

ANALISIS PROFIL INDUSTRI KNALPOTDI PURBALINGGA, KABUPATEN PURBALINGGA

Penulis : Cahyo Adhi Nugroho
Dosen Pembimbing : Dr. Syafrudin Budiningharto, SU

ABSTRACT

The shift of economic structure coloring of the Indonesian economy in the last three decades. Indonesia, which has the characteristics that an agrarian base and began to shift the economic structure towards the industry as the main mover. This also occurred in Central Java. The industrial sector became the leading sector in Central Java, ahead of other sectors. Industry in Central Java are mostly small and medium industries as well as numerous. In Central Java, PDRB in 2008, non-oil processing industry able to contribute to the Central Java at Rp. 68,628,771,670,000. Automotive industry, including assembly, body and parts market is one of the oldest, largest and most significant in Indonesia. One important component in the exhaust of motor vehicles. Muffler serves as the drain of the combustion occurring within the vehicle engine. Exhaust the famous industrial centers in Central Java, there are villages Purbalingga Lor and Kembaran Kulon, District Purbalingga Purbalingga. This industry is important and needs to be investigated because this industry to be one big supplier for aftermarket market to outside Java.

This study aims to analyze the exhaust industry profile in Purbalingga Purbalingga. In this study, which is in issue iscircumstances of an industrial exhaust , weaknesses, strengths, threats, opportunities, constraints arising from the political environment , economic, social and technological. It also formulated industrial development strategies using SWOT analysis.

Key words: industrial exhaust, SWOT analysis, PEST analysis, strategies for industrial development.

ABSTRAK

Pergeseran struktur perekonomian mewarnai perekonomian Indonesia dalam tiga dasawarsa terakhir. Indonesia yang mempunyai basis dan karakteristik yang agraris mulai menggeser struktur perekonomian ke arah industri sebagai penggerak utamanya. Hal ini juga terjadi pada Jawa Tengah. Sektor industri menjadi *leading* sektor di Jawa Tengah mengungguli sektor yang lainnya. Industri di Jawa Tengah sebagian besar adalah industri kecil dan menengah serta jumlahnya banyak. Dalam PDRB Jawa Tengah tahun 2008, industri pengolahan non migas mampu memberikan sumbangan terhadap Jawa Tengah sebesar Rp. 68.628.771.670.000.

Industri otomotif, termasuk perakitan, bodi dan komponen adalah salah satu pasar tertua, terbesar dan paling signifikan di Indonesia. Salah satu komponen yang penting dalam kendaraan bermotor adalah knalpot. Knalpot berfungsi sebagai saluran pembuangan dari sisa pembakaran yang terjadi di dalam mesin kendaraan. Sentra industri knalpot yang terkenal di Jawa Tengah terdapat Desa Purbalingga Lor dan Kembaran Kulon, Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga. Industri ini penting dan perlu diteliti karena industri ini menjadi salah satu pemasok yang cukup besar bagi pasar *aftermarket* sampai di luar Pulau Jawa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profil industri knalpot di Purbalingga, Kabupaten Purbalingga.

Dalam penelitian ini, yang menjadi pokok pembahasan adalah keadaan sentra industri knalpot, kelemahan-kekuatan, ancaman-peluang yang ada, hambatan-hambatan yang timbul dari lingkungan politik, ekonomi, sosial dan teknologi. Selain itu, juga dirumuskan strategi-strategi pengembangan industri menggunakan *SWOT analysis*.

Kata kunci : industri knalpot, analisis SWOT, analisis PEST, strategi pengembangan industri.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industrialisasi merupakan suatu proses interaksi antara pengembangan teknologi, inovasi, spesialisasi dalam produksi dan perdagangan antar negara yang pada akhirnya sejalan dengan peningkatan pendapatan per kapita mendorong perubahan struktur ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari pengalaman negara-negara Eropa yang mengalami proses industrialisasi pertama sejak revolusi industri Perang Dunia II, dan proses kedua sejak Perang Dunia II berakhir hingga tahun 1960-an. Pengalaman dari negara-negara tersebut menunjukkan bahwa industrialisasi merupakan suatu proses transisi jangka panjang dari ekonomi nonindustri (agraris) ke ekonomi industri, di mana secara relatif peranan sektor ekonomi industri manufaktur di dalam ekonomi semakin kuat sedangkan peranan sektor-sektor primer semakin lemah. Oleh karena itu, proses industrialisasi di dalam ekonomi sering juga diartikan sebagai perubahan struktur ekonomi.

Pada periode tahun 1988-1993, struktur perekonomian di Indonesia mengalami perubahan yang mencolok, dimana sumbangan sektor pertanian terhadap PDB berangsur-angsur dilampaui oleh sumbangan sektor industri manufaktur. Hingga akhir tahun 1993, penurunan komoditi pertanian, terutama padi, menyebabkan sektor pertanian hanya berperan 17,9% terhadap pembentukan PDB harga berlaku. Pada tahun 2004, sektor industri manufaktur menjadi penyumbang

PDB yang dominan melampaui sektor pertanian yang hanya mampu menyumbang 15,4% terhadap total PDB.

Tabel 1.1
Distribusi Persentase PDB Indonesia atas Dasar Harga Berlaku
Menurut Lapangan Usaha Tahun 1968-2004

lapangan usaha	1968	1973	1978	1983	1988	1993	1998	2000	2004²
Pertanian	51	40,1	30,5	22,9	24,1	17,8	17,4	15,6	15,4
Pertambangan dan penggalian	4,2	12,3	17,6	20,8	12,1	9,6	8,3	12,1	8,6
Induatri manufaktur	8,5	9,6	10	12,7	18,5	22,3	23,9	27,8	28,3
Lainnya ¹⁾	36,3	38	41,9	43,6	45,2	50,3	50,3	44,5	47,7
PDB	100.0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Catatan 1) lainnya terdiri atas sektor listrik, gas dan air minum, konstruksi, perdagangan, pengangkutan dan komunikasi, bank dan lembaga keuangan, sewa rumah, pemerintah, dan jasa-jasa.

2) angka sementara

Sumber : Mudrajat Kuncoro, 2007

Industri komponen otomotif Indonesia baik untuk mobil dan sepeda motor adalah salah satu rantai nilai industri yang berkembang sangat pesat, bernilai paling tinggi dan paling menjanjikan di Indonesia. Secara historikal, produsen asing seperti Honda, Yamaha dan Suzuki., telah menjadi penggerak industri yang dominan yang menguasai segmen pasar komponen perakitan dan suku cadang yang bernilai paling tinggi – baik pasar ekspor maupun dalam negeri. Sejalan dengan meluasnya permintaan untuk komponen (khususnya suku cadang mobil) sejak krisis tahun 1998, pasar komponen dalam negeri berkembang karena pelanggan menuntut lebih banyak pilihan jenis dan harga produk. Faktor-faktor ini telah menciptakan peluang untuk masuk ke pasar tersebut.

Tabel 1.2 di bawah ini menunjukkan peningkatan yang tajam pada permintaan kendaraan bermotor dalam negeri (baik mobil maupun sepeda motor) yang dirakit di Indonesia sepanjang periode 2001-2005.

Tabel 1.2
Volume Produksi Mobil dan Sepeda Motor di Indonesia 2001-2005

Unit	2001	2002	2004	2004	2005
Mobil					
Toyota	79.554	84.313	100.860	131.940	182.767
Mitsubishi	66.106	75.390	77.104	89.590	89.158
Suzuki	53.190	63.515	70.154	82.242	87.274
Daihatsu	31.299	20.288	21.698	47.621	53.750
Honda	11.423	13.113	21.650	46.500	48.762
Isuzu	31.299	26.335	19.779	23.457	25.010
Lainnya	26.758	34.998	43.089	61.945	47.120
Total	2 99.629	3 17.942	3 54.334	4 83.295	5 33.841
Sepeda Motor					
Honda	9 32.178	1.,437.068	1 .576.694	2 .035.711	2.648.190
Suzuki	2 94.037	4 40.579	5 83.944	844.232	1 .091.962
Kawasaki	45.292	43.865	60.732	105.057	7 4.128
Yamaha	29.074	352.145	5 68.159	874.388	1 .224.595
Lainnya	5.207	13.807	20.655	28.287	25.329
Total	1 .575.788	2 .287.464	2 .810.184	3 .887.675	5 .074.204

Sumber: SENADA (2007)

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa produksi industri otomotif terus mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2005. Hal ini menyebabkan semakin tingginya angka kendaraan bermotor yang berada di jalan raya. Dengan semakin tingginya angka tersebut maka kebutuhan akan komponen kendaraan bermotor juga tinggi sehingga ini menjadi peluang bagi industri komponen otomotif untuk terus meningkatkan produksinya.

Salah satu komponen yang penting dalam kendaraan bermotor adalah knalpot. Knalpot berfungsi sebagai saluran pembuangan dari sisa pembakaran yang

terjadi di dalam mesin kendaraan. Selain itu, knalpot juga berfungsi memberikan daya dorong bagi kendaraan sehingga kendaraan dapat melaju secara maksimal. Sekarang ini industri knalpot mengalami kemajuan yang cukup pesat. Terbukti dengan digunakannya knalpot produksi Kabupaten Purbalingga oleh produsen mobil dari Jerman, Mercedes Benz (Heru Pamudji dan Arief Koes, 2009). Pada tahun 2007, total nilai produksi dalam industri knalpot di Purbalingga mencapai Rp 9.956.633.000,-(Data Base IKM Purbalingga, 2007). Kemajuan industri knalpot Purbalingga ini tentunya harus melewati berbagai hambatan dan ancaman di berbagai aspek.

Berdasarkan latar belakang tersebut tersebut, penulis tertarik mengadakan penelitian mengenai permasalahan ini, dan menyajikannya dalam bentuk penelitian dengan judul “ Analisis Profil Industri Knalpot di Purbalingga, Kabupaten Purbalingga”.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Industri

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 (Djojodipuro, 1994). Perusahaan industri adalah suatu unit usaha yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar menjadi barang jadi atau barang setengah jadi atau dari barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya yang terletak di suatu bangunan atau pada lokasi tertentu yang mempunyai catatan administrasi sendiri mengenai produksi dan struktur biaya, serta ada orang yang bertanggung jawab terhadap resiko usaha (BPS, 1990).

Hasibuan (1993) mengungkapkan bahwa pengertian industri sangat luas, dapat dalam lingkup makro dan mikro. Secara mikro, sebagaimana dijelaskan dalam teori ekonomi mikro, industri adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling menggantikan secara erat. Namun demikian, dari segi pembentukan pendapatan, yakni cenderung bersifat makro, industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah.

2.1.3 Analisis PEST

Menggunakan analisis PEST sangat sederhana dan merupakan alat yang bagus digunakan dalam suatu *workshop*. Analisis PEST dapat digunakan sebelum menggunakan analisis SWOT. Analisis PEST dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi faktor-faktor dari analisis SWOT. Analisis PEST menjadi lebih berguna dan relevan dalam suatu bisnis yang besar atau yang lebih kompleks. Tetapi terkadang untuk bisnis-bisnis lokal yang berkapasitas kecil, analisis PEST masih mampu mengatasi 1 atau 2 permasalahan yang sangat penting yang mungkin belum bisa dijawab.

TABEL 2.1
PEST (*Political, Economic, Social, Technological*) ANALYSIS

Politik	Ekonomi
<ul style="list-style-type: none">• Isu lingkungan• Perundang-undangan bagi pasar lokal saat ini• Perundang-undangan di masa depan• Perundang-undangan internasional• Badan peraturan dan pemrosesan• Kebijakan pemerintah• Istilah dalam pemerintah dan perubahannya• Kebijakan perdagangan• Dana, hibah, dan inisiatif• Tekanan dari anggota-anggota• Tekanan dari anggota-anggota internasional• Perang dan konflik	<ul style="list-style-type: none">• Situasi ekonomi lokal/dalam negeri• Trend ekonomi lokal/dalam negeri• Ekonomi luar negeri dan trend• Masaah umum mengenai perpajakan• Spesifikasi pajak untuk produk/layanan• Musim• Siklus pasar dan perdagangan• Spesifikasi faktor industri• Trend aliran pasar dan distribusi• Pelanggan• Bunga/nilai tukar• Masalah perdagangan internasional dan keuangan

Sosial	Teknologi
<ul style="list-style-type: none"> • Trend gaya hidup • Demografi • Tingkah laku pembeli dan opininya • Pandangan media • Perubahan hukum yang mempengaruhi • Faktor sosial • Penggambaran merk, perusahaan dan teknologi • Pola pembelian pembeli • Model fashion dan peran • Acara besar dan pengaruhnya • Faktor kebudayaan/keagamaan • Periklanan dan publisitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Persaingan teknologi • Dana pengembangan dan penelitian • Teknologi yang terakut • Penggantian • Kematangan teknologi • Industri akhir dan kapasitasnya • Informasi dan komunikasi • Pelanggan yang membeli • Mekanisme teknologi • Perundang-undangan tentang teknologi • Lisensi dan hak paten • Isu-isu kekayaan intelektual • Komunikasi dengan dunia

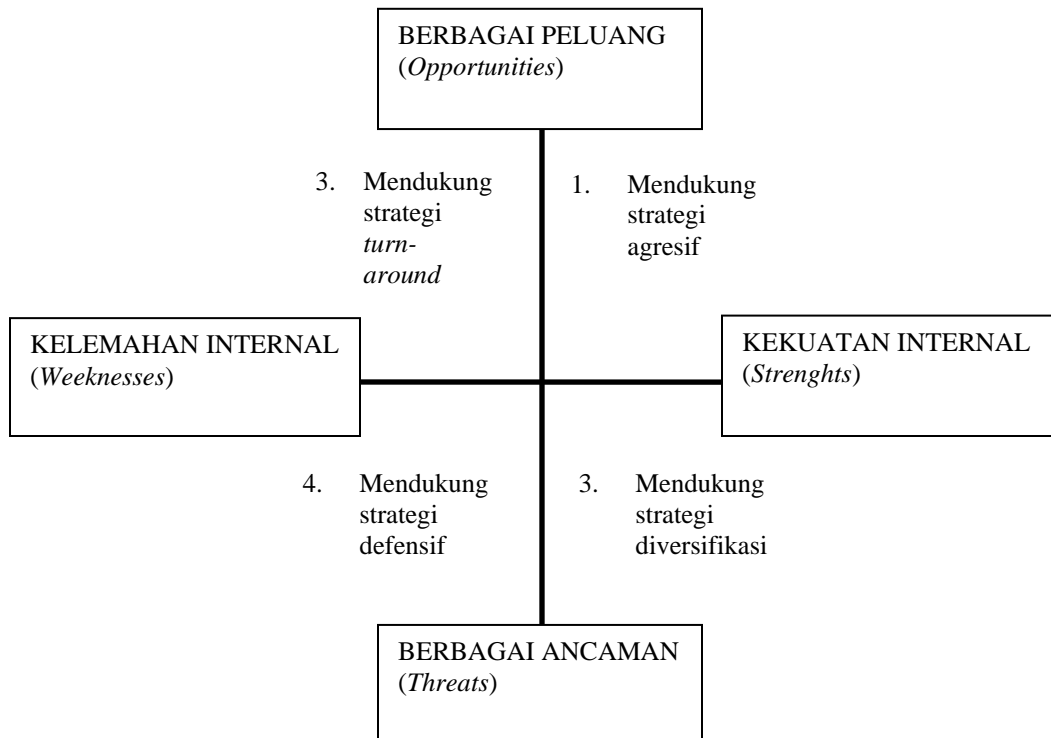
Sumber: AICC (*Agricultural Innovation and Commercialization Center*), 2010

Tabel 2.1 memperlihatkan empat faktor utama dalam analisis PEST. Keempat faktor tersebut adalah politik, ekonomi, sosial dan teknologi. Tiap-tiap faktor tersebut dapat diketahui pengaruhnya melalui situasi dan kondisi yang sedang terjadi di daerah tersebut.

2.1.4 Analisis SWOT

SWOT merupakan kepanjangan dari *strenght, oppotunities, weeknesses*, dan *threats*. Menurut Freddy Rangkuti (2005), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman.

GAMBAR 2.1
ANALISIS SWOT



Sumber: Freddy Rangkuti, 2005

Kuadran 1, merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Kuadran 2 menjelaskan, meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3, perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberap kendala internal. Fokus strategi ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Kuadran 4, ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan. Perusahaan tersebut menghadapi berbagai kelemahan dan ancaman internal.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah merupakan data primer dan data sekunder. Data Primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengusaha industri knalpot dan beberapa *stakeholder* dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan. Data primer tersebut meliputi :

1. Data produksi knalpot yang dihasilkan (unit) tiap perusahaan.
2. Data harga knalpot per unit (rupiah) tiap perusahaan.
3. Data banyaknya bahan baku tong yang digunakan (tong) tiap perusahaan.
4. Data harga tong per unit (rupiah) tiap perusahaan.
5. Data banyaknya karbit yang digunakan (kg) tiap perusahaan.
6. Data harga karbit per kilogram (rupiah) tiap perusahaan.
7. Data banyaknya tenaga kerja tiap perusahaan (orang).
8. Data jumlah jam kerja (jam) tiap perusahaan.
9. Data banyaknya alat produksi yang digunakan (unit) tiap perusahaan.
10. Data umur ekonomis alat produksi tiap perusahaan (tahun).

Sedangkan data sekunder merupakan data penunjang yang diperoleh dari studi kepustakaan yang berasal dari berbagai sumber baik dari buku, laporan, jurnal, hasil penelitian maupun lembaga/instansi terkait dalam penelitian ini, antara lain BPS Propinsi Jawa Tengah, BPS Kabupaten Purbalingga, Dinas Perindustrian dan

Perdagangan Propinsi Jawa Tengah, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Purbalingga dan lain-lain.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Mudrajat Kuncoro (2003) populasi mempunyai arti yaitu kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajari atau menjadi objek penelitian. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Purbalingga meliputi seluruh sentra industri knalpot di Kabupaten Purbalingga khususnya Desa Purbalingga Lor (Pesayangan) dan Desa Kembaran Kulon, Kecamatan Purbalingga. Jumlah populasi dari industri knalpot di daerah ini adalah 101 unit produksi dengan rincian 61 perusahaan terdapat di Purbalingga Lor (Pesayangan) dan 40 perusahaan di Kembaran Kulon (Data Base IKM Disperindagkop Kabupaten Purbalingga, 2007). Penelitian ini dilakukan dengan cara sampling dengan mengutamakan perusahaan yang mempunyai nilai output yang besar.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Sedangkan sampling yaitu suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup seluruh objek akan tetapi hanya sebagian dari populasi saja, yaitu hanya mencakup sampel yang diambil dari populasi tersebut (Supranto, 2003).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu dengan tiap populasi diberikan nomor dan kemudian sampel yang

diinginkan ditarik secara acak, baik menggunakan *random numbers* ataupun dengan undian biasa, sehingga tiap sampel mempunyai peluang yang sama untuk dipilih. (Moh. Nazir, 1988).

Penentuan ukuran pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan ukuran 30% dari jumlah populasi yang diteliti. Berdasarkan Data Base IKM Disperindagkop terdapat 101 perusahaan sebagai populasi. Sehingga 30% dari jumlah populasi adalah 30. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 perusahaan.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei dan literatur. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Survei

Merupakan metode pengumpulan data primer yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Ada dua teknik dalam pengumpulan data metode survei:

- a. Wawancara, merupakan teknik megumpulkan data dalam metode survei yang menggunakan pertanyaan secara lisan kepada subjek penelitian.
- b. Kuesioner, merupakan susunan pertanyaan yang diberikan kepada responden dan *stakeholders* dalam bentuk tertulis.

2. Metode Literatur (studi pustaka)

Merupakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari literatur-literatur dan penerbitan seperti koran, buku-buku, majalah dan internet.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.6 Gambaran Sentra Industri Knalpot

4.1.6.1 Keadaan Sentra Industri Knalpot

Kondisi sentra industri saat ini cukup dinamis, dalam arti kegiatan produksi dan pemasaran masih berlangsung. Tiap-tiap rumah di sentra industri knalpot (Pesayangan dan Kembaran Kulon) selalu terdapat aktivitas membuat knalpot.

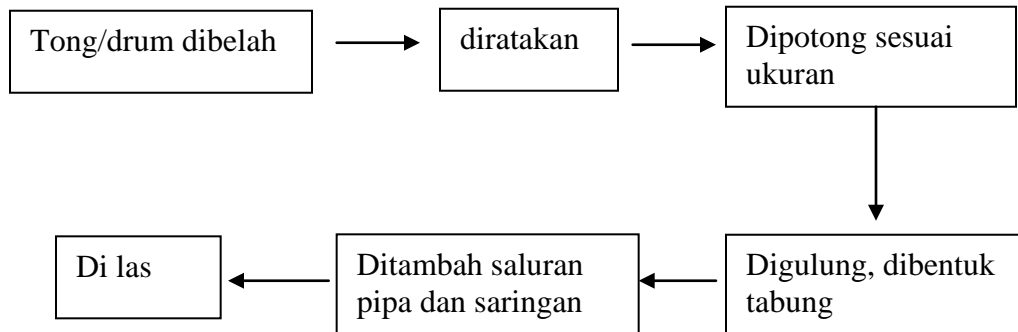
Knalpot telah dijadikan sebagai mata pencaharian utama penduduk di sentra ini, karena tenaga kerja laki-laki banyak terserap sehingga memberikan efek negatif bagi sisi pendidikan, di mana rata-rata pendidikan orang tuanya / para pengusaha adalah SD (Sekolah Dasar). Hal ini menjadikan banyak anak-anak mereka yang sekolah tertinggi hanya mencapai setingkat SMA saja dan selanjutnya ikut berkecimpung di usaha orang tuanya. Akan tetapi hal ini memberikan efek positif bagi penduduk karena meskipun pendidikannya kurang tetapi cukup pintar dan kritis terutama dalam hal keuangan dan berhitung.

Sistem pemesanan dari IKM rata-rata dilakukan sendiri secara berkeliling. Hanya IKM – IKM yang sudah mempunyai nama atau yang terkenal, konsumen atau pedagang dari luar sentra datang sendiri ke IKM. Sistem penjualan produk rata-rata menggunakan sistem cash dan tempo dan tidak mengenal sistem grosir dan eceran. Harga yang berlaku adalah harga standar, dalam arti harga yang ditetapkan oleh IKM itu sendiri.

Permasalahan yang sering timbul dari tiap pengusaha atau IKM adalah kurangnya modal untuk kerja dan pengembangan usaha serta sebagian penambahan alat kerja. Beberapa permasalahan yang dianggap bukan hal besar seperti perlunya pengetahuan alat atau perbaikan mesin dan keluhan mesin yang harganya sangat mahal padahal mesin tersebut sangat penting untuk kecepatan proses produksi. Persaingan harga yang kurang sehat dalam arti harga yang sehat itu tercipta harga yang sama, dan kurang adanya kesadaran dan pengertian lebih besar terhadap penetapan harga jual yang standar.

Proses produksi knalpot tiap IKM adalah sama, yang membedakan hanyalah terletak pada proses penyelesaiannya saja. Ada IKM yang melakukan *finishing* dengan menggunakan cat, *croom*, pernis dan ada perusahaan yang tidak menambah ketiganya. Siklus proses produksi di industri knalpot adalah pertama-tama tong/drum dibelah lalu diratakan. Setelah rata semua barulah tong/drum dipotong sesuai ukuran dan kebutuhan kemudian digulung dan dibentuk tabung. Setelah berbentuk tabung, lalu saluran pipa dan saringan knalpot dimasukan ke dalam tabung tersebut. Setelah itu dipasang penutup bagian atas dan bawah, dan juga dilas menjadi satu. Perlu diketahui bahwa saluran pipa dalam knalpot juga dibuat secara *hand made* dari tong. Tetapi ada juga IKM yang memesan pipa tersebut.

Gambar 4.1
Siklus Proses Produksi Knalpot



Sumber : Wawancara Responden

Pangsa pasar yang dituju para pengusaha di sentra ini adalah laki-laki dewasa dengan sakal menengah ke atas namun juga tidak menutup kemungkinan bagi mereka dengan skala menengah ke bawah. Hal ini dikarenakan produk knalpot ini ditujukan bagi mereka yang mempunyai kendaraan bermotor.

4.1.6.3 Sistem Pemasaran

Produk yang dihasilkan di industri knalpot sebenarnya adalah beragam mulai knalpot standar, variasi, knalpot sepeda motor sampai knalpot untuk keperluan balap. Namun dalam penelitian ini hanya dibatasi pada knalpot standar saja. Industri knalpot di Purbalingga ini juga menerima pemesanan knalpot dengan merk luar negeri (knalpot asli tapi palsu).

Harga yang berlaku cukup bervariasi untuk jenis knalpot standar mulai Rp 200.000,- sampai dengan Rp 300.000,-. Knalpot produksi Purbalingga ini telah dipasarkan hampir di seluruh Pulau Jawa, sedangkan di luar Pulau Jawa baru pada Jambi, Batam, Medan, Palembang, Balikpapan dan sebagian Pulau Kalimantan.

Cara promosi yang dilakukan juga bermacam-macam. Diantaranya adalah melalui saudara yang tinggal di daerah tujuan penjualan, melakukan penyebaran brosur di tempat yang strategis, menggunakan sarana internet, mengikuti pameran otomotif, menjalin kerjasama dengan distributor dan juga mengikuti seminar-seminar mengenai IKM sekaligus mempromosikan produknya.

Strategi Pengembangan Industri

Berdasarkan keterangan dari *stakeholder* maka dapat dirumuskan strategi-strategi melalui kombinasi matriks SWOT, hasilnya adalah sebagai berikut:

1. Strategi *Strength – Opportunities* (SO)

- Peningkatan kualitas dari produk knalpot Purbalingga sehingga dapat bersaing dengan produk impor.
- Menjalinkan kerjasama dengan ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merk) nasional sehingga produk lokal dapat menguasai pasar dalam negeri.
- Memproduksi knalpot yang lebih bervariasi dalam bentuk model dan juga selalu mengikuti perkembangan tren knalpot yang bisa didapat melalui referensi-referensi di internet.

2. Strategi *Strength – Threats* (ST)

- Meningkatkan kualitas produk knalpot menjadi kualitas ekspor sehingga dapat bersaing di pasar internasional. Hal ini tentunya juga berdasarkan ketentuan-ketentuan internasional.

- Melakukan penelitian-penelitian mengenai bahan baku alternatif sehingga dapat mengurangi ketergantungan terhadap bahan baku yang sudah ada.

3. Strategi *Weakness – Opportunities* (WO)

- Menjalin kerjasama yang baik dengan pihak pemasok bahan baku sehingga suplai bahan baku dapat terjaga dan tidak mengganggu proses produksi.
- Membentuk suatu paguyuban antar pengusaha knalpot agar dapat mengurangi indikasi adanya persaingan yang tidak sehat antar pengusaha.
- Bekerja sama dengan industri-industri pembuatan knalpot yang besar sehingga pengusaha knalpot Purbalingga dapat menambah pengetahuan mereka sekaligus memperluas jaringan pasar.
- Mulai melakukan penerapan proses produksi yang berorientasi terhadap penerapan teknologi sehingga jumlah dan kualitas produk dapat meningkat.

4. Strategi *Weakness – Threats* (WT)

- Melakukan penelitian-penelitian mengenai bahan baku alternatif sehingga dapat mengurangi ketergantungan terhadap bahan baku yang sudah ada.
- Melakukan reformasi atau pembenahan dalam manajemen usaha baik dari sisi administrasi maupun produksi.
- Memberlakukan tarif harga dasar sehingga dapat mengurangi indikasi terjadinya persaingan yang tidak sehat.

Dengan melihat strategi-staregi yang telah dirumuskan di atas diharapkan mampu meningkatkan performa produksi industri knalpot di Kabupaten Purbalingga. Keberhasilan tersebut tentunya juga melibatkan peran serta Pemerintah Kabupaten Purbalingga sebagai *stakeholder*.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terhadap industri knalpot di Purbalingga, Kabupaten Purbalingga maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Permasalahan yang sering timbul dalam industri knalpot di Purbalingga adalah masalah permodalan yang digunakan untuk memperbesar jumlah produksi dan juga untuk pembelian alat produksi yang lebih modern.
2. Permasalahan lain yang berhubungan langsung dengan masyarakat adalah timbulnya suara bising sepanjang proses produksi sedang berjalan. Diharapkan nantinya dengan alat yang lebih modern, kerugian-kerugian sosial seperti itu dapat dihilangkan.
3. Salah satu kebijakan yang saat ini sudah mulai dilaksanakan adalah dengan melakukakn kerjasama dengan ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merk) Nasional sehingga nantinya produk lokal mampu menguasai pasar dalam negeri sendiri.
4. Berdasarkan analisi PEST melalui wawancara terhadap beberapa *stakeholder* dapat diketahui gambaran lingkungan industri knalpot Purbalingga dilihat dari lingkungan politik, ekonomi, sosial dan teknologi. Pemerintah Kabupaten Purbalingga telah melakukan berbagai upaya melalui aspek politik, ekonomi, sosial dan teknologi dalam mendukung produktivitas industri knalpot.

5. Berdasarkan analisis SWOT, dapat diketahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam industri kanlpot di Purbalingga. Dengan mengkombinasikan matriks-matriks SWOT dapat diperoleh strategi-strategi yang cocok untuk pengembangan industri knalpot di Purbalingga.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Santi., Budisantoso Wirjodirjo, dan Sri Gunani Pratiwi. 2010. **Analisis Kebijakan dalam Usaha Meningkatkan Pangsa Pasar Global Suku Cadang Otomotif dengan Pendekatan Dinamikan Sistem (Studi Kasus: Klaster Industri Logam di Ngingas, Jawa Timur)**.
- Badan Pusat Statistik. 2005. **Statistik Industri Besar dan Sedang Jawa Tengah 2005**. BPS Provinsi Jawa Tengah: Semarang.
- _____. 2006. **Statistik Industri Besar dan Sedang Jawa Tengah 2006**. BPS Provinsi Jawa Tengah: Semarang.
- _____. 2007. **Statistik Industri Besar dan Sedang Jawa Tengah 2007**. BPS Provinsi Jawa Tengah: Semarang.
- _____. 2008. **Statistik Industri Besar dan Sedang Jawa Tengah 2008**. BPS Provinsi Jawa Tengah: Semarang.
- _____. 2009. **Jawa Tengah dalam Angka**. BPS Provinsi Jawa Tengah: Semarang.
- _____. 2009. **Kabupaten Purbalingga Dalam Angka 2009**. BPS Provinsi Jawa Tengah: Semarang.
- _____. 2009. **Kecamatan Purbalingga Dalam Angka 2009**. BPS Provinsi Jawa Tengah: Semarang.
- Boediono. 1982. **Ekonomi Mikro**. Yogyakarta: BPFE
- Djojodipuro, M. 1994. **Pengantar Ekonomi untuk Perencanaan**. UI-Press, Jakarta.
- Dumairy. 2000. **Perekonomian Indonesia**. Erlangga, Jakarta.
- Hasibuan, N. 1993. **Ekonomi Industri : Persaingan, Monopoli dan Regulasi**. LP3ES, Jakarta.
- Kadin Indonesia, 2007. **Visi 2030 & Roadmap 2010 Industri Nasional : Ringkasan Eksekutif**. Rekomendasi Kadin Indonesia. Diakses tanggal 25 Juni 2010

- Kuncoro, Mudrajat. 2007. **Ekonomika Industri Indonesia : Menuju Negara Industri Baru 2030?**. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta
- Kuncoro, Mudrajat. 2008. **Industri di Bawah Bayang-bayang Jilid II**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia
- Kuncoro, Mudrajat. 2008. **Usaha Kecil di Indonesia: Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan**.
- Kuncoro, Mudrajat. 2009. **Ekonomika Indonesia: Dinamika Lingkungan Bisnis di Tengah Krisis Global**. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Layton, C. and Rustandie, J. 2007. **Gambaran Rantai Nilai Komponen Otomotif: Justifikasi Pasar dan Strategi Peningkatan Pasar Komponen Dalam Negeri**. h. 6-35. Diakses tanggal 25 Juni 2010, dari SENADA.
- Miller, Roger Le Rey and Roger E. Meiners. 2000. **Teori Ekonomi Intermediate**. 3 ed. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Mc Eachern, William A, 2001, **Ekonomi Mikro Pendekatan Kontemporer**, Penerbit Salemba Empat, Jakarta. Terjemahan : Sigit Triandaru.
- Muhadjir Effendy. n.d. *Neo-Kronisme dalam Deregulasi Industri (Kasus Indonesia pada Tahun 1980-an)*. [Http://www.google.co.id](http://www.google.co.id). (google search). Diakses 25 Juni 2010.
- Nazir, Moh, 1988, **Metode Penelitian**, Jakarta, Ghalia Indonesia.
- Pindyck, Robert, dan Daniel L. Rubinfeld, 1995, **Microeconomics**, Prentice-Hall International, Inc
- Rangkuti, Freddy. 2005. **Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sahra, Rusydi. 2005. **Faktor-Faktor Sosial Budaya dalam Peningkatan Daya Saing: Kasus Industri Logam di Sukabumi, Ceper, Tegal dan Pasuruan**. Jurnal Masyarakat dan Budaya. Vol. VI, No. 1, hal 57-79.
- Sunaryo, T. 2001. **Ekonomi Manajerial: Aplikasi Teori Ekonomi Mikro**. Jakarta: Erlangga
- Tambunan, Tulus T.H. 2001. **Transformasi Ekonomi di Indonesia**. Jakarta: Salemba Empat.