

**INDUSTRI SEBUTRET INDONESIA DALAM PENGEMBANGAN USAHA****Eli Rohmawati, [✉] Kardoyo**

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

Info Artikel**Abstrak***Sejarah Artikel:*

Diterima April 2018

Disetujui Mei 2018

Dipublikasikan

Juni 2018

*Keywords:**Human Resources,
Marketing, Production,
Strategy of development.*

Strategi pengembangan merupakan rencana menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya suatu industri yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya dalam rangka mencapai tujuan industri secara efektif dan efisien. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang diterapkan oleh usaha industri Sebutret Indonesia melalui aspek produksi, pemasaran dan sumber daya manusia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif studi kasus. Dengan informan pemilik, tenaga kerja dan tenaga marketing Sebutret Indonesia. Keabsahan data menggunakan triangulasi data. Teknik analisis data menggunakan teknik *miles and huberman*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha industri Sebutret Indonesia dalam mengembangkan usahanya melalui: (1) Aspek produksi melalui menjalin kerjasama dibidang bahan baku, alat-alat produksi hasil rekayasa sendiri, menganeekaragamkan produk; (2) Aspek Pemasaran melalui mengoptimalkan saluran pemasaran yaitu saluran komunikasi melalui media sosial, media cetak (brosur) dan kegiatan pameran, saluran distribusi melalui pedagang grosir dan eceran baik pembelian secara langsung maupun online, saluran layanan yaitu memberikan layanan jasa antar produk dan pembayaran secara transfer; (3) Aspek sumber daya manusia (SDM) melalui kegiatan pelatihan baik dari pihak internal maupun dari dinas terkait dan lembaga pendidikan non-formal yaitu PKBM An-nur. Dengan strategi pengembangan tersebut industri Sebutret Indonesia dapat mengoptimalkan kekuatan dan mengatasi hambatan sehingga industry Sebutret Indonesia dapat berjalan baik dan berkualitas.

Abstract

Development strategy is a comprehensive an integrated plan of the efforts of industry needed to develop its business in order to achieve the purpose of industry efficiently. The purpose of this research is to know the development strategi applied by the business of the Sebutret Indonesia industry through the aspect of production, marketing, and human resources. This research use qualitative research method of case study. With informant owners, labor, and marketing labor of Sebutret Indonesia. Data validity uses data triangulation. Data analysis techniques using miles and huberman techniques. The result of research is the business of Sebutret Indonesia industry im developing its business through: (1) Production aspect through cooperation in the field of raw materials, production equipment engineering own results, and diversifikasi product; (2) Marketing aspect through optimizing marketing channel that is comunication channel through social media, brochure and exhibition activity, distribution channel through wholesaler and retail either purchase directly or online, service channel that is giving service between product and payment transfer; (3) Human resource development through training activities both from internal parties and related offices and non-formal education institutions namely PKBM An-Nur. With the development strategy of the industry Sebutret Indonesia can optimize the strength and overcome barriers so that industry of Sebutret Indonesia can run well and quality.

© 2018 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:

Gedung L2 Lantai 1 FE Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: elirohrawati95@gmail.com

PENDAPATAN

Keberadaan usaha kecil menengah (UKM) menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Dalam kondisi krisis tersebut usaha kecil menengah (UKM) dapat bertahan dan berkembang. Hal tersebut telah teruji dalam beberapa kali krisis ekonomi di Indonesia, Sektor usaha kecil menengah mampu menjadi katup pengaman dari eksekusi akibat krisis. Walaupun harus diakui pula, setelah krisis ekonomi berlalu, usaha kecil menengah tetap tidak mengalami perubahan kebijakan yang berarti (Wilantara dan Susilawati, 2016:11).

Usaha kecil dan menengah (UKM) dalam perekonomian suatu negara, memiliki peran yang penting. Peran usaha mikro, kecil dan menengah yang dikemukakan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia yaitu:

Peran usaha mikro, kecil dan menengah dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor; (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar; (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat; (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi; serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Hal tersebut dikuatkan dengan pendapat dari M. Irvan (Anoraga : 2007) yang menyatakan bahwa Usaha kecil dalam perekonomian suatu negara, memiliki peran yang penting. Indikasi yang menunjukkan peranan usaha kecil dan menengah dapat dilihat dalam kontribusinya terhadap PDB, ekspor non-migas, penyerapan tenaga kerja dan peningkatan sumber daya manusia yang cukup berarti.

Berdasarkan data Bank Indonesia sebanyak 99,99% unit dari keseluruhan pelaku bisnis nasional adalah UMKM; atau sebanyak 56,5 juta unit. Dengan kemampuan penyerapan tenaga kerja sebanyak 107,7 juta orang atau 97,2% dan memberikan kontribusi pada PDB sebesar 57,9% dan ekspor nonmigas sebesar 14%. Hal ini menunjukkan bahwa pembangunan dan pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional.

Selain itu usaha kecil menengah terdapat peluang yang baik untuk berkembang, yang dapat dimanfaatkan oleh Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam kegiatan usahanya, seperti: adanya komitmen pemerintah,

ketersediaan sumber daya alam yang beranekaragam dan lain sebagainya.

Disisi lain, meskipun usaha kecil menengah (UKM) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional namun, usaha kecil menengah (UKM) juga menghadapi banyak sekali permasalahan dalam pengembangan usahanya. Dimana dalam menjalankan kegiatan usahanya, berdasarkan survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia, usaha kecil menengah (UKM) memiliki karakteristik antara lain: a) sumber daya manusia dengan tingkat pendidikan relatif rendah; b) kualitas produk tidak terstandar; c) teknologi sederhana; d) lingkup pemasaran terbatas dipasar lokal; dan e) modal terbatas.

Masalah lain yang dihadapi oleh usaha kecil menengah (UKM) menurut penelitian Winarni (2006) dan Situmorang (2008), dirumuskan sebagai berikut: (a) kurang permodalan; (b) kesulitan dalam pemasaran; (c) struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak kaku; (d) kualitas manajemen rendah; (e) sumber daya manusia (SDM) terbatas dan kualitasnya rendah; (f) kebanyakan tidak mempunyai laporan keuangan; (g) aspek legalitas lemah; dan (h) rendahnya kualitas teknologi. Segala permasalahan-permasalahan tersebut harus segera diatasi supaya usaha kecil menengah (UKM) dalam menunjukkan perkembangan usahanya menuju kearah yang lebih baik.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah adalah kualitas sumber daya manusia yang rendah, tingkat produktifitas dan kualitas produk dan jasa rendah, kurangnya teknologi dan informasi, faktor produksi, sarana dan prasarana belum memadai, aspek pendanaan dan pelayanan jasa pembiayaan, iklim usaha belum mendukung, dan koordinasi pembinaan belum berjalan baik.

Dari segi jumlah usaha industri kecil setiap tahunnya mengalami penurunan dimana pada tahun 2013 jumlahnya sebanyak 531.351 unit usaha, sedangkan pada tahun 2014 jumlahnya menurun menjadi 284.501 unit usaha, dan jumlah tersebut kembali menurun pada tahun 2015 yaitu menjadi 283.022 unit usaha. Sedangkan apabila dilihat berdasarkan lokasinya, persebaran usaha industri kecil sebagian besar berada di Pulau Jawa dengan jumlah 224.265 unit usaha dengan lokasi terbanyak di Jawa tengah yaitu sebesar 95.560 unit usaha pada tahun 2015. Hal tersebut sesuai

dengan yang di jelaskan pada Tabel 1. adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Persebaran Usaha Industri Kecil di Indonesia

No	Wilayah	Tahun		
		2013	2014	2015
		Unit Usaha	Uni Usaha	Unit Usaha
1	Jawa	396.697	201.413	224.265
	1. DKI Jakarta	19.172	22.748	6.616
	2. Jawa Barat	106.861	60.078	58.359
	3. Banten	7.424	5.652	9.313
	4. Jawa tengah	160.148	65.690	95.560
	5. DIY	13.306	7.313	4.758
	6. Jawa Timur	89.786	39.932	49.659
2	Luar jawa	134.672	116.614	58.757
	1. Sumatera	65.605	3.675	18.911
	2. Kalimantan	10.919	7.144	4.938
	3. Bali	21.333	8.659	8.078
	4. NTB	7.484	13.586	14.527
	5. NTT	3.845	2.776	1.401
	6. Sulawesi	23.944	13.033	9.962
	7. Maluku	769	325	375
	8. Papua	755	815	565

Sumber: Badan Pusat Statistik 2016, diolah

Perkembangan usaha kecil menengah yang menunjukkan penurunan sebagaimana dijelaskan dalam Tabel 1. maka akan memberi dampak terhadap besarnya kontribusi usaha kecil menengah (UKM) terhadap perekonomian nasional juga, sebagaimana yang dijelaskan bahwa usaha kecil menengah (UKM) mempunyai kemampuan untuk memperkuat struktur perekonomian nasional. Kemampuan usaha kecil menengah (UKM) memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi.

Usaha Industri kecil di Indonesia mempunyai peluang yang sangat besar untuk berkembang, perkembangan ini sangat dihargai apabila dapat berlangsung atas prakarsa dan dengan kekuatan masyarakat sendiri, sehingga pemerintah tinggal membantu dengan fasilitas-fasilitas dan kemudahan-kemudahan serta perlindungan yang diperlukan. Masyarakat desa biasanya mampu dengan kekuatan sendiri menumbuhkan industri kecil. Perkembangan industri kecil dan rumah tangga (IKRT) serta industri menengah masih belum menjalankan fungsi dan perannya secara maksimal. Banyak kendala yang dihadapi seperti masalah keterbatasan modal, teknik produksi, bahan baku, pemasaran, manajemen serta teknologi (Kuncoro, 2010:185).

Pada era modern yang penuh dengan persaingan dan perubahan yang cepat maka wirausaha yang mengerti dan memahami perubahan itu bisa meraih banyak keuntungan

namun bagi yang tidak bisa beradaptasi dengan perubahan itu maka akan tertinggal. Setelah usaha yang dirintis berjalan, lebih baik apabila mulai berfikir tentang bagaimana mengembangkannya, baik pengembangan jenis produk, pengembangan pemasarannya ataupun pengembangan sumber daya manusia (SDM). Oleh karena itu, sangatlah penting bagi semua industri untuk mampu mengembangkan industrinya agar tidak kalah bersaing dan mampu bertahan untuk melangsungkan usahanya.

Dengan adanya era otonomi daerah, pemerintah daerah memiliki kewenangan dalam merencanakan pembangunan di daerahnya sendiri sesuai dengan potensi sumber daya lokal yang ada di daerah tersebut. Oleh karena itu, peran usaha kecil menengah (UKM) sangat penting dalam menunjang otonomi daerah untuk mewujudkan perekonomian daerah dan pemberdayaan masyarakat.

Hasil penelitian Hafsah (2004) yaitu pengembangan UKM kedepan, perlu menggabungkan keunggulan lokal (*lingkungan internal*) dan peluang pasar global, yang disinergikan dengan era otonomi daerah dan pasar bebas. Hal ini sejalan dengan pendapat Suryana (2001) dalam Partomo dan Soejoedono (2002) yang menyatakan bahwa teori yang sesuai untuk diterapkan dalam pengembangan UKM nasional adalah teori *dynamic* dan teori *resource-based strategy*.

Teori *resource-based strategy* adalah strategi perusahaan yang memanfaatkan sumber

daya internal yang superior untuk menciptakan kemampuan inti dalam menciptakan nilai tambah untuk mencapai keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif. Artinya dalam mengembangkan usahanya para pelaku usaha memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing dan mencapai tujuan perusahaan.

Kabupaten Cilacap merupakan kabupaten yang berada di Provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Cilacap memiliki luas wilayah 2.142,59 km² atau 214.259 ha. Luas area yang ditanami pohon kelapa seluruhnya 29.083,90 ha dengan produksi tanaman kelapa sebesar 58.084,71 ton. Kelapa merupakan salah satu komoditas dalam perkebunan, oleh sebab itu tumbuh berbagai industri yang mengelola produk kelapa, salah satunya adalah serabut.

Jenis industri yang dikembangkan setiap daerah berbeda-beda tergantung dengan karakteristik sumber daya lokal yang dimiliki. Selain kelapa, komoditas perkebunan yang dimiliki Kabupaten Cilacap adalah berupa karet. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Cilacap memiliki perkebunan karet dengan luas lahan 4.178,93 ha dengan produksi sebesar 1.486,95 ton. Jumlah ini merupakan terbesar di Jawa tengah. Oleh karena itu berkembanglah

Tabel 2. Data Usaha Industri kerajinan Kabupaten Cilacap

No	Usaha kerajinan	Jumlah Produksi/tahun	Nilai penjualan/tahun
1	Batik	4000 potong	985.000.000,00
2	Anyaman bamboo	5000 buah	295.000.000,00
3	Sebutret	400 meter kubik	1.006.000.000,00
4	Kerajinan Serat eceng gondok	220 buah	45.000.000,00
5	Kerajinan Kerang	2000 pcs	200.000.000,00
6	Kerajinan Tangan (handy craft)	700 buah	50.000.000,00
7	Batu bata	1000 buah	270.000.000

Salah satu keunggulan UMKM adalah fleksibilitas (keluwesan) dalam mensikapi perubahan yang terjadi. Berbekal keunggulan itu, maka sangat tepat bila strategi dalam mengembangkan UMKM adalah menanamkan sikap kreatif dan terbuka dengan inovasi. Kreativitas yang ditanamkan dalam sistem usaha, bisa mendorong lahirnya pengelola usaha kreatif sekaligus menghasilkan produk-produk kreatif yang dihasilkan industri kreatif (Wilantara & Susilawati : 2016). Usaha industri sebutret ini masuk dalam kategori kerajinan yang berarti merupakan kelompok ekonomi industri kreatif berdasarkan Departemen Perdagangan RI.

Usaha industri kreatif dibidang kerajinan dapat berkempang pesat karena

usaha industri sebutret yaitu usaha industri berbahan dasar serat sabut kelapa yang dikombinasikan dengan getah karet alami.

Produk Sebutret atau serat sabut kelapa berkaret ini dilatar belakangi oleh penemuan H.Karsono yang menemukan adanya serat sabut kelapa di sebuah jok mobil Mercedes Bens tua. Beliauupun terpikir untuk memproduksinya sendiri lantaran bahan bakunya berupa kulit kelapa dan getah karet alami cukup melimpah karena dihasilkan dari perkebunan rakyat. Selanjutnya, bapak H. Karsono mencari-cari informasi dan ilmu mengenai produk sebutret dengan mengikuti pelatihan pembuatan sebutret di Balai Penelitian Tanaman Karet (BPTK) pada akhir tahun 2007. Kemudian bapak H. Karsono mendirikan usaha pembuatan sebutret yang diberi nama Sebutret Indonesia.

Sebutret atau serat sabut kelapa berkaret ini masuk dalam daftar produk unggulan kabupaten cilacap. Dari dokumen-dokumen yang diperoleh dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Cilacap dapat diolah menjadi data industri kerajinan yang menerangkan bahwa usaha industri kerajinan Sebutret yang memiliki nilai penjualan paling tinggi yaitu industri sebutret sebesar Rp 1.006.000.00,00 sebagaimana dijelaskan pada tabel 2 adalah sebagai berikut:

merupakan hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui ketrampilan tangan dari sumber daya alam yang bisa digunakan sebagai sarana promosi guna memperkenalkan keistimewaan dan kekayaan alam yang dimiliki oleh suatu daerah. Begitu pula dengan usaha industri sebutret yang keberadaanya memberikan pengaruh dan kontribusi terhadap Kabupaten Cilacap pada khususnya melalui produknya yang memberikan nilai tambah ekonomis dari bahan baku yang keberadaanya melimpah sehingga dapat meningkatkan perekonomian dengan nilai penjualan paling tinggi.

Permasalahan usaha industri kerajinan atau berbasis ekonomi kreatif pada umumnya

terletak pada sumber daya manusia yang masih rendah. Sumber daya manusia merupakan suatu yang paling penting dalam suatu industri, apabila sumber daya manusianya bagus maka kualitas produk yang dihasilkan juga akan bagus. Mengingat usaha industri Sebutret Indonesia bergerak dibidang kerajinan, yang sewaktu-waktu menerima pesanan/borongan yang memerlukan tenaga kerja lebih atau tenaga kerja lepas yang memiliki ketrampilan di bidang sebutret.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti kepada bapak Muhammad Firdaus (pemilik usaha industri Sebutret Indonesia), Jumlah produksi yang mampu dihasilkan nyatanya sudah mampu memenuhi permintaan dalam negeri namun untuk saat ini kapasitas ekspor belum mampu dipenuhinya padahal ketersediaan bahan baku cukup melimpah hal ini merupakan salah satu kekuatan dari industri tersebut yang harus dimanfaatkan. Dalam proses produksi untuk menghasilkan produk yang berkualitas maka perlu memperhatikan bahan baku, seperti misalnya: pemilihan bahan baku, pemasok bahan baku, persediaan bahan baku agar sesuai kebutuhan dan inovasi produk dari bahan baku yang ada.

Sebagaimana menurut Ditjen Pendidikan Tinggi (2013:165) inovasi memegang peranan penting dalam mengembangkan produk dan jasa dalam bisnis." Pendapat tersebut menjelaskan bahwa kesuksesan perusahaan disebabkan oleh kreativitas mereka dalam berinovasi.

Dalam segi pemasaran industri Sebutret Indonesia, yaitu wilayah pemasaran Sebutret Indonesia sendiri masih dalam negeri dan sudah pernah merambah ke luar negeri. Namun untuk sekarang hanya dalam negeri karena kapasitas produksi yang belum memenuhi permintaan luar negeri dikarenakan sarana produksi yang masih kurang. Selain itu, berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pemilik usaha industri Sebutret Indonesia belum seluruhnya masyarakat mengenal produk serat sabut kelapa ini sehingga perlu ditingkatkan dalam hal memperkenalkan produk tersebut kepada masyarakat luas.

Melihat kondisi tersebut dimana usaha industri Sebutret Indonesia yang mengalami perkembangan dari tahun ke tahun, serta mampu mengatasi hambatan yang ada, hal tersebut menunjukkan bahwa usaha industri Sebutret Indonesia merupakan usaha yang mampu untuk mengembangkan dan mempertahankan usahanya agar terus berkembang yang mana pasti melalui sebuah strategi karena strategi (strategy) merupakan peta jalan (road map) tindakan-tindakan yang

disusun untuk mencapai misi, sasaran dan tujuan (Zimmerer et, al., 2008:145).

Strategi pengembangan sangat diperlukan dalam mengembangkan sebuah strategi usaha, karena strategi pengembangan usaha merupakan rencana menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya suatu industri yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya dalam rangka mencapai tujuan industri secara efektif dan efisien. Sebagaimana pendapat Anoraga (2007:66) menyatakan bahwa "pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas". Artinya setiap wirausaha harus pintar-pintar dalam menentukan pilihan tindakan atau cara yang dilakukan untuk mempertahankan dan atau mengembangkan usahanya menuju lebih baik.

Faktor pengembangan usaha kecil sangat ditentukan oleh kemampuan berwirausaha yang bersangkutan, motivasi, lingkungan kerja, penambahan modal dan pemberian intensif pada karyawan. Apabila seorang pengusaha mampu memadukan empat hal tersebut dalam satu kesatuan, maka dapat dikatakan usahanya akan dapat mengalami kemajuan dan perkembangan yang cukup pesat. Setidak-tidaknya dari keempat faktor tersebut seorang pengusaha mampu mengembangkan kemampuan kewirausahaan.

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) merupakan kemampuan kreatif dan inovatif (*creat a new and different*) yang dijadikan kiat, dasar, sumber daya, proses dan perjuangan untuk menciptakan nilai tambah barang dan jasa yang dilakukan dengan keberanian untuk menghadapi risiko (Kardoyo, Widiyanto, Setiaji, 2017:8). Kemampuan kewirausahaan sangat penting terlebih lagi pada situasi krisis multidimensi. Kemampuan berwirausaha seseorang akan sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha tersebut.

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas maka peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul "Industri Sebutret Indonesia di Kabupaten Cilacap dalam Pengembangan Usaha". Dimana Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan yang diterapkan oleh usaha industri Sebutret Indonesia melalui aspek produksi, pemasaran dan sumber daya manusia.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat

diamati. pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistic (utuh) Bogdan dan Taylor (1975:5) dalam Moleong (2002). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam variable atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai satu kesatuan yang utuh.

Desain penelitian dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian mengenai manusia (dapat suatu kelompok, organisasi, maupun individu), peristiwa, latar secara mendalam, tujuan dari penelitian ini mendapatkan gambaran yang mendalam tentang suatu kasus yang sedang diteliti (Sujarweni : 2014). Desain penelitian studi kasus digunakan untuk mengkaji dan mengetahui gambaran strategi pengembangan yang dijalankan usaha industri Sebutret

Indonesia. Pengumpulan datanya diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Fokus penelitian dalam penelitian ini ditunjukkan untuk mengetahui gambaran strategi pengembangan yang dilakukan oleh usaha industri Sebutret Indonesia melalui aspek produksi, pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia yang diterapkan oleh industri Sebutret Indonesia. Lokus penelitian dalam penelitian ini berada di sebuah usaha industri Serat Sabut Kelapa Berkaret (Sebutret) yaitu Sebutret Indonesia yang terletak di Dusun Tambleg RT 02/05 Desa Tambaksari Kecamatan Wanareja, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah.

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table 3 adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Sumber Data Penelitian

No	Data	Sasaran	Teknik Pengumpulan Data
1	Produksi		
	Tempat Produksi	Pemilik UKM	Wawancara
	Bahan Baku	Tenaga Kerja Produksi	Observasi
2	Pemasaran		
	Pengembangan Produk		Dokumentasi
	Promosi	Pemilik UKM	Wawancara
3	Sumber Daya Manusia		
	Layanan Pembelian	Tenaga Kerja Produksi	Dokumentasi
	Tempat	Tenaga Kerja Pemasaran	Observasi
3	Sumber Daya Manusia		
	Daerah asal tenaga kerja	Pemilik UKM	Wawancara
	Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia	Tenaga Kerja UKM	Dokumentasi Observasi

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi dan wawancara kepada Responden yang dianggap dapat memberikan data yang kredibel dan dapat dipercaya serta dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik analisis model miles and huberman, yang didalam tekniknya terdapat langkah langkah yaitu mengumpulkan data (*data reduction*), dalam hal ini data yang didapatkan yaitu data mengenai strategi pengembangan produksi, strategi pengembangan pemasaran dan strategi pengembangan sumber daya manusia yang dijalankan oleh usaha industri Sebutret Indonesia. Setelah itu penyajian data (*data display*) dalam penelitian ini data yang disajikan yaitu berupa gambaran deskriptif mengenai strategi pengembangan usaha industri Sebutret Indonesia. Kesimpulan (*conclusion/verification*). dari penelitian ini berupa temuan terkait pengembangan usaha industri Sebutret Indonesia melalui aspek produksi, pemasaran, dan sumber daya manusia. Temuan ini

merupakan sebuah gambaran atau konsep mengenai strategi pengembangan usaha melalui aspek produksi, pemasaran dan sumber daya manusia yang diterapkan dalam usaha industri Sebutret Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha Industri Sebutret Indonesia.

Usaha Industri Serat sabut berkaret (sebutret) yang bernama Sebutret Indonesia ini beralamat di Dusun Tambleg Rt 02 Rw 05 Desa Tambaksari Kecamatan Wanareja Kabupaten Cilacap. Serat Sabut Kelapa Berkaret atau yang biasa disebut dengan Sebutret merupakan produk berbahan baku alam tropis Indonesia. Bapak H. Karsono atau yang lebih dikenal dengan sebutan pak haji ini adalah orang yang mendirikan usaha industri Sebutret Indonesia.

Awal dari Usaha Industri Sebutret Indonesia ini yaitu berawal dari penemuan H.Karsono yang menemukan adanya serat sabut kelapa di sebuah jok mobil Mercedes Bens tua.

Selain itu, bapak H.Karsono juga melihat potensi yang ada dimana di daerah Kecamatan Wanareja tersedia melimpahnya bahan baku berupa kulit kelapa (sabut kelapa) dan juga karet dari perkebunan rakyat. Melihat potensi tersebut Bapak Karsono merasa tidak puas karena bahan-bahan tersebut hanya dijual sebagai bahan mentah. Selanjutnya beliau mencari - cari ilmu, mencari referensi di google yang selanjutnya menemukan produk sebutret yang memang sebelumnya sudah di prakasai oleh negara India dan Srilanka. Bapak Karsono berfikir bahwa ini merupakan sebuah inovasi untuk meningkatkan nilai jual dari sabut kelapa dan karet itu sendiri. Seperti yang kita ketahui bahwasannya kebanyakan dari pemilik bahan baku (sabut kelapa), mereka hanya menjual sebagai bahan mentah yang otomatis memiliki

nilai rendah. Maka dari itu, beliau kan itu balik lagi kita ka ada yayasan dikasih tanggung jawab aja dari karet aja tidak tercukupi.

Dari situ tergelitilah untuk mencari ilmu dari sebutret. Kemudian Bapak alm.H.Karsono pada akhir tahun 2007 mengikuti pelatihan di Balai Penelitian Tanaman Karet (BPTK) bogor. Selanjutnya, pada tanggal 25 Mei 2009 bapak H. Karsono mendirikan usaha industri Sebutret Indonesia dengan nama Sebutret Indonesia. Produk sebutret merupakan kombinasi antara serat sabut kelapa dan getah karet yang mana dalam memproduksi serat sabut kelapa berkaret secara umum meliputi beberapa proses yakni proses pengolahan sabut kelapa menjadi serat atau menjadi serat keriting, proses pengolahan lateks atau getah karet, proses pembuatan compon dan proses pembuatan sebutret.

Hasil dan Pembahasan

Sesuai dengan rancangan awal penelitian yang digunakan menyebutkan bahwa metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Langkah ini digunakan dengan alasan data mentah yang pengambilannya memanfaatkan kamera maupun catatan lapangan menjadi data yang lebih bermakna sehingga mudah dipahami.

Penyajiaan data yang dilakukan secara berurutan dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi. Berikut ini disajikan deskripsi penemuan data mengenai strategi pengembangan yang dilakukan usaha industri Sebutret Indonesia dalam mengembangkan usahanya.

Strategi Pengembangan Produksi

Proses produksi di dalam suatu perusahaan merupakan seluruh aktifitas yang mengubah input menjadi output yang berupa barang maupun jasa. Mulai dari pengolahan bahan baku hingga barang jadi dapat dipantau dan akan menghasilkan produk yang berkualitas yang akan menguntungkan perusahaan. Usaha industri Sebutret Indonesia dalam memproduksi sebutret yang berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti memerlukan alat dan bahan sebagaimana dijelaskan pada tabel 4. sebagai berikut:

Tabel 4. Daftar Alat dan Bahan Sebutret

No	Alat Produksi Sebutret	No	Bahan Produksi Sebutret
1	Kompresor dan alat penyemprot	1	Getah Karet
2	Alat Press	2	Sabut Kelapa
3	Oven	3	Larutan Bahan Kimia
4	Ball mill		
5	disperse		
6	Mesin Homogenizer		
7	Cetakan		
	Mesin Jahit		

Sumber: Pemilik Usaha Industri Sebutret Indonesia, 2017

Berdasarkan tabel 4. dijelaskan bahwa bahan produksi sebutret berupa karet, sabut kelapa dan larutan bahan kimia. Untuk bahan baku berupa karet diambil dari hasil perkebunan karet milik sendiri dan juga menjalin kerjasama dengan petani karet sekitar apabila bahan baku karet dari perkebunan sendiri tidak mencukupi kebutuhan. Sedangkan untuk sabut kelapanya pihak pemilik memilih menjalin kerjasama atau bermitra dengan petani sabut kelapa yang berada di tiga daerah yaitu Kecamatan Wanareja, Dayeluhur, dan Karang Sari. Tujuan menjalin kerjasama yang dilakukan oleh usaha industri Sebutret Indonesia adalah untuk mempermudah usaha industri Sebutret Indonesia dalam memproduksi sebutret tersebut yang selanjutnya akan mengembangkan usahanya kearah yang lebih baik.

Didalam memilih rekan untuk bekerjasama, usaha industri Sebutret Indonesia mengutamakan petani sabut kelapa dari daerah sekitar usaha industri sebutret dengan tujuan untuk meminimalisir biaya produksi sehingga dapat memberikan keuntungan yang maksimum kepada kedua belah pihak. Sebagaimana pernyataan dari Bapak Muhammad Firdaus selaku pemilik usaha industri Sebutret Indonesia

dalam wawancara pada 23 Oktober 2017 yang menyampaikan bahwa:

“Iya petani sabut daerah sini aja sih mba. Dayeluhur, karangsari wanareja juga ada kita ambilnya untuk sabut sih, saya minta ada sabutnya, panjang minimal 10 cm, sabutnya yang gede ada 10 cm sampai 15 cm.”

Dalam proses pengembangan produksi di Industri Sebutret Indonesia melalui langkah-langkah yang telah dilakukan oleh usaha industri Sebutret Indonesia yaitu langkah selanjutnya dengan memperhatikan sarana produksi. Dalam pengadaan alat-alat produksi merupakan hasil rekayasa sendiri sehingga dapat terus diperbarui dan dikembangkan serta lebih efisien. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bapak Muhammad Firdaus selaku pemilik usaha industri Sebutret Indonesia saat diwawancarai pada 23 Oktober 2017, beliau menyampaikan bahwa:

“Buat sendiri, rekayasa sendiri. Sedangkan perbandingannya harganya jauh lebih mahal beli, Fungsinya sama, hasilnya nggak beda jauh, cuman emang untuk kecepatannya kita sedikit beda wajarlah. Cuman nggak nyampek aa. Misalnya saya sehari bisa bikin 10 rol, Taiwan paling 13 rol 15 rol ngga terlalu jauh Cuma dari harga pun jauh sekali.”

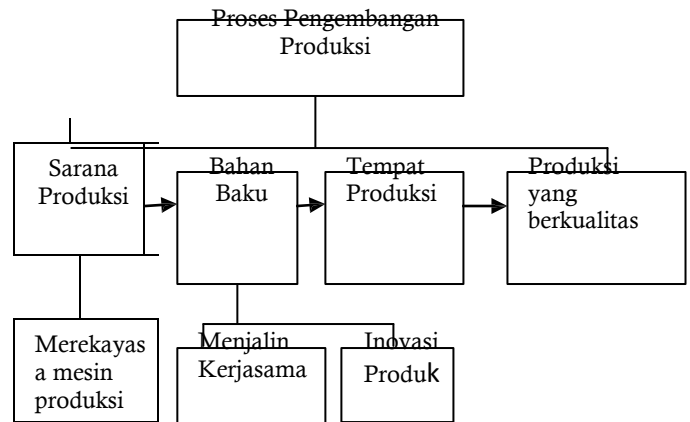
Untuk tempat produksi pemilik usaha memilih lokasi yang berdekatan dengan bahan baku namun juga tidak terlalu jauh dari tempat tinggal pemilik dengan tujuan untuk mempermudah pengawasan.

Selanjutnya, untuk mengembangkan usahanya pihak usaha industri Sebutret Indonesia melakukan inovasi produk yaitu dengan menganekaragamkan jenis produk sebutret yaitu merambah ke kerajinan serta memproduksi produk lain berupa sarung tangan karet. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Muhammad Firdaus selaku pemilik usaha industri Sebutret Indonesia saat diwawancarai pada 23 Oktober 2017 yang menyampaikan bahwa:

“Itu pengembangan produk kami aja (produk kerajinan). Saya cari referensi-referensi, kita bikin sesuai dengan itu. Terus sarung tangan karet Saya planning, belajar saya sendiri, langsung kita di bogor belajar trus kita jadi sabutret sarung tangan ini.”

Proses pengembangan produksi yang diperhatikan oleh usaha industri Sebutret Indonesia mulai dari sarana produksi, bahan baku, dan pemilihan tempat produksi untuk menghasilkan produk yang berkualitas, hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Madura (2007) yang mengatakan bahwa ada berbagai keputusan yang harus dibuat terkait dengan proses produksi supaya produk yang

dihasilkan berkualitas. Keputusan tersebut meliputi: tempat atau lokasi, fasilitas produksi, dan desain tata ruang fasilitas tersebut. Untuk lebih jelasnya pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1: Strategi Pengembangan Produksi Industri Sebutret Indonesia

Pengembangan usaha pada aspek produksi yang telah dilakukan oleh usaha industri Sebutret Indonesia yaitu dengan memperhatikan sarana produksi, Dalam pengadaan alat-alat produksi merupakan hasil rekayasa sendiri sehingga dapat terus diperbarui dan dikembangkan serta lebih efisien. Sebagaimana pendapat dari Prawirosentono (2007:158) yang menyatakan bahwa suatu produk bukan saja dipengaruhi oleh mutu bahan baku yang digunakan tetapi juga dipengaruhi oleh teknologi proses pembuatannya. Artinya mesin untuk memproses pembuatan bahan baku menjadi barang jadi akan mempengaruhi mutu barang. Umumnya teknologi mesin yang lebih mutakhir selalu menghasilkan mutu barang yang lebih baik. Oleh karena itu pengembangan sarana produksi memang sangat perlu dilakukan karena menyesuaikan perkembangan zaman ke zaman yang teknologinya semakin canggih maka industri akan menyesuaikannya.

Selanjutnya, untuk mengembangkan usahanya pihak usaha industri Sebutret Indonesia melakukan inovasi produk yaitu dengan menganekaragamkan jenis produk sebutret yaitu merambah ke kerajinan serta memproduksi produk lain berupa sarung tangan karet. Menurut Kreitner dan Kinicki (2014:256) inovasi adalah “menciptakan sesuatu yang mengarah kepada kebutuhan pelanggan.” Kreitner dan Kinicki juga menyebutkan bahwa inovasi berbeda dengan penemuan dan kreativitas, dimana penemuan adalah penciptaan sesuatu yang baru dan kreativitas adalah proses pengembangan sesuatu yang baru atau unik. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa inovasi tidak harus pada

suatu penemuan yang baru, akan tetapi inovasi bisa dilakukan pada produk-produk yang sudah ada, perusahaan yang berhasil melakukan inovasi adalah perusahaan yang mampu menggabungkan antara penemuan dan kreativitas yang dapat menghasilkan produk yang menghubungkannya dengan konsumennya.

Sebagaimana menurut Ditjen Pendidikan Tinggi (2013:165) inovasi memegang peranan penting dalam mengembangkan produk dan jasa dalam bisnis." Pendapat tersebut menjelaskan bahwa kesuksesan perusahaan disebabkan oleh kreativitas mereka dalam berinovasi.

Berdasarkan dalam jurnal Abdillah (2016:60), dalam menentukan inovasi dan pengembangan produk kerajinan dengan cara memperbaiki produk sehubungan dengan adanya fakta tentang faktor konsumen produk kerajinan adalah yang dinamis yaitu mengikuti trend dan fashion desain serta arsitektur. Kedua, pengembangan produk dapat juga dilakukan dengan menambah ragam produk yang ada dengan cara menambah atau membuat produk yang berbeda dengan produk-produk yang saat ini telah diproduksi oleh perusahaan. Hal tersebut telah sesuai dengan apa yang dilakukan oleh usaha industri Sebutret Indonesia dimana pihak Sebutret Indonesia menganekaragamkan produk yaitu merambah ke bidang kerajinan yang awalnya hanya memproduksi jok dan kasur.

Selain merambah ke bidang kerajinan pihak usaha industri Sebutret Indonesia yaitu membuat produk baru berupa sarung tangan karet. Produk ini merupakan pengembangan produk dengan bahan baku yang ada yaitu berupa karet. Sebagaimana pendapat dari Anoraga (2007) bahwa pengembangan dibidang produksi mencakup dari bahan baku yang ada, bisakah dibuat produk yang lain, penambahan peralatan produksi, dan penetapan persediaan agar mencukupi kebutuhan.

Hal tersebut diperkuat berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Johan (2011:23-24) yang menyatakan bahwa dalam mengembangkan usahanya bisa menempuh berbagai cara adalah sebagai berikut: meluncurkan produk baru, mendirikan unit usaha baru, mengakuisisi produk yang telah ada dan mengakuisisi perusahaan yang telah ada. Dalam hal ini yang dilakukan usaha industri Sebutret Indonesia adalah hanya meluncurkan produk baru yaitu, berupa kerajinan dan sarung tangan karet.

Strategi Pengembangan Pemasaran

Pemasaran dapat digambarkan sebagai proses mendefinisikan, mengantisipasi, menciptakan, dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan atas barang dan jasa.

Pemasaran merupakan pandangan bisnis secara keseluruhan, sebagai usaha-usaha untuk menyamakan pembeli dan kebutuhan serta untuk promosi, menyalurkan produk atau servis untuk mengisi kebutuhan tersebut.

Hal tersebut perlu diperhatikan karena Pemasaran merupakan salah satu aspek yang penting dalam pengembangan industri kecil menengah (IKM) di Indonesia. Menurut Anoraga (2007) pendapat yang sering muncul adalah bahwa "kemampuan menghasilkan produk tetapi tidak disertai kemampuan memasarkan produk tersebut adalah kehancuran". Oleh karena itu, permasalahan di bidang pemasaran pada usaha kecil sering ditempatkan sebagai masalah utama di antara masalah-masalah lainnya.

Usaha industri Sebutret Indonesia dalam hal memperkenalkan produk sebutret ini pihak pengusaha melakukan promosi melalui media sosial, media cetak maupun mengikuti kegiatan pameran-pameran baik tingkat nasional maupun internasional.

Setiap tahunnya usaha industri Sebutret Indonesia mengikuti kegiatan pameran-pameran yang dimulai dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2017 dengan kegiatan pameran yang bertaraf nasional maupun internasional sebagaimana dijelaskan dalam tabel 5. adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Dokumentasi Kegiatan Pameran Yang Diikuti Usaha Industri Sebutret Indonesia.

No	Acara	Lokasi dan Waktu
1	SME'sCo & Home Furnishing Expo "Karya Kreatif KUKM"	Di Jakarta pada bulan November tahun 2009.
2	Konfensi Nasional Gerakan Penanaman 1 Milyar Pohon	Pada bulan November tahun 2010
3	IFFINA (International Furniture and Craft Fair)	Di Jakarta pada tahun 2012
4	Pameran Produk Unggulan Cilacap dalam rangka Kunjungan Presiden Indonesia	Pendopo Kabupaten Cilacap
5	JIE expo (Jakarta International Expo)	Di Jakarta pada tahun 2016
6	Festival Kelapa Internasional (World Coconut Day 2017)	di Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau pada bulan September tahun 2017

Kegiatan pameran ini merupakan langkah promosi yang bagus untuk lebih memperkenalkan produk dan memasarkannya. Selain itu, kegiatan pameran ini memberikan dampak positif untuk mengembangkan usaha lebih maju lagi dan dengan adanya pameran ini dapat membangun kerjasama dengan orang lain untuk dapat mengembangkan usahanya kearah yang lebih baik lagi. Sebagaimana hal ini tersirat dari pernyataan Bapak Muhammad Firdaus selaku pemilik usaha industri Sebutret Indonesia saat diwawancarai pada 23 Oktober 2017 yang menyampaikan bahwa:

“Saya berangkat kesana festival kelapa internasional, show ada barang-barang kami, biasa ya dikelilingi kunjungan bupati sempet ngobrol dengan saya, dia nantang saya, uda mas mas dirikan pabrik disini, respon positifnya ada, relasi saya jadi lebih banyak, saya kenal dengan orang-orang yang membuka usaha kelapa contohnya saja tadi yang saya telfon bang febr, beliau orang medan, dia pengrajin kelapa, dia bikin lukisan dari sabut kelapa. Itu sekarang jd berkah, jadi kemanapun beliau pameran, barang saya diikutkan kadang saya juga ikut. Kadang sebaliknya saya ikut pameran beliau saya ikutkan. Jadi kita emang harus berinves, kita tidak bisa hidup sendiri, individual itu tidak bisa.”

Usaha industri Sebutret Indonesia dalam memasarkan atau memperkenalkan produknya tidak hanya melalui media sosial dan kegiatan pameran ataupun expo melainkan memasarkan produk dengan pedagang grosir atau eceran melalui pemasaran secara online maupun secara langsung. Untuk pemasaran secara langsung pembeli datang langsung ke bengkel produksi yang mana pihak industri menyediakan produk-produk sebutret yang dipajang disamping bengkel produksi dan memberikan jasa layanan antar produk.

Dengan pemajangan produk-produk Sebutret Indonesia sehingga konsumen atau masyarakat dapat melihat dan memegang langsung produk sebutret memiliki dampak yang baik yaitu dapat meningkatkan ketertarikan yang selanjutnya meningkatkan pembelian, sebagaimana pernyataan Bapak Muhammad Firdaus selaku pemilik usaha industri Sebutret Indonesia pada saat diwawancarai pada 23 Oktober 2017 yang menyampaikan bahwa:

“Saya sudah pelajari namanya konsumen, konsumen melihat dan memegang itu rangny beda. Kalau hanya melihat maka dia hanya 50 persen fifty-fifty membeli atau tidak. Percaya atau ndak. Kalau dia uda melihat dan memegang 80 persen akan membeli itu aja.”

Melalui saluran komunikasi dimana industri membuat pemasaran lebih luas dengan dibuatnya media sosial baik facebook, website, BBM, WA maupun melalui brosur ataupun

memajang produknya sehingga meningkatkan peminat yang terus meningkat yang selanjutnya dapat meningkatkan keuntungan, selain itu juga dapat mengupdate proses saluran komunikasi setiap waktunya.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2009:14) untuk mencapai pasar sasaran, pemasar menggunakan tiga jenis saluran pemasaran, yaitu: saluran komunikasi, saluran distribusi, dan saluran layanan. Dimana saluran komunikasi ini untuk menyampaikan dan menerima pesan dari pembeli sasaran yang mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, surat, telepon, papan iklan, poster, flier, CD, kaset rekaman, dan internet. Saluran distributor untuk menggelar, menjual, atau menyampaikan produk fisik atau jasa kepada pelanggan atau pengguna yang mencakup distributor, pedagang grosir, pengecer, agen. Sedangkan saluran layanan untuk melakukan transaksi dengan calon pembeli yang mencakup gudang, perusahaan transportasi, bank, dan perusahaan asuransi yang membantu transaksi

Namun dalam hal ini strategi yang dilakukan usaha industri Sebutret Indonesia dalam pemasaran atau cara memperkenalkan produk menggunakan saluran komunikasi melalui media sosial, brosur dan pameran atau expo dan menggunakan saluran distribusi melalui pedagang grosir ataupun pengecer yang melakukan pembelian baik secara langsung maupun pembelian online. Selanjutnya, usaha industri Sebutret Indonesia dalam proses pengembangan pemasaran juga melalui saluran layanan menggunakan bank untuk melakukan pembayaran bagi para konsumen serta transportasi dalam hal ini menggunakan mobil dan perusahaan ekspedisi.

Ketiga saluran pemasaran yang digunakan usaha industri Sebutret Indonesia antara satu dengan yang lain saling berhubungan untuk mencapai sasaran pasar yang diinginkan. Melalui saluran komunikasi akan lebih memperkenalkan produk dan memperluas jangkauan pemasaran. Kemudian pedagang grosir atau pengecer untuk memasarkan produk. Selain itu, transportasi dan Bank juga dibutuhkan sebagai saluran layanan bagi produk yang dijual.

Berdasarkan jurnal Andreani (2007) menjelaskan bahwa dalam memasarkan produk melalui strategi komunikasi yang dapat dipilih melalui internet dan multi-media diyakini yang paling ampuh, karena mampu memberikan efek dramatis bagi pelanggan dengan melibatkan semua panca indra yang melihatnya. Dimana dalam melakukan pemasaran dibutuhkan media sosial, media cetak serta pameran-pameran

untuk melakukan promosi terhadap barang atau jasa yang dijual, dengan begitu akan memperluas jangkauan pemasaran dan menarik lebih banyak lagi konsumen atau peminat.

Hal tersebut sesuai dengan apa yang dilakukan oleh usaha industri Sebutret Indonesia dalam memasarkan produk sebutret sehingga dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan keuntungan yang sesuai dengan teknologi, kondisi sosial, dan perkembangan zaman. Saluran komunikasi ini merupakan saluran yang mudah untuk diperbaharui setiap waktunya sesuai dengan perkembangan zaman..

Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) atau *human resources* mengandung dua arti. Pertama, adalah usaha kerja atau jasa yang dapat diberikan dalam proses produksi. SDM mencerminkan kualitas usaha yang diberikan oleh seseorang dalam waktu tertentu untuk menghasilkan barang dan jasa. Kedua, SDM menyangkut manusia yang mampu bekerja untuk memberikan jasa atau usaha kerja tersebut. Mampu bekerja berarti mampu melakukan kegiatan yang mempunyai nilai ekonomis, yaitu kegiatan tersebut menghasilkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Menurut Subanar (2001) dewasa ini, sumber daya manusia (tenaga kerja) yang terampil dan mampu membawa sukses bagi perusahaan semakin langka terdapat pada jenis usaha kecil. Sehingga wirausaha perlu selektif dalam memilih karyawan yang akan dipekerjakan dalam usahanya. Untuk mendapatkan pekerja seperti ahli ukir, pembuat kerajinan kulit, dan lain-lain kita mudah menilai dari hasil pekerjaannya. Namun, untuk mendapatkan pekerja yang mengerjakan kegiatan yang bersifat administratif, wirausaha harus cermat dalam melakukan seleksi. Oleh karena itu perlu adanya manajemen sumber daya manusia yang handal, pengelolaan, penggunaan, dan pemanfaatan sumber-sumber lainnya menjadi tidak berdaya guna dan berhasil guna (Siagian:2002).

Hal tersebut mengandung makna bahwa sumber daya manusia merupakan faktor kunci supaya sumber-sumber lainnya menjadi berdaya guna dan berhasil guna. Untuk mencapai hal tersebut perlu dilakukan peningkatan kualitas dari sumber daya manusia itu sendiri baik dari kemampuan ketrampilan, pengetahuan maupun moralnya.

Dalam usaha industri Sebutret Indonesia, tenaga kerja yang direkrut dibedakan atas tenaga kerja yang berhubungan dengan

proses produksi dan tenaga kerja yang secara tidak langsung berhubungan dengan proses produksi. Tenaga kerja yang digunakan dalam proses produksi sebutret dibedakan menjadi dua, yaitu tenaga kerja tetap dan tenaga kerja lepas. Dimana tenaga kerja lepas dipekerjakan apabila usaha ini sedang memperoleh pesanan yang melimpah dan menuntut untuk kejar target demi memenuhi permintaan konsumen.

Selain itu tenaga kerja yang bekerja secara langsung dalam proses produksi, ada pula tenaga kerja tidak langsung yaitu tenaga kerja yang tidak terlibat dalam proses produksi sebutret. Tenaga kerja tersebut adalah tenaga marketing. Dimana tenaga marketing bertugas untuk melayani pembelian melalui online dan mengelola akun-akun media sosial maupun website dari Sebutret Indonesia. Jumlah tenaga marketing dalam usaha industri Sebutret Indonesia ini adalah satu orang.

Tenaga kerja dalam usaha sebutret Indonesia ini yang berjumlah 8 orang dengan tingkat pendidikan terakhir SMA/SMK berjumlah 3 orang, lulusan kejar paket C yaitu 4 orang dan lulusan kejar paket B berjumlah 1 orang. Dimana tenaga kerja dalam usaha ini berasal dari wilayah Tambaksari dan sekitarnya yaitu Wanareja, Dayeluhur dan Majenang.

Dilihat dari penjelasan diatas tingkat pendidikan tenaga kerja yang ada di usaha industri Sebutret Indonesia rata-rata adalah lulusan sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas maka dari itu, perlu dilakukan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Dimana setiap usaha begitu juga usaha industri Sebutret Indonesia menginginkan sumber daya manusia yang berkompeten sehingga mampu mengembangkan usahanya menuju kearah yang lebih baik. Oleh karena itu, dalam hal ini dilakukan melalui pelatihan-pelatihan rutin yang diikuti baik dari pihak internal maupun eksternal perusahaan. Sebagaimana hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Muhammad Firdaus selaku pemilik usaha industri Sebutret Indonesia saat diwawancarai pada 23 Oktober 2017, menyampaikan bahwa:

"Saya training dan saya juga cari informasi setiap-setiap ada pelatihan, gini jadi fungsi, justru jadi saya fungsi dinas cilacap itu lebih ke informasi pelatihan sih, saya minta difasilitasi pelatihan sudah seneng banget, serius. Dikasih fasilitas pelatihan dari dinas udah seneng. Saya nggak minta muluk-muluk, paling setiap ada pelatihan saya bawa 2 orang 2 orang tenaga khusus."

Tidak sampai disitu saja langkah pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan oleh usaha industri Sebutret Indonesia. Langkah lain yang dilakukan adalah

menjalinkan kerjasama dengan pusat kegiatan belajar masyarakat (PKBM) An-Nur. PKBM An-Nur merupakan lembaga pendidikan non-formal dibawah naungan yayasan An-nur. Pendirian PKBM ini berawal dari inisiatif alm.Bapak H.Karsono yang merupakan pendiri dan sekaligus pemilik usaha industri Sebutret Indonesia.

Didalam PKBM An-nur selain bergerak dibidang pendidikan disitu didalam PKBM harus ada program bidang usahanya maka dimasukkanlah sebutret yang akan diajarkan kepada para warga belajar PKBM An-nur. Sebagaimana tersirat dari pernyataan Bapak Muhammad Firdaus selaku pemilik usaha industri Sebutret Indonesia saat diwawancarai pada 23 Oktober 2017 yang menyampaikan bahwa:

"Iya ada pesanan. Warga belajar kita tarik semua. Pas ada pesenan banyak kita tarik, ataupun kan sebenarnya kan pkbm kan bimbingan belajar mengajarkan ya. Eee untuk istilahnya bukan bagian non formal. Tetep ada paket b paket c , fokusnya sebenernyany di pendidikannya juga sih sebenarnya. Cuman karena memang ada usaha yang diberikan juga kita ikutkan pelatihan di sini atau kita setiap minggu ada bikin sebuah prodak, praktek-praktek gitu per 3 minggu atau 2 minggu sekali."

Pusat kegiatan belajar masyarakat (PKBM) An-nur juga dijadikan wadah untuk mengembangkan sumber daya manusia usaha industri Sebutret Indonesia. Dimana pengembangan sumber daya manusia tidak hanya dilakukan melalui pelatihan-pelatihan yang akan menambah ketrampilan tetapi juga melatih mental sumber daya manusia tersebut salah satunya adalah kemampuan untuk berbicara didepan orang banyak (*public speaking*). Sebagaimana hal tersebut tersirat dalam pernyataan Bapak Muhammad Firdaus selaku pemilik usaha Industri Sebutret Indonesia saat diwawancarai pada 23 Oktober 2017 yang menyampaikan bahwa:

"Kepala produksi kita turinin. Masalahnya apa ya. Biar mereka belajar si intinya, mereka belajar ngomong di depan orang, presentasi didepan orang, karena saya nggak mungkin jadi manusia yang abadi. Sedangkan untuk penerus saya belum ada."

Sehingga strategi pengembangan sumber daya manusia yang dilakukan usaha industri Sebutret Indonesia yang didalamnya melalui proses pelatihan maupun seminar yang diadakan oleh pemerintah didalam maupun diluar kabupaten cilacap dan melalui pendirian lembaga non-formal yang bernama PKBM An-nur sehingga sumber daya yang ada didalam industri Sebutret Indonesia berkualitas dan terampil termasuk juga tenaga kerjanya baik

tenaga kerja tetap maupun tenaga kerja lepas. Sehingga kualitas sumber daya manusia usaha industry Sebutret terus meningkat yang selanjutnya akan berdampak terhadap berkembangnya usaha industry Sebutret Indonesia, maka apabila digambarkan dalam sebuah bagan dapat dilihat pada gambar 2 adalah sebagai berikut:



Gambar 2 : Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Usaha Industri Sebutret Indonesia

Berdasarkan dalam jurnal Ruhana (2012: 53) untuk keperluan pengembangan sumber daya manusia guna peningkatan kualitas, pada dasarnya dapat dilakukan melalui 3 jalur utama, yaitu : pertama jalur pendidikan formal, dimana pada jalur ini melalui sekolah dasar, sekolah menengah tingkat pertama dan atas, dan perguruan tinggi baik umum maupun kejuruan yang membekali seseorang dengan dasar pengetahuan, teori dan logika, pengetahuan umum, kemampuan analisis, serta pengembangan watak dan kepribadian; kedua jalur latihan kerja, dimana merupakan proses pengembangan keahlian dan ketrampilan kerja; dan ketiga jalur pengembangan atau pengalaman di tempat kerja, dimana untuk meningkatkan pengetahuan teknis maupun ketrampilan kerjanya dengan mengamati orang lain, menirukan, dan melakukan sendiri tugas-tugas pekerjaan yang ditekuninya.

Namun, dalam usaha industri Sebutret Indonesia pengembangan sumber daya manusianya hanya melalui dua jalur yaitu jalur latihan kerja dan jalur pengalaman kerja, yang mana jalur latihan kerja dengan rutin mengikuti kegiatan pelatihan-pelatihan baik dari pihak internal maupun dinas terkait. Sedangkan untuk jalur pengalaman kerja yaitu dengan mengamati dan menirukan tenaga kerja yang lebih senior dan melakukan tugasnya secara berulang-ulang. Untuk pengembangan sumber daya manusia melalui jalur pendidikan formal belum dilakukan oleh usaha industri Sebutret Indonesia melainkan melalui jalur pendidikan non-formal yaitu melalui PKBM An-nur.

Pengembangan sumber daya manusia melalui pelatihan-pelatihan dan pendidikan non-formal yang dilakukan usaha industri Sebutret Indonesia, hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hafsah (2002:248-249) bahwasanya menyatakan bahwa langkah-langkah pengembangan sumber daya manusia yang berperan dalam setiap aspek produksi mulai dari penerapan teknologi sampai kepada pengelolaan manajemen usaha, sehingga dalam rangka mengembangkan sumber daya manusia dilakukan hal-hal sebagai berikut: pelatihan dan kursus yang diadakan untuk karyawan dan manajer, meningkatkan kualitas manajer dan wirausahawan melalui pendidikan formal, non-formal, magang, studi banding, seminar, workshop dan lain sebagainya guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga mampu mengelola industrinya untuk dapat bersaing. Kemudian diperkuat kembali dengan pendapat dari Hasibuan (2009:69) bahwa pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerja/jabatan melalui pendidikan dan latihan.

Artinya bahwa dalam melakukan pengembangan sumber daya manusia dapat dilakukan melalui jalur pendidikan dan pelatihan, yang mana hal tersebut telah dilakukan oleh usaha industri Sebutret Indonesia yaitu melalui kegiatan pelatihan baik dari pihak internal dan pihak dinas terkait maupun melalui pendidikan non-formal yaitu melalui PKBM An-Nur guna meningkatkan kualitas sumber daya manusia usaha industri Sebutret Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian deskripsi hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengembangan usaha Industri Sebutret Indonesia maka dapat menarik kesimpulan yaitu: strategi pengembangan yang dilakukan usaha industri Sebutret Indonesia melalui aspek produksi, pemasaran dan sumber daya manusia.

Strategi pengembangan produksi melalui menjalin kerjasama dengan petani sabut kelapa, menerapkan standar terhadap bahan baku yang digunakan untuk memproduksi sebutret sehingga dapat dipastikan bahwa bahan baku yang digunakan adalah berkualitas baik, memperhatikan tempat produksi dan sarana produksi serta merencanakan sendiri alat-alat produksinya, melakukan pengembangan produk dengan menganeekaragaman produk sehingga bermacam-macam produk yang diproduksi usaha industri Sebutret Indonesia dan

meluncurkan produk baru berupa sarung tangan karet.

Strategi pengembangan pemasaran yang dilakukan usaha industri Sebutret Indonesia melalui pemanfaatan media sosial, media cetak dan juga pameran-pameran untuk memasarkan dan memperkenalkan produk Sebutret Indonesia sehingga memperluas jangkauan pemasaran, memasarkan produk dengan pedagang grosir atau eceran melalui pemasaran secara online.

UCAPAN TERIMA KASIH

Prof. Dr. Fatkhur Rokhman, M. Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Negeri Semarang.

Dr. Wahyono, M.M, Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu di Fakultas Ekonomi.

Drs. Heri Yanto, M. BA, Ph.D, Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ekonomi yang telah memberi izin penelitian.

Dr. Ade Rustiana, M.Si, Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran administrasi dalam menyelesaikan skripsi.

Dr. Kardoyo, M.Pd, Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar dan bijaksana mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Dosen-dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan ilmu, pengetahuan, dan pengalamannya selama ini.

Muhammad Firdaus Hijriyah, Pemilik usaha industri Sebutret Indonesia yang telah memberikan izin penelitian dan melancarkan penyusunan skripsi.

Tenaga Kerja usaha industri Sebutret Indonesia yang telah membantu terlaksananya penelitian ini dengan baik sampai tahap akhir.

Kedua orang tua tercinta, Bapak Suwarjo dan Ibu Komariyah yang tiada henti memberikan doa, dukungan dan dorongan baik lahir maupun batin dalam menyelesaikan skripsi.

Teman-teman seperjuangan Pendidikan Ekonomi Koperasi A 2013 dan semua teman-teman sepermainan yang tidak bisa ditulis satu persatu yang telah membantu dan memotivasi dalam menyelesaikan skripsi.

Semua pihak yang telah memberikan bantuan, doa, dukungan, pencerahan, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, Yusri. (2016). *"Inovasi dan Pengembangan Produk UKM Handikraf*

- Untuk Pasar Pariwisata di Bali". *E- Journal Fakultas Ilmu Administrasi*, Vol.10, No.2. Malang: FIA Universitas Brawijaya
- Andreani, Fransisca. (2007). "Experiential Marketing (Sebuah Pendekatan Pemasaran)". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.2, No.1, April 2007 Surabaya: FE Universitas Kristen Petra
- Anoraga, Pandji. (2007). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Anoraga, Pandji & H. Djoko Sudantoko. (2002). *Koperasi, Kewirausahaan, dan Usaha Kecil*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik, 2016. *Jawa Tengah dalam Angka*. www.bps.go.id. Diakses Pada 9 April pukul 07.00 WIB
- Badan Pusat Statistik, 2016. *Persebaran Industri Kecil di Indonesia 2013-2015*. www.bps.go.id. Diakses Pada 9 Maret pukul 09.00 WIB.
- Direktorat Jendral Pembelajaran dan Kemahasiswaan Ditjen Pendidikan Tinggi. 2013. *Kewirausahaan*. Jakarta: Ditjen Pendidikan Tinggi
- Hasfah, Mohammad Jafar. (2002). *Bisnis Gula di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- (2004). *Upaya Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*. *Jurnal Infokop*. Nomor 25 Tahun XX Jakarta: Kementerian Koperasi dan UMKM.
- Hasibuan, Malahayu S.P. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Johan, Suwinto. (2011). *Studi kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kardoyo, Widiyanto., dan Khasan Setiaji. (2017). *Kewirausahaan*. Semarang: LPPM Universitas Negeri Semarang.
- Kreitner, Robert dan Kinicki, Angelo. (2014). *Perilaku Organisasi Jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip, & Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2010). *Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Madura, Jeff. (2007). *Pengantar Bisnis*. Terjemahan Ali Akbar Yulianto dan Krista. Jakarta: Salemba Empat.
- Moleong, Drs.Lexy J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Partomo M.S., Tiktik Sartika, & Abd. Rachman Soejoedono. (2002). *Ekonomi Skala Kecil/Menengah dan Koperasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prawirosentono, Suyadi. (2007). *Manajemen Operasi (Operations Management) Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Ruhana, Ika. (2012). "Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia VS Daya Saing". *Jurnal Profit, Volume 6*, Nomor 1, Juni 2012. Malang: FIA Universitas Brawijaya
- Siagian, Sondang P. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Situmorang, J. (2008). *Strategi UMKM dalam Menghadapi Iklim Usaha yang Tidak Kondusif*. *Jurnal Infokop*. Volume. 16 hal 87-101.
- Subanar, Harimurti. 2001. *Manajemen Usaha Kecil Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sukirno, Sadono. (2010). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Winarni, Endang Sri. (2006). *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Melalui Peningkatan Aksesibilitas Kredit Perbankan*. *Jurnal Infokop*, Nomor 29, Tahun XXII

Wilantara, Rio F. & Susilawati. (2016). *Strategi & Kebijakan Pengembangan UMKM (Upaya meningkatkan Daya saing UMKM Nasional di Era MEA)*. Bandung: PT Refika Aditama

Zimmerer, W., & Norman M. Scarborough. (2008). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat