

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI RUMAHTANGGA DI
KOTA PEKANBARU (Studi Kasus Usaha *Jamur Crispy*
Industri Pengolahan Jamur Tiram)**

**Oleh :
Muhammad Akbar Fatria
Pembimbing : Jahrizal dan Eka Armas Pailis**

*Faculty of Economics Riau University, Pekanbaru, Indonesia
Email : fatriaakbar@gmail.com*

*Industrial Development Strategy Of Household In Pekanbaru (Business Case
Study Of Mushrooms Crispy Oyster Mushroom Processing Industry)*

ABSTRACT

Domestic industry not only plays a role in providing jobs, but also plays a role in economic empowerment. Manufacturing Enterprises crispy mushroom oyster mushroom is engaged in the cultivation of oyster mushrooms and post-harvest processing. This study aims to determine the development strategy of industry in the city of Pekanbaru (business case studies Manufacturing crispy mushroom oyster mushroom). As this study used secondary data and primary data obtained from the Central Statistics Agency Pekanbaru City and obtained directly from the respondent businesses crispy mushroom Oyster Mushroom Processing Industry in the city of Pekanbaru. Population businessman crispy mushrooms Oyster Mushroom Processing Industry in Pekanbaru city has 9 business units. The analytical method used in this research is descriptive method by using SWOT analysis. Based on the results of SWOT analysis, shows that the effort mushroom crispy oyster mushrooms Processing Industry in the city of Pekanbaru have a strategy in developing the business, as well as in dealing with problems in the internal and external environment of the industry. Where this strategy is in quadrant 1. The strategy should ditetapkan in these conditions is to support aggressive growth policy. This aggressive strategy to focus more on strategy SO (strenght-opportunities), by using force to take advantage of existing opportunities. The strategies SO (strenght-opportunities) are: (1) Increasing the expertise of human resources, (2) Improved Promotional Activities, (3) Product Diversification

Keywords : SWOT Analysis, Strategy, Crispy Mushrooms

PENDAHULUAN

Industri kecil dan rumah tangga memiliki tiga alasan penting yang mendasari keberadaannya di Indonesia. *Pertama*, adalah karena kinerja industri kecil dan rumah tangga cenderung lebih baik dalam

menghasilkan tenaga kerja yang produktif. *Kedua*, sebagai bagian dari dinamikanya, industri kecil dan rumah tangga yang sering mencapai peningkatan produktivitasnya melalui investasi dan perubahan teknologi. *Ketiga*, karena sering diyakini bahwa industri kecil dan

rumah tangga memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas ketimbang usaha besar.

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

Industri rumah tangga di Kota Pekanbaru sangat berpotensi untuk dikembangkan. Karena tidak hanya berperan dalam penyediaan lapangan pekerjaan, namun juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru tergolong dalam industri rumah tangga, dan bergerak di bidang usaha pembudidayaan jamur tiram dan pengolahan pasca panen jamur tiram.

Diketahui bahwa usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru mengalami suatu perkembangan pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2012, dengan jumlah usaha yang bertambah, harga produk olahan jamur tiram naik, dan nilai penjualan produk olahan jamur tiram yang juga mengalami kenaikan. Namun pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2014 usaha *jamur crispy* di Kota Pekanbaru mengalami berbagai permasalahan yang menyebabkan pada tahun 2012 hingga tahun 2015 turunnya jumlah usaha *jamur crispy*, serta turunnya

harga *jamur crispy* dan nilai penjualan *jamur crispy* pada tahun 2012 hingga tahun 2014.

Berdasarkan latar belakang penelitian, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :1)Bagaimanakah struktur pasar dalam usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru?2) Bagaimana strategi pengembangan industri rumah tangga di Kota Pekanbaru (studi kasus usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram)?

Adapun tujuan berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini yaitu :1)Untuk mengetahui struktur pasar pada usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru.2)Untuk mengetahui strategi pengembangan industri rumah tangga di Kota Pekanbaru (studi kasus usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram).

TELAAH PUSTAKA

A. Pengertian Industri dan Konsep Industri

Menurut Lipczynski, *et all*. Industri adalah sejumlah perusahaan yang memproduksi dan menjual sejumlah produk yang serupa, memanfaatkan teknologi yang serupa dan mungkin juga mengakses faktor produksi (input) dari pasar faktor produksi yang sama. (Arsyad, 2014:4).

Terdapat 6 konsep yang berkaitan dengan industri, antara lain: a) bahan mentah adalah semua bahan yang didapat dari sumber daya alam atau diperoleh dari usaha manusia untuk dimanfaatkan lebih lanjut. b) bahan baku industri adalah bahan mentah yang diolah atau tidak diolah yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana produksi dalam

industri. c) barang setengah jadi adalah bahan mentah atau bahan baku yang telah mengalami satu atau beberapa tahap poses industri yang dapat diproses lebih lanjut menjadi barang jadi. d) barang jadi adalah barang hasil industri yang sudah siap pakai untuk konsumsi akhir ataupun siap pakai sebagai alat produksi. e) rancang bangun industri adalah kegiatan industri yang berhubungan dengan perencanaan pendirian industri/pabrik secara keseluruhan atau bagian-bagiannya. f) perekayasa industri adalah kegiatan industri yang berhubungan dengan perancangan dan pembuatan mesin/peralatan pabrik dan peralatan industri lainnya. (Azmiral, 2014:24).

B. Pendekatan *Structure Conduct Performance (SCP)*

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

C. Struktur Pasar

Struktur pasar adalah derajat persaingan dalam suatu industri. Secara teoritis struktur pasar dapat dibedakan menjadi dua yaitu pasar persaingan sempurna dan pasar

persaingan tidak sempurna. Pasar persaingan tidak sempurna dibedakan menjadi tiga yaitu pasar persaingan monopoli, oligopoli dan monopolistik. Struktur pasar memiliki beberapa elemen-elemen penting yaitu: a) pangsa pasar b) konsentrasi industri Masing-masing jenis struktur pasar adalah memiliki derajat konsentrasi penguasaan pasar yang berbeda-beda sesuai dengan jenis struktur pasar yang mereka miliki. Elemen-elemen tersebut akan menggambarkan ukuran perusahaan-perusahaan yang bersaing di dalam suatu pasar. Berikut adalah empat indeks konsentrasi industri, antara lain: a) Rasio Konsentrasi, b) Indeks *Hirschman-Herfindahl*, c) Indeks *Rosenbluth*, d) Indeks Entropy (Arsyad, 2014:137).

D. Definisi dan Pengembangan Industri Rumah Tangga

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

Upaya-upaya pengembangan usaha kecil berdasarkan pasal 14, 15 dan 16 UU No. 9/1995 tentang usaha kecil dirumuskan bahwa pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melakukan pembinaan dan pengembangan usaha kecil dalam bidang berikut, seperti produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, teknologi dengan cara berikut: a) meningkatkan kemampuan manajemen serta teknik produksi dan pengolahan. b) meningkatkan kemampuan rancangan bangun dan perekayasaan.

c)memberikan kemudahan dalam pengadaan sarana dan prasarana produksi dan pengolahan bahan baku, bahan penolong dan kemasan.(Arifah, 2011:229).

E. Jenis Strategi

Menurut Chandler (1962) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.(Rangkuti, 2015:3). Berikut adalah jenis-jenis strategi antara lain: a) strategi integrasi b) strategi intensif c) strategi diversifikasid) strategi defensive

F. Analisis SWOT

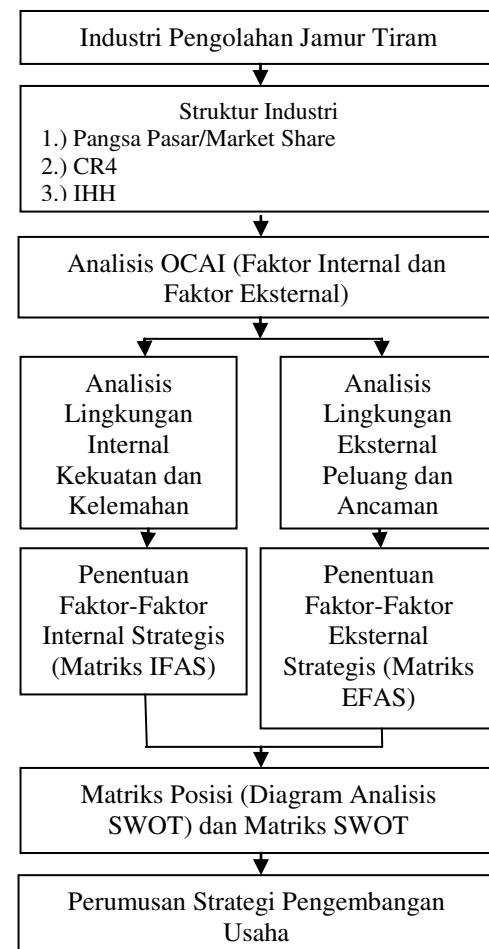
Analisis SWOT menurut Rangkuti (2006:170) adalah instrumen perencanaan strategis yang klasik. Dengan menggunakan kerangka kerja kekuatan dan kelemahan dan kesempatan eksternal dan ancaman, instrumen ini memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik untuk melaksanakan sebuah strategi.

Kegunaan dari analisis SWOT ini adalah untuk memberikan gambaran hasil analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan secara menyeluruh yang digunakan sebagai dasar atau landasan penyusunan *objective* dan strategi perusahaan dalam *corporate planning*. Analisis strategi SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matriks SWOT, dimana aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu mengambil keuntungan (*advantage*) dari peluang

(*opportunities*) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (*strengths*) mampu menghadapi ancaman (*threats*) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (*weakness*) yang mampu membuat ancaman (*threats*) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru

Kerangka Penelitian

Gambar 1
Kerangka Penelitian :



Sumber: DataOlahan, 2016

Hipotesis

1. Diduga struktur pasar pada usaha *jamurcrispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru adalah pasar oligopoli.

2. Diduga dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta dengan mengatasi kelemahan dan ancaman yang datang dari luar, maka akan didapatkan beberapa strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru yang berjumlah 9 unit usaha. Dengan diketahuinya jumlah populasi penelitian, maka pengambilan jumlah sampel penelitian dilakukan dengan sensus. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa jumlah populasi tidak terlalu banyak. Sensus merupakan penelitian yang dianggap dapat mengungkapkan ciri-ciri populasi (parameter) secara akurat dan komprehensif, sebab dengan menggunakan seluruh unsur populasi sebagai sumber data, maka gambaran tentang populasi tersebut secara utuh dan menyeluruh akan diperoleh. Maka jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebanyak populasi yaitu 9 unit usaha.

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

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

yang digunakan adalah data sekunder *time series* (data deret waktu) seperti tahun 2010–2014. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari Biro Pusat Statistik (BPS).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
2. Observasi, adalah pengamatan secara langsung untuk memperoleh gambaran jelas tentang objek yang akan diteliti.
3. Studi Kepustakaan, Pengumpulan data melalui studi kepustakaan bertujuan untuk menggali informasi sebanyak mungkin mengenai objek serta elemen-elemen yang terkait dalam penelitian ini.
4. Wawancara, adalah mengumpulkan data dengan cara mengadakan wawancara secara langsung dengan pihak yang berkepentingan yang berhubungan erat dengan objek penelitian.

Metode Analisis Data

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

Setelah menentukan nilai bobot dan rating setiap faktor selanjutnya dilakukan analisis dengan menggunakan matriks posisi. Matrik ini digunakan untuk melihat posisi strategi yang tepat bagi pengembangan suatu usaha. Selanjutnya dilakukan analisis pemaknaan strategi/matriks SWOT.

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah :

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

sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud atau tujuan, sedangkan prasarana adalah segala yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses baik itu usaha maupun pembangunan proyek dan sebagainya.

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

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Struktur Pasar

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

Pada penelitian ini untuk menentukan salah satu penyelesaian dari analisis SWOT yaitu struktur pasar usahajamur *crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru digunakan rumus Rasio Konsentrasi (CR4) dan *Indeks Herfindahl-Hirschman* (IHH), (Arsyad, 2014:107).

Formulasi CR4

$$CR_4 = MS_1 + MS_2 + MS_3 + MS_4$$

$$\begin{aligned} CR_4 &= MS_1 + MS_2 + MS_3 + MS_4 \\ &= 16,92 + 14,50 + 11,33 + 10,57 \\ &= 53,32 \% \end{aligned}$$

Berdasarkan penghitungan konsentrasi industri didapatkan bahwa nilai CR4 pada usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru sebesar 53,32%. Dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai $40\% < CR_4 < 60\%$, maka struktur pasar usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru berada pada pasar oligopoli sedang.

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

Formulasi IHH (*Index Harfindahl-Hirschman*)

$$IHH = \sum_{i=1}^n MS_i^2$$

Dimana :

HHI = Indeks Hirschman–Herfindahl

MS_i = Pangsa pasar perusahaan ke-i

N = Jumlah total seluruh perusahaan yang berada pada industri

$$IHH = MS_1^2 + MS_2^2 + MS_3^2 +$$

$$MS_4^2 + MS_5^2 + MS_6^2 + MS_7^2$$

$$+ MS_8^2 + MS_9^2$$

$$= 10,57^2 + 10,57^2 + 16,92^2 + 14,50^2$$

$$+ 10,57^2 + 11,33^2 + 8,46^2 + 9,52^2 + 7,56^2$$

$$= 111,7249 + 111,7249 + 286,2864 +$$

$$210,25 + 111,7249 + 128,3689 +$$

$$71,5716 + 90,6304 + 57,1536$$

$$= 1179,4356$$

Berdasarkan penghitungan *Indeks Herfindahl-Hirschman* (IHH) didapat hasil bahwa nilai IHH Usaha *Jamur Crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru sebesar 1179,4356. Dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai IHH berkisar antara 1000-2500 yang artinya bahwa Usaha *Jamur Crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru berada pada pasar oligopoli, khususnya pasar oligopoli sedang.

Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan dan kelemahan dari usaha *jamur*

crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru. Dalam melakukan identifikasi faktor kekuatan dan kelemahan maka harus ditetapkan beberapa variabel dan indikator lingkungan internal usaha *jamur crispy*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Keuangan, 2) Sumberdaya manusia, 3) Produksi, 4) Pemasaran dan promosi, 5) Saran dan prasarana.

Masing-masing variabel dalam penelitian ini terdiri dari beberapa indikator untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan internal usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa penilaian responden terhadap faktor internal usaha *jamur*

crispy Industri Pengolahan Jamur Tiram adalah sebagai berikut :

A. Keuangan

Aspek keuangan/*financial* meliputi keadaan keuangan/*financial* yang ada didalam suatu industri, yang meliputi modal awal sampai keadaan keuangan perusahaan saat ini. Variabel keuangan terdiri dari indikator memiliki modal usaha yang cukup dan memiliki laba/keuntungan yang merupakan indikator kekuatan dalam faktor internal, Sedangkan indikator sistem administrasi keuangan yang masih sederhana merupakan indikator kelemahan dalam faktor internal. Indikator memiliki modal usaha yang cukup memperoleh nilai skor 0,27, dan indikator memiliki laba/keuntungan memperoleh nilai skor 0,27. Sedangkan indikator sistem administrasi keuangan yang masih sederhana memperoleh nilai skor 0,25.

B. Sumber Daya Manusia

Identifikasi faktor sumber daya manusia meliputi kompensasi, pelatihan dan pengembangan serta perekrutan dan penempatan karyawan. Selain itu tingkat pendidikan dan keterampilan serta keahlian tenaga kerja industri juga ikut mempengaruhi kualitas dan kuantitas produk. Menurut responden indikator loyalitas tenaga kerja mendapat nilai skor 0,27. Selanjutnya indikator tingkat pendidikan tenaga kerja memperoleh nilai skor yang baik yaitu 0,48. Sedangkan indikator keterampilan dan keahlian tenaga kerja mendapat penilaian skor 0,27.

C. Aspek Produksi

Kegiatan produksi dari suatu bisnis terdiri atas semua aktivitas yang mengubah input menjadi

barang dan jasa. Kegiatan produksi berhubungan dengan input, transformasi, dan output yang bervariasi antar industri dan pasar. Variabel produksi memiliki beberapa dimensi seperti bahan baku, teknologi, kualitas dan lokasi.

Bahan baku adalah bahan yang identitasnya dapat diketahui pada produk jadi, dengan kata lain suatu produk tidak akan jadi jika tanpa bahan ini (elemen utama). Pada dimensi bahan baku memiliki indikator seperti memiliki ketersediaan bahan baku dan kemudahan memperoleh bahan baku yang merupakan indikator kekuatan dalam faktor internal. Menurut responden indikator memiliki ketersediaan bahan baku mendapat nilai skor 0,48. Selanjutnya indikator kemudahan memperoleh bahan baku mendapat nilai skor 0,48.

Teknologi adalah salah satu sarana utama untuk mencapai tujuan efektif, efisien, dan produktivitas yang tinggi dari suatu usaha. Pada dimensi teknologi, terdapat indikator menggunakan mesin yang sederhana, yang merupakan indikator kelemahan dalam faktor internal dan memperoleh nilai skor 0,25.

Kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen. Pada dimensi kualitas, terdapat indikator produk yang dihasilkan memenuhi permintaan pasar, yang merupakan indikator kekuatan dalam faktor internal dan mendapat nilai skor 0,27.

Lokasi suatu industri akan mempengaruhi perkembangan industri tersebut, seperti lokasi industri dekat dengan tempat bahan baku atau lokasi industri dekat

dengan pasar. Pada dimensi lokasi terdapat indikator kurang strategisnya lokasi industri, yang merupakan indikator kelemahan dalam faktor internal dan mendapat nilai skor 0,25.

D. Pemasaran dan Promosi

Pemasaran adalah tindakan-tindakan yang diperlukan untuk menyampaikan barang produksi dari tangan produsen ke konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sedangkan promosi adalah usaha perusahaan dengan segala cara untuk mempengaruhi calon konsumen agar mau membeli dan memakai produk perusahaan tersebut dengan tindakan persuasif. Pada indikator memiliki asosiasi yang mendukung pemasaran produk, menurut responden mendapat nilai skor 0,27. Selanjutnya pada indikator kondisi pasar belum memadai memperoleh nilai skor 0,25. Sedangkan pada indikator promosi produk masih kurang mendapat penilaian skor 0,25.

E. Sarana dan Prasarana

Sarana adalah segala sesuatu yang dapat dipakai sebagai alat dalam mencapai maksud atau tujuan, sedangkan prasarana adalah segala yang merupakan penunjang utama terselenggaranya suatu proses baik itu usaha maupun pembangunan proyek dan sebagainya. Variabel sarana dan prasarana memiliki indikator yaitu sarana dan prasarana fasilitas yang cukup yang merupakan indikator kekuatan dalam faktor internal. Menurut responden indikator sarana dan prasarana fasilitas yang cukup mendapat nilai skor 0,27.

Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dilakukan dengan mengidentifikasi

faktor-faktor peluang (*opportunity*) dan ancaman (*weaknesses*) dari usaha *jamur crispy*. Dalam menganalisis lingkungan eksternal ditentukan beberapa variabel dan indikator lingkungan eksternal. Variabel yang digunakan adalah: 1) Aspek ekonomi, 2) Aspek sosial dan budaya, 3) Aspek kebijakan pemerintah, 4) Aspek kompetitif

Masing-masing variabel terdiri dari beberapa indikator untuk mengetahui peluang dan ancaman eksternal usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram. Penilaian indikator-indikator lingkungan eksternal adalah sebagai berikut :

A. Ekonomi

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

B. Sosial dan budaya

Faktor-faktor sosial dan budaya yang mempengaruhi suatu perusahaan mencakup keyakinan, nilai, sikap, opini yang berkembang dan gaya hidup dari orang-orang di lingkungan eksternal perusahaan, yang dapat merubah permintaan untuk berbagai produk. Pada penelitian ini variabel sosial dan budaya memiliki indikator seperti kebiasaan masyarakat yang gemar mengkonsumsi makanan ringan yang merupakan indikator peluang dalam faktor eksternal dan mendapat penilaian skor 1,12.

C. Kebijakan pemerintah

Kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi pengembangan dunia usaha, seperti undang-undang, mendukung pengembangan usaha *jamur crispy*, seperti kegiatan pelatihan didukung oleh pemerintah yang merupakan indikator peluang dalam faktor eksternal dan mendapat penilaian skor 0,48. Dan kebijakan pemerintah yang tidak mendukung pengembangan usaha *jamur crispy*, seperti kebijakan kenaikan BBM yang merupakan indikator ancaman dalam faktor eksternal dan mendapat penilaian skor 0,28.

D. Kompetitif

Suatu usaha tidak terlepas dari suatu persaingan, apabila suatu usaha tidak dapat bersaing di pasar maka usaha tersebut tidak akan bisa bertahan dalam pasar tersebut. Pendatang baru merupakan salah satu dimensi dalam aspek kompetitif, indikatornya yaitu munculnya pesaing yang menghasilkan produk yang sama, merupakan indikator ancaman dalam faktor eksternal dan mendapat penilaian skor 0,32.

Pada dimensi produk substitusi terdapat beberapa indikator seperti, indikator pengembangan berbagai produk olahan jamur tiram, yang merupakan indikator peluang dalam faktor eksternal dan mendapat penilaian skor 1,12. Selanjutnya indikator banyaknya beredar produk sejenis berbeda bahan baku dari produsen lain, yang merupakan indikator ancaman dalam faktor eksternal mendapat penilaian skor 0,28. Sedangkan pada penelitian ini indikator tingkat daya beli masyarakat rendah terhadap produk, yang merupakan indikator ancaman dalam faktor eksternal mendapatkan penilaian skor 0,28.

Pembahasan

Struktur Pasar

Penghitungan struktur pasar dengan menggunakan rasio konsentrasi (CR4) mendapatkan hasil sebesar 53,32% yang artinya bahwa nilai CR4 pada usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru berada pada tipe pasar persaingan tidak sempurna yakni pada pasar oligopoli sedang. Ini dilihat berdasarkan tipe jenis pasar dan intervalnya yakni nilai CR4 usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru berada antara $40% < CR4 < 60%$, dan berdasarkan penghitungan *market share* (MS) terlihat bahwa terdapat pelaku usaha *jamur crispy* menguasai pasar. Yaitu pelaku usaha Bukit Pasir dengan pangsa pasarnya mencapai 16,92%. Hal tersebut sesuai dengan teori yang ada, dimana derajat kekuatan pasar terjadi jika terdapat perusahaan yang memiliki pangsa pasar mencapai 15% dalam suatu industri. (Yunianti, dalam Puspasari, 2006).

Hasil dari penghitungan *indeks herfindahl-hirschman* (IHH) didapat bahwa nilai IHH usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di kota Pekanbaru yakni sebesar 1179 artinya bahwa nilai IHH berkisar antara 1000–2500 sehingga pada penelitian ini dapat diartikan bahwa usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru berada pada tipe pasar oligopoli yaitu oligopoli sedang.

Strategi Pengembangan Usaha *Jamur Crispy* di Kota Pekanbaru

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan penulis, diperoleh strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan

usaha *jamur crispy* di Kota Pekanbaru yaitu strategi agresif. Strategi agresif lebih fokus kepada strategi S-O (*strength-opportunities*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. (Rangkuti, 2006:31). Dengan menggunakan strategi S-O (*strength-opportunities*), penulis mendapatkan hasil temuan atau strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha *jamur crispy* di Kota Pekanbaru yaitu peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktivitas promosi dan diversifikasi produk. Yuliana (2013) mendapatkan hasil temuan strategi S-O (*strength-opportunities*) yaitu strategi memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri untuk meraih peluang yang ada, dengan cara mengembangkan produk atau diversifikasi produk. Barus (2015) mendapatkan hasil temuan strategi S-O (*strength-opportunities*) yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal (*strength*) perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal (*opportunity*), dengan cara peningkatan aktivitas promosi dan peningkatan keahlian SDM. Azmiral (2014) mendapatkan hasil temuan strategi kebijakan pertumbuhan yang agresif yang lebih fokus kepada strategi S-O (*strength-opportunities*), dengan cara peningkatan aktivitas promosi. Ulyana (2014) mendapatkan hasil temuan yang juga sama, yaitu menggunakan strategi S-O (*strength-opportunities*) dengan cara peningkatan aktivitas promosi. Budasih dan Astiti (2014) mendapatkan hasil temuan strategi penetrasi pasar, dengan cara

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

Keterampilan serta keahlian yang dimiliki tenaga kerja merupakan salah satu sumber daya manusia dalam suatu usaha industri. Karena tenaga kerja bukan saja menghasilkan barang dan jasa, jumlahnya, tetapi juga kualitasnya. (Sakinah, 2014). Sumber daya manusia yaitu tenaga kerja atau karyawan, memegang peranan yang sangat penting bagi peningkatan kinerja atau kemajuan suatu perusahaan atau usaha. (Setiawan dan Sulaeman, 2016). Kualitas sumber daya manusia pengusaha dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kemampuan manajerial dan motivasi pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya. (Hidayat, 2014). Sehingga di dapatkan temuan strategi peningkatan keahlian SDM dalam penelitian tersebut. Laisa dan Sayekti (2013) tidak adanya pelatihan bagi tenaga kerja dapat menjadi kelemahan, karena kurangnya

pengetahuan dan informasi untuk mengadopsi teknologi yang lebih modern. Sehingga di dapatkan temuan strategi peningkatan keahlian SDM dalam penelitian tersebut. Berdasarkan lampiran 4, menurut responden usaha *jamur crispy* Bukit Pasir dibutuhkan dukungan pemerintah untuk ikut memajukan usaha yang dijalankannya, seperti melalui mengadakan pelatihan kepada tenaga kerja yang digunakannya agar semakin bertambah ilmu dan keahliannya. Sehingga diperlukan strategi peningkatan keahlian SDM.

Promosi merupakan salah satu strategi pemasaran yang berperan aktif dalam suatu usaha. (Arifah, 2011). Promosi produk perlu ditingkatkan agar pasar dapat lebih diperluas dan semakin banyak konsumen yang terjaring dan memaksimalkan keuntungan yang didapat. Caranya dapat dengan mengikuti pameran-pameran dan promosi dengan menawarkan ke langsung ke konsumen (*door to door*) atau memasang iklan melalui internet, (Hidayat, 2014). Budasih dan Astiti (2014) perusahaan dapat mencoba merangsang konsumen mereka untuk meningkatkan pembelian, ataupun untuk membeli lebih sering sekaligus untuk membeli lebih banyak setiap pembelian dengan cara lebih gencar melakukan promosi melalui memberikan potongan harga atau harga khusus kepada pelanggan tetap dan konsumen lainnya apabila melakukan pembelian dalam jumlah besar. Sehingga didapatkan temuan strategi peningkatan aktivitas promosi dalam penelitian tersebut. Berdasarkan lampiran 2 dan tabel 5.28 dapat dilihat umumnya responden menjawab bentuk

aktivitas promosi yang dilakukan masih tergolong sederhana, seperti minta tolong promosikan dengan keluarga, teman dan tetangga di sekitar rumah.

Pedoman diversifikasi produk dapat menjadi strategi yang sangat efektif, antara lain. *Pertama*, ketika organisasi berkompetisi di sebuah industri yang tidak mengalami pertumbuhan atau pertumbuhannya lambat. *Kedua*, ketika menambahkan produk yang baru namun terkait akan secara signifikan mendongkrak penjualan produk saat ini. *Ketiga*, ketika produk yang baru namun terkait dapat ditawarkan dengan harga yang sangat bersaing. (David, 2004). Budasih dan Astiti (2014) produk olahan jamur tiram merupakan produk yang belum dikenal banyak oleh masyarakat luas. Sehingga didapatkan temuan strategi diversifikasi produk dalam penelitian tersebut. Yuliana (2013) salah satu faktor strategis internal yang menjadi kekuatan bagi industri kecil kerajinan genteng adalah adanya inovasi (corak) produk. Sehingga didapatkan temuan strategi mengembangkan produk atau diversifikasi produk dalam penelitian tersebut. Setiawan dan Sulaeman (2016) perlu adanya pengembangan jenis produk, agar produk yang dihasilkan lebih bervariasi dan keberadaan produsen bahan baku dapat dipertahankan. Sehingga didapatkan temuan strategi diversifikasi produk dalam penelitian tersebut. Berdasarkan lampiran 4, menurut Sugeng Khairudin selaku sekretaris Assosiasi Petani dan Pengusaha Jamur Riau (APPJARI). Salah satu isu strategis ataupun permasalahan dalam usaha *jamur crispy* di Kota Pekanbaru adalah masih rendah niat pengusaha jamur tiram untuk mengolah jamur tiram

menjadi *jamur crispy*. Terbukti dari total jamur tiram yang dihasilkan, sekitar 70% dijual dalam kondisi segar dan hanya 30% yang diolah menjadi *jamur crispy*. Dimana dengan jumlah jamur tiram yang cukup besar.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

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

- 1) Struktur pasar pada Usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru adalah pasar oligopoli sedang. Hal ini dapat dilihat dari hasil penghitungan CR4 dan IHH (*Indeks Herfindahl-Hirschman*). Hasil penghitungan CR4 sebesar 53,32%, dimana hasil penghitungan berada $40% < CR4 < 60%$. Adapun hasil dari penghitungan IHH didapatkan nilai sebesar 1179,4356 yang berada pada kisaran 1000–2500.
- 2) Strategi pengembangan yang dapat diterapkan dalam usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru yaitu berada pada kuadran 1, yaitu strategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (*strenght-opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Adapun strategi SO (*strenght-opportunities*) adalah : Peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktivitas promosi dan diversifikasi produk.

Saran

Dari hasil penelitian dan pembahasan, maka saran yang dapat

penulis kemukakanya itu sebagai berikut:

- 1) Pelaku usaha *jamur crispy* Industri Pengolahan Jamur Tiram di Kota Pekanbaru perlu menerapkan strategi peningkatan keahlian SDM, peningkatan aktivitas promosi dan diversifikasi produk dalam mengembangkan usaha *jamur crispy* di Kota Pekanbaru.
- 2) Perlu dukungan pemerintah untuk lebih memperhatikan dan memusatkan perhatian kepada usaha *jamur crispy*, agar lebih berkembang lagi. Yaitu dengan memberikan pelatihan untuk peningkatan keahlian tenaga kerja, agar dengan keahlian tenaga kerja tersebut dapat mendorong pelaku usaha *jamur crispy* untuk mengembangkan berbagai produk olahan jamur tiram lainnya. Selain itu perlu sosialisasi dan seminar dari pemerintah untuk lebih memperkenalkan usaha dan produk *jamur crispy* ke masyarakat luas.
- 3) Diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian yang lebih lanjut mengenai faktor–faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha *jamur crispy* di Kota Pekanbaru berdasarkan karakteristik serta alat analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifah, Tutik. 2011. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Jamur Tiram di Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas

- Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Arsyad, Lincoln dan Stephanus Eri Kusuma. 2014. *Ekonomika Industri Pendekatan Struktur, Perilaku Dan Kinerja*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Azmiral. 2014. *Strategi Pengolahan Krispi Jamur Di Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru (Studi Kasus Kemitraan Agro Intan Nusantara)*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Volume 1. Nomor 2..
- Badan Pusat Statistik. 2005. *Profil Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga*. Jakarta: BPS
- Barus, D.R. 2015. *Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Deli Serdang (Studi Kasus: Kerajinan Tangan)*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Budasih, N.L. dan Sri Astiti 2014. *Strategi Pemasaran Produk Olahan Jamur Tiram pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Spora Bali*. Jurnal Manajemen Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Udayana. Volume 2. Nomor 2.
- David. F.R.2004. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat
- Gurning, A.M. 2014. *Strategi Pengembangan Usaha Pupuk (Studi pada UD.Siganupari di Dusun III Tanjung Pasir Kecamatan Tanah Jawa, Kabupaten Simalungun)*. Jurnal Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Hidayat, R.A. 2014. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Tas Di Kecamatan Jati Kabupaten Kudus*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Volume 3.Nomor 1.
- Jaya, W. K. 2001. *Ekonomi Industri*. Yogyakarta: BPFE.
- Laisa. D.D. dan Wuryaningsih Dwi Sayekti. 2013. *Analisis Harga Pokok Produksi dan Strategi Pengembangan Industri Pengolahan Ikan Teri Nasi Kering Di Pulau Pasaran Kecamatan Teluk Betung Barat Kota Bandar Lampung*. Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Volume 1. Nomor 2.
- Maisyarah, Rizki. 2013. *Strategi Pengembangan Bisnis dengan Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (Swot) Pada Usaha Lumpia Leker Medan*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara.
- Puspasari, Citra. 2006. *Analisis Struktur Perilaku Kinerja*

- Industri Mi Instan di Indonesia.* Jurnal Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Rangkuti, Freedy. 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis : Reorientasi Strategi UI Menghadapi Abad 21.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freedy. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis .* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sakinah, Rahmadhani. 2014. *Strategi Pengembangan Usaha Agroindustri Lidah Buaya (Studi Kasus: Usaha Agroindustri Lidah Buaya Duta Purnama di Kelurahan Sidomulyo Barat Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru).* Jurnal Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau. Volume 1. Nomor 2.
- Setiawan, Andri dan Rudianda Sulaeman. 2016. *Strategi Pengembangan Usaha Lebah Madu Kelompok Tani Setia Jaya di Desa Rambah Jaya Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu.* Jurnal Kehutanan Fakultas Pertanian Universitas Riau. Volume 3. Nomor 1.
- Ulyana, I.N. 2014. *Analisis SWOT Pada Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Daur Ulang Sampah Dalam Collection Di Kecamatan Tenayan Raya Pekanbaru.* Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Volume 1. Nomor 2.
- Yuliana, A.E. 2013. *Strategi Pengembangan Industri Kecil Kerajinan Genteng Di Kabupaten Kebumen.* Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Volume 2. Nomor 3