maksud untuk dijual, dengan jumlah pekerja 1-4 orang.

Upaya-upaya pengembangan usaha kecil berdasarkan pasar 14,15 dan 16 UU No. 9/1995 tentang usaha kecil dirumuskan bahwa pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang berikut, seperti produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi dengan cara berikut: a. Meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan. b. Meningkatkan kemampuan rancangan bangunan dan perekayasaan. c. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan bahan baku, bahan penolong dan kemasan. (Arifa, 2011:229).

5. Jenis Strategi

Menurut Chandler (1962) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya

dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya. (Rangkuti, 2015:3). Berikut adalah jenis-jenis strategi antara lain: a) strategi integrasi b) strategi intensif c) strategi diversifikasi dan d) strategi defensive.

6. Analisis SWOT

Analisis SWOT menurut Rangkuti (2006:170) adalah instrumen perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrumen ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam melaksanakan sebuah strategi. Kegunaan dari analisis SWOT ini adalah untuk memberikan gambaran hasil analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan secara menyeluruh yang digunakan sebagai dasar atau landasan penyusunan objective dan strategi perusahaan dalam corporate planning. Analisis strategi SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matriks SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (strengths) mampu mengambil keuntungan (advantage) dari peluang (opportunities) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (strengths) mampu menghadapi ancaman (threats) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (weakness) yang mampu membuat ancaman (threats) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

7. Hipotesis

1. Diduga struktur pasar pada Industri tas rajut Pengelolaan Kreatifitas Tali kur di Kota Pekanbaru adalah pasar oligopoli.

2. Diduga dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta dengan mengatasi kelemahan dan ancaman yang datang dari luar, maka akan didapatkan beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam usaha tas rajut Industri Pengelolaan Kreatifitas Tali Kur di Kota Pekanbaru

METODE PENELITIAN

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah usaha tas rajut pada Industri Pengelolaan Kreatifitas Tali Kur di Kota Pekanbaru. Dengan diketahuinya jumlah populasi penelitian, maka pengambilan jumlah sampel penelitian dilakukan dengan sensus. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa jumlah populasi tidak terlalu banyak. Sensus merupakan penelitian yang dianggap dapat mengungkapkan ciri-ciri populasi (parameter) secara akurat dan komprehensif, sebab dengan menggunakan seluruh unsur populasi sebagai sumber data, maka gambaran tentang populasi tersebut secara utuh dan menyeluruh akan diperoleh.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Pada penelitian ini, data diperoleh melalui teknik pengumpulan data kuesioner dan wawancara.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari tinjauan kepustakaan melalui literatur, jurnal-jurnal, dan situs internet yang dapat memberikan informasi. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder time series

(data deret waktu) seperti tahun 2012–2017. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari Biro Pusat Statistik (BPS).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

2. Observasi, adalah pengamatan secara langsung untuk memperoleh gambaran jelas tentang objek yang akan diteliti.

3. Studi Kepustakaan, Pengumpulan data melalui studi kepustakaan bertujuan untuk menggali informasi sebanyak mungkin mengenai objek serta elemen-elemen yang terkait dalam penelitian ini.

4. Wawancara, adalah mengumpulkan data dengan cara mengadakan wawancara secara langsung dengan pihak yang berkepentingan yang berhubungan erat dengan objek penelitian.

1. Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis ini merupakan identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi dengan dasar pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities) namun secara bersamaan bisa meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).

Setelah menentukan nilai bobot dan rating setiap faktor selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan matriks posisi. Matriks

ini digunakan untuk melihat posisi strategi yang tepat bagi pengembangan suatu usaha. Selanjutnya di lakukan analisis strategi/matriks SWOT.

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah :

1. Variabel Internal adalah variabel yang berasal dari dalam lingkungan usaha. Variabel ini terdiri dari: a) Aspek keuangan adalah keadaan keuangan/financial yang ada didalam suatu industri, yang meliputi modal awal sampai keadaan keuangan perusahaan saat ini. b) Aspek sumber daya manusia adalah faktor internal industri yang sangat menentukan pertumbuhan industri seperti tenaga kerja. c) Aspek produksi adalah terdiri atas semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa, Aspek produksi dalam faktor internal terdiri dari: bahan baku, teknologi, kualitas dan lokasi. d) Aspek pemasaran dan promosi, pemasaran adalah tindakan-tindakan yang diperlukan untuk menyampaikan barang produksi dari tangan produsen ke konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan promosi adalah usaha perusahaan dengan segala cara untuk mempengaruhi calon konsumen agar mau membeli dan memakai produk industri tersebut dengan tindakan persuasif. e) Aspek sarana dan prasarana, sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud atau tujuan, sedangkan prasarana adalah segala yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses baik itu usaha maupun pembangunan proyek dan sebagainya.

2. Variabel eksternal adalah Variabel yang berasal dari luar lingkungan perusahaan atau diluar kendali perusahaan. Variabel ini terdiri dari: a) Aspek ekonomi adalah kondisi dan keadaan perekonomian masyarakat atau suatu daerah. b) Aspek sosial budaya adalah mencakup keyakinan, nilai, sikap, opini yang berkembang dan gaya hidup dari orang-orang di suatu wilayah.c) Aspek kebijakan pemerintah merupakan pembuat regulasi, deregulasi, pen-subsidi, pemberi kerja dan konsumen utama organisasi.d) Aspek kompetitif adalah aspek yang menunjukkan sebuah persaingan yang terjadi di dalam suatu industri.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Struktur Pasar

Dalam analisis struktur pasar terdapat elemen-elemen yaitu pangsa pasar, konsentrasi dan hambatan masuk pasar. (Arsyad, 2014:98).

Pada penelitian ini untuk menentukan salah satu penyelesaian analisis SWOT yaitu struktur pasar usaha tas rajut dikota pekanbaru digunakan rumus rasio konsentrasi (CR4) dan indeks *Hirschman-Herfindahl* (IHH),(Arsyad, 2014:107).

$$\begin{aligned} CR4 &= MS1 + MS2 + MS3 + MS4 \\ &= 17,12 + 15,45 + 13,29 + 12,43 \\ &= 58,29 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan konsentrasi industri didapatkan bahwa nilai CR4 pada usaha Tas Rajut Industri Pengelolaan kreatifitas tas rajut di kota Pekanbaru sebesar 53,32%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai $40 > CR4 > 60\%$, maka struktur pasar usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tali

Kur dikota pekanbaru berada pada pasar oligopoli sedang.

Rumus *Indeks Herfindahl-Hirschman* (IHH) merupakan penjumlahan hasil kuadrat market share dari setiap industri. (Arsyad, 2014:111).

Berdasarkan perhitungan IHH (*Indeks Herfindahl-Hirschman*) didapat hasil bahwa nilai IHH usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tas rajut di kota Pekanbaru sebesar 1407.1251 Dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai IHH berkisar antara 1000-2500 yang artinya bahwa usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tali kur di kota Pknbaru berada pada pasar oligopoli, khususnya pasar oligopoli sedang.

1. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dari usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas Tali Kur di kota pekanbaru. Dalam melakukan indentifikasi faktor kekuatan dan kelemahan maka harus ditetapkan beberapa variable dan indikator lingkungan internal usaha tas rajut. Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah 1) keuangan, 2) sumber daya manusia 3) produksi 4) pemasaran dan promosi 5) sarana dan prasarana.

Masing masing variable dalam penelitian ini terdiri dari beberapa indikator untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan internal usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tas rajut. Berdasarkan hasil penelitian bahwa penilaian responden terhadap faktor internal usaha tas rajut industri pengelolaan kreatifitas tas rajut sebagai berikut adalah :

1. Keuangan

Aspek keuangan atau finansial meliputi keadaan keuangan atau finansial yang ada dalam suatu industri, yang meliputi modal awal sampai keadaan keuangan perusahaan saat ini. Variable keuangan terdiri dari indikator memiliki modal usaha dan cukup memiliki laba/keuntungan yang memiliki indikator kekuatan dalam faktor internal, sedangkan indikator sistem administrasi keuangan yang masih sederhana merupakan indikator kelemahan dalam faktor internal. Sedangkan indikator sistem administrasi keuangan yang masih sederhana merupakan indikator kelemahan dalam faktor internal. Indikator memiliki modal usaha yang cukup memperoleh nilai skor 0,32, dan indikator memiliki laba/keuntungan memperoleh nilai skor 0,30. Sedangkan indikator sistem administrasi keuangan yang masih sederhana memperoleh nilai skor 0,32.

2. Sumber Daya Manusia

Identifikasi faktor sumber daya manusia meliputi kompensasi, pelatihan dan pengembangan serta perekrutan dan penempatan karyawan. Selain itu tingkat pendidikan dan keterampilan serta keahlian tenaga kerja industri juga ikut mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk. Menurut responden indikator loyalitas tenaga kerja mendapat nilai skor 0,37. Selanjutnya indikator tingkat pendidikan tenaga kerja memperoleh nilai skor yang baik yaitu 0,48. Sedangkan indikator keterampilan dan keahlian tenaga kerja mendapat penilaian skor 0,30.

3. Aspek Produksi

Kegiatan produksi dari suatu bisnis terdiri atas semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang dan jasa. Kegiatan produksi berhubungan dengan input, transformasi, dan output yang bervariasi antar industri dan pasar. Variabel produksi memiliki beberapa dimensi seperti bahan baku, teknologi, kualitas dan lokasi.

Bahan baku adalah bahan yang identitasnya dapat diketahui pada produk jadi, dengan kata lain suatu produk tidak akan jadi jika tanpa bahan ini (elemen utama). Pada dimensi bahan baku memiliki indikator seperti memiliki ketersediaan bahan baku dan kemudahan memperoleh bahan baku yang merupakan indikator kekuatan dalam faktor internal. Menurut responden indikator memiliki ketersediaan bahan baku mendapat nilai skor 0,62. Selanjutnya indikator kemudahan memperoleh bahan baku mendapat nilai skor 0,73.

Teknologi adalah salah satu sarana utama untuk mencapai tujuan efektif, efisien, dan produktivitas yang tinggi dari suatu usaha. Pada dimensi teknologi, terdapat indikator menggunakan mesin yang sederhana, yang merupakan indikator kelemahan dalam faktor internal dan memperoleh nilai skor 0,32.

Kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen. Pada dimensi kualitas, terdapat indikator produk yang dihasilkan memenuhi permintaan pasar, yang merupakan indikator kekuatan dalam faktor internal dan mendapat nilai skor 0,32.

Lokasi suatu industri akan mempengaruhi perkembangan industri tersebut, seperti lokasi industri dekat dengan tempat bahan baku atau lokasi industri dekat dengan pasar. Pada dimensi lokasi terdapat indikator kurang strategisnya lokasi industri, yang merupakan indikator kelemahan dalam faktor internal dan mendapat nilai skor 0,30.

4. Pemasaran dan Promosi

Pemasaran adalah tindakan-tindakan yang diperlukan untuk menyampaikan barang produksi dari tangan produsen ke konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan promosi adalah usaha perusahaan dengan segala cara untuk mempengaruhi calon konsumen agar mau membeli dan memakai produk perusahaan tersebut dengan tindakan persuasif. Pada indikator memiliki asosiasi yang mendukung pemasaran produk, menurut responden mendapat nilai skor 0,32. Selanjutnya pada indikator kondisi pasar belum memadai memperoleh nilai skor 0,32. Sedangkan pada indikator promosi produk masih kurang mendapat penilaian skor 0,34.

A. Sarana dan Prasarana

Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud atau tujuan, sedangkan prasarana adalah segala yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses baik itu usaha maupun pembangunan proyek dan sebagainya. Variabel sarana dan prasarana memiliki indikator yaitu sarana dan prasarana fasilitas yang cukup yang merupakan indikator kekuatan dalam faktor internal. Menurut responden

indikator sarana dan prasarana fasilitas yang cukup mendapat nilai skor 0,34.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor peluang (opportunity) dan ancaman (weaknesses) dari usaha tas rajut.. Dalam menganalisis lingkungan eksternal ditentukan beberapa variabel dan indikator lingkungan eksternal. Variabel yang digunakan adalah: 1) Aspek ekonomi, 2) Aspek sosial dan budaya, 3) Aspek kebijakan pemerintah, 4) Aspek kompetitif. Masing-masing variabel terdiri dari beberapa indikator untuk mengetahui peluang dan ancaman eksternal usaha tas rajut Industri Pengolahan Tas Rajut. Penilaian indikator-indikator lingkungan eksternal adalah sebagai berikut :

A. Ekonomi

Perekonomian suatu daerah atau negara dapat mempengaruhi iklim bisnis suatu usaha. Semakin buruk kondisi perekonomian di suatu daerah atau negara maka semakin buruk pula iklim usaha. Dalam variabel ekonomi terdapat indikator yaitu kondisi ekonomi yang berkembang, yang merupakan indikator peluang dalam faktor eksternal dan mendapat penilaian skor 1,12.

B. Sosial dan budaya

Faktor-faktor sosial dan budaya yang mempengaruhi suatu perusahaan mencakup keyakinan, nilai, sikap, opini yang berkembang dan gaya hidup dari orang-orang di lingkungan eksternal perusahaan, yang dapat merubah permintaan untuk berbagai produk. Pada

penelitian ini variabel sosial dan budaya memiliki indikator seperti kebiasaan masyarakat yang gemar menggunakan tas atau dompet yang merupakan indikator peluang dalam faktor eksternal dan mendapat penilaian skor 1,12.

2. Hasil Penghitungan Struktur Pasar

Penghitungan struktur pasar dengan menggunakan rasio konsentrasi (CR4) mendapatkan hasil sebesar 58,29% yang artinya bahwa nilai CR4 pada usaha tas rajut industri pengeolaan kreatifitas tali kur di Kota Pekanbaru berada pada tipe pasar persaingan tidak sempurna yakni pada pasar oligopoli sedang. Ini dilihat berdasarkan tipe jenis pasar dan intervalnya yakni nilai CR4 usaha tas rajut industri pengeolaan kreatifitas tali kur di Kota Pekanbaru berada antara $40% < CR4 < 60%$, dan berdasarkan penghitungan market share (MS) terlihat bahwa terdapat pelaku usaha tas rajut menguasai pasar. Yaitu pelaku usaha Bukit Pasir dengan pangsa pasarnya mencapai 17,12%. Hal tersebut sesuai dengan teori yang ada, dimana derajat kekuatan pasar terjadi jika terdapat perusahaan yang memiliki pangsa pasar mencapai 17% dalam suatu industri. (Yunianti, dalam Puspasari, 2006).

Hasil dari penghitungan indeks herfindahl-hirschman (IHH) didapat bahwa nilai IHH usaha tas rajut industri pengeolaan kreatifitas tali kur di kota Pekanbaru yakni sebesar 1407 artinya bahwa nilai IHH berkisar antara 1000–2500 sehingga pada penelitian ini dapat di artikan bahwa usaha tas rajut industri pengeolaan kreatifitas tali kur di Kota Pekanbaru berada pada tipe pasar oligopoli yaitu oligopoli

sedang.

3. Strategi Pengembangan Usaha Tas Rajut di Kota Pekanbaru

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan penulis, diperoleh strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha tas rajut di Kota Pekanbaru yaitu strategi agresif. Strategi agresif lebih fokus kepada strategi S-O (strength-opportunities). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. (Rangkuti, 2006:31). Dengan menggunakan strategi S-O (strengthopportunities), penulis mendapatkan hasil temuan atau strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha tas rajut di Kota Pekanbaru yaitu peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktivitas promosi dan diversifikasi produk. Yuliana (2013) mendapatkan hasil temuan strategi S-O (strengthopportunities) yaitu strategi memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri untuk meraih peluang yang ada, dengan cara mengembangkan produk atau diversifikasi produk. Barus (2015) mendapatkan hasil temuanstrategi SO (strength–oppourtunities) yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal (strength) perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal (opportunity), dengan cara peningkatan aktivitas promosi dan peningkatan keahlian SDM. Azmiral (2014) mendapatkan hasil temuan strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif yang lebih fokus kepada strategi S-O (strength-opportunities), dengan cara peningkatan aktivitas

promosi. Ulyana (2014) mendapatkan hasil temuan yang juga sama, yaitu menggunakan strategi SO (strength-opportunities) dengan cara peningkatan aktivitas promosi. Budasih dan Astiti (2014) mendapatkan hasil temuan strategi penetrasi pasar, dengan cara peningkatan aktivitas promosi. Gurning (2014) mendapatkan hasil temuan strategi S-O (strength-opportunities) dengan cara diversifikasi produk dan peningkatan promosi. Maisyarah (2013) mendapatkan hasil temuan strategi agresif yaitu menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang, dengan cara diversifikasi produk dan peningkatan aktivitas promosi. Laisa dan Sayekti (2013) mendapatkan hasil temuan strategi kondisi pertumbuhan (growth) dengan cara peningkatan keahlian SDM. Hidayat (2014) mendapatkan hasil temuan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal dan strategi defensif dengan cara peningkatan aktivitas promosi dan peningkatan kualitas SDM.

Keterampilan serta keahlian yang dimiliki tenaga kerja merupakan salah satu sumber daya manusia dalam suatu usaha industri. Karena tenaga kerja bukan saja menghasilkan barang dan jasa, jumlahnya, tetapi juga kualitasnya. (Sakinah, 2014). Sumber daya manusia yaitu tenaga kerja atau karyawan, memegang peranan yang sangat penting bagi peningkatan kinerja atau kemajuan suatu perusahaan atau usaha. (Setiawan dan Sulaeman, 2016). Kualitas sumber daya manusia pengusaha dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kemampuan manajerial dan motivasi pelaku usaha

untuk mengembangkan usahanya. (Hidayat, 2014). Sehingga di dapatkan temuan strategi peningkatan keahlian SDM dalam penelitian tersebut. Laisa dan Sayekti (2013) tidak adanya pelatihan bagi tenaga kerja dapat menjadi kelemahan, karena kurangnya pengetahuan dan informasi untuk mengadopsi teknologi yang lebih modern. Sehingga di dapatkan temuan strategi peningkatan keahlian SDM dalam penelitian tersebut. Menurut responden usaha tas rajut dibutuhkan dukungan pemerintah untuk ikut memajukan usaha yang dijalankannya, seperti dengan mengadakan pelatihan kepada tenaga kerja yang digunakan agar semakin bertambah ilmu dan keahliannya. Sehingga diperlukan strategi peningkatan keahlian SDM.

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang berperan aktif dalam suatu usaha. (Arifah, 2011). Promosi produk perlu ditingkatkan agar pasar dapat lebih diperluas dan semakin banyak konsumen yang terjaring dan memaksimalkan keuntungan yang didapat. Caranya dapat dengan mengikuti pameran-pameran dan promosi dengan menawarkan ke langsung ke konsumen (door to door) atau memasang iklan melalui internet, (Hidayat,2014). Budasih dan Astiti (2014) perusahaan dapat mencoba merangsang konsumen mereka untuk meningkatkan pembelian, ataupun untuk membeli lebih sering sekaligus untuk membeli lebih banyak setiap pembelian dengan cara lebih gencar melakukan promosi melalui memberikan potongan harga atau harga khusus kepada pelanggan tetap dan konsumen lainnya apabila melakukan pembelian dalam jumlah

besar. Sehingga didapatkan temuan strategi peningkatan aktivitas promosi dalam penelitian tersebut. Dapat dilihat umumnya responden menjawab bentuk aktivitas promosi yang dilakukan masih tergolong sederhana, seperti minta tolong promosikan dengan keluarga, teman dan tetangga di sekitar rumah.

Pedoman diversifikasi produk dapat menjadi strategi yang sangat efektif, antara lain. Pertama, ketika organisasi berkompetisi di sebuah industri yang tidak mengalami pertumbuhan atau pertumbuhannya lambat. Kedua, ketika menambahkan produk yang baru namun terkait akan secara signifikan mendongkrak penjualan produk saat ini. Ketiga, ketika produk yang baru namun terkait dapat ditawarkan dengan harga yang sangat bersaing. (David, 2004). Budasih dan Astiti (2014) produk tas rajut merupakan produk yang belum dikenal banyak oleh masyarakat luas. Sehingga didapatkan temuan strategi diversifikasi produk dalam penelitian tersebut. Yuliana (2013) salah satu faktor strategis internal yang menjadi kekuatan bagi industri kecil kerajinan tas rajut adalah adanya inovasi (corak) produk. Sehingga didapatkan temuan strategi mengembangkan produk atau diversifikasi produk dalam penelitian tersebut. Setiawan dan Sulaeman (2016) perlu adanya pengembangan jenis produk, agar produk yang dihasilkan lebih bervariasi dan keberadaan produsen bahan baku dapat dipertahankan. Sehingga didapatkan temuan strategi diversifikasi produk dalam penelitian tersebut. Salah satu isu strategis ataupun permasalahan dalam usaha tas rajut di Kota Pekanbaru adalah masih rendah niat pengusaha tas rajut

untuk mengolah usaha tali kur menjadi tas rajut.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Struktur pasar pada usaha Tas Rajut Industri pengolahan kreativitas Tali Kur dikota Pekanbaru adalah pasar oligopoli sedang. Hal ini dapat dilihat dari hasil penghitungan CR4 dan IHH (Indeks Herfindhal-Hirschman). Hasil perhitungan CR4 sebesar 58,29%, dimana hasil perhitungan berada $40\% \leq CR4 \leq 60\%$. Adapun hasil dari penghitungan IHH didapatkan nilai sebesar 1407.1251 yang berada pada kisaran 1000-2500.
2. Strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam usaha Tas Rajut Industri pengolahan kreativitas Tali Kur dikota Pekanbaru yaitu berada pada kuadran 1, yaitu strategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (STRENGTH- OPPORTUNITIES), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi SO adalah: peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktifitas promosi dan difersifikasi produk.

SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat

penulis kemukakannya itu sebagai berikut:

1. Pelaku pada usaha Tas Rajut Industri pengolahan kreativitas Tali Kur di Kota Pekanbaru perlu menerapkan strategi peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktifitas promosi dan difersifikasi produk dalam mengembangkan usaha Tas Rajut di Kota Pekanbaru.
2. Perlu dukungan pemerintah untuk lebih memperhatikan dan memusatkan perhatian kepada usaha tas rajut, agar lebih berkembang lagi. Yaitu dengan memberikan pelatihan untuk peningkatan keahlian tenaga kerja, agar dengan keahlian tenaga kerja tersebut dapat mendorong pelaku usaha tas Rajut untuk mengembangkan berbagai produk olahan Tas Rajut lainnya. Selain itu perlu sosialisasi dan seminar dari pemerintah untuk lebih memperkenalkan usaha dan produk Tas Rajut ke Masyarakat luas.
3. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian yang lebih lanjut mengenai factor-factor yang mempengaruhi perkembangan usaha Tas Rajut dikota Pekanbaru berdasarkan karakteristik serta alat analisis yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Arifah, Tutik.2011. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Tas Rajut di Kota Pekanbaru*. Jurnal ekonomi pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang

- Arsyad, Lincolin dan Stephanus Eri Kusuma. 2014. *Ekonomika Industri Pendekatan Struktur, Perilaku dan Kinerja*. Yogyakarta:UPP STIM YKPN.
- Azmirol. 2014. *Strategi Pengolahan jamur crispy di Pekanbaru (Studi Kasus Kemitraan Agro Intan Nusantara)*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Volume 1. Nomor2.
- Badan Pusat Statistik.2005. *Profil Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga*. Jakarta: BPS
- Barus, D.R.2015. *Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Deli Serdang(studi kasus: kerajinan tangan)*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Budasih, N.L. dan Sri Astiti 2014./ *Strategi Pemasaran Produk Olahan Tas Rajut pada Kelompok Wanita Tani(KWT) Spora Bali*. Jurnal Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana. Volume 2. No.2
- David. F.R. 2004. *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba4
- Gurning, A.M.2014.*Strategi Pengembangan Usaha Pupuk (Studi pada UD.SIGANUPARI di Dusun III Tanjung Pasir Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun)*. Jurnal ilmu administrasi niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Hidayat, R.A.2014. *Strategi pengembangan Industri Kecil Tas di Kecamatan Jati Kabupaten Kudus*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Volume 3. No.1.
- Jaya, W.K.2001./ *Ekonomi Industri*. Yogyakarta:BPFE
- Laisa. D. Dan Wuria Ningsih Dwi Sayeti.2013. *Analisis Harga Pokok Produksi dan Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Ikan Teri Nasi Kering di Pulau Pasaran Kecamatan Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung*. Jurnal agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Volume 1. No 2.
- Maisyarah, Riski. 2013. *Strategi Pengembangan Bisnis dengan Analisis Strength Weakness, Opportunitie Threat (SWOT) Pada Usaha Lumpia Medan*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.