

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Industri

Menurut Djodipuro (1994) dalam Ichsani (2010) kumpulan perusahaan sejenis disebut industri. Perusahaan (*firm*) adalah unit produksi yang bergerak dalam bidang tertentu. Bidang ini dapat merupakan bidang pertanian, bidang pengolahan dan bidang jasa. Industri dalam arti sempit adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis dimana terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, proses, produk akhir dan konsumen akhir. Dalam arti yang lebih luas, industri merupakan kumpulan perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa dengan elastisitas silang yang positif dan tinggi (Kuncoro 2007 dalam Dianiffa 2015).

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia nomor 3 Tahun 2014 tentang perindustrian, industri merupakan bentuk seluruh kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jenis industri.

Undang-undang nomor 3 tahun 2014 tentang perindustrian telah meletakkan industri sebagai salah satu pilar ekonomi dan memberikan peran yang cukup besar kepada pemerintah untuk mendorong kemajuan industri nasional secara terencana. Peran tersebut diperlukan

dalam mengarahkan perekonomian nasional untuk tumbuh lebih cepat dan mengejar ketertinggalan dari negara lain yang lebih dahulu maju.

Pasal 9 undang-undang nomor 3 tahun 2014 tentang perindustrian juga dimaksudkan untuk mempertegas keseriusan pemerintah dalam mewujudkan tujuan penyelenggaraan perindustrian, yaitu :

- 1) Mewujudkan industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional;
- 2) Mewujudkan kedalaman dan kekuatan struktur industri;
- 3) Mewujudkan industri yang mandiri, berdaya saing, dan maju, serta industri hijau;
- 4) Mewujudkan kepastian berusaha, persaingan yang sehat, serta mencegah pemusatan atau penguasaan industri oleh satu kelompok atau perseorangan yang merugikan masyarakat;
- 5) Membuka kesempatan berusaha dan perluasan kesempatan kerja;
- 6) Mewujudkan pemerataan pembangunan industri ke seluruh wilayah Indonesia guna memperkuat dan memperkukuh ketahanan nasional; dan;
- 7) Meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan.

Industri dalam arti sempit adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk sejenis dimana terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, proses, bentuk produk akhir, dan konsumen akhir. Dalam arti yang lebih luas, industri dapat didefinisikan

kumpulan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa dengan elastisitas silang (*cross elasticities of demand*) yang positif dan tinggi (Kuncoro, 2007). Industri memiliki dua arti. Pertama, industri dapat berarti himpunan perusahaan-perusahaan sejenis, yang kedua industri dapat merujuk ke suatu sektor ekonomi yang didalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi (Dumairy, 1996).

Sedangkan pengertian industri menurut Sandy (1985) dalam Dianiffa (2015) ialah untuk memproduksi suatu barang yang berasal dari bahan baku atau bahan mentah dengan proses penggarapan dalam jumlah besar jadi barang tersebut dapat diperoleh melalui harga satuan yang serendah mungkin tetapi dengan mutu yang setinggi mungkin. Berdasarkan pengertian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa mengolah barang dari bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi hingga barang jadi menjadi barang yang siap untuk digunakan dengan nilai yang lebih tinggi.

Dalam istilah ekonomi, pemaparan industri mempunyai dua pengertian ialah yang pertama pengertian secara luas dan kedua pengertian secara sempit. Dalam pengertian yang luas, industri mencakup semua usaha dan kegiatan dalam bidang ekonomi yang bersifat produktif. Sedangkan pengertian secara sempit, industri ialah suatu kegiatan yang mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia maupun dengan tangan sehingga menjadi barang yang setengah

jadi. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia tahun 2014, industri ialah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai manfaat dan nilai tambah.

Perusahaan industri ialah badan usaha yang melakukan kegiatan dalam bidang industri di wilayah Indonesia (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang kawasan industri, 2014). Setiap perusahaan industri akan menghasilkan produk-produk yang memiliki ciri khas tersendiri oleh perusahaan-perusahaan tersebut demi perkembangan dan pertumbuhannya agar perlindungan hukum dapat diperoleh dari hak-hak perusahaan terhadap produk industri yang dihasilkan. Dalam hal ini untuk mendirikan suatu perusahaan tidak terlepas dari pengawasan pemerintah.

Departemen Perindustrian mengelompokkan industri nasional Indonesia menjadi tiga kelompok besar yaitu:

a. Industri Dasar

Kelompok industri besar dibagi menjadi dua, pertama mencakup Industri Mesin dan Logam Dasar (IMLD) yang termasuk dalam kelompok IMLD yaitu industri mesin pertanian, elektronika, kereta api, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, aluminium, tembaga dan sebagainya. Kelompok kedua yaitu Industri kimia dasar (IKD), yang termasuk dalam IKD ialah industri pengolahan kayu dan karet alam, industri pestisida, industri pupuk, industri

silikat dan yang lainnya. Industri dasar mempunyai tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membantu struktur industri dan bersifat padat modal serta mendorong untuk menciptakan lapangan pekerjaan secara besar.

b. Industri Aneka (IA)

Pengolahan yang secara luas untuk berbagai sumber daya hutan, pengolahan sumber daya pertanian dan lain sebagainya termasuk dalam kategori aneka industri. Aneka industri mempunyai tujuan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan, tidak padat modal dan memperluas kesempatan kerja.

c. Industri Kecil

Industri kecil mencakup industri sandang dan kulit (tekstil, pakaian jadi dan barang dari kulit), industri pangan (makanan, minuman dan tembakau), industri kerajinan umum (industri rotan, kayu, bambu, barang galian bukan logam), industri logam (mesin, listrik, alat-alat ilmu pengetahuan, barang dan logam dan sebagainya), industri kimia dan bahan bangunan (industri kertas, percetakan, penerbitan, barang-barang karet dan plastik).

Badan Pusat Statistik menggolongkan sektor industri pengolahan di Indonesia didasarkan atas empat kategori yang berdasarkan dari banyaknya tenaga kerja yang bekerja pada perusahaan industri pengolahan dengan tidak memperhatikan seberapa besar modal yang

ditanam maupun kekuatan mesin yang dipakai. Empat kategori tersebut yaitu:

- a. Industri kerajinan rumah tangga, ialah perusahaan atau usaha industri pengolahan yang memiliki pekerja 1-4 orang.
- b. Industri kecil, ialah perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 5-19 orang.
- c. Industri sedang, ialah perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 20-99 orang.
- d. Industri besar, ialah perusahaan atau usaha industri pengolahan yang mempunyai pekerja 100 orang atau lebih.

Pengertian dari kawasan industri merupakan kawasan pemusatan kegiatan industri yang dilengkapi dengan sarana prasarana penunjang yang dikembangkan dan dikelola oleh perusahaan kawasan industri. Sedangkan pengertian kluster industri merupakan kelompok aktivitas produksi yang sangat amat terkonsentrasi secara spasial dan umumnya berspesialisasi hanya pada satu atau dua industri. Terdapatnya faktor yang menjadikan terjadinya proses kluster industri, yaitu :

- a. Adanya proses kluster membuat perusahaan yang ada data berspesialisasi lebih baik daripada bila perusahaan-perusahaan tersebut terkluster. Peningkatan spesialisasi nantinya akan membawa ke peningkatan efisiensi produksi.
- b. Dapat memfasilitasi perusahaan untuk meningkatkan penelitian dan inovasi dalam sebuah industri.

- c. Proses kluster perusahaan-perusahaan sejenis akan mengurangi risiko bagi pihak pekerja namun pihak pemberi pekerjaan (Kuncoro, 2007).

2. Klasifikasi Industri

Menurut Dumairy (1996), industri dapat digolong-golongkan berdasarkan beberapa sudut tinjauan atau pendekatan. Di Indonesia industri digolongkan berdasarkan kelompok komoditas, berdasarkan skala usaha, dan berdasarkan hubungan arus produknya. Terdapatnya klasifikasi 9 industri berdasarkan International Standard of Industrial Classification (ISIC) dalam Dumairy (1996) yakni :

- a. Industri makanan, minuman dan tembakau.
- b. Industri tekstil, pakaian jadi, dan kulit.
- c. Industri kayu dan barang-barang dari kayu, termasuk perabot rumah tangga.
- d. Industri kertas, barang-barang dari kertas, percetakan dan penerbitan.
- e. Industri kimia dan barang-barang dari bahan kimia, minyak bumi, batu bara, karet, dan plastik.
- f. Industri barang galian bukan logam, kecuali minyak bumi, dan batu bara.
- g. Industri logam dasar.
- h. Industri barang dari logam, mesin dan peralatannya.
- i. Industri pengolahan lainnya.

Penggolongan industri dengan pendekatan besar dan kecilnya skala usaha dilakukan oleh beberapa lembaga, dengan kriteria yang berbeda. Biro Pusat Statistik dalam Dumairy (1996) membedakan 4 lapisan industri berdasarkan jumlah tenaga kerja per unit usaha, yaitu:

- a. Industri besar: berpekerja 100 orang atau lebih.
- b. Industri sedang: berpekerja antar 20 sampai 99 orang
- c. Industri kecil: berpekerja antara 5 sampai 19 orang; dan
- d. Industri/kerajinan rumah tangga: berpekerja < 5 orang.

Sementara bank indonesia untuk keperluan kalangan perbankan menetapkan batasan tersendiri mengenai besar kecilnya skala usaha suatu perusahaan/industri berdasarkan kekayaan (*assets*) yang dimiliki.

Klasifikasinya anatara lain:

- a. Perusahaan besar: perusahaan yang memiliki asset (tidak termasuk nilai tanah dan bangunan), \geq Rp 600 juta.
- b. Perusahaan kecil: perusahaan yang memiliki asset (tidak termasuk nilai tanah dan bangunan $<$ Rp 600 juta.

3. Konsep Strategi

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Rangkuti, 2015:4). Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut, yakni:

- a. *Distinctive Competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan pesaingnya.
- b. *Competitive Advantage*: merupakan kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar unggul dibandingkan dengan pesaingnya.

Menurut porter, ada tiga strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh keunggulan bersaing yaitu:

- a. Keunggulan Biaya Menyeluruh (Cost Leadership)

Pencapaian biaya keseluruhan yang rendah seringkali menuntut bagian pasar relatif yang tinggi atau kelebihan yang lain, seperti akses yang menguntungkan kepada bahan baku. Selain itu juga perlu untuk merancang produk agar mudah didapat, menjual banyak lini produk yang mudah dibuat berkaitan untuk menebarkan biaya, serta melayani kelompok pelanggan yang besar guna membangun volume.

- b. Diferensiasi

Diferensiasi merupakan strategi yang baik untuk menghasilkan laba di atas rata-rata dalam suatu industri karena strategi ini menciptakan posisi yang aman untuk mengatasi kekuatan pesaing, meskipun dengan cara yang berbeda dari strategi keunggulan biaya. Diferensiasi memberikan penyekat kepada persaingan karena

adanya loyalitas dari merek pelanggan dan mengakibatkan berkurangnya kepekaan terhadap harga.

c. Fokus

Strategi biaya rendah dan diferensiasi ditunjukkan untuk mencapai sasaran di keseluruhan industri, maka strategi fokus dikembangkan untuk melayani target tertentu secara baik. Strategi ini didasarkan pada pemikiran bahwa perusahaan dengan demikian akan mampu melayani target strategisnya yang sempit secara lebih efektif dan efisien dibandingkan dengan pesaing yang bersaing lebih luas.

4. Strategi Pengembangan Industri Kecil Menengah

Strategi yang akan diterapkan dalam upaya pengembangan Industri Kecil Menengah adalah sebagai berikut (Wati dkk.,2014):

a. Strategi Kemampuan Finansial

Berkembangnya beberapa model penguatan finansial bagi usahawan kecil menengah akhir-akhir ini telah menunjukkan semakin menguatnya komitmen pemerintah, upaya pemerintah tersebut terwujud dengan membantu pengembangan usaha kecil menengah melalui penyertaan modal sementara.

b. Pengembangan Pemasaran

Pada era pasar bebas dimana dunia menjadi tanpa batas (borderless) terdapat penyatuan pasar domestik dengan pasar internasional. hal ini merupakan peluang sekaligus ancaman bagi

usaha kecil menengah. Terdapat tiga strategi pemasaran, yaitu meningkatkan akses usaha kecil menengah kepada pasar, proteksi pasar, dan menggeser struktur pasar monopoli menjadi bersaing.

c. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Diharapkan dapat terjadi melalui perbaikan sistem pendidikan formal, peningkatan keterkaitan dunia pendidikan dengan pasar tenaga kerja melalui sistem pemagangan (*link match*) serta pemberian inisiatif bagi pertumbuhan pusat-pusat penelitian dan pengembangan untuk mengembangkan SDM dan teknologi.

d. Strategi Pengaturan dan Pengendalian

1. Pengaturan dan perijinan

Secara formal dikeluarkan oleh pemerintah untuk mengatur dan membantu perkembangan usaha kecil menengah. Ada empat jenis perizinan yang harus dipenuhi untuk mendirikan usaha kecil menengah yaitu ijin tempat usaha (kelayakan usaha, lokasi, serta dampak terhadap kesehatan dan lingkungan), ijin usaha industri serta ijin perdagangan.

2. Perencanaan tata ruang

Mewujudkan gagasan untuk lebih memperhatikan kepentingan usaha kecil menengah melalui: pelibatan kepentingan usaha kecil menengah dalam perencanaan kota, proses konsultasi sebagai mekanisme untuk mendapatkan masukan dari pihak-pihak

yang berkepentingan, pengakuan sungguh-sungguh terhadap peran dan fungsi usaha kecil menengah bagi lingkungan masyarakat kota.

5. Teori Fungsi Produksi

Terdapat banyak hal yang menentukan berhasilnya perkembangan ekonomi. Faktor-faktor tersebut dikelompokkan menjadi dua faktor ialah faktor ekonomi dan non ekonomi. Kapasitas produksi setiap perusahaan dapat di lihat berdasarkan fungsi produksinya. Fungsi produksi adalah suatu hubungan antara input maupun output. Input yaitu barang-barang yang digunakan untuk menghasilkan barang-barang lain. Sedangkan output yaitu barang-barang yang di hasilkan dari kombinasi-kombinasi input tersebut. Fungsi produksi dapat dinyatakan dengan $Y = f(L, K, R, T, S)$, dimana Y ialah besarnya output, L ialah besarnya atau jumlah tenaga kerja yang digunakan untuk keperluan produksi, K ialah kapital yang tersedia untuk keperluan produksi, R menunjukkan banyaknya sumber-sumber riil, T menunjukkan teknologi yang digunakan, kemudian S ialah karakteristik sosial budaya yang mempengaruhi.

Faktor produksi yaitu sebagai benda-benda yang telah disediakan oleh alam atau yang telah diciptakan oleh manusia yang dapat di pergunakan untuk memproduksi barang dan jasa. Faktor produksi yang terdapat dalam perekonomian di bedakan menjadi empat 4 jenis ialah sumber daya manusia, tenaga kerja, modal dan keahlian kewirausahaan.

a. Sumber Daya Manusia

sumber daya manusia yang terdapat di negara berkembang pada umumnya memiliki kualitas yang rendah. Hal ini dilihat dari tingkat produktivitas tenaga kerja yang terdapat pada negara tersebut (Suryono 2000 dalam Dianiffa 2015). Menurut UU No. 13 tenaga kerja yaitu setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun kebutuhan masyarakat. Melalui pelaksanaan pembangunan nasional, tenaga kerja memiliki peranan dan kedudukan yang sangat penting sebagai pelaku dan tujuan nasional.

b. Permodalan

Ketika menjalankan sebuah usaha modal merupakan salah satu faktor yang penting dalam suatu ekonomi. Modal menurut Tri 2013 dalam Dianiffa 2015 ialah kekuasaan untuk menggunakan barang-barang modal. Sedangkan dalam pengertian ekonomi umumnya modal mencakup benda-benda seperti tanah, gedung, mesin dan alat-alat perkakas dan barang produktif lainnya untuk suatu kegiatan usaha.

Dalam arti yang sempit modal ialah sejumlah nilai uang yang digunakan untuk membelanjai semua keperluan usaha. Modal dalam pengertian umum mencakup benda-benda seperti tanah,

gedung, mesin-mesin, alat-alat perkakas dan barang produktif lainnya untuk kegiatan usaha (Sriyadi 1991 dalam Dianiffa 2015).

Berhubungan dengan kegiatan usaha, modal dibedakan menjadi dua yaitu (Sriyadi 1991 dalam Dianiffa 2015):

- 1) Modal Tetap (*fixed capital*) yaitu semua benda-benda modal yang digunakan terus-menerus dalam jangka waktu yang lama untuk kegiatan produksi seperti tanah, gedung, mesin, alat-alat perkakas dan lain sebagainya.
- 2) Modal Bekerja (*working capital*) yaitu modal untuk mendapatkan operasi perusahaan seperti pembelian bahan dasar atau bahan habis pakai, membiayai upah dan gaji, membiayai pengiriman dan transportasi, biaya penjualan dan reklame, biaya pemeliharaan dan lain sebagainya.

Menurut Riyanto (1999) dalam Dianiffa (2015) terdapat dua jenis modal yaitu:

- 1) Modal Asing

Modal asing ialah modal yang berasal dari luar perusahaan yang bersifat sementara bekerja di dalam perusahaan dan bagi perusahaan yang bersangkutan. Modal ini yaitu utang yang pada saatnya harus di bayar kembali, terdapat tiga macam modal asing, yaitu:

- a) Modal asing atau utang jangka pendek ialah modal asing yang jangka waktunya paling lama satu tahun.

- b) Modal asing atau utang jangka menengah ialah modal asing yang jangka waktunya antara 1 tahun sampai dengan 10 tahun.
- c) Modal asing atau modal jangka panjang yaitu modal asing yang jangka waktunya lebih dari 10 tahun.

2) Modal Sendiri

Modal sendiri ialah modal yang tertanam di dalam perusahaan yang berasal dari pemilik perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya. Modal sendiri yang berasal dari modal intern yaitu dalam bentuk keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan. Kemudian modal industri yang berasal dari modal ekstern yaitu modal yang berasal dari pemilik perusahaan.

c. Pemasaran

Menurut Ferno (1992) dalam Dianiffa (2015) pemasaran adalah pandangan bisnis secara keseluruhan, yang merupakan usaha-usaha integrasi untuk menyamakan pembeli dan kebutuhannya serta untuk promosi, menyalurkan produk atau *service* untuk mengisi kebutuhan tersebut. Adapun tujuan fundamental dari pemasaran cukup sederhana ialah menambah peluang bisnis.

Pemasaran merupakan suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi

dan manajerial. Akibat dipengaruhi oleh berbagai faktor tersebut dimana masing-masing individu ataupun kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang mempunyai nilai komoditas (Rangkuti, 2015). Pemasaran ialah proses sosial atau manajerial dimana individu maupun kelompok memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang memiliki nilai satu sama lain (philip 2000 dalam Dianiffa 2015).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk jurnal, skripsi, tesis dan disertasi. Penelitian yang ada mendasar pada pemikiran penulis untuk dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Adapun penelitian sebagai berikut:

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dianiffa (2015) yang berjudul Strategi Pengembangan Industri Mocaf di Kabupaten Gunung Kidul. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui Profil Industri *Mocaf* di Kabupaten Gunungkidul, mengetahui kondisi Sumber Daya Manusia, Pemasaran, Permodalan, Pemasaran, Teknologi produksi pada Industri *Mocaf* di Kabupaten Gunungkidul, serta mengetahui strategi pengembangan Industri *Mocaf* di Kabupaten Gunungkidul. Disimpulkan bahwa Industri *Mocaf* di Kabupaten Gunungkidul terdapat sekitar 11

kelompok paguyuban pengrajin *Mocaf* Gunungkidul. Kondisi Sumber Daya Manusia yaitu masih rendahnya kualitas dari pelaku usaha Industri Mocaf di Kabupaten Gunungkidul, kondisi Permodalan dalam Industri Mocaf dimana modal didapatkan dari dua sumber yaitu modal pribadi dan modal gabungan dari kelompok usaha Industri Mocaf. Kondisi Pemasaran pada Industri Mocaf terdapat kendala ketika akan melakukan pemasaran di luar Daerah Istimewa Yogyakarta, kondisi Teknologi produksi yaitu masih menggunakan teknologi yang sederhana. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Industri Mocaf di Kabupaten Gunungkidul berada diposisi strategi pertumbuhan yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki. Persamaan penelitian yaitu tentang strategi pengembangan industri dengan menggunakan analisis SWOT. Perbedaannya yaitu dalam penentuan prioritas strategi, lokasi penelitian, dan variabel penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2010) yang berjudul Strategi Pengembangan Kawasan Industri Kecil Berbasis Komoditas Unggulan studi kasus kawasan sentra industri keripik Kota Bandar Lampung. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis aspek lingkungan internal dan eksternal yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi pengembangan Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung serta merumuskan strategi pengembangannya dengan analisis SWOT dan prioritas strategi menggunakan *Anlytical Hierarchy Process (AHP)*. Hasil penelitian

diperoleh strategi WO (*Weakness-Opportunity*) berdasarkan analisis SWOT sebagai strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Hasil dari perumusan strategi analisis SWOT kemudian ditentukan prioritasnya menggunakan AHP, sehingga prioritas strategi yang perlu didahulukan untuk pengembangan Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung yakni membantu permodalan dan membangun lokasi yang menjadi sentra utama kawasan. Persamaan penelitian dengan menggunakan analisis SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Perbedaan pada penelitian yaitu pada objek penelitian yang diteliti dan lokasi penelitian.

Jurnal yang ditulis oleh Suhartini, dkk(2012) yang berjudul Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Produk Jamu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang tepat dan sesuai untuk perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan hasil penelitian strategi yang tepat dan sesuai untuk diterapkan oleh perusahaan dalam upaya mengembangkan usahanya adalah strategi stabilitas melalui strategi hati-hati. Alternatif strategi adalah mempertahankan citra/*image* perusahaan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan jumlah dan jenis produk dengan meningkatkan diversifikasi produk, memperluas daerah pemasaran ke pasar baru, memperbaiki jalur distribusi, meningkatkan kegiatan promosi, pengembangan SDM, meningkatkan pengendalian mutu, dan menerapkan teknologi yang lebih canggih. Perbedaan penelitian terletak pada lokasi

penelitian dan alat analisis menggunakan metode AHP. Persamaan penelitian pada penentuan strategi pengembangan usaha jamu dengan memakai analisis SWOT.

Jurnal yang ditulis oleh Evalia (2015) yang berjudul Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan agroindustri gula semut aren di Kecamatan Lareh Sago Halaban serta menentukan strategi yang diprioritaskan dalam pengembangan agroindustri gula semut aren. Dari hasil penelitian didapatkan 10 alternatif strategi yang mewakili dalam pengembangan dari hulu ke hilir dalam upaya pengembangan agroindustri gula semut, prioritas strategi yang dapat diimplementasikan berdasarkan hasil AHP yaitu faktor teknologi dengan pelaku yang bertanggung jawab adalah pemerintah sebagai fasilitator yang akan diprioritaskan untuk diversifikasi produk turunan aren (gula semut aren). Kemudian, tujuan akhir dari strategi pengembangan agroindustri gula semut aren adalah pemberian bantuan berupa teknologi tepat guna dan teknologi *packing* untuk skala komersil. Perbedaan penelitian terletak pada penentuan hirarki pada prioritas pengembangan, lokasi penelitian dan tempat penelitian dilakukan. Persamaan penelitian pada penentuan strategi pengembangan dengan menggunakan analisis SWOT dan menentukan prioritas pengembangan dengan menggunakan AHP.

Penelitian yang dilakukan oleh Tarigan (2008) yang berjudul Strategi Pengembangan Agroindustri Sutera Alam Melalui Pendekatan

Klaster. Adapun tujuan penelitian untuk mendapatkan model sistem pengembangan agroindustri sutera alam melalui pendekatan klaster dalam rangka peningkatan daya saing. Disimpulkan bahwa strategi yang dihasilkan berdasarkan verifikasi model di Sulawesi Selatan menunjukkan Kabupaten Wajo merupakan lokasi pengembangan klaster yang paling potensial dengan industri intinya adalah industri pertenunan sutera. Hasil verifikasi model menunjukkan pendapatan pemintalan yaitu Rp. 5,3 jta/tahun dan pertenunan Rp. 60,17 juta/tahun mempunyai pendapatan tertinggi. Pengintegrasian usaha tani, pemintalan, dan pertenunan merupakan strategi terbaik untuk pengembangan agroindustri sutera alam di Kabupaten Wajo. Perbedaan penelitian pada lokasi penelitian dan alat analisis SWOT. Sedangkan persamaan penelitian terletak pada penentuan prioritas strategi pengembangan dengan menggunakan *Analytical Hierarchy Process (AHP)*.

Jurnal yang ditulis oleh Setyowati, dkk (2012) yang berjudul Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Jamu Instan di Kabupaten Karanganyar. Tujuan penelitian ini yaitu untuk memetakan agroindustri pedesaan jamu instan yang ada di Kabupaten Karanganyar, mengidentifikasi peringkat (potensi) agroindustri pedesaan jamu instan di Kabupaten Karanganyar, merumuskan strategi pengembangan agroindustri pedesaan jamu instan dan mengidentifikasi peta rantai usaha agroindustri pedesaan jamu instan di Kabupaten Karanganyar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agroindustri jamu instan tersebar di kecamatan

Jatipuro, Jenawi, Jumantono, Karanganyar, Kerjo, Mojogedang dan tawangmangu. Agroindustri jamu instan merupakan agroindustri unggulan peringkat kedua. Alternatif strategi pengembangan jamu instan di Kabupaten Karanganyar yaitu: Peningkatan kemampuan produsen dalam diversifikasi produk jamu instan dengan harga yang terjangkau pasar, peningkatan akses permodalan melalui akses lembaga pembiayaan, pengembangan diversifikasi dengan tetap menjaga kualitas produk, peningkatan kemampuan produsen dalam akses bahan baku yang berkualitas dengan harga terjangkau, peningkatan kualitas produk dengan bahan baku lokal, perkuatan modal, dan pengembangan kemitraan usaha dalam hal pengadaan bahan baku. Peta rantai nilai agroindustri jamu instan melibatkan petani empon-empon dan pedagang pasar sebagai pemasok bahan baku, produsen sebagai pengolahnya dan pemasarnya adalah pedagang jamu. Persamaan penelitian yaitu tentang strategi pengembangan jamu menggunakan analisis SWOT. Namun perbedaan dalam penelitian dengan penambahan alat analisis menggunakan AHP dan lokasi penelitian.

Tabel 2.1
Daftar penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Hanny Ayu Dianiffa, 2015.	SKRIPSI: Strategi Pengembangan Industri Mocaf di Kabupaten Gunung Kidul.	Analisis deskriptif kualitatif, SWOT dan IFAS (<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Industri <i>mocaf</i> di kabupaten Gunungkidul terdapat sekitar 11 kelompok paguyupan pengrajin <i>Mocaf</i> Gunungkidul. ▪ Analisis strategi bersaing menunjukkan bahwa tidak ada pesaing pada Industri <i>Mocaf</i>. ▪ Analisis SWOT

Lanjutan Tabel 2.1

				menunjukkan bahwa dalam Industri <i>Mocaf</i> di Kabupaten Gunungkidul berada diposisi Strategi Pertumbuhan yaitu memanfaatkan seoptimal mungkin kekuatan dan peluang yang dimiliki.
2.	Jeni Wulandari, 2009	TESIS: Strategi Pengembangan Kawasan Industri Kecil Berbasis Komoditas Unggulan (Studi kasus kawasan sentra industri keripik kota Bandar Lampung).	Memadukan input data kuantitatif dan kualitatif sekaligus (<i>mix method</i>), SWOT dan AHP.	Berdasarkan hasil analisis SWOT, diperoleh alternatif strategi terpilih bagi pengembangan kawasan, yakni strategi WO (<i>Weakness-Opportunity</i>) sebagai strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Hasil dari perumusan strategi analisis SWOT kemudian ditentukan prioritasnya dengan menggunakan AHP. Sehingga prioritas strategi yang perlu didahulukan untuk pengembangan Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung yakni: membantu permodalan dan membangun lokasi yang menjadi sentra utama kawasan.
3.	Sri Suhartini. dkk, 2012	JURNAL: Perencanaan Strategi Pengembangan Usaha Produk Jamu	Skala Likert dan Analisis SWOT	Strategi yang tepat dan sesuai untuk diterapkan oleh perusahaan dalam upaya mengembangkan usahanya adalah strategi stabilitas melalui strategi hati-hati. Beberapa hal yang harus diperhatikan secara khusus oleh perusahaan jamu dan obat tradisional yaitu masalah pemasaran, sehingga perlu diterapkan suatu manajemen pemasaran yang sesuai dengan posisi perusahaan.

Lanjutan Tabel 2.1

4.	Nur Afni Evalia, 2015	JURNAL: Strategi Pengembangan Agroindustri Gula Semut Aren	Deskriptif kuantitatif, Porters Diamond Theory, Analisis BCG, Analisis SWOT dan AHP	Dari hasil penelitian didapatkan 10 alternatif strategi yang mewakili dalam pengembangan dari hulu ke hilir dalam upaya pengembangan agroindustri gula semut, prioritas strategi yang dapat di implemmentasikan berdasarkan hasil olahan AHP, faktor tersebut adalah teknologi, dengan pelaku yang bertanggung jawab adalah pemerintah sebagai fasilitator yang akan di prioritaskan untuk diversifikasi produk turunan aren (gula semut aren). Tujuan akhir dari strategi pengembangan agroindustri gula semut aren adalah pemberian bantuan berupa teknologi tepat guna dan teknologi <i>packing</i> untuk skala komersil.
5.	Djoni Tarigan, 2008	DISERTASI: Strategi Pengembangan Agroindustri Sutera Alam Melalui Pendekatan Klaster	Pendekatan klaster, <i>Location Quotion</i> (LQ) dan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)	Strategi yang dihasilkan berdasarkan verifikasi model di Sulawesi Selatan menunjukkan Kabupaten Wajo merupakan lokasi pengembangan kluster yang paling potensial dengan industri intinya adalah industri pertenunan sutera. Hasil verifikasi model menunjukkan pendapatan pemintalan yaitu Rp. 5,3 juta/tahun dan pertenunan Rp. 60,17 juta/tahun mempunyai pendapatan tertinggi. Pengintegrasian usaha tani, pemintalan dan pertenunan merupakan strategi terbaik untuk

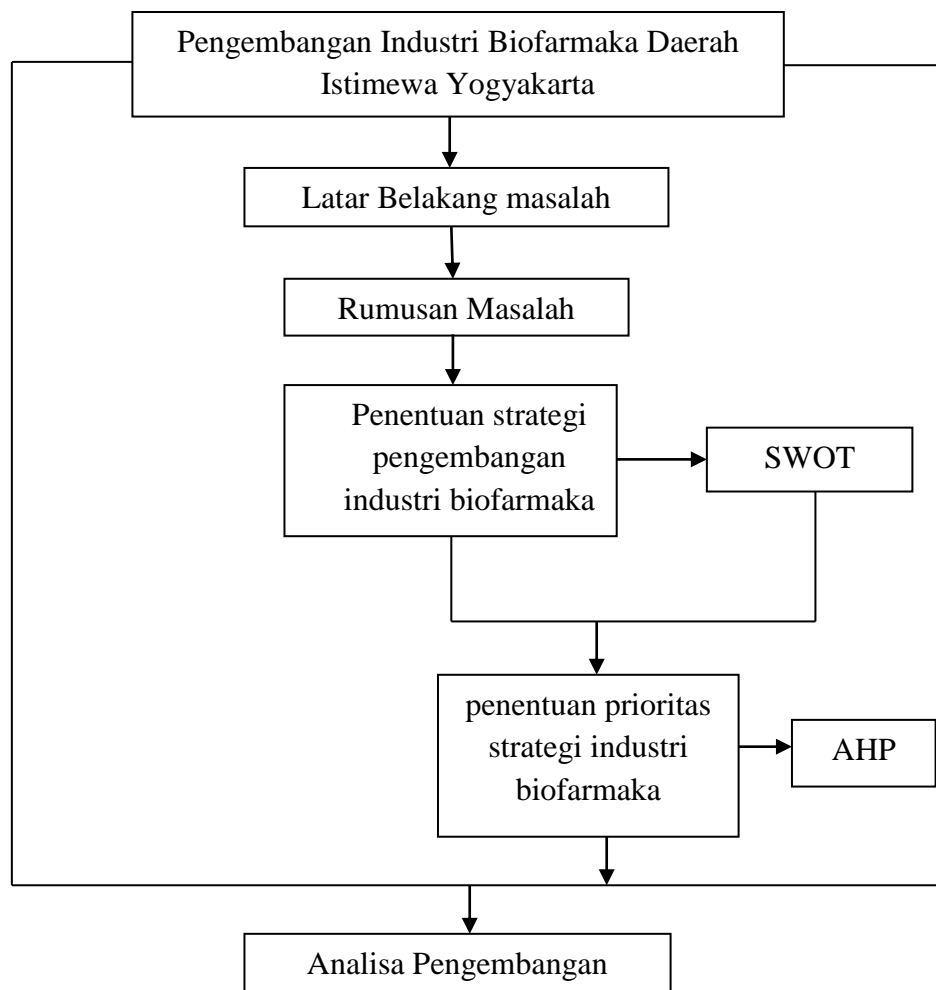
Lanjutan tabel 2.1

				pengembangan agroindustri sutera alam di Kabupaten Wajo.
6.	Nuning Setyowati. Dkk, 2012	JURNAL: Analisa Potensi dan Strategi Pengembangan Jamu Instan di Kabupaten Karanganyar	Analisis metode perbandingan eksponensial, metode borda, SWOT, dan Value chain map	Alternatif strategi pengembangan jamu instan di Kabupaten Karanganyar yaitu: Peningkatan kemampuan produsen dalam diversifikasi produk jamu instan dengan harga yang terjangkau pasar, peningkatan akses permodalan melalui akses lembaga pembiayaan, pengembangan diversifikasi dengan tetap menjaga kualitas produk, peningkatan kemampuan produsen dalam akses bahan baku yang berkualitas dengan harga terjangkau, peningkatan kualitas produk dengan bahan baku lokal, perkuatan modal, dan pengembangan kemitraan usaha dalam hal pengadaan bahan baku.

C. Kerangka Pemikiran

Industri Biofarmaka yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta berkembang cukup pesat dengan tersedianya bahan baku yang dapat dimanfaatkan menjadi suatu produk. Tetapi tidak sedikit perusahaan yang gulung tikar di karenakan tidak mampu bersaing dan terhambat dalam hal permodalan. Demi mendapatkan produk yang berkualitas, perusahaan selalu berinovasi agar berbeda dengan pesaing sesama pelaku industri biofarmaka. Perusahaan membutuhkan strategi-strategi yang tepat untuk menjaga nilai produksi tetap stabil.

Setelah menentukan strategi-strategi apa saja yang harus dilakukan untuk pengembangan industri biofarmaka. Kemudian dari beberapa alternatif strategi, di tentukan prioritas strategi untuk pengembangan industri biofarmaka Daerah Istimewa Yogyakarta.



Sumber: Wibowo, 2011 (modifikasi)

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran