**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL (STUDI KASUS PENGELOLAAN KERIPIK SERMIER SUPER PAK MUDJI).**Nurzaman,[□] Syamsu Hadi, Ade Rustiana

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel*Sejarah Artikel:*

Diterima Februari 2018

Disetujui Februari 2018

Dipublikasikan Maret 2018

Keywords:

Industri Kecil; Strategi Pengembangan UKM

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Profil usaha keripik super Pak Mudji di Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang; (2) Proses produksi keripik super Pak Mudji di Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang; (3) Strategi pengembangan industri keripik super Pak Mudji di Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang oleh Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindag Kabupaten Semarang. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Ungaran Barat, tepatnya berlokasi di Keripik Sermier Pak Mudji, yang di laksanakan pada bulan September sampai dengan Oktober tahun 2017. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Keripik Sermier Super Pak Mudji didirikan pada tahun 1998. Terhitung dari tahun 1998 hingga saat ini, usaha keripik sermier ini masih tetap dijalankan oleh Pak Mudji dan dibantu oleh anak-anaknya. Strategi pemasaran sederhana yaitu dengan sistem dari mulut ke mulut, dan strategi ini cukup efektif. (2) Selama proses produksi keripik sermier super Pak Mudji alat-alat produksi yang digunakan masih menggunakan alat-alat yang tradisional, masih belum menggunakan tenaga listrik. (3) Upaya yang sudah dilakukan oleh pemerintah dalam membantu masyarakat dalam melakukan pengembangan industri guna untuk menaikkan omset pada pengusaha yaitu memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM. Saran dalam penelitian ini adalah Kegiatan pengembangan industri rumah tangga perlu ditingkatkan agar para pengusaha Umkm lebih memahami upaya pengembangan ekonomi untuk kemajuan usahanya.

Abstract

The research aims to determine: (1) The profile of Mudji's super chips business in West Ungaran Sub-district, Semarang Regency; (2) The production process of Mudji's super chip in West Ungaran Sub-district, Semarang Regency; (3) The development strategy of Mudji's super chip in West Ungaran Sub-district, Semarang Regency by the Cooperative, the MSE, and the Industry and Commerce Department of Semarang Regency. This research is conducted in the Sub-district of West Ungaran, precisely located in Mudji's Sermier Chips, which is carried out in September to October 2017. The results showed that: (1) Mudji's Super Sermier Chips is established in 1998. From 1998 until now, this sermier chips business is still run by Mr. Mudji assisted by his children. (2) The devices used in the production process of sermier chips to flatten the sermier chip dough are conventional tools. During the production process of Mudji's super sermier chips, the production tools used is the traditional one, which does not use electricity. (3) The efforts that have been made by the government in assisting the community to develop the industry for increasing the turnover to the entrepreneurs is by providing some training to the perpetrators of SMEs. Furthermore, the suggestion provides by the researcher in this research is the household industry development activities need to be improved so that the MSEs entrepreneurs are able to understand the economic development efforts better for their business progress.

© 2018 Universitas Negeri Semarang

[□] Alamat korespondensi:
Gedung L2 Lantai 1 FE Unnes
Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229
E-mail: nurzaman615@yahoo.co.id

p-ISSN 2252-6544
e-ISSN 2502-356X

PENDAHULUAN

Industri rumah tangga merupakan salah satu jenis industri *mikro* yang ada di Indonesia, dilaksanakan dengan modal yang relatif kecil dan biasanya hanya memiliki jumlah pegawai yang juga relatif sedikit berkisar empat hingga sepuluh orang, tenaga pekerjanya pun biasanya berasal dari anggota keluarga sendiri maupun tetangga sekitar lokasi industri. UMKM atau usaha kecil rumah tangga merupakan salah satu solusi masyarakat untuk tetap bertahan dalam menghadapi krisis yakni dengan melibatkan diri dalam aktivitas usaha kecil terutama yang berkarakteristik informal. Sektor industri kecil merupakan sektor yang masih bertahan ditengah-tengah krisis ekonomi dan perlu untuk dikembangkan, karena sektor industri kecil merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja dan penggunaan modal.

Pengembangan industri kecil akan membantu mengatasi masalah pengangguran sehingga bisa memperbesar lapangan kerja dan kesempatan usaha, yang pada gilirannya mendorong pembangunan daerah dan kawasan pedesaan. Penyerapan tenaga kerja merupakan pertambahan dari tenaga kerja yang digunakan dalam suatu unit usaha tertentu atau dengan kata lain penyerapan tenaga kerja adalah bertambahnya tenaga kerja yang bekerja dalam suatu unit usaha. Dalam unit penyerapan tenaga kerja ini dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal tersebut antara lain tingkat pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, pengangguran dan tingkat bunga.

Industri kecil rumah tangga diharapkan dapat membantu masyarakat disekitar tempat usaha untuk mendapatkan pekerjaan yang layak sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat. Peningkatan pendapatan ini kemudian dapat mereka gunakan sebagai alat pemenuhan kebutuhan sehari-hari. peluang pekerjaan ini pula dapat membantu pemerintah daerah dalam mengurangi jumlah pengangguran yang dari tahun ke tahun selalu mengalami penambahan jumlahnya.

Proses pelaksanaan industri rumah tangga pada dasarnya sama dengan proses produksi lainnya yang bergerak dibidang produksi barang atau makanan yang bermanfaat dalam kehidupan sehari. Proses awal dimulai dari pemilihan jenis barang atau produk apa yang akan diproduksi kemudian pemilihan bahan-bahan pokok atau barang yang akan dijadikan sebagai bahan baku pembuatan suatu produk dalam industri, sehingga untuk mendapatkan bahan baku produksi tersebut produsen masih harus membelinya dari distributor yang menjual bahan-bahan produksi tersebut. Proses berikutnya adalah menentukan pasar, proses pengolahan barang, dan proses terakhir adalah proses pemasaran produk yang telah diproduksi.

UMKM atau usaha kecil rumah tangga yang dapat dikatakan merupakan salah satu solusi masyarakat untuk tetap bertahan dalam menghadapi krisis yakni dengan melibatkan diri dalam aktivitas usaha kecil terutama yang berkarakteristik informal. Dengan hal ini maka persoalan pengangguran sedikit banyak dapat tertolong dan implikasinya adalah juga dalam hal pendapatan. Sektor industri kecil rumah tangga dapat membawa perubahan dalam suatu perekonomian negara menuju kemajuan. Sektor industri kecil rumah tangga memiliki peranan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi secara berkelanjutan dan meningkatkan produksi fisik masyarakat melalui perluasan lapangan usaha dan memperluas kesempatan kerja, meningkatkan serta menghemat devisa, mendorong pembangunan daerah, meningkatkan dan meratakan pendapatan masyarakat serta mengentaskan masyarakat dari kemiskinan.

Sektor industri kecil merupakan sektor yang masih bertahan ditengah-tengah krisis ekonomi dan perlu untuk dikembangkan, karena sektor industri kecil merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja dan penggunaan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cenderung sederhana sehingga dengan adanya teknologi tersebut diharapkan dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak baik dari segi

kualitas maupun kuantitas. Pengembangan industri kecil adalah cara yang dinilai besar peranannya dalam pengembangan industri manufaktur. Pengembangan industri kecil akan membantu mengatasi masalah pengangguran sehingga bisa memperbesar lapangan kerja dan kesempatan usaha, yang pada gilirannya mendorong pembangunan daerah dan kawasan pedesaan.

Tenaga kerja merupakan faktor yang terpenting dalam proses produksi. Sebagai sarana produksi, tenaga kerja lebih penting daripada sarana produksi yang lain seperti bahan mentah, tanah, air, dan sebagainya. Karena manusialah yang menggerakkan semua sumber-sumber tersebut untuk menghasilkan barang (Bakir dan Manning 1984:79). Menurut Simanjuntak (1985:2) dalam bukunya Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia, tenaga kerja (man power) adalah penduduk yang sudah bekerja dan sedang bekerja, yang sedang mencari pekerjaan, dan yang sedang melaksanakan kegiatan lain seperti bersekolah dan mengurus rumah tangga. Orang tersebut dapat dikatakan sebagai angkatan kerja kecuali mereka yang tidak melakukan aktifitas kerja. Pendapat lain dari Nacrhowi (2004:4) adalah tenaga kerja yang terampil merupakan potensi sumber daya manusia yang sangat dibutuhkan dalam setiap perusahaan dalam mencapai tujuannya. Jumlah penduduk dan angkatan kerja yang besar, di satu sisi merupakan potensi sumber daya manusia yang dapat diandalkan, tetapi di sisi lain juga merupakan masalah besar yang berdampak pada berbagai sektor. Menurut Badan Pusat Statistik (2003:57) yang dimaksud kesempatan kerja adalah banyaknya orang yang dapat tertampung untuk bekerja pada suatu perusahaan. Kesempatan kerja ini akan menampung semua tenaga kerja apabila lapangan pekerjaan yang tersedia mencukupi atau seimbang dengan banyaknya tenaga kerja yang ada. Adapun lapangan pekerjaan adalah bidang kegiatan usaha, instansi dimana seseorang bekerja atau pernah bekerja. Menurut Esmara (1986:134), kesempatan kerja dapat diartikan sebagai jumlah penduduk yang bekerja atau orang yang sudah memperoleh pekerjaan, semakin banyak orang yang bekerja semakin luas kesempatan kerja. Kesempatan

kerja mengandung pengertian bahwa besarnya kesediaan usaha produksi untuk mempekerjakan tenaga kerja yang dibutuhkan dalam proses produksi, yang dapat berarti lapangan pekerjaan atau kesempatan yang tersedia untuk bekerja yang ada dari suatu saat dari kegiatan ekonomi. Kesempatan kerja dapat tercipta apabila terjadi permintaan tenaga kerja di pasar kerja, sehingga dengan kata lain kesempatan kerja juga menunjukkan permintaan terhadap tenaga kerja (Sudarsono, 1988:70).

Industri kecil merupakan industri yang tergolong dalam batasan usaha kecil, yang menurut Undang-undang No. 9 tahun 1995 dalam Disperindag & PM Kab. Semarang, (2008: 3) tentang Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 1 Milyar dan memiliki kekayaan bersih, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha paling banyak Rp 200 juta. Menurut Tambunan (1999: 20) industri kecil merupakan kegiatan industri yang dikerjakan di rumah-rumah penduduk yang pekerjaannya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat.

Permintaan tenaga kerja berkaitan dengan perencanaan tenaga kerja merupakan suatu rencana yang memuat pendayagunaan tenaga kerja yang optimum, efisien dan produktif guna mendukung pertumbuhan ekonomi sosial secara nasional, sektoral dan regional yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan pekerja (Nacrhowi, 2004:5). Permintaan pengusaha atas tenaga kerja berlainan dengan permintaan konsumen terhadap barang dan jasa. Pengusaha mempekerjakan seseorang karena seseorang itu membantu memproduksi barang dan jasa untuk dijual kepada masyarakat konsumen. Dengan kata lain pertambahan permintaan pengusaha terhadap tenaga kerja, tergantung dari pertambahan permintaan masyarakat terhadap barang yang diproduksinya. Permintaan tenaga kerja yang seperti ini disebut dengan *derived demand* (Simanjuntak, 1985:74). Dalam proses produksi, tenaga kerja memperoleh pendapatan sebagai balas jasa dari upah yang telah dilakukannya, yaitu berwujud upah. Maka pengertian permintaan tenaga kerja dapat diartikan sebagai

jumlah tenaga kerja yang diminta oleh pengusaha pada berbagai tingkat upah.

Penyerapan tenaga kerja merupakan pertambahan dari tenaga kerja yang digunakan dalam suatu unit usaha tertentu atau dengan kata lain penyerapan tenaga kerja adalah bertambahnya tenaga kerja yang bekerja dalam suatu unit usaha. Dalam unit penyerapan tenaga kerja ini dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal tersebut antara lain tingkat pertumbuhan ekonomi, tingkat inflasi, pengangguran dan

tingkat bunga. Dalam dunia usaha tidaklah memungkinkan mempengaruhi kondisi tersebut, maka hanyalah pemerintah yang dapat menangani dan mempengaruhi faktor eksternal. Dengan melihat keadaan tersebut maka dalam mengembangkan sektor industri kecil dapat dilakukan dengan menggunakan faktor internal dalam industri yang meliputi tingkat upah, produktivitas tenaga kerja, modal, serta pengeluaran tenaga kerja non upah. (Handoko dalam Ridha, 2011:17).

Tabel 1. Banyaknya Industri Rumah Tangga Kecil Menengah dan Industri Besar di Kabupaten Semarang

No	Kecamatan	Industri Rumah tangga	Klasifikasi industri	
			Kecil menengah	Besar
1	Getasan	38	21	2
2	Tengaran	677	78	16
3	Susukan	1 015	52	0
4	Suruh	752	42	1
5	Pabelan	564	37	0
6	Tuntang	489	145	2
7	Banyu biru	564	63	3
8	Jambu	451	96	3
9	Sumowono	226	25	0
10	Ambarawa	526	26	0
11	Bawen	226	76	28
12	Bringin	1 028	45	0
13	Bancak	75	2	0
14	Pringapus	376	159	16
15	Bergas	301	148	64
16	Ungaran barat	1 097	285	51
17	Ungaran timur	0	122	0

Sumber : Dinas Koperasi ,UMKM dan Perindag Kabupaten Semarang (2014)

Hingga tahun 2014 melalui Dinas Koperasi, UMKM dan Perindag Kabupaten Semarang Tahun 2014 bahwa terdapat hampir 5000 lebih industri rumah tangga yang ada di Kabupaten Semarang. Daerah-daerah tersebut meliputi Getasan 38, Tengaran 677, Susukan 1.015, Suruh 752, Pabelan 564, Tuntang 489, Banyu Biru 564, jambu 451, Sumowono 226, Ambarawa 526, Bawen 226, bringin 1.028, Bancak 75, Pringapus 376, bergas 301, dan Ungaran Barat sejumlah 1.097 industri rumah tangga. Jumlah-jumlah tersebut menunjukkan bahwasanya industri rumah tangga juga banyak

diminati oleh masyarakat karena mengingat modal yang diperlukan untuk membangun industri ini juga tidak banyak seperti halnya industri-industri yang lain. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa daerah Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang merupakan daerah dengan jumlah indutri rumah tangga terbanyak hingga tahun 2014.

Jenis industri rumah tangga yang dijalankan oleh masyarakat di Kecamatan Ungaran barat ini beragam, dengan data yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 2. Kelompok Industri Kecil Rumah Tangga di Kabupaten Semarang

No	Kelompok industri	Industri rumah tangga		
		Jumlah industry	Tenaga kerja	Nilai produksi (dalam ribuan)
1	Industri Makanan dan minuman	17	9.278	43.526.887
2	Industri kayu dan barang dari kayu	6	6.842	40.347.665
3	Industri pengolahan lainnya	7	909	33.566.738
Jumlah		34	7.760.278	117.441.290

Sumber : Dinas Koperasi , UMKM dan Perindag Kabupaten Semarang 2014

Berdasarkan data yang di peroleh dari Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindag Kabupaten Semarang tahun 2014 (diolah) menjelaskan bahwa nilai penjualan kripik sermier di Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang merupakan jenis industri dengan nilai penjualan tertinggi pertahunnya dengan total penjualan dua puluh dua juta delapan ratus rupiah per tahun (Rp 22.800.000) dengan jumlah tenaga keja berkisar 5 orang, di bandingkan dengan usaha yang lainya seperti Ampyang total

penjualan Rp.20.000.000 dengan jumlah tenaga kerja 4 orang, rempeyek kacang total penjualan Rp.19.000.000 dengan jumlah tenaga kerja 4 orang, industri tahu bakso total penjualan Rp.18.400.000 dengan jumlah tenaga kerja 4 orang, dan wingko total penjualan Rp.18.500.000 dengan jumlah tenaga kerja 3 orang.

Tabel 3. Data Industri Kecil / Rumah Tangga Makanan Khas Jawa Tengah di Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang 2015

NO	Nama Industri/Usaha	Nilai Penjualan per Tahun (Rp)	Jumlah Tenaga Kerja
1	Sermier	22.800.000	5
2	Ampyang	20.000.000	4
3	Rempeyek kacang	19.000.000	4
4	Industri tahu bakso	18.400.000	4
5	Wingko	18.500.000	3

Sumber : Dinas Koperasi, UMKM, Perindag Kabupaten Semarang (diolah) Maret 2017

Berdasarkan data yang diperoleh melalui Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindag Kabupaten Semarang tahun 2014 jenis industri makanan dan minuman ringan ini sangat diminati oleh masyarakat Kecamatan Ungaran Barat, Kabupaten Semarang. Jenis makanan yang diproduksi dalam industri rumah tangga Kecamatan Ungaran Kabupaten Semarang Barat adalah makanan khas Semarang khususnya makanan khas Ungaran. Makanan khas tersebut adalah Sermier, Ampyang, Rempeyek Kacang, Industri tahu bakso dan Wingko. Industri kripik sermier ini dijalankan oleh salah satu kelompok

usaha industri rumah tangga yang berada di Jalan Langensari Ungaran Barat, dan dikelola langsung oleh Pak Mudji dengan produknya yaitu Kripik Sermier Super Pak Mudji. Keripik Sermier Pak Mudji didirikan pada tahun 1998. Pak Mudji selaku pemilik mendirikan usaha ini setelah pensiun dari pekerjaannya. Inisiatif pemberian nama atau merk sebagai Keripik Sermier Pak Mudji adalah saran dari ibu kandungnya. Menurut beliau nama itu sesuai untuk digunakan karena bahan pokok dari sermier itu sendiri adalah *pohung* atau ketela.

Kendala ketenaga kerjaan merupakan kendala yang masih sangat sulit dihindarkan menurut Pak Mudji, meskipun demikian diakuinya bahwa keterlibatan keluarga sangat membantu Pak Mudji dalam menyelesaikan kendala-kendala tersebut. Menurutnya anak-anak Pak Mudji juga dapat membantu Pak Mudji dari proses produksi hingga proses pemasaran. Kendala-kendala yang dihadapi oleh Pak Mudji tersebut tentu berimbas pada omset yang didapatkan Pak Mudji setiap bulannya. Pengembangan industri rumah tangga ini perlu dilakukan agar masalah-masalah yang dihadapi oleh pelaku industri dalam menjalankan industrinya dapat terselesaikan dengan baik sehingga berujung pada peningkatan omset produksi. Indikator pengembangan produksi rumah tangga Keripik Super Pak Mudji ini meliputi aspek pasar, teknologi dan inovasi yang digunakan, sumber dana permodalan, dan manajemen yang diterapkan.

Berdasarkan data yang diperoleh meskipun setiap tahunnya kripik super Pak Mudji mendapatkan jumlah penjualan terbanyak dibandingkan dengan pengusaha makanan khas lainnya, jumlah ini masih dikategorikan sebagai jumlah yang pendapatannya kurang begitu memuaskan menurut Pak Mudji, mengingat hampir setiap bulannya beliau harus mengeluarkan modal yang lebih besar daripada omset yang didupakannya. Untuk memperoleh omset yang tinggi setiap tahunnya ataupun untuk meningkatkan jumlah omset yang tinggi dari tahun ke tahun maka perlu diadakannya strategi pengembangan industri rumah tangga. Pengembangan industri rumah tangga ini perlu dilakukan agar masalah-masalah yang dihadapi oleh pelaku industri dalam menjalankan industrinya dapat terselesaikan dengan baik sehingga berujung pada peningkatan omset produksi. Indikator pengembangan produksi rumah tangga Keripik Super Pak Mudji ini meliputi aspek pasar, teknologi dan inovasi yang digunakan, sumber dana permodalan, dan manajemen yang diterapkan.

Usaha kecil dalam Trijadi meidina, (2006:19) merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan maupun suatu badan, dengan tujuan untuk memproduksi barang dan jasa guna diperniagakan secara komersial,

yang mempunyai kekayaan bersih paling banyak Rp.200 juta dan mempunyai nilai penjualan (omzet) per tahun sebesar Rp. 1 miliar atau kurang. LIPI memaknai definisi tentang usaha kecil, yaitu sebagai setiap jenis industri yang mempekerjakan tenaga kerja sebanyak 5 hingga 19 orang, sedangkan usaha-usaha menengah yaitu usaha-usaha dengan jumlah total penjualan tahunan yang berkisar anantara Rp.1 milyar dan Rp.50 milyar.

Semakin berkembangnya zaman jumlah industri rumah tangga semakin bertambah. Perkembangan industri-industri rumah tangga ini tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha kecil dalam upaya meningkatkan keuntungan menurut tim dosen STIE YKPN (2001: 39-40) yaitu: 1) Pengalaman, 2) Modal, 3) Lokasi, 4) lembaga demografis konsumen, 5) Strategi manajemen persediaan, 6) Pesaing, 7) Administrasi keuangan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk (1)mengetahui bagaimana profil usaha keripik sermier super pak mudji, (2) mengetahui proses produksi keripik sermier super pak mudji, dan yang ke (3) untuk mengetahui strategi pengembangan industri keripik sermier super pak mudji oleh yang di lakukan dinas UMKM dan Perindag Kabupaten Semarang.

METODE

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2011 : 4) mengemukakan bahwa metode kualitatif ini digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan deskripsi berupa kata – kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Data kualitatif merupakan sumber dari deskriptif yang luas dan berlandasan kokoh, serta memuat penjelasan detail tentang proses-proses yang terjadi dalam ruang lingkup setempat. Penelitian kualitatif merupakan wujud kata-kata daripada deretan angka.

Moleong (2011:62-63) menyebutkan bahwa masalah dalam penelitian kualitatif dinamakan *fokus*. Berdasarkan hal tersebut fokus penelitian dalam penelitian kualitatif berkaitan erat dengan rumusan masalah, dimana masalah

penelitian dijadikan acuan dalam menentukan fokus penelitian.

Fokus penelitian ini menyatakan pokok permasalahan yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian. Penetapan fokus penelitian merupakan tahap yang sangat menentukan dalam pendekatan kualitatif. Hal ini karena suatu penelitian kualitatif tidak dimulai dari sesuatu yang kosong atau adanya masalah, tetapi dilakukan berdasarkan persepsi seorang terhadap adanya masalah (Moleong, 2011: 92).

Fokus Penelitian dalam penelitian ini adalah “Strategi Pengembangan Industri Kecil Di Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang (Study Kasus Keripik Super Pak Muji)” yaitu: (1) Profil pengusaha keripik super Pak Mudji di Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang, (2) Proses produksi keripik super Pak Mudji di Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang, (3) sStrategi pengembangan industri rumah tangga keripik super Pak Mudji yang dilakukan oleh Dinas Koperasi, UMKM, dan Perindag Kabupaten Semarang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan Teknik Observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode validitas data peneliti menggunakan teknik triangulasi dengan sumber yang berarti membandingkan dan mengecek kebenaran suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Patton sebagaimana dikutip oleh Moleong (2011: 330) menjelaskan bahwa triangulasi dengan sumber dapat dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu: (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara (2) membandingkan apa yang dikatakn orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi.

Metode analisis data, menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2011 : 248) mengemukakan bahwa analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data ini akan dilakukan agar proses penyusunan data yang diperoleh dalam penetode analisis data yang akan digunakan dalam

penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik deskripsi analisis kualitatif, di mana peneliti akan menggambarkan keadaan atau fenomena yang diperoleh dan kemudian akan dianalisis dalam bentuk kata-kata untuk memperoleh kesimpulan. Metode deskriptif analitik digunakan dalam penganalisisan data yang sudah ada. Metode ini digunakan untuk menggambarkan data – data yang sudah diperoleh melalui proses analisis yang mendalam dan selanjutnya dikomunikasikan secara runtut atau dalam bentuk naratif. Analisis data kualitatif bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul (Sugiyono, 2010 : 245)

Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki industri. Analisis SWOT adalah suatu alat manajemen untuk mengevaluasi internal dan eksternal organisasi sehingga dapat memberikan informasi mengenai isu-isu penting bagi organisasi atau dinas. Analisis SWOT dimulai dengan identifikasi aspek positif, yaitu strength (kekuatan) dan aspek negatif, yaitu weakness (kelemahan) dari internal organisasi. Sedangkan dari eksternal organisasi dilakukan identifikasi opportunities (peluang) dan threat (ancaman). Berikut ini langkah-langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sektor industri kecil keripik: a) Identitas faktor-faktor internal dan eksternal; b) Matrik Internal Eksternal.

Identifikasi faktor- faktor internal dan eksternal ini diperoleh dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis. Selanjutnya informasi yang diperoleh diklasifikasikan. Hal ini dilihat pada format tabel berikut ini:

Tabel 4. Analisis Internal dan Eksternal

Faktor- faktor strategi internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Peluang			
Ancaman			

Sumber : Freddy Rangkuti, (2009:24)

Pemberian bobot masing- masing skala mulai 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting) berdasarkan pengaruhnya. Semua bobot tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,00. Pemberian rating untuk masing-masing faktor- faktor dengan skala mulai dari empat sampai dengan satu berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi sektor industri kecil keripik. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang yang bersifat positif semakin besar diberi rating 4 tetapi bila kecil diberi rating 1. Pemberian nilai rating kelemahan dan ancaman yang bersifat negatif semakin besar diberi rating 1 tetapi bila kecil diberi rating 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keripik Sermier Super Pak Mudji merupakan salah satu bentuk usaha kecil yang ada di Kabupaten Semarang. Keripik sermier Super Pak Mudji didirikan pada tahun 1998, usaha ini merupakan usaha milik keluarga yang didirikan oleh Pak Mudji beserta anak dan istrinya. Modal usaha awal yang digunakan untuk memulai usaha ini tergolong modal yang cukup banyak jika digolongkan pada nilai rupiah pada tahun 1998. Modal awal yang digunakan oleh Pak Mudji adalah Satu Juta Sembilan Ratus Ribu Rupiah (Rp 1.900.000), modal tersebut merupakan modal yang bersumber dari dana pribadi Pak Mudji. Modal awal yang ada, digunakan Pak Mudji untuk membeli bahan-bahan dan peralatan yang akan digunakan untuk memproduksi keripik sermier super. Peralatan tersebut meliputi alat pamarut, loyang untuk menjemur keripik sermier, alat penggorengan, hingga lemari penghangat untuk menyimpan keripik sermier mentah yang sudah siap untuk digoreng.

Jenis produk merupakan salah satu indikator dari berhasil atau tidak berhasilnya suatu usaha. Produk yang mempunyai ciri khas

dan berbeda dengan yang lainnya menjadikan produk usaha akan lebih banyak diminati oleh konsumen. Produk yang dikembangkan oleh Pak Mudji adalah produk dalam bidang kuliner yaitu keripik sermier. Keripik sermier ini adalah keripik berbahan baku ketela yang diparut dan berikan bumbu rempah-rempah, kemudian dijemur dan digoreng. Hanya terdapat satu jenis produk yang dikembangkan hingga saat ini, belum ada inovasi kembali mengenai jenis produk, maupun variant rasa yang berusaha pengusaha lakukan. Bahan baku yang digunakan adalah bahan baku dengan kualitas yang baik dan tidak menggunakan sembarang ketela. Ketela yang digunakan adalah ketela yang memang benar-benar sudah matang sesuai dengan umur panennya. Sehingga, rasa produk sermier yang dihasilkan benar-benar renyah dan enak. Warna produk sermiernya pun juga berwarna putih, berbeda dengan keripik sermier pada umumnya.

Jenis usaha yang dijalankan Pak Mudji ini adalah usaha perorangan yang dijalankan oleh keluarganya. Pak Mudji berkedudukan sebagai pemimpin sekaligus pemilik, dan keluarga lainnya bertugas sebagai pelaksana. Terhitung dari tahun 1998 hingga saat ini, usaha keripik sermier ini masih tetap dijalankan oleh Pak Mudji dan dibantu oleh anak-anaknya. Untuk membantu dalam mengolah keripik sermier Pak Mudji juga dibantu oleh beberapa karyawan. Karyawan tersebut adalah tetangga disekitar tempat tinggal beliau maupun rekan-rekan dari putranya/putrinya. Proses pemasaran ini juga dijalankan langsung oleh Pak Mudji dan anaknya. Hanya saja yang fokus pada bidang pemasaran adalah anak-anaknya. Proses awal pemasaran keripik sermier Pak Mudji adalah dengan sistem "*Getok Tular*". Strategi pemasaran sederhana yang sudah dilakukan Pak Mudji ini akhirnya berbuah manis, hingga akhirnya produk Keripik Sermier Super Pak Mudji ini tidak hanya dimintai oleh masyarakat di Kota Semarang melainkan sudah sampai ke Ibu Kota yaitu Jakarta. Strategi pemasaran Gethok Tular ini berhasil menarik minat warga di Jakarta karena cita rasanya yang enak dan dan khas. Pak Mudji sendiri sempat kwalahan dalam memproduksi keripik sermier super ini, karena jumlah pesanan yang cukup banyak dan selalu meningkat. Proses pemasaran adalah dari mulut ke mulut yang juga dibantu

oleh tetangganya. Meskipun saat ini sudah banyak media yang canggih yang bisa digunakan untuk memasarkan produknya akan tetapi Pak Mudji belum memilih untuk menggunakan metode tersebut, hal ini dikarenakan keterbatasannya dalam menggunakan teknologi. Strategi pemasaran lainnya juga dibantu oleh anak-anaknya. Inisiatif dari putera/putri beliau adalah dengan memasukan keripik sermier di koperasi-koperasi kantor dan di beberapa tempat pusat oleh-oleh.

Kendala dalam menjalankan bisnis merupakan hal yang wajar dihadapi oleh para pengusaha, baik pelaku usaha industri kecil maupun pelaku usaha dengan skala besar. Masalah yang sering dihadapi Pak Mudji hingga saat ini adalah masalah ketersediaan bahan-bahan pokok yang akan digunakan untuk mengolah keripik sermier. Bahan baku yang digunakan oleh Pak Mudji adalah Ketela (*Pohung*). Ketela ini baru bisa digunakan untuk menjadi bahan keripik sermier adalah ketika usianya sudah menginjak 7-8 bulan atau usia siap panen. Ketela dengan kondisi ini sangat sulit didapatkan karena tidak semua petani ketela akan memanen ketelanya sesuai dengan masanya.

Dalam proses produksi keripik sermier diawali dengan pemilihan ketela pohung yang sudah siap dipanen, ketela pohung yang bagus inilah yang nantinya akan menentukan kualitas dari keripik sermier. Selain bahan utama, bahan-bahan lain yang digunakan oleh Pak Mudji adalah berupa rempah-rempah dan bumbu masak sebagai penyedap. Semua bahan yang digunakan adalah merupakan bahan-bahan tradisional dan aman. Proses berikutnya setelah pemilihan bahan baku adalah proses pematangan ketela *pohung*. *Pohung-pohung* ini diparut menggunakan sebuah mesin tradisional. Pencampuran bahan rempah-rempah ke dalam adonan ketela juga memerlukan takaran yang pas supaya tidak merubah cita rasa pada keripik sermier. Proses yang berikutnya adalah proses pencetakan keripik sermier, proses pencetakan ini dilakukan secara manual, dan juga dibantu dengan alat. Proses membuat bulatan dibuat menggunakan tangan dan kemudian dipipihkan menggunakan alat press. Kualitas pada keripik ini diperhatikan secara keseluruhan baik cita rasa, hingga bentuk yang nanti akan dihasilkan. Proses yang dilakukan selanjutnya

adalah proses penjemuran diterik matahari menggunakan loyang alumunim. Pemilihan jenis loyang ini adalah supaya adonan keripik sermier iniunun tidak lengket pada loyang. Selama proses produksi keripik sermier super Pak Mudji alat-alat produksi yang digunakan masih menggunakan alat-alat yang tradisional.

Pemerintah merupakan pihak yang mempunyai peran penting terhadap pengembangan industri di Kabupaten Ungaran. Beberapa upaya sudah dilakukan oleh pemerintah dalam membantu masyarakat dalam melakukan pengembangan industri guna untuk menaikkan omset pada pengusaha. Salah satu usaha yang dilakukan adalah memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM. Pelatihan-pelatihan tersebut mempunyai kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan agenda pelatihan. Selama proses pengembangan Industri UMKM pada masyarakat, bantuan yang diberikan oleh Dinas UMKM tentunya harus sesuai dengan ketentuan peraturan yang ada. Salah satu peraturan tersebut adalah mengenai bantuan pemberian dana modal untuk para pengusaha UMKM. Bantuan modal yang diberikan saat ini dirubah menjadi bantuan Kredit Usaha Rakyat (KUR). Salah satu agenda kegiatan tersebut adalah mengenai bagaimana cara mengemas produk, cara memasarkan produk baik secara langsung maupun melalui on line. Namun belum semua UMKM di daerah Ungaran masih belum semuanya mendaftarkan usahanya secara resmi ke Dinas Koperasi, UMKM, dan Dinas Perdagangan Kabupaten Ungaran. Kegiatan pelatihan yang selama ini sudah dilaksanakan telah disosialisasikan melalui berbagai cara, salah satunya adalah menghubungi usaha-usaha UMKM yang sudah resmi terdaftar, dan bagi mereka yang menaati peraturan akan mendapatkan pengarahan dan solusi dari Dinas Koperasi, UMKM, dan Dinas Perdagangan Kabupaten Ungaran.

Internal Faktor Evaluation (IFE) merupakan metode dalam analisis SWOT yang menggunakan faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan dalam perusahaan. Kondisi internal pada IKM Keripik Sermier Super Pak Mudji digambarkan dengan nilai total tertimbang/skor pada matriks IFE. Pembobotan dan pemberian peringkat pada variabel kekuatan dan kelemahan dapat di lihat pada lampiran 5.

Total nilai tertimbang yang diperoleh adalah 2,8765. Total ini melebihi total nilai tertimbang rata-rata sebesar 2,5 hal ini mengindikasikan bahwa IKM Keripik sermier super Pak Mudji memiliki posisi internal perusahaan yang kuat. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5. Analisis Matriks IFE IKM Keripik Sermier Super Pak Mudji

Kator Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Memiliki kemampuan usaha dalam merencanakan strategi peraturan dan tujuan	0,0850	2	0,1700
Kemampuan dalam mengarahkan hasil agar sesuai dengan perencanaan	0,0900	1,5	0,135
Ketersediaan karyawan terampil dan berpengalaman	0,0790	3	0,237
Kualitas bahan baku yang baik .	0,1030	3	0,3605
Pelayanan yang diterapkan telah dikerjakan dengan baik	0,0810	3,5	0,2835
Mempunyai saluran distribusi	0,0915	3,5	0,32025
Kelemahan			
Infrastruktur sistem informasi dan Teknologi Informasi masih kurang	0,0810	3,5	0,2835
Tenaga yang dikeluarkan untuk memproduksi dalam jumlah banyak masih terbatas	0,0755	2,5	0,11325
Surat perizinan yang sudah tidak berlaku	0,0845	1,5	0,12675
Kurangnya kapasitas angkut barang seperti angkutan operasional	0,0815	3	0,2445
Bahan baku ketela pohung dipasar terbatas	0,0790	3	0,237
Pembuatan keripik sermier menggunakan mesin manual	0,0720	3,5	0,252
			2,8765

Berdasarkan tabel pengolahan Matriks IFE diatas menunjukkan bahwa skor tertinggi untuk faktor kekuatan bagi IKM keripik super sermier Pak Mudji yaitu kualitas bahan baku yang baik .dengan menghasilkan nilai tertimbang yang paling besar yaitu 0,3605. Faktor tersebut menjadi kekuatan yang memiliki tingkat kepentingan paling tinggi karena memiliki bobot 0,3605 dan memiliki rating sebesar 3,5 Hal ini disebabkan karena Pak Mudji selaku pemilik usaha berorientasi dan sangat menjaga kualitas produknya maka Pak Mudji memilih bahan baku yang yang berkualitas.

Pada Matriks IFE juga menunjukkan bahwa faktor kelemahan terendah adalah tenaga yang dikeluarkan untuk memproduksi dalam jumlah banyak masih terbatas yaitu 0,11325. Hal ini terlihat dalam tenaga kerja yaitu jumlah karyawan yang minim dan pembinaannya pun masih dilakukan oleh pelaku usaha sendiri dan

hanya dalam hal-hal yang sederhana saja yang menyangkut proses produksi .

Eksternal Faktor Evaluation (EFE) merupakan metode dalam analisis SWOT yang menggunakan faktor eksternal seperti peluang dan ancaman dalam perusahaan. Kondisi eksternal pada IKM Keripik Sermier Super Pak Mudji digambarkan dengan nilai total tertimbang/skor pada matriks EFE. Pembobotan dan pemberian peringkat pada variabel peluang dan ancaman dapat dilihat pada lampiran 5. Total nilai yang tertimbang yang diperoleh adalah 2,77575. Total ini melebihi totl nilai tertimbang rata-rata sebesar 2,5 hal ini mengindikasikan bahwa IKM keripik sermier super Pak Mudji merespon dengan baik faktor peluang dan ancaman yang ada di dalam industrinya. Hasil analisis matriks EFE IKM keripik sermier super Pak Mudji dapat dilihat pada tabel 6.

Tabel 6. Analisis Matriks EFE IKM keripik sermier Pak Mudji

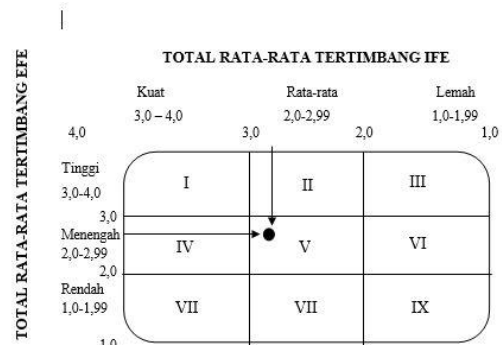
Kator Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
Adanya program pelatihan untuk UMKM dari pemerintah	0,0820	3	0,246
Pangsa pasar luas	0,0965	3	0,2895
Dukungan pemerintah daerah terhadap IKM positif	0,0800	2	0,16
Tuntutan konsumen semakin tinggi	0,1000	3,5	0,35
Masih terbukanya banyak peluang yaitu memiliki pelanggan-pelanggan yang berpotensi	0,0790	3	0,237
Kemajuan teknologi pengolahan, informasi dan komunikasi	0,1035	2,5	0,25875
Ancaman			
Pesaing yang memiliki kapasitas lebih besar dan daya jangkauan yang lebih luas	0,0700	3	0,2085
Peningkatan biaya per unit akibat keterbatasan bahan baku	0,0785	3	0,2355
Tidak memiliki relasi untuk suplay bahan baku	0,0810	3	0,2415
Pesaing yang memiliki corporate image yang lebih baik	0,0745	1	0,0745
Kekuatan tawar menawar produk besar	0,0750	2,5	0,1875
Kebijakan pemerintah menaikkan harga bahan bakar dan listrik	0,0820	3,5	0,287
			2,77575

Berdasarkan Matriks EFE diatas menunjukkan bahwa pangsa pasar yang luas merupakan faktor peluang utama bagi IKM keripik super sermier dengan nilai tertimbang yang paling besar yaitu 0,2895. Faktor tersebut menjadi peluang tinggi karena memiliki bobot sebesar 0,0965 dengan nilai rating 3. Pangsa pasar yang luas menjadi peluang tertinggi karena cakupan pemasaran yang di lakukan Pak Mudji menjangkau semua kalangan.

Pada faktor ancaman tertinggi adalah 0,2415 yaitu tidak memiliki relasi suplay bahan baku. Faktor tersebut menjadi ancaman tertinggi dengan bobot 0,0810 dan rating sebesar 3. Hal ini sesuai, kendala utama yaitu pemasok bahan baku ketela pohung sangat terbatas dipasaran apalagi dalam proses produksi keripik sermier bahan baku ketela tersebut sangat dipengaruhi dengan kualitas bahan baku ketela pohung.

Untuk merumuskan alternatif strategi pengembangan usaha pada IKM keripik super sermier dalam tahap pencocokan dapat memanfaatkan dua alat analisis, yaitu matriks IE dan matriks SWOT. Berdasarkan hasil analisis matriks IE yang disusun dengan cara memplotkan total bobot skor rata-rata dari matriks IFE (2,78725) pada sumbu x dan EFE

(2,77575) pada sumbu y. Menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan V seperti yang ditunjukkan pada gambar 1. Berikut



Gambar 1. Matriks IE IKM Keripik Sermier Super Pak Mudji

Dalam matriks di atas menunjukkan titik koordinat terletak pada daerah pertumbuhan V. Sehingga strategi yang tepat untuk digunakan dalam pengembangan industri keripik super sermier Pak Muji di kecamatan Ungaran Barat adalah strategi menjaga dan mempertahankan (*hold and maintain*) .dalam divisi ini paling banyak menggunakan penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis yang dapat digunakan untuk melihat kondisi internal dan eksternal sebuah

organisasi untuk memformulasikan strategi dalam organisasi tersebut. Aplikasi yang digunakan untuk memformulasikan strategi dan menggabungkan menjadi proses pengembangan strategi. Aplikasi analisis SWOT untuk perencanaan berbasis sumberdaya, mengilustrasikan sebagai proses yang berulang-ulang daripada sebuah proses linear dan menanamkannya di dalam keseluruhan proses perencanaan.

Alat yang dipakai untuk menyusun strategi adalah matrik SWOT. Matrik ini menggambarkan secara jelas bagian peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan 4 sel kemungkinan alternative strategi sebagai berikut:

Tabel 7. Tabel Contoh dari Analisis Matriks SWOT

	Internal	S	W
Eksternal		Strength (Kekuatan)	Weaknes (Kelemahan)
O		Strategi S-O	Strategi W-O
Opportunities (Peluang)		Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
T		Strategi S-T	Strategi W-T
Threats (Ancaman)		Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan mengatasi ancaman	Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancama

Sumber: Freddy Rangkuti (2009:26)

: Keterangan

Strengths (S): Kekuatan, yaitu faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh usaha Keripik Sermier Pak Mudji termasuk satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha di pasaran.

Weakness (W):Kelemahan, yaitu keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki oleh usaha Keripik Sermier Pak Mudji dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan.

Opportunity (O) :Peluang, yaitu berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi usaha yang Keripik Sermier Pak Mudji di dalam proses pengembangan pasar.

Threats (T) :Ancaman, faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan bagi usaha yang Keripik Sermier Pak Mudji di dalam proses pengembangan pasar

Hasil dari analisis SWOT dari industri keripik sermier super Pak Mudji dapat dilihat pada tabel 8. Berikut ini :

Tabel 8. Analisis Matriks SWOT

INTERNAL	Kekuatan (STRENGHT_S)	Kelemahan (WEAKNESS_W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki kemampuan usaha dalam merencanakan strategi peraturan dan tujuan. 2. Kemampuan dalam mengarahkan hasil agar sesuai dengan perencanaan 3. Ketersediaan karyawan terampil dan berpengalaman 4. Kualitas bahan baku yang baik . 5. Pelayanan yang diterapkan telah dikerjakan dengan baik 6. Mempunyai saluran distribusi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Infrastruktur sistem informasi dan Teknologi Informasi masih kurang 2. Tenaga yang dikeluarkan untuk memproduksi dalam jumlah banyak masih terbatas 3. Surat perizinan yang sudah tidak berlaku 4. Kurangnya kapasitas angkut barang seperti angkutan operasional 5. Bahan baku ketela pohung dipasar terbatas 6. Pembuatan keripik sermier menggunakan mesin manual
KSTERNAL	Peluang OPPORTUNITY (O)	STRATEGI SO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya program pelatihan untuk UMKM dari pemerintah 2. Pangsa pasar luas 3. dukungan pemerintah daerah terhadap IKM positif 4. Tuntutan konsumen semakin tinggi 5. Masih terbukanya banyak peluang yaitu memiliki pelanggan-pelanggan yang berpotensi 6. Kemajuan teknologi pengolahan, informasi dan komunikasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah jumlah karyawan (S1, S3, S5, O4, O5,) 2. Mengikuti program pelatihan dari dinas UMKM (S1, S2, O1, O3, O6)
	Ancaman (TREATH_T)	STRATEGI WO
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesaing yang memiliki kapasitas lebih besar dan daya jangkauan yang lebih luas 2. Peningkatan biaya per unit akibat keterbatasan bahan baku 3. Tidak memiliki relasi untuk suplay bahan baku 4. Pesaing yang memiliki corporate image yang lebih baik 5. Kekuatan tawar menawar produk besar 6. Kebijakan pemerintah menaikkan harga bahan bakar dan listrik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerjasama dengan petani ketela di daerah sekitar.(W2, W4, W5, O2, O4, O5) 2. Memanfaatkan teknologi untuk promosi produk (W1, W3, O1, O2, O4, O5, O6)
		STRATEGI ST
		STRATEGI WT
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas kemasan produk (S3, S4, S5, T1, T4,) 2. Menambah jumlah produksi (S1, S2, S3, S6, T1, T5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memperpanjang masa berlaku surat perizinan (W1, W3, T1, T4) 2. Meningkatkan saluran distribusi W1, W2, W4, T1, T4)

Dapat disimpulkan bahwa Keripik salah satu sasaran peserta pelatihan Sermier Super Pak Mudji ini sudah lama tidak pengembangan usaha oleh Dinas UMKM, kembali memperbarui izin keberadaan usaha selain itu faktor kemunduran usaha yang di kepada Dinas UMKM sehingga tidak menjadi hadapi oleh Pak Mudji adalah disebabkan

karena semua sistem yang digunakan di perusahaan keripik sermier Pak Mudji ini masih bersifat konvensional dan tidak pernah diadakan pembaruan yang inovatif dan kreatif yang dapat memicu perkembangan usaha, yang berimplikasi pada penambahan omset usaha.

Fenomena produksi ini relevan jika dikaitkan dengan teori fungsi produksi yang berbunyi banyak hal yang menentukan berhasilnya perkembangan ekonomi. Faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu faktor ekonomi dan non ekonomi. Kapasitas produksi suatu perekonomian dapat dilihat dari fungsi produksi. Fungsi produksi yaitu suatu hubungan antara input dan output. Input adalah barang-barang yang dipergunakan untuk menghasilkan barang-barang lain. Output adalah barang-barang yang dihasilkan dari kombinasi-kombinasi input tersebut. Fungsi produksi dapat dinyatakan dengan $Y = f(L, K, R, T, S)$. Dimana Y merupakan besarnya output, L merupakan besarnya/ jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk keperluan produksi, K adalah kapital yang tersedia untuk keperluan produksi, R menunjukkan banyaknya sumber-sumber riil, T menunjukkan teknologi yang digunakan, sedangkan S karakteristik sosial budaya yang mempengaruhi. Faktor produksi diartikan sebagai benda-benda yang disediakan oleh alam atau yang diciptakan oleh manusia yang dapat digunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian dibedakan menjadi empat jenis yaitu sumber daya alam, tenaga kerja, modal dan keahlian kewirausahaan.

Melalui teori tersebut dapat dianalisis bahwa input yang dimiliki oleh Pak Mudji akan menentukan besarnya output yang akan dihasilkan. Artinya *input* tersebut juga harus mengalami perkembangan jika mengharap adanya pengembangan dalam bidang *output*. Kemajuan produksi ini juga dipengaruhi pula dengan teknologi yang digunakan, teknologi awal produksi tidak selalu bisa digunakan dalam setiap masa produksi. Maka adanya pembaruan penting untuk dilakukan. Perkembangan usaha yang dijalankan oleh Pak Mudji ini dapat berkembang jika Pak Mudji selaku pemilik usaha memenuhi 4 faktor produksi yang ada pada teori fungsi produksi ini.

Faktor-faktor tersebut adalah faktor sumber daya alam yang berarti dalam menjalankan usahanya ini Pak Mudji menggunakan ketela sebagai bahan baku utama. Ketela merupakan salah satu sumber daya alam dalam bidang tumbuhan. Dimana sumber daya alam ini bisa sewaktu-waktu dapat mengalami kelangkaan, maka ketika adanya kelangkaan Pak Mudji harus siap dengan *alternative* yang lain agar tidak terjadi berhentinya proses produksi. Faktor yang ke dua adalah faktor tenaga kerja, tenaga kerja yang handal dan berpengalaman dapat membantu Pak Mudji dalam menghasilkan produk yang unggul dan membantu pula dalam menghadapi kesulitan-kesulitan yang dihadapi selama proses. Faktor yang ketiga adalah faktor modal. Faktor modal ini berarti bahwa dalam menjalankan usaha harus selalu diadakan faktor penambahan modal, dimana penambahan modal itu dapat digunakan untuk penambahan jumlah barang yang akan di produksi maupun untuk melakukan inovasi-inovasi serta menambah jangkauan dalam bidang pemasaran. Hal-hal tersebut tentunya membutuhkan modal yang tidak sedikit, dan tidak bisa hanya mengandalkan modal awal saja yang digunakan.

Faktor yang terakhir adalah faktor keahlian wirausaha, faktor keahlian ini dapat berupa ide-ide yang kreatif dan inovatif dalam proses pengembangan usaha. Termasuk keahlian dalam mencari jaringan pengembangan usaha seperti bekerjasama dengan Dinas UMKM, ataupun bekerjasama dengan pihak-pihak lain yang berpotensi untuk membantu berkembangnya usaha yang sudah dijalankan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut. Dalam proses produksi keripik sermier yang dijalankan oleh Pak Mudji banyak dihadapkan oleh beberapa kendala yaitu kendala dalam proses produksi. Keripik sermier yang utama yaitu masalah ketersediaan bahan pokok ketela (pohung) yang akan digunakan untuk mengolah keripik sermier, selain itu kendala yang dihadapi yaitu Pak Mudji kurang dapat melakukan pengembangan dan inovasi terhadap produknya

karena keterbatasan dalam berbagai hal seperti keterbatasan kemampuan dalam bidang teknologi dan informasi modern. Kemudian kendala secara objektif yang dirasa peneliti adalah Pak Mudji terlalu menutup diri terhadap dinas UMKM dalam proses pengembangan usaha seperti mengikuti pelatihan yang diadakan oleh dinas UMKM dan pembaharuan izin berdirinya produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji dan Djoko Sudantoko. 2002. *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Bakir, Zainab dan Chris, Mainning. 1984. *Angkatan Kerja di Indonesia, Badan Pusat Statistik*. 2004. *Pengukuran dan Analisa Ekonomi Kinerja Penyerapan Tenaga Kerja, Nilai Tambah dan Ekspor Usaha Kecil Menengah serta peranannya terhadap tenaga kerja nasional dan Produk Domestik Bruto (menurut harga konstan dan harga berlaku)*. Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil menengah. Jakarta
- Departemen KUMKM. 2004. *Rencana Strategi Pembangunan KUMKM*. Departemen KUMKM RI. Jakarta
- Disperindag & PM Kabupaten Semarang. 2008. *Kebijakan Keterkaitan Industri Hulu Hilir*. Ungaran.
- Esmara. 1986. *Sumber Daya Manusia, Kesempatan Kerja dan Perkembangan Ekonomi*. Jakarta : UI Press
- Handoko, T. Hani. 2012. *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE.
- Hendra, Setiawan. 2004. *Fleksibilitas Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah*. Jurnal Dinamika Pembangunan. Vol. 1. hal. 118-124.
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Semarang.
- Nachrowi. 2004. *Teknik Pengambilan Keputusan*. Jakarta : Grasindo
- Rangkuty, Fredy. 2009. *Analysis SWOT: Teknik membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia
- Simanjuntak. 1985. *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Penerbit FE UI
- Sudarsono. 1988. *Analisis data I*. Jakarta : Proyek pengembangan Lembaga Pendidikan Tenaga Kependidikan
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Tambunan, Tulus. T. H. 1999. *Perkembangan Industri Skala Kecil di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tim Dosen YKPN.2001. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Tri, Whyumiarso. 2013. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Keripik di Dusun Karangbolo Desa Lerep Kabupaten Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi UNNES
- Trijadi, Meidina. L. 2006. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Agroindustri di Kabupaten Bogor*. Skripsi. Bogor: Fakultas Pertanian IPB