# BAB II TINJAUAN PUSTAKA



## Kajian Pustaka



### Undang-Undang Republik Indonesia No. 3 Tahun 2014 Tentang Perindustrian

Menurut Undang-Undang RI No. 3 Tahun 2014, bahwa perindustrian adalah tatanan dan segala kegiatan yang bertalian dengan kegiatan industri, sedangkan Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.

Perindustrian diselenggarakan berdasarkan asas: kepentingan nasional, demokrasi ekonomi, kepastian berusaha, pemerataan persebaran, persaingan usaha yang sehat dan keterkaitan Industri.

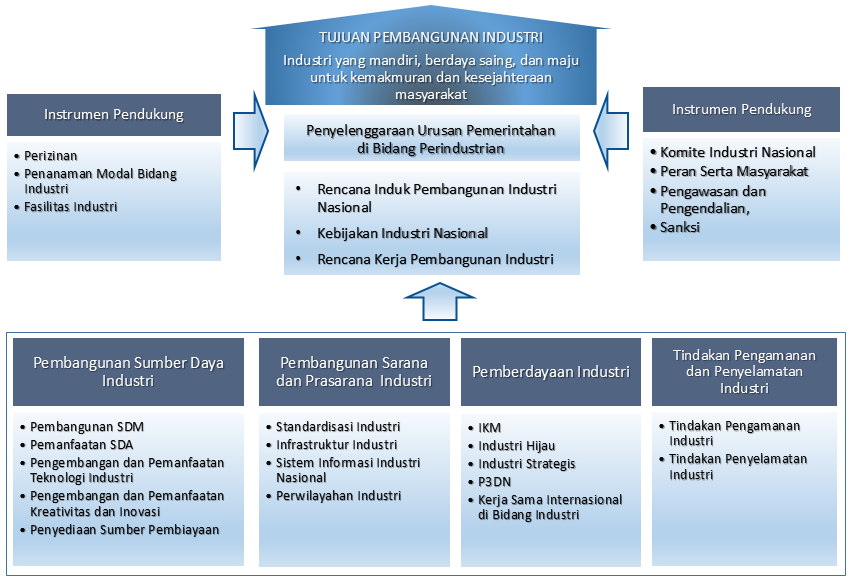
Pembangunan industri ke depan ditujukan agar sektor industri dapat tumbuh lebih cepat sehingga dapat berperan lebih besar dalam penciptaan nilai tambah yang berujung pada peran sektor industri pada peningkatan pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Peningkatan pertumbuhan dan peran sektor industri tersebut akan dapat dicapai apabila berbagai permasalahan yang dihadapi saat ini dapat diatasi, yaitu:

1. Masih lemahnya daya saing industri nasional;
2. Belum kuat dan belum dalamnya struktur industri nasional;
3. Masih terkonsentrasinya kegiatan industri di Pulau Jawa; dan
4. Belum optimalnya regulasi pemerintah dalam mendukung kemajuan sektor industri.

Undang-Undang No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian disusun dengan tujuan untuk mengatasi permasalahan tersebut, 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.

Pemahaman terhadap tujuan dan ruang lingkup pembangunan industri, sebagaimana digambarkan pada gambar berikut.



Sumber : UU No. 3 tahun 2014 Tentang Perindustrian

Gambar 2.1  
Kerangka Pikir/Skema UU No. 3 tahun 2014 Tentang Perindustrian

### Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) Tahun 2015-2035

Visi Pembangunan Industri Nasional adalah Indonesia Menjadi Negara Industri Tangguh. Dalam rangka mewujudkan visi tersebut, pembangunan industri nasional mengemban misi sebagai berikut:

1. Meningkatkan peran industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional;
2. Memperkuat dan memperdalam struktur industri nasional;
3. Meningkatkan daya saing industri yang mandiri dan berwawasan lingkungan;
4. Menjamin 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. Meningkatkan persebaran pembangunan industri ke seluruh wilayah Indonesia guna memperkuat dan memperkukuh ketahanan nasional; dan
7. Meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara berkeadilan.

Strategi yang ditempuh untuk mencapai visi dan misi pembangunan industri nasional adalah sebagai berikut:

1. Mengembangkan industri hulu dan industri antara berbasis sumber daya alam;
2. Pengendalian ekspor bahan mentah dan sumber energi;
3. Meningkatkan penguasaan teknologi dan kualitas sumber daya manusia (SDM) industri;
4. Mengembangkan Wilayah Pengembangan Industri (WPI), Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri (WPPI), Kawasan Industri (KI), dan Sentra Industri Kecil dan Menengah;
5. Menyediakan langkah-langkah afirmatif berupa perumusan kebijakan, penguatan kapasitas kelembagaan dan pemberian fasilitas kepada industri kecil dan menengah;
6. Pembangunan sarana dan prasarana Industri;
7. Pembangunan industri hijau;
8. Pembangunan industri strategis;
9. Peningkatan penggunaan produk dalam negeri; dan
10. Kerjasama internasional bidang industri.

Adapun sasaran pembangunan sektor industri yang dicapai pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2035 seperti terlihat pada tabel berikut.

Tabel 2.1  
Sasaran Pembangunan Industri Tahun 2015 s.d. 2035 (persen)

| **No** | **Indikator** | **Satuan** | **2014** | **2015** | **2020** | **2025** | **2035** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Pertumbuhan sektor Industri Non Migas | % | 5,7 | 6,8 | 8,5 | 9,1 | 10,5 |
| 2 | Share Industri non migas terhadap PDB | % | 20,8 | 21,2 | 24,9 | 27,4 | 30,0 |
| 3 | Share ekspor produk industri terhadap total ekspor | % | 66,5 | 67,3 | 69,8 | 73,5 | 78,4 |
| 4 | Jumlah tenaga kerja di sektor industri | Juta orang | 14,9 | 15,5 | 18,5 | 21,7 | 29,2 |
| 5 | (Persentase tenaga kerja di sektor industri terhadap total pekerja) | % | 13,7 | 14,1 | 15,7 | 17,6 | 22,0 |
| 6 | Rasio impor bahan baku sektor industri terhadap PDB sektor industri non migas | % | 43,5 | 43,1 | 26,9 | 23,0 | 20,0 |
| 7 | Nilai Investasi sektor industri | Rp Trilyun | 210 | 270 | 618 | 1.000 | 4.150 |
| 8 | Persentase nilai tambah sektor industri yang diciptakan di luar Pulau Jawa | % | 29,0 | 30,0 | 32,0 | 35,0 | 40,0 |

Sumber : RIPIN Tahun 2015-2035

Sasaran kuantitatif diatas ditentukan berdasarkan asumsi yang didukung oleh komitmen pemerintah untuk tercapainya kondisi sebagai berikut:

1. Stabilitas politik dan ekonomi yang mendukung peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional antara 6% sampai dengan 9% per tahun;
2. Perkembangan ekonomi global yang dapat mendukung pertumbuhan ekspor nasional khususnya produk industri;
3. Iklim investasi dan pembiayaan yang mendorong peningkatan investasi di sektor industri;
4. Ketersediaan infrastruktur yang dapat mendukung peningkatan produksi dan kelancaran distribusi;
5. Kualitas dan kompetensi SDM industri berkembang dan mendukung peningkatan penggunaan teknologi dan inovasi di sektor industri;
6. Kebijakan terkait sumber daya alam yang mendukung pelaksanaan program hilirisasi industri secara optimal; dan
7. Koordinasi antar kementerian/lembaga dan peran aktif pemerintah daerah dalam pembangunan industri.

Penahapan capaian pembangunan industri prioritas dilakukan untuk jangka menengah dan jangka panjang. Sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN), tahapan dan arah rencana pembangunan industri nasional diuraikan sebagai berikut:

* + 1. Tahap I (2015-2019)

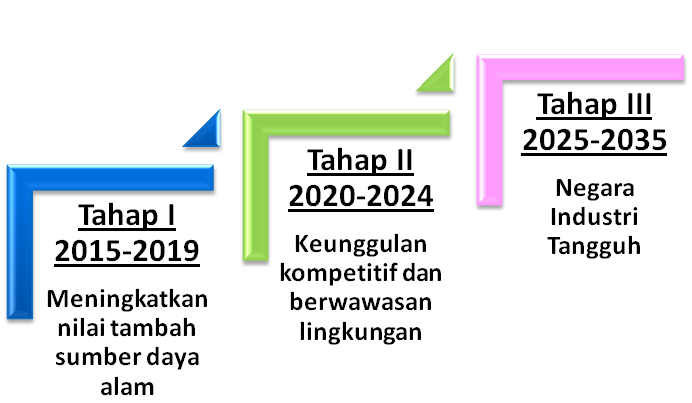
Arah rencana pembangunan industri nasional pada tahap ini dimaksudkan untuk “meningkatkan nilai tambah sumber daya alam pada industri hulu berbasis agro, mineral dan migas, yang diikuti dengan pembangunan industri pendukung dan andalan secara selektif melalui penyiapan SDM yang ahli dan kompeten di bidang industri, serta meningkatkan penguasaan teknologi.”

* + 1. Tahap II (2020-2024)

Arah rencana pembangunan industri nasional pada tahap ini dimaksudkan untuk mencapai keunggulan kompetitif dan berwawasan lingkungan melalui penguatan struktur industri dan penguasaan teknologi, serta didukung oleh SDM yang berkualitas.

* + 1. Tahap III (2025-2035)

Arah rencana pembangunan industri nasional pada tahap ini dimaksudkan untuk menjadikan Indonesia sebagai Negara Industri Tangguh yang bercirikan struktur industri nasional yang kuat dan dalam, berdaya saing tinggi di tingkat global, serta berbasis inovasi dan teknologi.



Sumber : RIPIN Tahun 2015-2035

**Gambar 2.2  
Tahapan Pembangunan Industri Nasional**

#### Bangun Industri Nasional

Bangun industri nasional berisikan industri andalan masa depan, industri pendukung, dan industri hulu, dimana ketiga kelompok industri tersebut memerlukan modal dasar berupa sumber daya alam, sumber daya manusia, serta teknologi, inovasi dan kreativitas. Pembangunan industri di masa depan tersebut juga memerlukan prasyarat berupa ketersediaan infrastruktur dan pembiayaan yang memadai, serta didukung oleh kebijakan dan regulasi yang efektif.

Industri nasional tahun 2035 memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Industri manufaktur kelas dunia *(world class manufacturing)*, yang memiliki basis industri yang kuat dengan kondisi:
2. Tumbuh dan berkembangnya industri manufaktur dengan berbasis sumberdaya nasional;
3. Terbangunnya modal dasar dan prasyarat pembangunan industri; dan
4. Terbentuknya daya saing yang kuat di pasar internasional.
5. Struktur industri yang kuat sebagai motor penggerak utama *(prime mover)* perekonomian dengan ciri sebagai berikut:
6. Mempunyai kaitan *(linkage)* yang kuat dan sinergis antar subsektor industri dan dengan berbagai sektor ekonomi lainnya;
7. Memiliki kandungan lokal yang tinggi;
8. Menguasai pasar domestik;
9. Memiliki produk unggulan industri masa depan;
10. Dapat tumbuh secara berkelanjutan; dan
11. Mempunyai daya tahan *(resilience)* yang tinggi terhadap gejolak perekonomian dunia.
12. Sinergitas yang kuat antara industri kecil, menengah, dan besar yang menjalankan perannya sebagai sebuah rantai pasok *(supply chain)*. Sinergitas tersebut harus dibangun melalui hubungan yang saling menguntungkan dan saling membutuhkan antar skala usaha sektor industri secara nasional.
13. Peran dan kontribusi industri manufaktur yang semakin penting dalam ekonomi nasional sebagai tumpuan bagi penciptaan lapangan kerja, penciptaan nilai tambah, penguasaan pasar domestik, pendukung pembangunan berkelanjutan, dan menghasilkan devisa.

Kerangka Pikir Bangun Industri Nasional tahun 2035 mencakup:

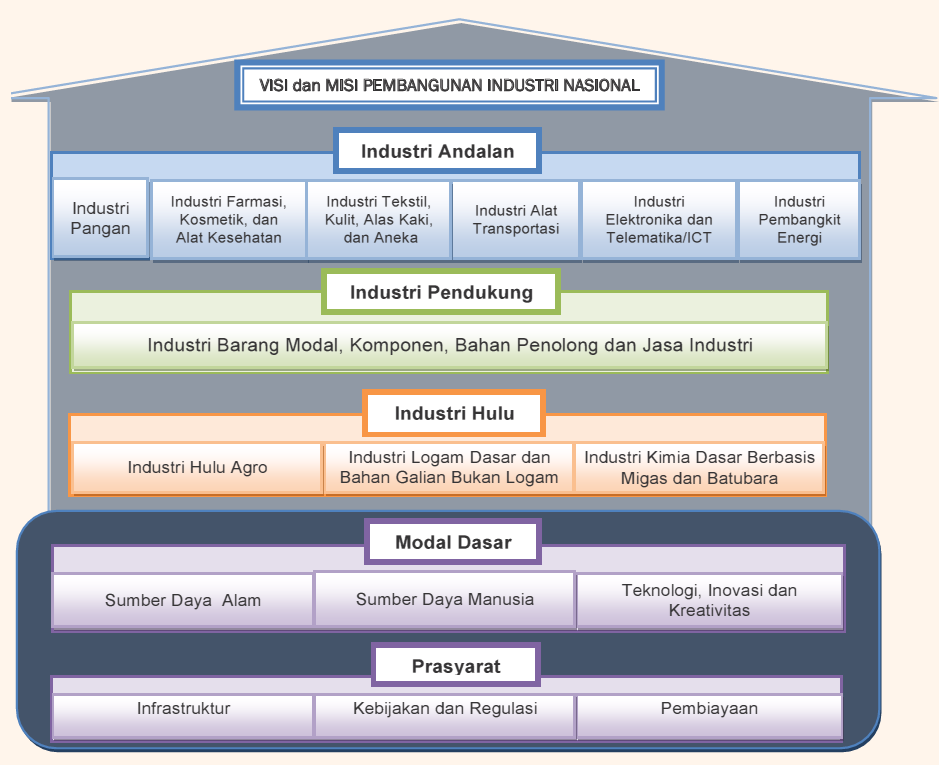
* 1. Industri Andalan, yaitu industri prioritas yang berperan besar sebagai penggerak utama *(prime mover)* perekonomian di masa yang akan datang. Selain memperhatikan potensi sumber daya alam sebagai sumber keunggulan komparatif, industri andalan tersebut memiliki keunggulan kompetitif yang mengandalkan sumber daya manusia yang berpengetahuan dan terampil, serta ilmu pengetahuan dan teknologi.
  2. Industri Pendukung, yaitu industri prioritas yang berperan sebagai faktor pemungkin *(enabler)* bagi pengembangan industri andalan secara efektif, efisien, integratif dan komprehensif.
  3. Industri Hulu, yaitu industri prioritas yang bersifat sebagai basis industri manufaktur yang menghasilkan bahan baku yang dapat disertai perbaikan spesifikasi tertentu yang digunakan untuk industri hilirnya.
  4. Modal Dasar, yaitu faktor sumber daya yang digunakan dalam kegiatan industri untuk menghasilkan barang dan jasa serta dalam penciptaan nilai tambah atau manfaat yang tinggi. Modal dasar yang diperlukan dan digunakan dalam kegiatan industri adalah:
  5. Sumber daya alam yang diolah dan dimanfaatkan secara efisien, ramah lingkungan, dan berkelanjutan, sebagai bahan baku maupun sumber energi bagi kegiatan industri;
  6. Sumber daya manusia yang memiliki kompetensi kerja (pengetahuan, ketrampilan dan sikap) yang sesuai di bidang industri; dan
  7. Pengembangan, penguasaan, dan pemanfaatan teknologi industri, kreativitas serta inovasi untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, nilai tambah, daya saing, dan kemandirian sektor industri nasional.
  8. Prasyarat, yaitu kondisi ideal yang dibutuhkan agar tujuan pembangunan industri dapat tercapai. Prasyarat yang dibutuhkan untuk mewujudkan industri andalan, pendukung dan hulu, serta dalam pemanfaatan sumber daya di masa yang akan datang adalah:

1. Penyediaan infrastruktur industri di dalam dan di luar kawasan industri dan/atau didalam kawasan peruntukan Industri;
2. Penetapan kebijakan dan regulasi yang mendukung iklim usaha yang kondusif bagi sektor industri; dan
3. Penyediaan alokasi dan kemudahan pembiayaan yang kompetitif untuk pembangunan industri nasional.

Sementara itu, penetapan industri prioritas dilakukan dengan mempertimbangkan antara lain yaitu:

1. Kepentingan nasional sebagai tujuan pembangunan industri diantaranya adalah:
   1. Peningkatan kemandirian ekonomi dan mengurangi ketergantungan ekonomi dari negara lain;
   2. Keamanan, kesatuan, dan konektivitas wilayah Indonesia secara strategis; dan
   3. Persebaran kegiatan ekonomi dan industri secara lebih merata ke seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
2. Permasalahan terkait pertumbuhan ekonomi yang dihadapi diantaranya adalah:
3. Penyerapan tenaga kerja dan peningkatan kesejahteraan pekerja melalui penciptaan lapangan kerja produktif; dan
4. Struktur industri yang lemah yang ditandai dengan kurangnya keterkaitan antara satu sektor industri dengan industri lainnya, tingginya kandungan impor bahan baku dan komponen, dan lemahnya daya saing di pasar global.
5. Keinginan untuk mengejar ketertinggalan dari negara maju dilakukan melalui peningkatan produktivitas yang dapat dicapai melalui pemanfaatan teknologi yang sesuai.

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, maka ditentukan 10 industri prioritas yang dikelompokkan ke dalam industri andalan, industri pendukung, dan industri hulu. Berdasarkan penetapan industri prioritas, maka ditetapkan Bangun Industri Nasional sebagaimana tercantum pada Gambar berikut.



Sumber : RIPIN Tahun 2015-2035

**Gambar 2.3  
Bangun Industri Nasional**

#### Pembangunan Sumberdaya Industri

Sumber daya industri adalah sumber daya yang digunakan untuk melakukan pembangunan industri yang meliputi: pembangunan sumber daya manusia; pemanfaatan sumberdaya alam; pengembangan dan pemanfaatan teknologi industri; pengembangan danpemanfaatan kreativitas dan inovasi; dan penyediaan sumber pembiayaan.

A. Pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM) Industri

Sumber Daya Manusia Industri meliputi : (a) wirausaha Industri (pelaku usaha Industri); (b) tenaga kerja Industri (tenaga kerja profesional di bidang Industri); (c) pembina Industri (aparatur yang memiliki kompetensi bidang Industri di pusat dan di daerah); dan (d) konsultan Industri (perorangan atau perusahaan yang memberikan layanan konsultasi, advokasi dan pemecahan masalah bagi Industri).

Kegiatan pembangunan SDM industri difokuskan pada rencana pembangunan tenaga kerja industri. Pembangunan tenaga kerja industri bertujuan untuk menyiapkan tenaga kerja Industri kompeten yang siap kerja sesuai dengan kebutuhan perusahaan industri dan/atau perusahaan kawasan industri, meningkatkan produktivitas tenaga kerja Industri, meningkatkan penyerapan tenaga kerja di sektor Industri serta memberikan perlindungan dan kesejahteraan bagi tenaga kerja Industri.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan tenaga kerja industri yang memiliki kompetensi dibidang teknis dan manajerial perlu dilakukan berbagai program pengembangan baikdalam jangka menengah maupun jangka panjang yang meliputi:

a. Pembangunan infrastruktur tenaga kerja industri berbasis Kompetensi meliputi:

* + - 1. Penyusunan dan penetapan SKKNI;
      2. Pembentukan Asesor kompetensi dan asesor lisensi;
      3. Pembentukan LSP dan TUK;
      4. Pembangunan Sistem sertifikasi kompetensi; dan
      5. Pembangunan Lembaga Pendidikan/Akademi Komunitas berbasis kompetensi.

b. Pembangunan tenaga kerja berbasis kompetensi diselenggarakan dengan bekerjasama antara Pemerintah, asosiasi industri, asosiasi profesi, Kamar Dagang dan Industri (KADIN), dan perusahaan industri, melalui:

1. Pendidikan vokasi Industri berbasis kompetensi;
2. Pendidikan dan pelatihan Industri berbasis kompetensi; dan
3. Pemagangan Industri.

c. Penyediaan sarana dan prasarana pendidikan dan pelatihan untuk melengkapi unit pendidikan dan balai diklat melalui penyediaan laboratorium, *teaching factory*, dan workshop.

d. Fasilitasi penyelenggaraan sertifikasi kompetensi bagi calon tenaga kerja dan tenaga kerja sektor industri serta penempatan kerja bagi lulusan pendidikan vokasi industri dan pendidikan dan pelatihan industri berbasis kompetensi.

B. Pemanfaatan, Penyediaan dan Penyaluran Sumber Daya Alam

Pemanfaatan, penyediaan dan penyaluran sumber daya alam untuk Perusahaan Industri dan Perusahaan Kawasan Industri diselenggarakan melalui prinsip tata kelola yang baik dengan tujuan untuk menjamin penyediaan dan penyaluran sumber daya alam yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan bahan baku, bahan penolong, energi dan air baku bagi Industri agar dapat diolah dan dimanfaatkan secara efisien, ramah lingkungan dan berkelanjutan guna menghasilkan produk yang berdaya saing serta mewujudkan pendalaman dan penguatan struktur industri. Kebutuhan sumber daya alam diproyeksikan berdasarkan kapasitas produksi yang ditargetkan untuk industri hulu berbasis mineral tambang, migas dan batubara, serta agro.

Dalam rangka menjamin ketersediaan sumber daya alam bagi pengembangan industri hulu terutama industri yang berbasis mineral tambang dan batubara, migas, serta agro, maka pemerintah melakukan program sebagai berikut:

a. Pemanfaatan sumber daya alam secara efisien, ramah lingkungan dan berkelanjutan melalui penerapan tata kelola yang baik antara lain meliputi:

1. Penyusunan rencana pemanfaatan sumber daya alam;
2. Manajemen pengolahan sumber daya alami;
3. Implementasi pemanfaatan sumber daya yang efisien paling sedikit melalui penghematan, penggunaan teknologi yang efisien dan optimasi kinerja proses produksi;
4. Implementasi pemanfaatan sumber daya yang ramah lingkungan dan berkelanjutan dengan prinsip pengurangan limbah *(reduce),* penggunaan kembali *(reuse),* pengolahan kembali *(recycle);* dan pemulihan *(recovery);* dan
5. Audit tata kelola pemanfaatan sumber daya alam.

b. Pelarangan atau pembatasan ekspor sumber daya alam

Pelarangan atau pembatasan ekspor sumber daya alam ditujukan untuk memenuhi rencana pemanfaatan dan kebutuhan perusahaan industri dan perusahaan kawasan industri, antara lain meliputi:

1. Penetapan bea keluar;
2. Penetapan kuota ekspor;
3. Penetapan kewajiban pasokan dalam negeri; dan
4. Penetapan batasan minimal kandungan sumber daya alam.

c. Jaminan Penyediaan dan Penyaluran Sumber Daya Alam

Jaminan Penyediaan dan Penyaluran Sumber Daya Alam diutamakan untuk mendukung pemenuhan kebutuhan bahan baku, bahan penolong dan energi dan air baku industri dalam negeri yang mencakup:

* 1. Penyusunan rencana penyediaan dan penyaluran sumber daya alam berupa paling sedikit nerasa ketersediaan sumber daya alam;
  2. Penyusunan rekomendasi dalam rangka penetapan jaminan penyediaan dan penyaluran sumber daya alam;
  3. Pemetaan jumlah, jenis dan spesifikasi sumber daya alam, serta lokasi cadangan sumber daya alam;
  4. Pengembangan industri berbasis sumber daya alam secara terpadu;
  5. Diversifikasi pemanfaatan sumber daya alam secara efisien dan ramah lingkungan di perusahaan industri dan perusahaan kawasan industri;
  6. Pengembangan potensi sumber daya alam secara optimal dan mempunyai efek berganda terhadap perekonomian suatu wilayah;
  7. Pengembangan pemanfaatan sumber daya alam melalui penelitian dan pengembangan;
  8. Pengembangan jaringan infrastruktur penyaluran sumber daya alam untuk meningkatkan daya saing perusahaan industri dan perusahaan kawasan industri;
  9. Fasilitasi akses kerjasama dengan negara lain dalam hal pengadaan sumber daya alam;
  10. Penetapan kebijakan impor untuk sumber daya alam tertentu dalam rangka penyediaan dan penyaluran sumber daya alam untuk perusahaan industri dan perusahaan kawasan industri;
  11. Pengembangan investasi pengusahaan sumber daya alam tertentu di luar negeri;
  12. Pemetaan dan penetapan wilayah penyediaan sumber daya alam terbarukan;
  13. Konservasi sumber daya alam terbarukan;
  14. Penanganan budi daya dan pasca panen sumber daya alam terbarukan;
  15. Renegosiasi kontrak eksploitasi pertambangan sumber daya alam tertentu;
  16. Menerapkan kebijakan secara kontinu atas efisiensi pemanfaatan sumber daya alam; dan
  17. Penerapan kebijakan diversifikasi energi untuk industri.

C. Pengembangan dan Pemanfaatan Teknologi Industri

Pengembangan, penguasaan dan pemanfaatan teknologi industri bertujuan untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, nilai tambah, daya saing dan kemandirian industri nasional. Penguasaan teknologi dilakukan secara bertahap sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuandan kebutuhan industri dalam negeri agar dapat bersaing di pasar dalam negeri dan pasar global. Program pengembangan teknologi dilakukan melalui:

* + - * 1. Peningkatan sinergi program kerjasama litbang antara balai-balai industri dengan lembaga riset pemerintah, lembaga riset swasta, perguruan tinggi, dunia usaha dan lembaga riset untuk menghasilkan produk litbang yang aplikatif dan terintegrasi;
        2. Implementasi pengembangan teknologi baru melalui pilot plant atau yang sejenis;
        3. Pemberian jaminan resiko terhadap pemanfaatan teknologi yang dikembangkan berdasarkan hasil litbang dalam negeri;
        4. Pemberian insentif bagi industri yang melaksanakan kegiatan R&D dalam pengembangan industri dalam negeri;
        5. Pemberian insentif dalam bentuk royalti kepada unit R&D dan peneliti yang hasil temuannya dimanfaatkan secara komersial di industri;
        6. Peningkatan transfer teknologi melalui proyek putar kunci *(turn key project)* apabila belum tersedia teknologi yang diperlukan di dalam negeri;
        7. Mendorong relokasi unit R&D milik perusahaan industri PMA melalui skema insentif pajak *(double tax deductable)* terutama bagi industri yang berorientasi ekspor dan sifat siklus umur teknologinya singkat atau berubah cepat;
        8. Meningkatkan kontribusi hasil kekayaan intelektual berupa desain, paten dan merk dalam produk industri untuk meningkatkan nilai tambah;
        9. Melakukan audit teknologi terhadap teknologi yang dinilai tidak layak untuk industri antara lain boros energi, beresiko pada keselamatan dan keamanan, serta berdampak negatif pada lingkungan;
        10. Mendorong tumbuhnya pusat-pusat inovasi *(center of excellence)* pada wilayah pusat pertumbuhan industri;
        11. Mendorong terjadinya transfer teknologi dari perusahaan atau tenaga kerja asing yang beroperasi di dalam negeri; dan
        12. Pemberian penghargaan bagi rintisan, pengembangan, dan penerapan teknologi industri.

D. Pengembangan dan Pemanfaatan Kreativitas dan Inovasi

Pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi dimaksudkan untuk memberdayakan budaya Industri dan/atau kearifan lokal yang tumbuh di masyarakat terutama dalam rangka pengembangan industri kreatif. Untuk mengembangkan dan memanfaatkan kreativitas dan inovasi, maka perlu dilakukan:

1. Penyediaan ruang dan wilayah untuk masyarakat dalam berkreativitas dan berinovasi;
2. Pengembangan sentra industri kreatif;
3. Pelatihan teknologi dan desain;
4. Konsultasi, bimbingan, advokasi, dan fasilitasi perlindungan hak kekayaan intelektual khususnya bagi industri kecil; dan
5. Fasilitasi promosi dan pemasaran produk industri kreatif di dalam dan luar negeri.

Pengembangan dan pemanfaatan kreativitas dan inovasi dilakukan melalui:

1. Penyediaan ruang dan wilayah untuk masyarakat dalam berkreativitas dan berinovasi, antara lain berupa : 1) pembangunan techno park; 2) pembangunan pusat animasi; dan 3) pembangunan pusat inovasi.
2. Pengembangan sentra Industri kreatif, antara lain; 1) bantuan mesin peralatan dan bahan baku/penolong; 2) pembangunan UPT; 3) bantuan desain dan tenaga ahli ; dan 4) fasilitasi pembiayaan.
3. Pelatihan teknologi dan desain, antara lain: 1) pelatihan desain dan teknologi; dan 2) bantuan tenaga ahli.
4. Fasilitasi perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, antara lain : 1) konsultasi, bimbingan, advokasi HKI; dan 2) fasilitasi pendaftaran merk, paten, hak cipta dan desain industri.
5. Fasilitasi promosi dan pemasaran produk Industri kreatif, yaitu : 1) promosi dan pameran di dalam negeri; 2) promosi dan pameran di luar negeri; dan 3) penyediaan fasilitas *trading house* di luar negeri.

E. Penyediaan Sumber Pembiayaan

Dalam rangka pencapaian sasaran pengembangan industri nasional dibutuhkan pembiayaan investasi di sektor industri yang bersumber dari penanaman modal dalam negeri dan penanaman modal asing, serta penanaman modal pemerintah khususnya untuk pengembangan industri strategis.

Pembiayaan industri dapat diperoleh melalui investasi langsung maupun melalui kredit perbankan. Semakin terbatasnya pemanfaatan kredit perbankan di sektor industri antara lain disebabkan oleh relatif tingginya suku bunga perbankan karena dibiayai oleh dana masyarakat berjangka pendek. Kondisi ini memerlukan dibentuknya suatu lembaga keuangan yang dapat menjamin tersedianya pembiayaan investasi dengan suku bunga kompetitif.

Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian menyatakan secara tegas bahwa pemerintah memfasilitasi ketersediaan pembiayaan yang kompetitif untuk pembangunan industri. Berdasarkan Undang-Undang tersebut dapat dibentuk lembaga pembiayaan pembangunan industri yang berfungsi sebagai lembaga pembiayaan investasi di bidang industri yang diatur dengan Undang-Undang.

#### Pembangunan Sarana dan Prasarana Industri

Pembangunan industri nasional yang berdaya saing perlu didukung dengan penyediaan sarana dan prasarana industri meliputi :

A. Standardisasi Industri

Standardisasi industri bertujuan untuk meningkatkan daya saing industri dalam rangka penguasaan pasar dalam negeri maupun ekspor. Standardisasi industri juga dapat dimanfaatkan untuk melindungi keamanan, kesehatan, dan keselamatan manusia, hewan, dan tumbuhan, pelestarian fungsi lingkungan hidup, pengembangan produk industri hijau serta mewujudkan persaingan usaha yang sehat.

Pengembangan Standardisasi industri meliputi perencanaan, pembinaan, pengembangan dan Pengawasan untuk Standar Nasional Indonesia (SNI), Spesifikasi Teknis (ST) dan Pedoman Tata Cara (PTC).

Sasaran pengembangan standardisasi industri adalah :

* 1. Terlaksananya penyusunan dan pemberlakuan SNI, ST dan/atau PTC sesuai kebutuhan industri prioritas; dan
  2. Tersedianya infrastruktur standardisasi meliputi pembentukan lembaga sertifikasi produk, penyediaan laboratorium penguji, lembaga inspeksi, laboratorium kalibrasi, auditor/asesor, petugas penguji, petugas inspeksi, dan petugas kalibrasi untuk pelaksanaan penilaian kesesuaian, serta penyediaan Petugas Pengawas Standar Industri (PPSI) dan Penyidik Pegawai Negeri Sipil Industri (PPNS-I) untuk pelaksanaan pengawasan penerapan SNI, spesifikasi teknis dan/atau pedoman tata cara.

Program pengembangan standardisasi industri dilakukan melalui:

1. Pengembangan standardisasi industri dalam rangka peningkatan kemampuan daya saing industri melalui: 1) perumusan standar; 2) penerapan standar; 3) pengembangan standar; 4) pemberlakuan standar; dan 5) pemberian fasilitas bagi perusahaan industri kecil dan industri menengah baik fiskal maupun non fiskal.
2. Pengembangan infrastruktur untuk menjamin kesesuaian mutu produk industri dengan kebutuhan dan permintaan pasar meliputi : 1) pengembangan lembaga penilai kesesuaian; 2) pengembangan pengawasan standar; 3) penyediaan dan pengembangan laboratorium pengujian standar industri di wilayah pusat pertumbuhan industri; 4) peningkatan kompetensi komite teknis, auditor/asesor, petugas penguji, petugas inspeksi, petugas kalibrasi, PPSI dan PPNS-I; dan 5) peningkatan kerjasama antar negara dalam rangka saling pengakuan terhadap hasil pengujian laboratorium dan sertifikasi produk.

B. Infrastruktur Industri

Infrastruktur yang diperlukan oleh industri, baik yang berada di dalam dan/atau di luar Kawasan Peruntukan Industri, meliputi energi dan lahan kawasan industri.

1. Energi

Untuk mendukung pertumbuhan industri nasional yang ditargetkan, diperlukan penyediaan energi baik yang bersumber dari listrik, gas maupun batubara. Program penyediaan kebutuhan energi untuk industri sebagai komitmen pemerintah meliputi:

* 1. Koordinasi antar kementerian/lembaga terkait dalam penyusunan rencana penyediaan energi untuk mendukung pembangunan industri;
  2. Pembangunan pembangkit listrik untuk mendukung pembangunan industri;
  3. Pembangunan dan pengembangan jaringan transmisi dan distribusi;
  4. Pengembangan sumber energi yang terbarukan;
  5. Diversifikasi dan konservasi energi; dan
  6. Pengembangan industri pendukung pembangkit energi.

2. Lahan Industri

Penyediaan lahan industri dilakukan melalui pengembangan kawasan peruntukan industri dan pembangunan kawasan industri. Tujuan pembangunan dan pengusahaan kawasan industri adalah (i) memberikan kemudahan dalam memperoleh lahan industri yang siappakai dan/atau siap bangun, (ii) jaminan hak atas tanah yang dapat diperoleh dengan mudah, (iii) tersedianya sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh investor, dan/atau (iv) kemudahan dalam mendapatkan perizinan.

Program penyediaan lahan kawasan industri dan/atau kawasan peruntukan industri meliputi:

* 1. Koordinasi antar kementerian/lembaga terkait dalam penyelesaian aspek-aspek yang terkait pertanahan;
  2. Penyusunan rencana pembangunan kawasan industri, termasuk analisis kelayakan dan penyusunan rencana induk *(masterplan);*
  3. Pembentukan kelembagaan dan regulasi bank tanah *(land bank)* untuk pembangunan kawasan industri;
  4. Koordinasi antar pemerintah provinsi/ kabupaten/ kota dengan kementerian/ lembaga terkait untuk penetapan kawasan peruntukan industri dalam RTRW kabupaten/ kota;
  5. Melakukan review terhadap pengembangan kawasan peruntukan industri;
  6. Penyediaan lahan melalui pembangunan kawasan industri didukung dengan infrastruktur baik di dalam kawasan maupun di luar kawasan industri; dan
  7. Penyediaan lahan melalui pengembangan kawasan peruntukan industri yang didukung dengan infrastruktur baik di dalam kawasan maupun di luar kawasan peruntukan industri.

C. Sistem Informasi Industri Nasional

Pembangunan Sistem Informasi Industri Nasional (SIINAS) bertujuan untuk:

1. Menjamin ketersediaan, kualitas, kerahasiaan dan akses terhadap data dan/atau informasi;
2. Mempercepat pengumpulan, penyampaian/ pengadaan, pengolahan/ pemrosesan, analisis, penyimpanan, dan penyajian, termasuk penyebarluasan data dan/atau informasi yang akurat, lengkap, dan tepat waktu; dan
3. Mewujudkan penyelenggaraan sistem informasi industri nasional yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas, inovasi, dan pelayanan publik, dalam mendukung pembangunan industri nasional.

Sasaran penyelenggaraan Sistem Informasi Industri Nasional meliputi:

* 1. Terlaksananya penyampaian data industri dan data kawasan industri secara online;
  2. Tersedianya data perkembangan dan peluang pasar, serta data perkembangan teknologi industri;
  3. Tersedianya sistem informasi yang sesuai dengan kebutuhan stakeholders;
  4. Tersedianya infrastruktur teknologi informasi dan tata kelola yang handal;
  5. Terkoneksinya sistem informasi industri nasional dengan sistem informasi yang dikembangkan oleh kementerian atau lembaga pemerintah non kementerian, pemerintah daerah provinsi, pemerintah daerah kabupaten/ kota, dan asosiasi serta KADIN dan kamar dan industri daerah (KADINDA) dalam rangka pertukaran data;
  6. Tersedianya model sistem industri sebagai dasar dalam penyusunan kebijakan nasional;
  7. Tersosialisasikannya sistem informasi industri nasional kepada seluruh stakeholders;
  8. Terpublikasikannya laporan hasil analisis data industri secara berkala.

Data yang terdapat pada SIINAS paling sedikit terdiri dari data industri, data kawasan industri, data perkembangan dan peluang pasar, serta data perkembangan teknologi industri. Sumber data berasal dari perusahaan industri, perusahaan kawasan industri, kementerian/ lembaga, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/ kota, Kantor Perwakilan RI di luar negeri, atau perusahaan penyedia data. SIINAS dapat terkoneksi dengan sistem informasi yang dikembangkan oleh berbagai institusi lain.

#### Pemberdayaan Industri

Pemberdayaan Industri meliputi Industri Kecil dan Industri Menengah (IKM), Industri Hijau, Industri Strategis, Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN) dan Kerjasama Internasional di bidang industri.

A. Industri Hijau

Pembangunan Industri Hijau bertujuan untuk mewujudkan Industri yang berkelanjutan dalam rangka efisiensi dan efektivitas penggunaan sumber daya alam secara berkelanjutan sehingga mampu menyelaraskan pembangunan industri dengan kelangsungan dan kelestarian fungsi lingkungan hidup dan memberikan manfaat bagi masyarakat. Lingkup pembangunan industri hijau meliputi standarisasi industri hijau dan pemberian fasilitas untuk industri hijau.

Penerapan industri hijau dilaksanakan dengan pemenuhan terhadap Standar Industri Hijau (SIH) yang secara bertahap dapat diberlakukan secara wajib. Pemenuhan terhadap Standar Industri Hijau oleh perusahaan industri dibuktikan dengan diterbitkannya sertifikat industri hijau yang sertifikasinya dilakukan melalui suatu rangkaian proses pemeriksaan dan pengujian oleh Lembaga Sertifikasi Industri Hijau (LSIH) yang terakreditasi. Proses pemeriksaan dan pengujian dalam rangka pemberian sertifikat industri hijau dilaksanakan oleh auditor industri hijau yang wajib memiliki sertifikasi kompetensi auditor industri hijau.

Untuk mendorong percepatan terwujudnya Industri Hijau, pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah dapat memberikan fasilitas kepada perusahaan industri baik fiskal maupun non fiskal.

Strategi pengembangan Industri Hijau akan dilakukan yaitu:

a. Mengembangkan industri yang sudah ada menuju industri hijau; dan

b. Membangun industri baru dengan menerapkan prinsip-prinsip industri hijau.

Untuk mewujudkan pengembangan Industri Hijau, maka perlu dilakukan penyusunan standar industri hijau, pengembangan lembaga sertifikasi industri hijau dan auditor industri hijau, pembinaan kepada industri khususnya IKM dalam pemenuhan standar industri hijau, serta fasilitasi untuk industri hijau.

Program yang dilakukan dalam rangka mewujudkan industri hijau sebagaimana target tersebut adalah sebagai berikut:

a. Penetapan Standar Industri Hijau, meliputi antara lain:

* + 1. Melakukan *benchmarking* standar industri hijau di beberapa negara;
    2. Menetapkan panduan umum penyusunan standar industri hijau dengan memperhatikan sistem standardisasi nasional dan/atau sistem standar lain yang berlaku;
    3. Melakukan penyusunan standar industri hijau berdasarkan kelompok industri sesuai klasifikasi baku lapangan usaha indonesia;
    4. Menetapkan standar industri hijau;
    5. Memberlakukan standar industri hijau secara wajib yang dilakukan secara bertahap;
    6. Melakukan pengawasan terhadap perusahaan industri yang standar industri hijaunya diberlakukan secara wajib;
       1. Menetapkan peraturan menteri mengenai pengawasan terhadap perusahaan industri yang standar industri hijaunya diberlakukan secara wajib; dan
       2. Melakukan *mutual recognition agreement* (MRA) dengan negara yang telah menerapkan standar industri hijau atau standar lainnya yang sejenis.

b. Pembangunan dan pengembangan lembaga sertifikasi industri hijau yang terakreditasi serta peningkatan kompetensi auditor industri hijau, antara lain:

1. Menyusun pedoman umum pembentukan lembaga sertifikasi;
2. Menyusun standar kompetensi auditor industri hijau;
3. Menyusun *standard operating procedure* (SOP) sertifikasi industri hijau;
4. Menyusun modul pelatihan industri hijau;
5. Menunjuk lembaga sertifikasi industri hijau yang terakreditasi;
6. Menetapkan pedoman akreditasi terhadap lembaga sertifikasi industri hijau;
7. Melakukan pengawasan terhadap lembaga sertifikasi industri hijau; dan
8. Melakukan pelatihan auditor industri hijau

c. Pemberian fasilitas untuk Industri Hijau, meliputi:

1. Fasilitas fiskal yang diberikan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
2. Fasilitas non-fiskal berupa :
3. Pelatihan peningkatan pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia Industri;
4. Sertifikasi kompetensi profesi bagi sumber daya manusia Perusahaan Industri;
5. Bantuan pembangunan prasarana fisik bagi Perusahaan Industri kecil dan industri menengah; dan
6. Penyediaan bantuan promosi hasil produksi bagi Perusahaan Industri;

B. Industri Strategis

Industri strategis adalah Industri prioritas yang memenuhi kebutuhan yang penting bagi kesejahteraan rakyat atau menguasai hajat hidup orang banyak; meningkatkan atau menghasilkan nilai tambah sumber daya alam strategis; atau mempunyai kaitan dengan kepentingan pertahanan serta keamanan negara. Pengusulan jenis Industri Strategis dilakukan berdasarkan kriteria :

* + - * 1. Memperkuat ketahanan pangan;
        2. Memiliki potensi sebagai sumber daya alam yang terbarukan dan yang tidak terbarukan, yang digunakan sebagai energi dan bahan baku;
        3. Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat;
        4. Berbasis teknologi tinggi *(High Technological Based Industries)* dengan investasi penelitian dan pengembangan yang besar; dan/atau
        5. Terkait dengan pertahanan keamanan dan keutuhan NKRI.

Meskipun disadari pentingnya keberadaan industri strategis dalam pembangunan industri nasional, namun dalam kenyataannya industri strategis belum berperan secara berarti. Hal ini disebabkan beberapa faktor, antara lain nilai investasi yang relatif besar, resiko usaha yang tinggi, margin keuntungan yang relatif kecil, dan memerlukan teknologi yang tinggi.

Oleh karena itu, pengembangan industri strategis tidak dapat sepenuhnya mengharapkan peran swasta mengingat faktor-faktor tersebut diatas sehingga memerlukan keterlibatan dan penguasaan Pemerintah untuk mempercepat pembangunan industri strategis.

Strategi yang ditempuh untuk mendukung pembangunan industri strategis adalah sebagai berikut:

* 1. Mengembangkan industri hulu dan antara dalam rangka meningkatkan nilai tambah sumber daya alam strategis, mengurangi ketergantungan pada impor bahan baku, dan sekaligus memperkuat struktur industri nasional;
  2. Mengembangkan industri yang dapat meningkatkan ketersediaan energi dan mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil;
  3. Mengembangkan teknologi tinggi untuk meningkatkan efisiensi, mutu dan daya saing produk hasil industri yang memiliki keunggulan kompetitif;
  4. Mengembangkan industri yang dapat meningkatkan ketahanan pangan dan meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat; dan
  5. Mengembangkan industri yang dapat meningkatkan pertahanan dan keamanan.

Program pembangunan industri strategis yang dilakukan antara lain yaitu :

1. Pengkajian potensi industri strategis yang perlu dikembangkan.
2. Penyertaan modal seluruhnya oleh pemerintah pada industri strategis tertentu dengan alokasi pembiayaan melalui APBN.
3. Pembentukan usaha patungan antara pemerintah melalui APBN dan swasta dalam pembangunan industri strategis.
4. Pemberian Fasilitas kepada Industri Strategis yang melakukan: i. Pendalaman struktur; ii. Penelitian dan pengembangan teknologi; iii. Pengujian dan sertifikasi; atau iv. Restrukturisasi mesin dan peralatan.

C. Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN).

Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN) merupakan suatu kebijakan pemberdayaan industri yang bertujuan untuk:

* 1. Meningkatkan penggunaan produk dalam negeri oleh pemerintah, badan usaha dan masyarakat;
  2. Memberdayakan industri dalam negeri melalui pengamanan pasar domestik, mengurangi ketergantungan kepada produk impor, dan meningkatkan nilai tambah didalam negeri; dan
  3. Memperkuat struktur industri dengan meningkatkan penggunaan barang modal, bahan baku, komponen, teknologi dan SDM dari dalam negeri.

Sasaran Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri meliputi:

1. Peningkatan penggunaan produk dalam negeri oleh kementerian / lembaga negara, badan usaha milik negara, badan usaha milik daerah, badan usaha swasta maupun masyarakat;
2. Peningkatan capaian nilai tingkat komponen dalam negeri (TKDN);
3. Peningkatan jumlah produk yang tersertifikasi TKDN; dan
4. Peningkatan kecintaan dan kebanggaan masyarakat akan produk dalam negeri.

Penggunaan belanja modal pemerintah untuk pengadaan barang/jasa produksi dalam negeri ditargetkan meningkat secara bertahap mencapai 40 persen pada tahun 2035.

Program peningkatan penggunaan produk dalam negeri yang akan dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi kebijakan dan promosi P3DN melalui media elektronik, media cetak, pamerandan *talk show*.
2. Pemberian insentif sertifikasi TKDN.
3. Program membangun kecintaan, kebanggaan dan kegemaran penggunaan produk dalam negeri melalui pendidikan.
4. Pemberian insentif kepada badan usaha swasta yang konsisten menggunakan produk dalam negeri.
5. Audit kepatuhan pelaksanaan kewajiban peningkatan penggunaan produk dalam negeri.
6. Mendorong produk/barang yang ada dalam Daftar Inventarisasi Barang/Jasa Produksi Dalam Negeri masuk ke dalam e-Catalog pengadaan pemerintah.
7. Pemberian penghargaan Cinta Karya Bangsa.
8. Monitoring dan evaluasi dampak kebijakan P3DN bagi peningkatan daya saing dan penguatan struktur industri.

D. Kerjasama Internasional di Bidang Industri

Kerjasama internasional bidang industri bertujuan untuk :

1. Melindungi dan meningkatkan akses pasar produk industri dalam negeri;
2. Membuka akses sumber daya industri yang mendukung peningkatan produktivitas dan daya saing industri dalam negeri;
3. Meningkatkan integrasi industri dalam negeri ke dalam jaringan rantai suplai global,dan;
4. Meningkatkan investasi untuk mendukung pengembangan industri di dalam negeri.

Lingkup kerja sama internasional di bidang industri meliputi:

1. Pemanfaatan akses pasar produk industri;
2. Peningkatan kapasitas sumber daya industri;
3. Pemanfaatan rantai suplai global;
4. Peningkatan investasi industri; dan
5. Pengolahan data dari kegiatan industrial intelligence di negara akreditasi.

Program yang dilaksanakan dalam rangka pencapaian sasaran Pengembangan Kerjasama Internasional di Bidang Industri antara lain:

a. perlindungan dan peningkatan akses pasar internasional produk industri melalui:

1. Penetapan posisi runding berdasarkan rencana induk pembangunan industrinasional dan mengupayakan kerja sama yang saling menguntungkan;
2. Upaya penghapusan hambatan atas kebijakan negara mitra/organisasi internasional yang menghambat akses pasar produk industri;
3. Pengembangan jejaring kerja dengan mitra di luar negeri; dan/atau
4. Promosi produk industri nasional di luar negeri.

b. Peningkatan Akses Sumber Daya Industri yang dibutuhkan dalam mendukung peningkatan produktivitas Industri Dalam Negeri melalui:

1. Analisa dan penyediaan informasi kebutuhan sumber daya industri di dalam negeri dan penyediaan informasi sumber daya industri di negara mitra;
2. Forum koordinasi dalam meningkatkan akses sumber daya industri antara stakeholder Indonesia dan Negara mitra;
3. Kerja sama internasional dalam bidang:

i. Peningkatan kemampuan SDM Industri;

ii. Pembangunan infrastruktur teknologi;

iii. Peningkatan riset dan pengembangan;

iv. Peningkatan sumber pembiayaan proyek Industri;

v. Pengembangan standard kualitas sumber daya Industri; dan

vi. Pengembangan dan pemanfaatan teknologi

c. Pengembangan jaringan rantai suplai global melalui :

* 1. Membangun jejaring kerja dengan negara dan mitra industri;
  2. Forum koordinasi dalam meningkatan pemanfaatan rantai suplai global bagi industri dalam negeri; dan
  3. Menyesuaikan standar kualitas produk dan kompetensi jasa (industri nasional/dalam negeri) dengan standar negara mitra.

d. Peningkatan kerja sama investasi di sektor industri melalui:

1. Penyusunan perencanaan kebutuhan investasi Industri melibatkan instansi pemerintah, asosiasi, dan dunia usaha terkait;
2. Koordinasi implementasi rencana investasi di sektor Industri dengan instansi terkait;dan/atau
3. Promosi investasi Industri.

#### Perwilayahan Industri

Pengembangan perwilayahan industri dilaksanakan dalam rangka percepatan penyebaran dan pemerataan industri ke seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sasaran pengembangan perwilayahan industri pada tahun 2035 sebagai berikut:

1. Peningkatan kontribusi sektor industri pengolahan non-migas luar Jawa dibanding Jawa dari 28% : 72 % pada tahun 2013 menjadi 40% : 60% pada tahun 2035;
2. Peningkatan kontribusi investasi sektor industri pengolahan non-migas di luar Jawa terhadap total investasi sektor industri pengolahan non migas nasional;
3. Penumbuhan kawasan industri sebanyak 36 kawasan yang memerlukan ketersediaan lahan sekitar 50.000 Ha yang diprioritaskan berada di luar Jawa sampai dengan tahun 2035; dan
4. Pembangunan Sentra IKM baru, sehingga setiap Kabupaten/Kota mempunyai minimal satu Sentra IKM.

Lingkup Perwilayahan Industri mencakup:

1. Wilayah Pengembangan Industri

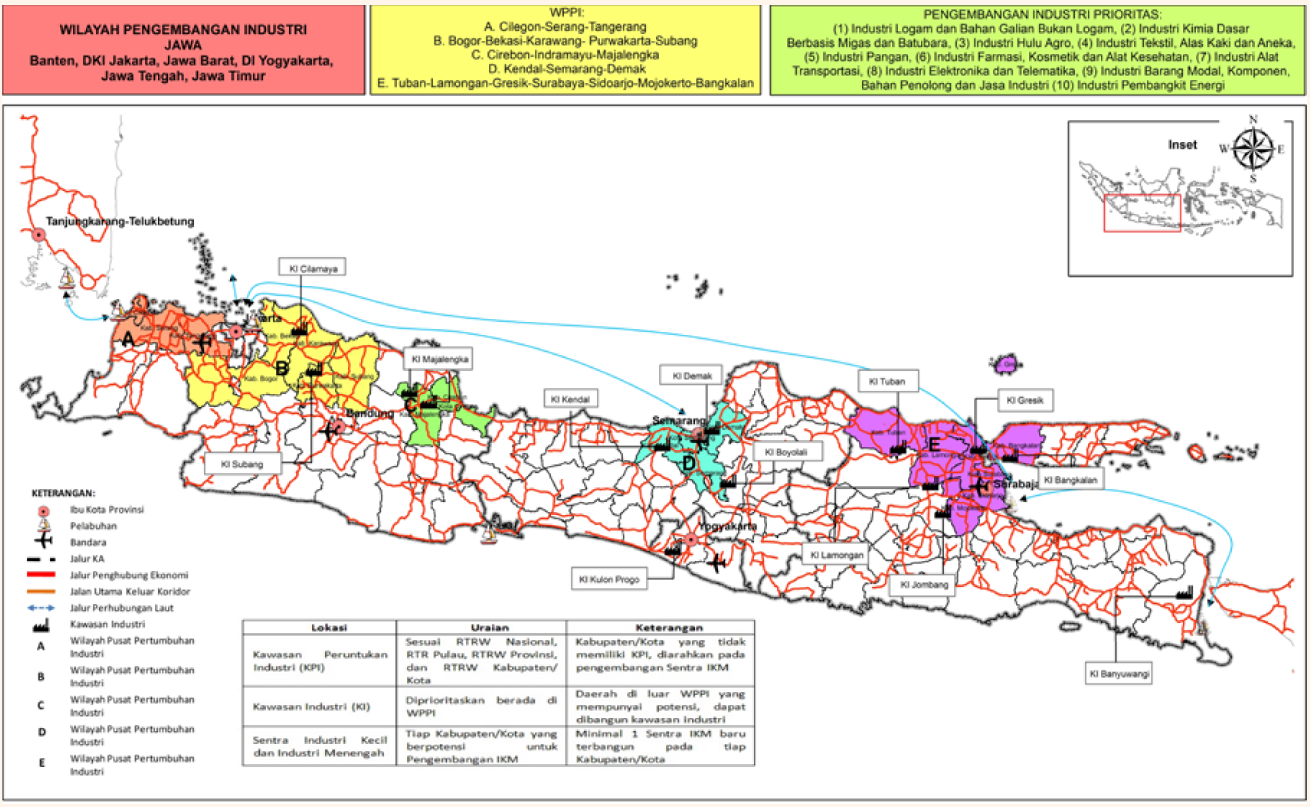
Wilayah Pengembangan Industri (WPI) dikelompokkan berdasarkan keterkaitan kebelakang *(backward)* dan keterkaitan ke depan *(forward)* sumberdaya dan fasilitas pendukungnya, serta memperhatikan jangkauan pengaruh kegiatan pembangunan industri. Wilayah Indonesia dibagi ke dalam 10 (sepuluh) WPI sebagaimana dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 2.2  
Pembagian Wilayah Indonesia dalam 10 (Sepuluh) Wilayah Pengembangan Industri(WPI)

| **No** | **Wilayah Pengembangan Industri** | **Provinsi** |
| --- | --- | --- |
| 1 | Papua | Papua |
| 2 | Papua Barat | Papua Barat |
| 3 | Sulawesi Bagian Utara dan Maluku | Sulawesi Utara, Gorontalo, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara, Maluku, Maluku Utara |
| 4 | Sulawesi Bagian Selatan | Sulawesi Barat, Sulawesi Selatan |
| 5 | Kalimantan Bagian Timur | Kalimantan Utara, Kalimantan Timur |
| 6 | Kalimantan Bagian Barat | Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Selatan |
| 7 | Bali dan Nusa Tenggara | Bali, Nusa Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur |
| 8 | Sumatera Bagian Utara | Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Riau, Kep. Riau |
| 9 | Sumatera Bagian Selatan | Jambi, Bengkulu, Bangka Belitung, Sumatera Selatan, Lampung |
| 10 | Jawa | Banten, Jawa Barat, DKI Jakarta, DI Jogjakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur |

Sumber : RIPIN Tahun 2015-2035

Mengingat bahwa penelitian ini terletak di Provinsi Jawa Barat, maka berikut ini adalah rincian perwilayahan industri pada setiap WPI di Provinsi Jawa Barat.



Sumber : RIPIN Tahun 2015-2035

**Gambar 2.4  
Perwilayahan Industri pada WPI Jawa**

2. Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri (WPPI)

Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri (WPPI) berperan sebagai penggerak utama *(primemover)* ekonomi dalam WPI. WPPI disusun berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Potensi sumber daya alam (agro, mineral, migas);
2. Ketersediaan infrastruktur transportasi;
3. Kebijakan affirmatif untuk pengembangan industri ke luar pulau jawa;
4. Penguatan dan pendalaman rantai nilai;
5. Kualitas dan kuantitas SDM;
6. Memiliki potensi energi berbasis sumber daya alam (batubara, panas bumi, air);
7. Memiliki potensi sumber daya air industri;
8. Memiliki potensi dalam pewujudan industri hijau; dan
9. Kesiapan jaringan pemanfaatan teknologi dan inovasi.

Disamping kriteria umum di atas, daerah yang sudah memiliki pusat-pusat pertumbuhan industri berupa kawasan industri dan yang mempunyai rencana pengembangan kawasan industri yang telah didukung oleh industri pendorong utama *(anchor industry)* dapat langsung ditetapkan sebagai WPPI. Berdasarkan kriteria dan pertimbangan tersebut, daerah yang ditetapkan sebagai WPPI dapat dilihat pada Tabel berikut.

Tabel 2.3  
Daerah-Daerah yang Ditetapkan sebagai WPPI

| **No** | **Lokasi Kabupaten/Kota** | **Provinsi** |
| --- | --- | --- |
| 1 | Banda Aceh, Aceh Besar dan Pidie - Bireun - Lhokseumawe (termasuk KAPET BANDAR ACEH DARUSSALAM) | Aceh |
| 2 | Medan - Binjai - Deli Serdang - Serdang Bedagai - Karo - Simalungun - Batubara | Sumtaera Utara |
| 3 | Dumai - Bengkalis - Siak | Riau |
| 4 | Batam - Bintan | Kep. Riau |
| 5 | Banyuasin - Muara Enim | Sumatera Selatan |
| 6 | Lampung Barat - Lampung Timur - Lampung Tengah - Tanggamus - Lampung Selatan | Lampung |
| 7 | Cilegon - Serang - Tangerang | Banten |
| 8 | Bogor - Bekasi - Purwakarta - Subang - Karawang | Jawa Barat |
| 9 | Cirebon - Indramayu - Majalengka | Jawa Barat |
| 10 | Kendal - Semarang - Demak | Jawa Tengah |
| 11 | Tuban - Lamongan - Gresik - Surabaya - Sidoarjo - Mojokerto - Bangkalan | Jawa Timur |
| 12 | Pontianak - Landak - Sanggau - Ketapang - Sambas - Bengkayang (sebagian KAPET Khatulistiwa) | Kalimantan Barat |
| 13 | Tanah Bumbu – Kota baru (termasuk KAPET BATULICIN) | Kalimantan Selatan |
| 14 | Samarinda, Balikpapan, dan Kutai Kertanegara –Bontang - Kutai Timur (termasuk KAPET SASAMBA) | Kalimantan Timur |
| 15 | Tarakan - Nunukan | Kalimantan Utara |
| 16 | Bitung - Manado - Tomohon - Minahasa-Minahasa Utara (termasuk KAPET MANADO BITUNG) | Sulawesi Utara |
| 17 | Kendari - Konawe - Konawe Utara - Konawe Selatan - Kolaka - Morowali (termasuk KAPET BANK SEJAHTERA SULTRA) | Sulawesi Tenggara |
| 18 | Palu - Donggala - Parigi Mountong - Sigi (termasuk KAPET PALAPAS) | Sulawesi Tengah |
| 19 | Makassar - Maros - Gowa - Takalar - Jeneponto –Bantaeng | Sulawesi Selatan |
| 20 | Halmahera Timur-Halmahera Tengah - Pulau Morotai | Maluku Utara |
| 21 | Mimika | Papua |
| 22 | Teluk Bintuni | Papua Barat |

Sumber : RIPIN Tahun 2015-2035

Dalam perkembangan berikutnya, daerah lain yang punya potensi, dapat ditetapkan sebagai WPPI yang mekanismenya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai perwilayahan industri.

1. Pengembangan kawasan Peruntukan Industri

Kawasan Peruntukan Indutri (KPI) adalah bentangan lahan yang diperuntukkan bagi kegiatan industri berdasarkan rencana tata ruang wilayah yang ditetapkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Industri penggerak utama untuk setiap WPPI dan industri lainnya harus dibangun di dalam KPI. Lokasi KPI ditetapkan dalam RTRW masing-masing kabupaten/kota. KPI merupakan lokasi kawasan industri, dan lokasi industri di daerah yang belum/tidak memiliki kawasan industri, atau telah memiliki kawasan industri tetapi kavlingnya sudah habis. Bagi kabupaten/kota yang tidak termasuk dalam WPPI dan tidak memungkinkan dibangun kawasan industri karena tidak layak secara teknisdan ekonomis, pengembangan industrinya dapat dilakukan sepanjang berada di dalam KPI.

2. Pembangunan kawasan Industri

Pembangunan kawasan industri diprioritaskan pada daerah-daerah yang berada dalam WPPI. Daerah-daerah di luar WPPI yang mempunyai potensi, juga dapat dibangun kawasan industri yang diharapkan menjalin sinergi dengan WPPI yang sesuai. Dalam rangka percepatan penyebaran industri keluar Pulau Jawa, pemerintah membangun kawasan kawasan industri sebagai infrastruktur industri di Wilayah Pusat Pertumbuhan Industri. Pembangunan kawasan industri sebagai perusahaan kawasan industri yang lebih bersifat komersial didorong untuk dilakukan oleh pihak swasta.

3. Pengembangan Sentra Industri kecil dan Industri Menengah

Pengembangan Sentra Industri Kecil dan Industri Menengah (Sentra IKM) dilakukan pada setiap wilayah Kabupaten/Kota (minimal sebanyak satu sentra IKM, terutama di luar Pulau Jawa) yang dapat berada di dalam atau di luar kawasan industri. Bagi kabupaten/kota yang tidak memungkinkan dibangun kawasan industri karena tidak layak secara teknis dan ekonomis, maka pembangunan industri dilakukan melalui pengembangan Sentra IKM yang perlu diarahkan baik untuk mendukung industri besar sehingga perlu dikaitkan dengan pengembangan WPPI, maupun sentra IKM yang mandiri yang menghasilkan nilai tambah serta menyerap tenaga kerja.

#### Kebijakan Afirmatif Industri Kecil dan Menengah (IKM)

1. **Kebijakan Nasional**

IKM memiliki peran yang strategis dalam perekonomian nasional. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah unit usaha yang berjumlah 3,4 juta unit dan merupakan lebih dari 90 persen dari unit usaha industri nasional. Peran tersebut juga tercermin dari penyerapan tenaga kerja IKM yang menyerap lebih dari 9,7 juta orang pada tahun 2013 dan merupakan 65,4 persen dari total penyerapan tenaga kerja sektor industri non migas. Disamping itu IKM juga memiliki ragam produk yang sangat banyak, mampu mengisi wilayah pasar yang luas, dan menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat luas serta memiliki ketahanan terhadap berbagai krisis yang terjadi.

Dengan karakteristik tersebut, maka tumbuh dan berkembangnya IKM akan memberikan andilyang sangat besar dalam mewujudkan ekonomi nasional yang tangguh, dan maju yang berciri kerakyatan. Industri Kecil dan Industri Menengah (IKM) ditetapkan berdasarkan jumlah enaga kerja dan nilai investasi, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Besaran jumlah tenaga kerja dannilai investasi untuk Industri Kecil dan Industri Menengah ditetapkan oleh Menteri. Dalam rangka meningkatkan pengamanan terhadap pengusaha Industri Kecil dan Menengah dalam negeri ditetapkan bahwa Industri Kecil hanya dapat dimiliki oleh warga Negara Indonesia, dan industri menengah tertentu dicadangkan untuk dimiliki oleh warga negara Indonesia.

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah diharapkan melakukan pembangunan dan pemberdayaan Industri Kecil dan Industri Menengah untuk mewujudkan Industri Kecil dan Industri Menengah yang berdaya saing; berperan signifikan dalam penguatan struktur industri nasional; ikut berperan dalam pengentasan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja; serta menghasilkan barang dan/atau jasa Industri untuk diekspor.

Dalam upaya meningkatkan pembangunan dan pemberdayaan Industri kecil dan Industri menengah, Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah perlu melakukan perumusan kebijakan, penguatan kapasitas kelembagaan, dan pemberian fasilitas. Dalam rangka merumuskan kebijakan, ditetapkan prioritas pengem bangan Industri Kecil dan Industri Menengah dengan mengacu paling sedikit kepada sumber daya Industri daerah, penguatan dan pendalaman struktur Industri nasional, serta perkembangan ekonomi nasional dan global.

Pengembangan IKM diharapkan akan meningkatkan jumlah unit usaha IKM rata-rata sebesar 1% (satu persen) per tahun atau sekitar 30 ribu unit usaha IKM per tahun dan peningkatan penyerapan tenaga kerja rata-rata sebesar 3% per tahun. Untuk mendukung pengembangan IKM ditetapkan sasaran penguatan kelembagaan yang disertai dengan pemberian fasilitas sebagai berikut:

Tabel 2.4  
Sasaran Penguatan Kelembagaan dan Pemberian Fasilitas IKM

| **No** | **Sasaran** | **Periode** | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **2015-2019** | **2020-2024** | **2025-2035** |
| I | Penguatan Kelembagaan |  |  |  |
| 1 | Penguatan sentra IKM (sentra) | 1.090 | 1.305 | 2.285 |
| 2 | Revitalisasi dan pembangunan Unit PelayananTeknis (unit) | 110 | 260 | 685 |
| 3 | Penyediaan Tenaga Penyuluh Lapangan (orang) | 1.000 | 1.200 | 2.100 |
| 4 | Penyediaan Konsultan Industri kecil dan Industri menengah (orang) | 590 | 649 | 1.282 |
| II | Pemberian Fasilitas |  |  |  |
| 1 | Peningkatan kompetensi SDM dan sertifikasi kompetensi (Orang) | 545 | 760 | 1415 |
| 2 | Pemberian bantuan dan bimbingan teknis (unit) | 8.805 | 14.290 | 39.350 |
| 3 | Pemberian bantuan Bahan Baku dan bahan penolong (unit) | 600 | 975 | 2.300 |
| 4 | Pemberian bantuan mesin atau peralatan (unit) | 815 | 1165 | 2.665 |
| 5 | Pengembangan produk (unit) | 2.065 | 2.650 | 6.390 |
| 6 | Pemberian bantuan pencegahan pencemaran lingkungan hidup (unit) | 85 | 135 | 365 |
| 7 | Pemberian bantuan informasi pasar, promosi, dan pemasaran (unit) | 1.150 | 1.500 | 2.200 |
| 8 | Fasilitasi akses pembiayaan (unit) | 5.200 | 6.300 | 12.600 |
| 9 | Penyediaan Kawasan Industri untuk IKM yang berpotensi mencemari lingkungan (Kawasan) | 10 | 10 | 15 |
| 10 | Fasilitasi kemitraan antara industri kecil, menengah dan besar (unit) | 145 | 280 | 790 |
| 11 | Fasilitasi HKI terhadap IKM (unit) | 1.250 | 1.500 | 3.250 |
| 12 | Fasilitasi penerapan standar mutu produk bagi IKM (unit) | 2.500 | 3.000 | 6.000 |

Sumber : RIPIN Tahun 2015-2035

Kebijakan yang berpihak kepada IKM tidak hanya ditujukan kepada industri prioritas, tetapi juga ditujukan pada industri-industri seperti IKM kerajinan dan barang seni, gerabah/ keramik hias, batu mulia dan perhiasan, serta tenun/ kain tradisional.

Untuk meningkatkan peran Industri Kecil dan Menengah, selain langkah-langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan sektor industri secara keseluruhan, juga akan diberlakukan berbagai langkah kebijakan yang berpihak kepada IKM, yang antara lain meliputi:

* + 1. Dalam rangka keberpihakan terhadap IKM dalam negeri ditetapkan bahwa industri kecil hanya dapat dimiliki oleh warga Negara indonesia, industri yang memiliki keunikan dan merupakan warisan budaya bangsa hanya dapat dimiliki oleh warga negara indonesia, dan industri menengah tertentu dicadangkan untuk dimiliki oleh warga negara indonesia;
    2. Dalam rangka penguatan struktur industri nasional, peran IKM perlu ditingkatkan secara signifikan dalam rantai suplai industri prioritas; dan
    3. Dalam upaya meningkatkan pembangunan dan pemberdayaan ikm, pemerintah dan/atau pemerintah daerah melakukan perumusan kebijakan, penguatan kapasitas kelembagaan, dan pemberian fasilitas bagi IKM .

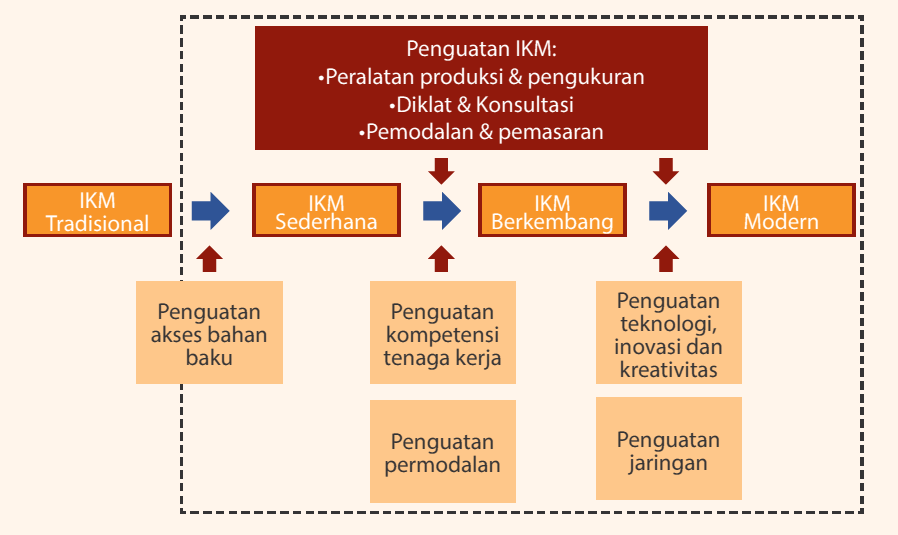
Dalam rangka mewujudkan tujuan pembangunan industri nasional, upaya pengembangan IKM perlu terus dilakukan melalui strategi pembangunan berikut:

1. Pemanfaatan potensi bahan baku

2. Penyerapan tenaga kerja

3. Pemanfaatan teknologi, inovasi dan kreativitas

Secara lengkap, Strategi pengembangan IKM dilaksanakan melalui skema pengembangan sebagaimana ditunjukkan pada Gambar berikut.



Sumber : RIPIN Tahun 2015-2035

**Gambar 2.5**  
**Tahapan pengembangan IKM**

Adapun program yang dilakukan dalam rangka mencapai sasaran tersebut diatas meliputi :

1. Pemberian insentif kepada industri besar yang melibatkan IKM dalam rantai nilai industrinya.
2. Meningkatkan akses IKM terhadap pembiayaan, termasuk fasilitasi pembentukan pembiayaan bersama (modal ventura) IKM.
3. Mendorong tumbuhnya kekuatan bersama sehingga terbentuk kekuatan kolektif untuk menciptakan skala ekonomis melalui standardisasi, *procurement* dan pemasaran bersama.
4. Perlindungan dan fasilitasi terhadap inovasi baru dengan mempermudah pengurusan hak kekayaan intelektual bagi kreasi baru yang diciptakan IKM.
5. Diseminasi informasi dan fasilitasi promosi dan pemasaran di pasar domestik dan ekspor.
6. Menghilangkan bias kebijakan yang menghambat dan mengurangi daya saing industri kecil.
7. Peningkatan kemampuan kelembagaan sentra IKM dan sentra industri kreatif, serta UPT, TPL, dan konsultan IKM;
8. Kerjasama kelembagaan dengan lembaga pendidikan, dan lembaga penelitian dan pengembangan;
9. Kerjasama kelembagaan dengan kamar dagang dan industri dan/atau asosiasi industri, serta asosiasi profesi; dan
10. Pemberian fasilitas bagi IKM yang mencakup:
11. Peningkatan kompetensi sumber daya manusia dan sertifikasi kompetensi;
12. Bantuan dan bimbingan teknis;
13. Bantuan bahan baku dan bahan penolong, serta mesin atau peralatan;
14. Pengembangan produk;
15. Bantuan pencegahan pencemaran lingkungan hidup untuk mewujudkan industri hijau;
16. Bantuan informasi pasar, promosi, dan pemasaran;
17. Penyediaan kawasan industri untuk ikm yang berpotensi mencemari lingkungan; dan/atau
18. Pengembangan dan penguatan keterkaitan dan hubungan kemitraan.
19. **Kebijakan Provinsi Jawa Barat**

Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat, melakukan pengembangan industri dan perdagangan di Jawa Barat. Hal tersebut terlihat pada rencana strategis (renstra) yang di rencanakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat. Renstra  Dinas Perindustrian dan Perdagangan  Provinsi Jawa Barattelah diselaraskan dengan Peraturan Daerah Provinsi Nomor 25 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2009 tentang RPJMD Jawa Barat 2008-2013  dan  Pembahasan Rancangan Awal  Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD)  Provinsi Jawa Barat Tahun  2012 pada tanggal 16 Februari 2011. Adapun isi Renstra Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat antara lain yaitu :

* **Bidang Perindustrian, meliputi :**

1. Program Pengembangan Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah
   1. Pembentukan Wirausaha Baru
2. Program Pengembangan Industri Kecil dan Menengah
   1. Pengembangan Industri Kerajianan
   2. Peningkatan Usaha di Rumah Kemasan
   3. Fasilitasi kerjasama Industri dan Pengembangan Produk Ekonomi Unggulan di Kab/Kota
   4. Piloting Penanggulangan Kemiskinan melalui Pengembangan Kewirausahaan Industri Kecil
   5. Pengembangan Olahan Pangan Berbasis Produk Hewani
3. Program Penataan Struktur dan Peningkatan Kemampuan Teknologi Industri
   1. Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Teknologi Informasi dan Elektronika
   2. Pengembangan Industri Makanan dan Minuman
   3. Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Makanan Olahan
   4. Pengembangan Industri Otomotif Logam dan Mesin
   5. Pengembangan Industri Rotan dan Furniture Non Rotan
   6. Peningkatan Teknologi Industri Aneka dan Kimia
   7. Penguatan Industri Kreatif Berbasis Fashion
   8. Fasilitasi Sertifikasi Mutu Industri Kecil Menengah
   9. Peningkatan Teknologi di Lingkungan Sub Unit Pengembangan IKM
   10. Pengembangan Agribisnis dan Industri Olahan Berbasis Buah
   11. Pengembangan Industri Minuman Berbasis Kopi Teh dan Coklat
   12. Pengembangan Industri Manufaktur Berbasis Tematik Kewilayahan
   13. Pengembangan Industri Keramik dan Gerabah

* **Bidang Perdagangan, meliputi :**

1. Program Peningkatan dan Pengembangan Sistem Perdagangan Dalam Negeri
   1. Fasilitasi Peningkatan Penggunaan Produk Dalam Negeri
   2. Pembinaan dan Penataan Pasar Tradisional
   3. Pemanfaatan Sistem Resi Gudang (SRG) Daerah
   4. Peningkatan dan Pengembangan Kerjasama Perdagangan
   5. Fasilitasi penyelenggaraan Pasar Lelang Forward Komoditi Agro
   6. Dukungan Operasi Pasar Murah (OPM) Kepokmas
   7. Pusat Pemuliaan Beras Varietas Pandanwangi dan Pengembangan Varietas Unggul
   8. Pusat Budidaya Ikan Air Tawar dan Ikan Hias untuk Pasar Regional dan Global
2. Program Peningkatan dan Pengembangan Ekspor
   1. Peningkatan Promosi Ekspor dan Perluasan Pasar
   2. Penguatan Daya Saing Produk Ekspor
   3. Pengembangan Jasa Perdagangan dan Industri Kreatif
3. Program Perlindungan Konsumen dan Pengamanan Perdagangan
   1. Peningkatan dan Pengembangan Pelayanan Kemetrogian Balai Kemetrologian Karawang
   2. Peningkatan dan Pengembangan Pelayanan Kemetrologian Balai Kemetrologian Bogor
   3. Peningkatan dan Pengembangan Pelayanan Kemetrologian Balai Kemetrologian Bandung
   4. Peningkatan dan Pengembangan Pelayanan Kemetrologian Cirebon
   5. Peningkatan dan Pengembangan Pelayanan Kemetrologian Balai Kemetrologian Tasikmalaya
   6. Fasilitasi Pengawasan Barang Beredar dan Kemetrologian
4. **Kebijakan Kabupaten Bandung Barat**

Dalam pengembangan industri baik industri kecil, menengah dan besar di Kabupaten Bandung Barat, Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat menyerahkan tanggungjawab tersebut kepada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan KUKM Kabupaten Bandung Barat. Berdasarkan rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD) Kabupaten Bandung Barat, pemerintah daerah melakukan beberapa strategi untuk mengembangkan dan meningkatkan peran industri terhadap perekonomian, hal itu bertujuan untuk mewujudkan misi ketiga pemerintah daerah yaitu meningkatkan kemandirian dan daya saing ekonomi masyarakat, untuk optimalisasi penyerapan tenaga kerja dan penanggulangan kemiskinan. Untuk menjawab misi tersebut, dituangkan dalam strategi dan arah kebijakan yang akan dilakukan kedepannya yakni.

* Strategi 1 : Pengembangan potensi agribisnis yang mendorong Pengembangan agro industri dan agrowisata serta peningkatan investasi dengan memperhatikan kelestarian lingkungan.

Arah Kebijakan :

1. Meningkatkan program pengembangan perekonomian rakyat.
2. Meningkatkan program pengembangan perekonomian rakyat.
3. Meningkatkan keterampilan petani dan penguatan kelembagaan.
4. Mengembangkan sentra usaha tani berbasis agrobisnis & agroindustry.
5. Mendorong tumbuh kembangnya potensi pertanian yang berbasis agrobisnis dan agroindustry.
6. Meningkatkan program pengembangan usaha pertanian.
7. Meningkatkan produksi & produktifitas pertanian.
8. Meningkatkan distribusi barang dan jasa.
9. Melakukan penanaman sejuta pohon oleh seluruh stakeholder & lapisan masyarakat.
10. Meningkatkan produksi dan proroduktivitas, mutu, inovasi serta nilai tambah potensi sumber daya alam yang berdaya saing dan peningkatan investasi dengan memperhatikan pelestarian lingkungan.

* Strategi 2 : Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dan memanfaatkan potensi sumberdaya wilayah, dan modal sosial untuk meningkatkan daya saing menarik investasi, dan menciptakan kesempatan kerja.

Arah Kebijakan :

* 1. Melakukan peningkatan promosi dan kerjasama investasi guna mendorong terciptanya peningkatan minat investasi.
  2. Menciptakan peningkatan kualitas penyelenggaraan penanaman modal dan pelayanan perizinan terpadu.
  3. Menciptakan iklim usaha yang kondusif.
* Strategi 3 : Meningkatkan kapasitas UMKM melalui keterpaduan program, pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi dan kerjasama untuk meningkatkan daya saing

Arah Kebijakan :

1. Meningkatkan kualitas kelembagaan industri, UMKM dan Koperasi.
2. Mengembangkan kawasan usaha yang mendukung perekonomian Usaha Mikro Kecil & Menengah (UMKM).
3. Meningkatkan program pengembangan sentra usaha tani, UMKM dan koperasi.
4. Menetapkan program pemerataan ekonomi terpadu masyarakat kecil.
5. Mengembangkan kerjasama dengan daerah lain untuk pemasaran & promosi hasil industri.

* Strategi 4 : Meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dan memanfaatkan potensi sumberdaya wilayah, dan modal sosial untuk meningkatkan daya saing menarik investasi, dan menciptakan kesempatan kerja

Arah Kebijakan :

1. Meningkatkan kualitas tenaga kerja
2. Mengembangkan kesempatan kerja

Namun secara khusus, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan KUKM Kabupaten Bandung Barat membuat program pembangunan antara lain yaitu :

1. Pengembangan industri kecil dan menengah (IKM)
2. Peningkatan kapasitas IPTEK sistem produksi
3. Peningkatan kemampuan teknologi industri
4. Pengembangan sentra-sentra produksi potensial

Program pembangunan, strategi dan arah kebijakan yang akan dilakukan tidak terlepas dari permasalahan yang ada terkait perekonomian daerah khususnya dalam bidang yang dinaungi oleh Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan KUKM Kabupaten Bandung Barat. Permasalahan tersebut antara lain yakni :

* Bidang Perindustrian. Permasalahan utama adalah: 1. Daya saing produk IKM belum kuat; 2. Penggunaan bahan baku lokal belum optimal dan tergantung bahan baku/ penolong impor; 3. Sistem pengembangan industri/ usaha mikro, kecil dan menengah belum komprehensif dan berkelanjutan; 4. Belum optimalnya peningkatan kualitas produk melalui standarisasi dan sertifikasi produk serta perlindungan hak atas kekayaan intelektual (HAKI); 5. Kemampuan teknologi IKM masih kurang.
* Bidang Perdagangan. Permasalahan utama adalah: 1. Akses pasar tradisional masih rendah; 2. Jaringan pemasaran dan pemberian fasilitas permodalan masih kurang mendukung; 3. Kesadaran produsen dan konsumen tentang tertib niaga dan perlindungan konsumen masih kurang; 4. Terbatasnya pelaku usaha yang berorientasi ekspor; 5. Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap penggunaan produk dalam negeri; 6. Belum optimalnya pengamanan dan penguatan pasar tradisional.
* Bidang Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Permasalahan utama adalah: 1. Jumlah koperasi aktif masih sedikit; 2. Manajemen usaha koperasi dan UMKM belum optimal; 3. Kualitas kelembagaan koperasi dan UMKM masih kurang; 4. Kualitas SDM koperasi dan UMKM, jaringan pemasaran, teknologi tepat guna yang masih terbatas; 5. Akses pemodalan bagi koperasi dan UMKM masih rendah (Sumber : RPJMD Kabupaten Bandung Barat Tahun 2013-2018).

### Industri

Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri (Undang-Undang RI No.3 Tahun 2014). Sedangkan menurut Rufaidah (2013 : 143), industri adalah kelompok perusahaaan yang memproduksi produk barang atau jasa yang serupa, seperti jasa keuangan atau minuman ringan. Sementara itu, 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 industri, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling menggantikan secara erat. Namun demikian, dari segi pembentukkan pendapatan, yakni cenderung bersifat makro, industri adalah kegiatan ekonomi yang menciptakan nilai tambah.

Istilah industri memiliki dua arti. Pertama, industri dapat berarti himpunan perusahaan-perusahaan sejenis. Dalam konteks ini sebutan industri kosmetika, misalnya, berarti himpunan perusahaan penghasil produk-produk kosmetik. Kedua, industri dapat pula merujuk ke suatu industri yang di dalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Kegiatan pengolahan itu sendiri dapat bersifat mesinal, elektrikal, bahkan manual (Dumairy, 2000).

Industri sendiri terbagi menjadi beberapa jenis industri antara lain industri kecil, menengah dan besar. Namun kini muncul istilah industri rumah tangga. Menurut Badan Pusat Statistik (2016) industri kecil adalah sebuah industri yang mempunyai tenaga kerja 5 sampai 19 orang tenaga kerja, sedangkan industri sedang/menengah adalah sebuah industri yang mempunyai tenaga kerja 20 sampai 99 orang tenaga kerja.

Sementara itu menurut Kementrian Perindustrian (2014) bahwa industri kecil yaitu industri dengan nilai investasi paling banyak Rp. 500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, sedangkan industri menengah adalah industri dengan nilai investasi lebih besar dari Rp. 500.000.000 atau paling banyak Rp. 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

### Konsep Daya Saing

Perusahaan yang tidak mempunyai daya saing akan ditinggalkan oleh pasar. Perusahaan yang tidak memiliki daya saing berarti tidak memiliki keunggulan, dan tidak unggul berarti tidak ada industri bagi suatu perusahaan untuk tetap survive di dalam pasar persaingan untuk jangka panjang. Dayasaing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan, dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang sama atau sejenis. Perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik adalah perusahaan yang efektif dalam arti akan mampu bersaing.

Porter (1995:5) mengatakan : *“ competition is at the core of the success or failure of firms*”. Persaingan adalah inti dari kesuksesan atau kegagalan perusahaan. Terdapat dua sisi yang ditimbulkan oleh persaingan, yaitu sisi kesuksesan karena mendorong perusahaan-perusahaan untuk lebih dinamis dan bersaing dalam menghasilkan produk serta memberikan layanan terbaik bagi pasarnya, sehingga persaingan dianggapnya sebagai peluang yang memotivasi. Sedangkan sisi lainnya adalah kegagalan karena akan memperlemah perusahaan-perusahaan yang bersifat statis, takut akan persaingan dan tidak mampu menghasilkan produk-produk yang berkualitas, sehingga persaingan merupakan ancaman bagi perusahaannya.

Menurut Muhardi (2007:39), daya saing operasi merupakan fungsi operasi yang tidak saja berorientasi ke dalam (internal) tetapi juga keluar (eksternal), yakni merespon pasar sasaran usahanya dengan proaktif.

Jika dilihat dari sisi komoditas, daya saing terdiri dari 2 indikator, yaitu keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif. Keunggulan kompetitif *(competitive advantage)* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur daya saing suatu aktivitas berdasarkan pada kondisi perekonomian aktual. Konsep keunggulan kompetitif dikembangkan pertama kali oleh Porter (1990) dalam Jauhar (2012). Menurut Porter (1990) dalam Jauhar (2012), terdapat 4 faktor utama yang menentukan daya saing suatu industri, yaitu 1) faktor sumber daya, 2) permintaan, 3) industri pendukung dan industri terkait serta 4) struktur, persaingan dan strategi perusahaan. Keempat faktor tersebut didukung oleh faktor kesempatan dan faktor pemerintah dalam meningkatkan keunggulan daya saing industri.

Sementara itu, konsep keunggulan komparatif *(the law of comparative advantage)* menyatakan bahwa suatu negara yang kurang efisien akan berspesialisasi dalam memproduksi komoditas ekspor pada komoditas yang mempunyai kerugian absolut kecil. Dari komoditas tersebut negara mempunyai keunggulan komparatif dan akan mengimpor komoditas yang kerugian absolut lebih besar (Salvatore, 1997) dalam Jauhar (2012).

### Faktor-Faktor yang mempengaruhi daya saing

Analisis daya saing kompetitif dibahas dengan metode kualitatif yaitu dengan menganalisa tiap komponen dalam *Porter’s Diamond Theory*. Komponen tersebut adalah faktor sumberdaya, faktor permintaan, faktor industri terkait dan industri pendukung, dan faktor strategi perusahaan, struktur, dan persaingan. Selain keempat komponen yang saling berinteraksi diatas terdapat dua komponen yang mempengaruhi keempat komponen tersebut yaitu faktor pemerintah dan faktor kesempatan. Berdasarkan hasil analisis Porter’s Diamond kita dapat melihat faktor apa yang menjadi keunggulan dan kelemahan produk gula, sehingga kita dapat melihat potensi serta kendala pada produk gula aren di Kabupaten Bandung Barat.



Sumber: Porter, 1990 dalam Kaunang (2013)

Gambar 2.6  
Teori Porter Diamond

Komponen dalam analisis teori berlian Porter (*Porter’s Diamond Theory)* tersebut:

* 1. *Factor Condition* (FC), yaitu keadaan faktor-faktor produksi dalam suatu industri seperti tenaga kerja dan infrastuktur.
  2. *Demand Condition* (DS), yaitu keadaan permintaan atas barang dan jasa dalam suatu negara.
  3. *Related and Supporting Industries* (RSI), yaitu keadaan para penyalur dan industri lainnya yang saling mendukung dan berhubungan.
  4. *Firm Strategy, Structure, and Rivalry* (FSSR), yaitu strategi yang dianut perusahaan pada umumnya, struktur industri dan keadaan kompetisi dalam suatu industri domestik.

Keempat komponen di atas merupakan komponen utama pada teori Porter *Diamond.* Selain itu terdapat dua faktor pendukung teori Porter *Diamond* yaitu faktor pemerintah dan kesempatan. Keempat komponen dandua faktor pendukung tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Dari hasil analisis komponen penentu daya saing, kita dapat menentukan komponen yang menjadi keunggulan dan kelemahan daya saing ekspor komoditi gula aren. Hasil keseluruhan interaksi antar komponen yang saling mendukung sangat menentukan perkembangan yang dapat menjadi *competitive advantage* dari suatu industri.

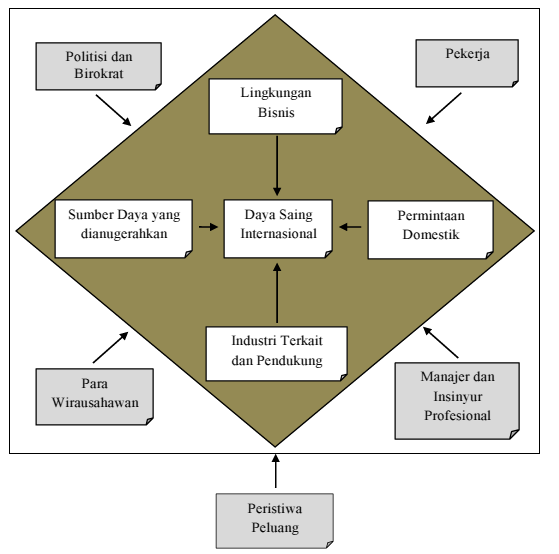
Menurut Halwani (2005:43) dalam Irmawati (2015), Dong-Sung Cho, presiden dari *The Institute of Industrial Policy Studies,* Korea Selatan, dalam karyanya yang berjudul *Determinant of International Competitiveness: How Can a Developing Country Transform It Self to an Advance Economy?* melengkapi hasil kajian dari Michael E. Porter.

Cho (2003:177) dalam Irmawati (2015), menerangkan bahwa Model *Diamond* Porter menunjukkan bagaimana suatu industri dapat mempertahankan daya saing internasional pada saat keempat penentu tersebut ada, tetapi teori tersebut terutama menjelaskan perekonomian di negara maju. Sehingga, modelnya perlu dimodifikasi agar dapat diterapkan pada negara yang sedang berkembang atau terbelakang karena negara tersebut harus mampu menciptakan daya saing internasional tanpa selalu memiliki salah satu dari empat penentu tersebut.

Analisis Porter tidak mampu menjelaskan keberhasilan yang telah dicapai oleh Korea maupun Taiwan pada abad kedua puluh. Sehingga, suatu model yang baru harus mencapai dua sasaran yaitu pertama, lebih baik dalam mengevaluasi elemen manakah yang telah memberikan kontribusi pada daya saing internasional dari perekonomian Negara terbelakang. Kedua, mampu menunjukkan bagaimana sebuah Negara dapat memperbaiki keunggulan nasionalnya.

Model sembilan faktor memiliki empat penentu fisik dari daya saing internasional, yaitu sumber daya yang dianugerahkan, lingkungan bisnis, industri terkait dan pendukung, serta permintaan domestik. Selain faktor fisik, terdapat pula empat faktor manusia yakni pekerja, politisi dan birokrat, para wirausahawan serta manajer dan insinyur yang profesional. Sementara peristiwa peluang eksternal menjadi faktor yang kesembilan.

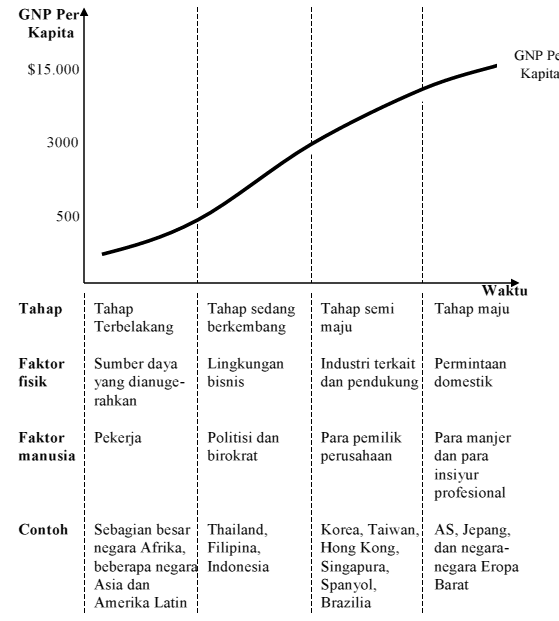
Melalui model ini, daya saing internasional suatu negara dapat dievaluasi dengan menilai pengaruh yang dimiliki oleh sembilan faktor, selain itu dapat pula memahami perkembangannya.



Sumber: Cho (2003:179) dalam Setyani (2015)

Gambar 2.7  
Model Sembilan Faktor

Status perekonomian suatu negara ditentukan oleh daya saing internasionalnya dan kesembilan faktor memiliki bobot yang bervariasi sejalan dengan suatu negara beralih dari tahapan keterbelakangan menuju tahapan sedang berkembang, selanjutnya menuju tahapan semi maju dan akhirnya menuju pada tahapan maju.



Sumber: Cho (2003:184) dalam Setyani (2015)

Gambar 2.8  
Siklus Hidup Daya Saing Nasional

Secara umum, posisi faktor-faktor tersebut dapat tumbuh secara alamiah, walaupun sangat tergantung pada keadaan masing-masing negara. Biasanya negara yang masih terbelakang lebih melekat pada sumber daya yang dianugerahkan, kemudian secara bertahap berkembang melahirkan lingkungan kegiatan bisnis, kemudian pada tahap setengah maju, muncullah industri terkait dan pendukung, dan pada gilirannya pada tahapan negara lebih maju maka berkembanglah permintaan domestik.

Sementara itu, faktor manusia tergantung pada tahapan perkembangan negara. Pada saat suatu negara berstatus terbelakang, yang ada hanyalah kumpulan pekerja, kemudian tampil faktor politisi dan birokrasi, kemudian lahirlah para pemilik perusahaan dan kehadiran tenaga manajer dan insinyur profesional.

Sementara itu, faktor-faktor yang mempengaruhi Daya Saing IKM dan pengembangan model Piter (2002), Theodurus (2007), dan Arfan *et al.* (2008), antara lain sebagai berikut :

1. Produk, meliputi : efisiensi proses produksi, *aesthetic*/karakteristik, unik/ khas, dan spesifikasi produk.
2. Infrastruktur, meliputi : sarana prasarana pasar, sarana jaringan listrik, telekomunikasi, dan air bersih, prasasarana transportasi dan pasar.
3. Kebijakan Pemerintah, meliputi : bantuan keuangan, kemitraan, dan kemudahan ijin.
4. Sumberdaya Manusia, meliputi : ketenagakerjaan, pendidikan, dan keterampilan/skill.
5. IPTEK, meliputi : kegiatan penelitian teknologi (litbang), tenaga ahli/sumberdata bidang teknologi, dan pengembangan teknologi.

Menurut Porter (1985) dalam Rufaidah (2013 : 143), dalam melakukan pengamatan industri, perusahaan harus menilai pentingnya enam kekuatan dalam persaingan industri, yaitu :

1. *Threats of New Entrant* (Ancaman Pendatang Baru)

Pendatang baru dalam industri biasanya membawa kapasitas baru, sebagai usaha untuk mendapatkan keuntungan dari pasar saham, dan sumber daya penting lainnya. Mereka menjadi ancaman untuk membangunan perusahaan. Ancaman pendatang ini bergantung dari adanya penghalang masuk dan reaksi-reaksi yang datang dari pesaing-pesaing yang sudah ada.

Ancaman masuk perusahaan pada industri tergantung biaya masuknya *(cost of entry)*. Biaya masuk tergantung dari eksistensi tingginya hambatan masuk. Semakin besar biaya masuk pada industri, semakin tinggi hambatan masuk. Empat hubungan masuk pada suatu industri, adalah :

1. *Economies of scale* (biaya perusahaan menurun sebagai fungsi volume produksinya, sebaliknya *diseconomies of scale* yaitu biaya perusahaan meningkat sebagai fungsi volume produksinya.
2. Diferensiasi produk (kemampuan perusahaan membedakan tawarannya dibandingkan dengan pesaingnya.
3. *Cost advantage of independent of scale* (sejumlah keunggulan biaya yang dimiliki perusahaan yang sudah berada dalam industri dibandingkan dengan perusahaan pendatang potensial, misalnya *propiertory technology, managerial know-how, favorable access to raw materials, learing curve cost advantage.*
4. Regulasi pemerintah sebagai hambatan masuk pada suatu industri.
5. *Rivaly Among Existing Firms* (Persaingan di antara perusahaan yang telah ada).

Pada sebagian besar industri, perusahaan saling bergantung satu sama lain. Namun, persaingan yang digerakkan oleh suatu perusahaan dapat dipastikan mempengaruhi para pesaingnya, dan mungkin menyebabkan pembalasan atau usaha-usaha perlawanan untuk mempertahankan posisi perusahaan. Ada empat jenis persaingan, yaitu :

1. Persaingan sempurna (banyak perusahaan, produk homogen, biaya masuk dan keluar industri rendah)
2. Persaingan monopolistik (banyak perusahaan, produk heterogen biaya keluar dan masuk industri rendah)
3. Oligopoli (jumlah perusahaan sedikit, produk homogen, biaya keluar dan masuk industri mahal)
4. Monopoli (satu perusahaan dalam industri, biaya masuk mahal)
5. *Threats of Subtitute Products or Services* (Ancaman produk atau jasa pengganti).

Perusahaan yang memproduksi barang/produk akan menghadapi ancaman dari produk pengganti (bila ada) dan bila produk tersebut terbatas atau mahal harganya. Perusahaan dalam suatu industri bersaing dengan perusahaan yang bergerak di industri lainnya yang memproduksi produk pengganti. Produk pengganti muncul dalam bentuk berbeda, tetapi dapat memuaskan kebutuhan yang sama dari produk yang ditawarkan perusahaan.

1. *Bargaining Power of Buyer* (Kekuatan penawaran pembeli)

Pembeli mempengaruhi industri melalui kemampuan mereka untuk menekan turunnya harga, permintaan terhadap kualitas atau jasa yang lebih baik, dan memainkan peran untuk melawan satu pesaing dengan lainnya. Beberapa atribut pembeli dapat menyebabkan ancaman yang tinggi, bila hal-hal sebagai berikut terjadi :

1. Jumlah pembeli sedikit
2. Produk yang dijual kepada pembeli adalah standar (tidak terdifernsiasi)
3. Produk yang dijual kepada pembeli persentasenya signifikan terhadap biaya akhir pembeli
4. Pembeli tidak mendapatkan keuntungan ekonomis yang signifikan
5. Pembeli mengancam melakukan integrasi vertikal kedepan *(forward vertikal integration)*
6. *Bargaining Power of Buyer* (Kekuatan penawaran pembeli)

Pemasok dapat mempengaruhi industri dengan kemampuan mereka untuk menaikkan harga atau menurunkan kualitas barang atau jasa yang dibeli. Beberapa atrbut pemasok dapat menyebabkan ancaman yang tinggi, bila hal-hal sebagai berikut terjadi :

1. Pemasok industri didominasi oleh sejumlah kecil perusahaan.
2. Pemasok menjual produk unik atau produk yang memiliki diferensiasi yang tinggi.
3. Pemasok tidak terancam oleh produk pengganti.
4. Pemasok mengancam melakukan integrasi vertikal kedepan *(forward vertikal integration).*
5. Perusahaan bukan pelanggan penting pemasok.
6. *Relative Power from Other* Stakholder (Kekuatan relatif dari stakeholder lain)

Wheelen dan Hunger (2010 : 161) dalam Rufaidah (2013 : 156) menambahkan kekuatan yang keenam dalam daftar Porter, yaitu berbagai kelompok stakeholder dari lingkungan perusahaan, kelompok tersebut terdiri dari pemerintah, serikat kerja, komunitas lokal, kreditur, asosiasi pedagang, kelompok kepentingan khusus, dan pemegang saham.

POTENSI PENDATANG BARU

PRODUK PENGGANTI

PEMASOK

PEMBELI

PERSAINGAN INDUSTRI

Jenis persaingan : (monopoli, oligopoli, monopolistik, persaingan sempurna)

PERSAINGAN ANTARA USAHA SEJENIS

PEMANGKU KEPENTINGAN LAIN

Kekuatan tawar menawar pemasok

Ancaman produk/ jasa pengganti dalam bentuk berbeda tetapi memuaskan kebutuhan yang sama dari produk perusahaan

Kekuatan tawar menawar pembeli

Hambatan masuk :

*Economies of scale, product diferentiation, cost advantage, regulation*

Ancaman tinggi bila atribut pemasok : didominasi sejumlah perusahaan kecil, produk terdiferensiasi tinggi, ancaman integritas vertikal ke depan, bukan pelanggan penting pemasok

Kekuatan relatif pemerintah, organisasi buruh, komunitas, asosiasi, kelompok kepentingan khusus

Sumber : Porter (1985) dalam Rufaidah (2013 : 144)

Gambar 2.9  
Model Kekuatan dalam Persaingan Industri

### Pemetaan Strategi Perusahaan

Suatu perusahaan yang memiliki satu produk/jasa maka formulasi strategi atau perencanaan strategi harus memperhatikan apakah menggunakan strategi korporasi *(corporate strategy)* atau strategi bisnis *(business stategy)* atau strategi fungsional *(functional strategy)* (Rufaidah, 2013 : 178).

**Strategi Korporasi**

**Strategi Bisnis**

**Strategi Fungsional**

Directional Strategy

Portfolio Strategy

Parenting Fit Strategy

Competitive Strategy

Cooperative Strategy

Marekting Strategy

Financial Strategy

Strategy in HRM

Operation Cooperative Strategy

Sumber : Rufaidah (2013 : 178)

Gambar 2.10  
Pemetaan Strategi Perusahaan

1. ***Corporate Strategy***

Strategi perusahaan menjelaskan dua masalah yang saling berhubungan. Pertama jenis bisnis seperti apa yang perusahaan harus terapkan untuk dan dapat bersaing. Kedua, bagaimana bisnis tersebut dapat dikelola dan membentuk suatu sinergi.

Strategi perusahaan atau strategi korporasi pada dasarnya merupakan suatu arahan *(direction)* perusahaan agar anak-anak perusahaannya atau unit-unit bisnis strategis perusahaannya secara keseluruhan menjadi portofolio binsis yang menguntungkan perusahaan. Sehingga, karena sifat arahan yang seperti itu *corporate strategy* terdiri dari *directional strategy* (orientasi menuju pertumbuhan), *portfolio strategy* (kordinasi arus kas antar unit bisnis) dan *parenting strategy* (membangun dan mengembangkan sinergi perusahaan melalui pemanfaatam sumberdaya bersama.

Secara menyeluruh, perusahaan akan menghasilkan suatu *grand strategy*, yaitu rencana komprehensif dan umum atas tindakan utama yang perusahaan akan laksanakan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya dalam lingkungan yang dinamis.

Pada umumnya, strategi korporasi akan menentukan orientasi perusahaan terhadap pertumbuhan dan strategi bersaing di industri atau pasar yang akan dimasuki. Strategi korporasi menyediakan *strategic platform* atau kapabilitas organisai untuk mengatasi permasalahan bisnis di dalam lingkungan yang beragam dengan sekumpulan kemampuan strategis.

Strategi Korposasi mewujudkan tiga macam orientasi umum yaitu pertumbuhan *(growth)*, stabilitas *(delay)*, dan penciutan *(retrenchment)*. Setelah perusahaan memilih orientasi umum arahan strateginya, perusahaan agar dapat lebih fokus dalam penerapan strategi sehingga tujuan perusahaan tercapai.

Corporate Strategy : Directional Strategy

Retrenchment

Delay (Stability)

Growth (Expansion)

Diversification

Pause

No Change

Profit

Turn Around

Concentration

Captive Company

Exit

Horizontal

Vertikal

Related (concentric)

Un-related (conglomerate)

Sumber : Rufaidah (2013 : 180)

Gambar 2.11  
Pemetaan Strategi Korpoasi : Directional Strategy

1. *Growth/Expansion Strategy*

Strategi pertumbuhan atau perluasan *(growth/expansion strategy)* merupakan strategi yang secara luas paling sering dijadikan rekomendasi bagi perusahaan dalam menyusun strategi direksional perusahaan. Hal ini dikarenakan strategi ini dirancang untuk mencapai peningkatan di dalam pertumbuhan penjualan asstes, profit, dan kombinasi dari hal-hal tersebut. Perusahaan yang menjalankan bisnisnya di industri yang sedang berkembang harus tumbuh agar bisa bertahan. Pertumbuhan berkesinambungan akan menyebabkan peningkatan dalam penjualan dan kesempatan untuk memperoleh keuntungan dari pengalamannya mengurangi biaya unit produk sehingga berdampak pada peningkatan profit yang diperoleh.

**Growth / Expansion Strategy**

Diversification

Concentarion

Horizontal

Related

Un-Related

Vertikal

Network

Integrate

Cooperatives

Value-added Invesments

Diversify into elated Producton/ Enerprises

Capture Strategies

Expand

Intensify

Replicate

Network

Ignore Synergy

Non-realted Industries

For Cash Flow

Risk Reduction

Sumber : Rufaidah (2013 : 181)

Gambar 2.12  
Pemetaan Strategi Pertumbuhan/Ekspansi

Strategi pertumbuhan terdiri dari dua jenis kategori strategi yaitu strategi konsentrasi *(concentration strategy)* dan strategi disversifikasi *(disversification strategy).* Strategi konsentrasi yaitu keputusan perusahaan untuk memproduksi satu macam lini produk saat itu di industri, sedangkan strategi disversifikasi adalah keputusan perusahaan untuk memproduksi lini produk yang beragam sehingga perusahaan menghadapi persaingan dari industri yang berbeda pula. Strategi diversifikasi dilakukan karena perusahaan ingin meningkatkan efisiensi atau karena preferensi pimpinan perusahaan.

1. Strategi konsentrasi terbagi lagi menjadi dua jenis konsentrasi yaitu strategi pertumbuhan konsentrasi vertikal dan horizontal.
2. Pertumbuhan secara vertikal dicapai dengan mengambil alih fungsi dari yang sebelumnya disediakan oleh supplier atau distributor/ perantara. Dengan kata lain perusahaan akan berkembang usahanya dengan melakukan tidak saja proses produksi produk semula, tetapi juga melakukan usaha sebagai supplier dan atau distributor.

Bentuk-bentuk integrasi vertikal adalah integrasi *(integrate),* jaringan *(network),* kerjasama *(co-ooperatives)* dan investasi nilai tambah *(value added investment).* Tingkatan integrasi vertikal adalah:

* *Full integration* (perusahaan secara internal memproduksi barang dan jasanya serta mengendalikan pendistribusiannya).
* *Tape integration atau Concurent sourcing* (perusahaan memproduksi setengah dari kebutuhannya dan sisanya membeli dari pemasok lainnya.
* *Quasi integration* (perusahaan tidak membuat produk tetapi membeli dari pemasok luar dibawah kendali perusahaan.
* *Long term contract* (persetujuan antara dua perusahaan untuk menyediakan produk dan jasa yang diperlukan dalam waktu yang ditetapkan).

1. Pertumbuhan secara horisontal *(horizontal growth)* dicapai dengan mengekspansi (mempeluas) kegiatan bisnisnya ke dalam wilayah geografi tertentu, atau menambah jangkauan produknya ke dalam pasar yang dituju saat ini. Pertumbuhan horisontal ini akan menghasilkan sebuha horizontal integration untuk perusahaan. Bentuk-bentuk integrasi horisontal adalah intensifikasi *(intesify),* ekspansi *(expand),* replikasi *(replicate)* dan jaringan.
2. Strategi diversifikasi terbagi lagi menjadi dua jenis diverisifkasi yaitu disversifikasi konsentris *(related)* dan disversifikasi konglomerat *(un-related).*
3. Pertumbuhan dengan disversifikasi konsentris (berhubungan) dilakukan melalui disversifikasi produk utama menjadi berbagai macam produk tapi masih berhubungan satu sama lain. Hal ini dilakukan bila perusahaan memiliki posisi persaingan yang kuat tapi daya tarik industri yang dijalaninnya rendah. Pertumbuhan dengan disversifikasi produk ke berbagai macam jenis industri yang berbeda satu sama lain. Hal ini dilakukan bila pihak manajemen perusahaan menyadari bahwa daya tarik industri yang sekarang sangat rendah dan perusahaan melihat peluang pasar yang baik di sektor indusri lain sekaligus memiliki kemampuan untuk melakukan kegiatan bisnis di industri tersebut.
4. Pertumbuhan dengan disversifikasi konglomerat terdiri dari *non-related industries, ignore strategy, for cash flow, dan risk reduction*.
5. *Delay/ Stability Strategy*

Sebuah perusahaan dapat memilih strategi untuk stabil (strategi penundanan atau stabil) daripada pertumbuhan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. Hal ini dilakukan pada situasi tertentu tanpa banyak perubahan jenis aktivitas bisnis atau produk yang ditawarkannya. Strategi stabilitas (strategi penundaan) ini sangat efektif untuk jangka pendek, tapi bisa sangat berbahaya bila dilakukan dalam jangka waktu yang terlalu lama. Strategi stabilitas ini berguna untuk menganalisis kondisi pasar dan menentukan langkah atau strategi yang harus diambil sesuai dengan kondisi pasar. Strategi ini terdiri dari tiga jenis strategi yaitu :

1. *Pause/proceed with caution strategy* (strategi berhenti secara berhati-hati)

Merupakan jenis strategi dimana perusahaan memilih untuk diam/istirahat untuk menganalisis pasar selama beberapa waktu. Hal ini dilakukan untuk menentukan strategi yang sebaiknya diambil selanjutnya oleh perusahaan dan selanjutnya apakah akan menerapkan *gowth strategy* atau *retrenchment strategy*. Strategi ini meminimaliasi aktivitas bisnis baru dalam suatu tempo waktu tertentu dan bersifat sementara hingga dirasakan cukup untuk melakukan suatu perubahan.

1. *No Change strategy* (strategi tidak ada perubahan)

Merupakan jenis strategi dimana perusahaan memilih untuk tidak melakukan sesuatu hal yang baru dalam kegiatan bisnisnya saat ini sehingga perusahaan tetap menjalankan bisnisnya dengan metode dan sarana yang ada. Strategi ini biasa dilakukan perusahaan bila menunggu saat yang tepat untuk meluncurkan strategi, produk atau terobosan terbaru di dalam suatu industri sehingga strategi baru tersebut akan lebih efektif dan berjalan sesuai yang diharapkan. Strategi ini juga dilakukan oleh perusahaan yang tidak mampu mengembangkan usahanya sehingga terjebak di dalam lingkup bisnis yang ada sehingga menjadi target untuk diakuisisi oleh perusahaan lain yang lebih besar dan ingin mengekspansi pasar.

1. *Profit strategy* (strategi keuntungan)

Merupakan jenis strategi dimana perusahaan memilih untuk melakukan aktivitas bisnis yang baru melainkan berusaha untuk menghilangkan atau mengurangi aktivitas bisnis atau biaya pengeluaran dengan tujuan untuk meningkatkan nilai profit perusahaan yang cenderung turun untuk periode waktu tertentu. Hal ini biasanya menjadi alternatif bagi level top-management bila dihadapkan pada nilai profit perusahaan yang cenderung menurun daripada mengumumkan ke masyarakat luas bahwa perusahaannya mengalami penurunan profit terus menerus.

**Delay / Stability Strategy**

Pause / Process with caution Strategy

Pause / Process with caution Strategy

Profit Strategy

Perusahaan memilih diam/ istirahat beberapa periode untuk menganalisis pasar selama beberapa waktu

Perusahaan memilih tidak melakukan sesuatu hal yang baru dalam kegiatan bisnisnya tetapi tetap menjalankan bisnisnya dengan metode dan sarana yang ada

Perusahaan memilih tidak melakukan aktivitas bisnis yang baru, melainkan berusaha untuk menghilangkan atau mengurangi aktivitas bisnis atau biaya pengeluaran dengan tujuan untuk meningkatkan nilai profit perusahaan yang cenderung turun untuk untuk periode waktu tertentu.

Sumber : Rufaidah (2013 : 190)

Gambar 2.13  
Pemetaan Strategi Penundaan/Stabilitas

1. *Retrenchment Strategy*

Merupakan jenis strategi yang dilakukan perusahaan bilan dalam posisi persaingan bisnis yang lemah di suatu industri yang berakibat pada kinerja yang buruk, tingkat penjualan yang semakin menurun, dan profit berubah menjadi kerugian terus menerus. Ada beberapa jenis strategi penciutan yang dapat diterapkan perusahaan antara lain :

1. *Turn-around strategy* (strategi putaran haluan)

Merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengkaji ulang kegiatan bisnis yang selama ini dijalankan, serta untuk menganalisis bagian-bagian di perusahaan yang membawa pengaruh buruk bagi kegiatan bisnis perusahaan secara keseluruhan. Penerapan *turnaround strategy* adalah melakukan efisiensi operasi perusahaan melalui pemotongan ukuran dan pemangkasan (penghilangan) biaya. Sedangkan strategi konsolidasi adalah melakukan efisiensi operasi perusahaan melalui pengurangan ukuran dan pengurangan biaya. *Outsourcing* atau alih daya adalah pembelian produk/jasa pada pihak lain yang sebelumnya dihasilkan perusahaan secara internal. Keputusan *outsourcing* suatu aktivitas atau fungsi pada pihak independen di luar negeri.

1. *Captive company strategy* (strategi turunan)

Merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk menghilangkan sisi kebebasan aktivitas bisnis tertentu di perusahaan demi keberlangsungan bisnis perusahaan di masa yang akan datang. Strategi ini dilakukan perusahaan dengan menjadi pemasok utama suatu perusahaan *(sole supplier),* atau menetapan diri menjadi *prefered provider* suatu rekanan, atau di kontrak pada waktu tertentu *(contract grower)*.

1. *Exit strategy* (strategi keluar)

Merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan keluar dari industri atau membubarkan diri. Strategi ini terdiri dari :

1. *Sell-out strategy* (strategi menjual) yaitu menjual asset perusahaan demi menutupi kerugian bisnis yang dialami oleh perusahaan dan masih ada harapan untuk perusahaan bangkit lagi bila mendapatkan suntikan dana dari pihak lain.
2. *Divestment strategy* (strategi memisahkan diri) yaitu menjual perusahaan kepada perusahaan lain agar karyawannya tetap bisa bekerja.
3. *Bancrupty* (mengumumkan bangkrut atau pailit), yaitu menjual seluruh asset perusahaan untuk menutupi seluruh hutang-hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Biasanya pihak pengelola akan menyerahkan keputusan likuidasi melalui pengadilan agar perusahaan memperoleh nilai yang dapat dicairkan sebagai bahan untuk menutupi kewajiban-kewajibannya pada pemegang saham.
4. *Liquidation strategy* (strategi melikuidasi asset-asset perusahaan), yaitu dilakukan perusahaan bila suatu industri sudah tidak menarik lagi untuk dimasuki dan perusahaan dalam kondisi sangat buruk sekali sehingga harus dijual.

Retrenchment   
Strategy

Turn around Strategy

Captive Company Strategy

Exit Strategy

Contraction

Consolidation

Outsourcing

Sole Supplier

Preffered Provider

Contract Grower

Sell-Out

Divest

Bancrupty

Liquidation

Sumber: Rufaidah (2013 : 195)

Gambar 2.14  
Pemetaan Strategi Penciutan

1. ***Bussiness Strategy***

Strategi bisnis adalah keputusan untuk memfokuskan pada peningkatan posisi bersaing produk/jasa perusahaan dalam industri atau segmen pasar tertentu yang dilayani oleh perusahaan. Bila strategi korporasi memberikan arahan dalam mengembangkan, menstabilkan dan menciutkan bisnis yang dimiliki perusahaan, maka strategi bisnis mengatasi bagaimana perusahaan dan unit-unitnya bersaing dengan perusahaan sejenis di dalam industri tersebut. Strategi bisnis terdiri dari dua jenis strategi yaitu *competitive strategy* dan *cooperative strategy.*

1. *Competitive strategy*

*Competitive strategy* atau strategi persaingan terdiri dari model strategi generik dari Porter dan taktik bersaing. Pada model strategi generik Porter, terdapat empat jenis strategi bersaing yaitu :

1. *Cost leadership* (kepemimpinan biaya), adalah strategi bersaing biaya rendah yang ditujukan untuk pasar luas dan mengharuskan membangun secara agresif fasilitas dengan skala efisien, pengurangan harga yang gencar, pengendalian biaya dan ongkos yang ketat, dan minimisasi biaya yang tidak terlalu penting dan signifikan.
2. *Differentation* (diferensisasi), ditujukkan untuk memperluas pasar melalui penciptaan suatu produk yang kreatif dan unik/khas yang memberlakukannya dengan pesaing dalam industri.
3. *Cost Focus* (fokus biaya), strategi bersaing dengan tingkat biaya yang rendah yang fokus untuk melayani sejumlah konsumen di suatu wilayah geografis tertentu.
4. *Differentiation Focus* (fokus diferensiasi), strategi bersaing dengan mengutamakan keunikan produk yang hanya melayani sejumlah konsumen tertentu.

**Business Strategy**

Digunakan untuk meraih daya saing industri dengan bersaing di dalam   
dan diluar industri sejenis

Competitive Strategies   
(Generic Strategy)

Cooperative Strategies   
(Collusion and Strategic Alliance)

Cost Leadership

Cost Focus

Differentation Focus

Differen-tation

Brand Target

Cost Focus

Competitive Scope

Lower Cost

Differen-tation

Competitive Advantage

Competitive Tactics

FDI

Joint Venture

Contract Management

Franchising

Licensing

Consortium

Extent of Investment & Risk

Degree of Ownership & Control

Sumber : Rufaidah (2013 : 204)

Gambar 2.15  
Pemetaan Strategi Bisnis

Strategi bersaing dalam penerapannya memerlukan taktik bersaing *(competitive tactics)*. *Tactics* atau taktik adalah rencana operasional spesifik yang menyatakan secara rinci bagaimana suatu strategi dilaksanakan dalam menjawab kapan dan dimana untuk dilakukannya. Berikut ini adalah pemetaan taktik bersaing.

***Competitive Tactics* (Taktik Bersaing)**

*Timing Tactics*  
(Taktik Waktu)

*Market LocationTactics*  
(Taktik Waktu)

*First Mover*  
(Pioneer)

*Late Mover*  
(Follower)

*Offensive*  
(Menyerang)

*Defensive*  
(Bertahan)

Sumber : Rufaidah (2013 : 205)

Gambar 2.16  
Pemetaan Taktik Bersaing

Taktik bersaing merupakan strategi bersaing yang menyertakan suatu perencanaan detail dalam penerapan strategi. Taktik bersaing terdiri dari :

1. *Timing tactics* (taktik waktu), berhubungan dengan pemilihan waktu yang tepat untuk perusahaan melaksankan suatu strategi. Taktik ini terdiri dari dua jenis taktik, yaitu sebagai *first mover* atau sebagai *late mover*. Taktik ini biasanya berhubungan dengan kapan suatu perusahaan akan mengimplementasikan suatu strategi. Perusahaan pertama yang membuat dan menjual sebuah produk atau jasa baru disebut sebagai *first mover*. Perusahaan yang membuat dan menjual produk/jasa baru setelah perusahaan tertentu melakukannya setelah perusahaan pertama disebut sebagai *late mover*.
2. *Market location tactics* (taktik lokasi pasar), berhubungan dengan penetapan sikap perusahaan terhadap pesaingnya apakah sebagai penyerang atau bertahan. Taktik ini terdiri dari dua jenis taktik, yaitu *offensive tactics* dan *defesive attacks*, yaitu :
3. *Offensive tactics* (taktik menyerang), yaitu taktik untuk memimpin perubahan yaitu melalui : 1. Merintis teknologi yang baru dan lebih baik, 2. Memperkenalkan produk inovatif dan 3. Menjadi penetap standar industru. Taktik menyerang biasanya mengambil tempat jauh dari posisi perusahaan saat ini di pasar. Ada beberapa macam yaitu :

* *Frontal assult*, perusahaan yang menyerang berhadapan langsung dengan perusahaan pesaing, menyamakan posisi dengan pesaing di berbagai kategori.
* *Flanking maneuver*, perusahaan menyerang bagian dari pasar yang merupakan kelemahan dari pesaing.
* *Encirclement*, terjadi ketika perusahan penyerang mengikuti posisi pesaing dari segi pasar atau produk atauapun keduanya.
* *Bypass attack,* perusahaan menyerang dengan pengembangan versi terbaru dari sebuah produk yang akan memuaskan kebutuhan konsumen yang saat ini belum terlayani oleh pesaing siapapun.
* *Guerilla warfare*, perusahaan menyerang dengan serangan-serangan kecil dan terputus-putus kepada segmen pasar pesaing yang berbeda.

1. *Defensive tactics* (taktik bertahan), yaitu taktik untuk bereaksi terhadap perubahan dan taktik untuk mengantisipasi perubahan. Taktik bertahan ditujukan untuk menurunkan probabilitas penyerangan mengubah penyerangan ke jalan yang lebih tidak mengancam, dan mengurangi intensitas serangan. Taktik ini terdiri dari :
2. Memperbesar hambatan industri
3. Meningkatkan pembalasan yang diperkirakan
4. Menurunkan dorongan-dorongan untuk menyerang.
5. *Cooperative strategy*

Perusahaan menerapkan strategi kerjasama untuk meraih keunggulan bersaing dalam industri melalui kemitraan dengan perusahaan sejenis. Strategi ini terdiri dari dua jenis yakni:

1. *Collusion strategy* (strategi kolusi), yaitu suatu teknik kooperatif perusahaan yang aktif di suatu industri untuk mengurangi jumlah output, menaikkan harga produk dengan tujuan untuk tetap berada di hukum permintaan dan penawaran ekonomi yang normal. Kolusi bisa secara eksplisit dilakukan dimana perusahaan saling bekerja sama secara terang-terangan di suatu industri melalui komunikasi dan negoisasi perjanjian kerja sama. Selain itu, kolusi bisa secara implisit dilakukan dimana perusahaan saling bekerja sama tanpa adanya komunikasi langsung antara dua belah pihak. Praktek kolusi di suatu industri untuk mengurangi output, menaikkan harga dan sebagainya terjadi di industri minyak dunia.
2. *Strategic alliance* (kemitraan strategis), merupakan partnership atau bentuk kerjasama mitra strategis antara dua atau lebih perusahaan atau unit bisnis untuk mencapai tujuan secara strategis yang saling menguntungkan. Adapun jenis-jenis strategi kemitraan adalah sebagai berikut :

* *Consortium*, kerjasama yang melibatkan banyak perusahaan yang memiliki perbedaan dalam produk/jasa yang dihantarkannya. Konsorium dibentuk untuk menyelesaikan suatu proyek dengan tujuan untuk menarik sumberdaya keuangan dan manajerial serta mengurangi resiko.
* *Licensing* (pemberian ijin) adalah transaksi berdasarkan kontrak dimana perusahaan pemilik merek *(licensor)* menawarkan sejumlah aset tidak nyata (merek) kepada perusahaan asing *(license)* dalam rangka memperoleh royalti.
* *Franchising* (waralaba) adalah transaksi berdasarkan kontrak seperti lisensi untuk mereplikasi suatu model bisnis. Pemilik model bisnis *(franchisor)* memberikan hak kepada pihak perusahaan lain *(franchisee)* untuk menggunakan nama merek dagang dan pengetahuan lainnya dari pemilik model bisnis dalam rangka memperoleh royalti.
* *Contract manufacturing* (maklun) adalah kerjasama yang dilakukan perusahaan pemilik merek dan pabrikan untuk memproduksi sejumlah bagian suatu produk atau bagian dari suatu produk atau seluruh bagian dari suatu produk.
* *Joint venture* (patungan) adalah kemitraan antara dua atau lebih perusahaan dengan membentuk suatu perusahaan baru. Perusahaan mitra membawa sumberdayanya masing-masing untuk digabungkan dalam satu perusahaan yang dibentuk.
* *Foreign direct investment* (FDI atau investasi langsung di luar negeri) dengan tujaun untuk mendapatkan biaya tenaga kerja murah, menghindarkan pajak impor, mengurangi biaya distribusi menuju pasar sasaran, mempercepat akses pada bahan baku, dan atau memperoleh akses pada pasar luar negeri dengan cepat.

Berdasarkan *insight* straregik yang telah disampaikan, cara melakukan investasi langsung diluar negeri adalah melalui :

* Akuisisi (pembelian perusahaan dengan cara mempertahankan identitasnya secara terpisah)
* Merger (pembelian perusahaan dengan menggabungkannya dengan perusahaan pembeli)

1. ***Bussiness Strategy***

Strategi fungsional memaksimalkan produktivitas sumberdaya, mengarahkan pada kompetensi tersendiri yang memberikan perusahaan atau unit bisnis pada suatu keunggulan kompetitif. Strategi fungsional terdiri dari strategi pemsaran, strategi keuangan, strategi operasi, strategi dalam manajemen SDM, dan strategi untuk fungsi-fungsi bisnis lainnya dalam perusahaan.

1. Strategi Pemasaran

Strategi pemsaran terdiri dari perencanaan *segmenting, targeting,* dan *positioning*. Penerapan dari proses perencanaan tersebut dapat diterapkan pada bauran pemasaran yang digunakan perusahaan. Teknis dari pelaksanaan strategi pemasaran adalah strategi pengembangan pasar, perusahaan atau unit bisnis dengan tujuan untuk menangkap peluang pasar yang lebih besar dari pasar yang ada melalui produk saat ini.

Strategi awal yang dilakukan oleh perusahaan adalah *segmenting* atau identifikasi segmen pasar yang ada seperti apa saja di masyarakat. Hal ini berguna untuk memudahkan pasar dalam menetapkan target pasar yang sesuai dengan jenis, kegunaan dan karakteristik produk yang dipasarkan.

Proses segmentasi ini dibedakan dalam dua kategori pasar yaitu segmen pasar konsumen dan segmentasi pasar konsumen lebih fokus dalam mengidentifikasi segmen-segmen yang berkaitan langsung dengan masyarakat sebagai konsumen akhir suatu produk atau jasa, sedangkan segmentasi pasar bisnis lebih mengidentifikasi segmen-segmen yang berkaitan dengan masyarakat sebagai perusahaan atau distributor yang bukan berperan sebagai konsumen akhir. Hasil dari proses segementasi ini adalah berupa informasi mengenai segmen-segmen pasar yang ada di suatu area pemasaran produk atau jasa yang akan dipasarkan untuk dianalisis lebih lanjut.

Tahap yang kedua adalah proses *targeting* adalah proses *targeting* atau penetapan target sasaran dari segmen pasar yang telah diidentifikasi pada tahap *segmenting*. Hal ini berguna untuk lebih memfokuskan perusahaan dalam merumuskan strategi pemasaran seperti apa yang akan dilakukan dalam memasarkan produknya disesuaikan dengan karakteristik yang dmiliki oleh segmen pasar tertentu yang dipilih oleh perusahaan. Di dalam proses targeting terdapat 5 jenis targeting disesuaikan dengan produk yang dipasarkan yakni :

1. Konsentrasi segmen tunggal (hanya produksi satu produk untuk satu segmen pasar).
2. Spesialisasi selektif (produktif beberapa produk masing-masing untuk satu segmen pasar berbeda).
3. Spesialisasi produk (produksi satu produk untuk berbagai macam segmen pasar)
4. Spesialisasi pasar (produksi berbagai produk untuk satu segmen pasar)
5. Cakupan seluruh pasar (produksi berbagai produk untuk berbagai macam segmen pasar).

Tahap yang terakhir adalah *positioning* atau penerapan posisi produk perusahaan di dalam suatu segmen pasar yang telah ditargetkan sebelumnya. Penetapan posisi produk ini biasanya lebih kepada citra produk, nilai produk, keunggulan produk, karakteristik produk yang diasosiasikan pada karakteristik tertentu yang dimiliki oleh target pasar, dan sebagainya yang ingin dibangun oleh perusahaan saat memasarkan produknya. Hal ini tentunya berpengaruh pada jenis strategi pemasarn apa yang harus dilakukan oleh perusahaan berkaitan dengan produk yang dipasarkannya tersebut agar dapat diterima oleh target pasar sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

Strategi pemasaran lainnya adalah berkaitan dengan masalah distribusi dan penetapan harga. Ketika menetapkan harga suatu produk baru, perusahaan atau unit bisnis dapat mengikuti salah satu dari dua strategi. Untuk produk baru, gunakan *skimming pricing* untuk menetapkan keuntungan dimana produk tersebut termasuk kedalam kategori produk inovatif dan masih terbilang baru serta belum ada atau jumlah pesaing baru sedikit. Sebaliknya, gunakan *penetration pricing* bila perusahaan menginginkan untuk mempercepat perkembangan pasar dan menawarkan cara untuk mendapatkan pangsa pasar dan dominasi industri dengan lebih cepat.

Strategi pemasaran dapat pula diterapkan melalui pilihan strategi distribusi. Bila pasar yang dilayani pasar individual (B2C), maka produk disalurkan mulai dari saluran distribusi nol tingkat sampai dengan saluran tiga tingkat. Bila pasar yang dilayani adalah pasar bisnis (B2C) maka saluran distribusi adalah mulai dari saluran nol tingkat sampai dua tingkat. Jenis strategi saluran distribusi lainnya adalah *intensive distribution, extensive distribution*, dan *exclusive distribution*.

Strategi positioning dapat dilakukan melalui keunikan pada pilihan bauran promosi, dan unsur bauran jasa lainnya *(people, process, dan physical evidence)*.

1. Strategi Keuangan

Tujuan dari strategi keuangan adalah untuk menyediakan struktur dana yang cukup untuk mencapai tujuan umumnya. Sebagai tambahan, strategi keuangan menguji pengaruh keuangan terhadap pilihan-pilihan strategis perusahaan atau unit bisnis dan mengidentifikasi tindakan yang terbaik. Strategi keuangan juga menyediakan keunggulan kompetitif melalui biaya pendanaan yang lebih rendah dan kemampuan fleksibel untuk memperbesar modal untuk mendukung strategi bisnis. Strategi keuangan biasanya berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Di dalam fungsi finansial suatu perusahaan biasanya terdiri dari tiga keputusan utama yakni :

1. *Financing* (keputusan pembiayaan) yaitu proses menentukan struktur modal terbaik untuk perusahaan untuk mengumpulkan modal (contoh mengeluarkan saham, menambah hutang, menjual aset atau mengutaman gabungan dari cara-cara tersebut). Keputusan pembiayaan mempertimbangkan baik kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang akan modal kerja. Dua ratio keuangan utama yang mengindikasikan apakah keputusan pembiayaan sebuah perusahaan efektif adalah rasio hutang terhadap ekuitas *(debt-to-equity ratio)* dan ratio hutang terhadap total aset *(debt-to-total assets ratio)*. Ada beberapa teknik yang temasuk di dalam *financing* yaitu *capital structure, cost of capital, leasing*, dan merger serta akuisisi.
2. *Dividend* (keputusan dividen) yaitu proses dimana perusahaan memperhatikan isu-isu seperti persentasi laba yang dibayarkan kepada para pemegang saham, stabilitas dividen yang dibayarkan dari waktu ke waktu, dan pembelian kembali atau penerbitan saham. Keputusan dividen menentukan jumlah dana yang ditahan perusahaan dibandingkan dengan jumlah yang dibayarkan kepada pemegang saham. Tiga rasio keuangan yang membantu dalam evaluasi keputusan dividen perusahaan adalah rasio laba per saham, rasio dividen per saham dan rasio harga-laba. Manfaat membayar dividen kepada investor harus seimbang dengan manfaat menahan dana perusahaan.
3. *Investing* (keputusan investasi) yaitu proses dimana prusahaan menyusun strategi alokasi dan realokasi modal dan sumberdaya untuk berbagai proyek, produk, aset, dan divisi sebuah organisasi. Begitu strategi dirumuskan, keputusan penganggaran modal dibutuhkan untuk menerapkan strategi agar berhasil. Terdapat teknik yang cukup terkenal yaitu *capital budgeting* dan *portpolio theory*.
4. Strategi Operasi

Strategi operasin berhubungan dengan aktivitas untuk meraih daya saing melalui fungsi operasi. Daya saing memiliki arti penciptaan suatu sistem yang memiliki keunggulan unuk dibandingkan dengan pesaing. Manajer operasi dapat meraih daya saing melalui penerapan konsep CDR (*cost leadership, differentiation* dan *response*) pada 10 keputusan operasi.

Keputusan Operasi

Pendekatan CDR

Pendekatan

Daya Saing   
(Competitive Advantage)

Disain

Kualitas

Proses

Lokasi

Layout

SDM

Rantai Pasok

Persediaan

Penjadulan

Pemeliharaan

* Overhead rendah
* Efektif penggunaan kapasitas
* Manajemen prsediaan
* Desain inovatif
* Ragam lini produk
* Layanan purna jual
* Fleksibilitas
* Keandalan
* Kecepatan

Cost Leader-ship

Differen-

tation

Respon-se

Sumber: Rufaidah (2013 : 252)

Gambar 2.17  
Meraih daya saing melalui operasi

Penerapan *cost leadership* khususnya melalui *low-cost orientation* artinya mencapai nilai maksimal sebagai dirasakan pelanggan. *Differentiation* adalah membedakan tawaran yang dirasakan pelanggan sebagai nilai tambah. *Response* adalah sejumlah nilai yang berhubunagn dengan kecepatan, fleksibilitas, dan daya tahan kinerja produk yang ditawarkan. Pencapaian daya saing akan menghasilkan produk lebih murah *(cheaper),* produk yang lebih baik *(better)* dan respon yang lebih cepat *(faster)*.

1. Strategi Dalam Manajemen SDM

Strategi ini biasanya bervariasi sesuai dnegan jenis dan kebutuhan perusahaan tersebut. Manajemen SDM strageis adalah memformulasikan dan melaksanakan kebijakan SDM dan praktek untuk menghasilkan kompetensi SDM dan perilaku yang dibutuhkan dalam perusahaan untuk meraih tujuan strategis. Strategi ini perlu menjawab permasalahan apakah perusahaan harus menyewa karyawan kurang terampil dalam jumlah besar yang tentunya akan menerima upah rendah, melakukan pekerjaan berulang, dan cenderung berhenti setelah waktu tertentu yang cukup singkat, atau menyewa karyawan yang sangat terampil dalam jumlah sedikit dengan upah yang lebih tinggi, dan dapat dilatih agar dapat berpartisipasi penuh pada perusahaan. Pendekatan pelatihan manajemen perlu dibuat untuk strategi bersaing pada perusahaan dan unit bisnis. Strategi SDM lainnya berkaitan dengan pertanyaan tentang promosi dari dalam atau rekrutmen manajer dari luar perusahaan. Strategi pada manajemen SDM mempertimbangkan tiga aktivitas utama yakni :

1. Pengadaan, meliputi : analisis jabatan, perencanaan personalia dan rekruitmen, pengujian pegawai dan seleksi, dan wawancara calon pegawai.
2. Pengembangan, meliputi : pelatihan dan pengembangan pegawai, manajemen kerja dan penilaian, dan manajer karir.
3. Pemeliharaan, meliputi : penyusunan rencana pembayaran, inasentif keuangan dan kinerja, pemberian manfaat dan pelayanan, keselamatan dan kesehatan pegawai, dan pengelolaan isu-isu SDM global.
4. Strategi Fungsional Lainnya

Strategi fungsional lainnya yang dapat dianalisis untuk menemukan keunggulan perusahaan dalam aktivitas usahannya, yakni pada fungsi riset dan pengembangan, sistem informasi, logistik, dan distribusi dan fungsi lainnya yang sesuai dengan karakter perusahaan pada industri yang dimasukinnya. Strategi ini dalam fungsi riset dan pengembangan ini sangat dibutuhkan perusahaan dalam melakukan penelitian kondisi pasar seperti apa, apa saja produk yang menjadi kebutuhan mereka, melakukan pengembangan produk, melakukan uji coba serta penilaian awal dari produk baru, dan menganalisis respon dari pasar seperti apa. Sedangkan strategi pada fungsi logistik dan distribusi berhubungan dengan menjalin rantai pasok, rantai distribusi dan rantai nilai pelanggan sehingga tercipta nilai tambah lebih baik dari nilai pesaing. Sementara itu, dalam fungsi sistem informasi yakni menangani proses alur informasi dan data-data yang memiliki pengaruh pada perusahaan, menciptakan kemudahan layanan berdasarkan teknologi, pemanfaatan dan pengembangan teknologi tepat guna bagi stakeholder perusahaan.

## Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini akan melakukan review terhadap penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh berbagai peneliti.

1. Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang

Tahun Publikasi : 2009

Peneliti : Rulyanti Susi Wardhani dan Yulia Agustina

Isi Jurnal :

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dari lima variabel yang telah dianalisis hanya empat variabel yang memenuhi syarat, yaitu variabel modal kerja, kemasan produk, *network* dan pengembangan usaha. Sedangkan variabel sumber daya manusia tidak memengaruhi daya saing pada sentra industri makanan khas bangka di Kota Pangkalpinang, dikarenakan tidak memenuhi syarat.

Dari variabel-variabel yang telah dianalisis, maka terbentuk dua faktor, yaitu faktor pertama keuangan *(financial)* yang memiliki variabel-variabel diantaranya modal kerja dan pengembangan usaha. Faktor kedua adalah pemasaran *(marketing)* yang memiliki variabel kemasan produk dan *network*.

Variabel-variabel yang terdapat pada faktor pertama dan faktor kedua merupakan variabel-variabel yang saling berhubungan. Hubungan tersebut ditunjukkan dari hasil analisis faktor dimana besarnya korelasi kedua faktor tersebut yang cukup tinggi. Dimana faktor yang paling dominan adalah faktor pertama yaitu faktor keuangan.

1. Judul : Model Kebijakan Pengembangan Industri Kecil Menengah (IKM) Kimia Kabupaten Malang dengan Pendekatan Teknometrik

Tahun Publikasi : 2008

Peneliti : Ahmad Mubin

Isi Jurnal :

Dari hasil analisis diperoleh bahwa hasil untuk faktor eksternal (peluang dan ancaman) faktor peluang mempunyai skor lebih besar dibanding skor ancaman dan total skor diperoleh sebesar 2,51 atau diatas skor rata-rata yang berarti bahwa IKM memberi respon secara baik terhadap peluang-peluang dan ancaman yang ada. Dengan kata lain, strategi IKM secara efektif memanfaatkan peluang yang ada dan meminimalkan potensi pengaruh negatif dari ancaman eksternal.

Hasil analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan), diperoleh bahwa aspek kekuatan mempunyai skor lebih rendah dibanding kelemahan dan total skor diperoleh sebesar 2,20 atau dibawah skor rata-rata yang berarti bahwa IKM masih cukup lemah secara internal. Sedangkan hasil rancangan sistem pengukuran kinerja (IKM) yang telah disederhanakan sangat bermanfaat bagi IKM kimia untuk mengevaluasi dan meningkatkan kinerjanya secara berkelanjutan, sehingga memiliki daya saing yang tinggi dalam menghadapi globalisasi.

1. Judul : Pengembangan Tata Kelola Industri Kecil-Menengah Di Madura

Tahun Publikasi : 2009

Peneliti : Rachmad Hidayat dan Yudha Herlambang

Isi Jurnal :

Pembinaan IKM yang dilakukan melalui bantuan BUMN dan pemberian kredit kepada IKM. Bantuan BUMN berpengaruh terhadap kinerja IKM sehingga peran BUMN sebagai salah satu *agent of development* yang ditugaskan pemerintah pada hakekatnya mempunyai peran strategis. Bantuan BUMN yang telah diberikan kepada IKM benar-benar telah dimanfaatkan dan digunakan untuk meningkatkan kemampuan usaha. Bantuan BUMN sangat bermanfaat dalamragka peningkatan kewirausahaan guna menunjang kinerja IKM di Madura. Kredit perbankan yang telah diberikan atau disalurkan oleh perbankan dan telah diterima oleh IKM kurang membawa perubahan kinerja yang lebih baik dan signifikan bagi IKM atau bahkan memperburuk kinerja IKM. Bantuan kredit perbankan yang selama ini disalurkan hanya mampu memberikan pembelajaran bisnis kepada IKM dalam meningkatkan kemampuan kewirausahaan. Pelatihan dan pendidikan kewirausahaan yang diberikan dan dilakukan oleh pemerintah melalui beberapa instansi pemerintah tidak berhasil atau mengalami kegagalan. Pendidikan formal dan tersentalistik dalam pendidikan kewirausahaan terbukti tidak dapat meningkatkan kinerja IKM di Madura.

Skenario pengembangan IKM di Madura dilakukan secara terintegrasi dan sinergi dengan pengembangan industri berskala menengah dan besar, karena kebijakan pengembangan sektoraltidak bisa mengkotak-kotakkan kebijakan menurut skala usaha. Perumusan tentang beberapa kebijakan operasional yang perlu mendapatkan perhatian pihak pemerintah daerah terhadap IKM terutama dalam penguatan di bidang usaha spesifik dan keberlangsungan operasional usaha IKM sesuai dengan karakteristik kekhasan budaya lokal. Pola kerja sama dengan BUMN dengan polabisnis murni mungkin bisa menjadi altrnatif pembinaan pemerintah kepada IKM di Madura dengan berpegang teguh pada budaya masyarakat Madura.

1. Judul : Daya Saing dan Strategi Pengembangan Minyak Sawit di Indonesia

Tahun Publikasi : 2012

Peneliti : Jauhar Samudera Nayantakaningtyas dan Heny K. Daryanto

Isi Jurnal :

Kesimpulan yang dapat diperoleh dalam penelitian ini, adalah industri minyak sawit dan turunannya mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat dilihat dari beberapa faktor pendukung, seperti adanya peranan sumber daya ilmu pengetahuan dan teknologi melalui penelitian yang dilakukan dan adanya peranan dari asosiasi dan media. Selain itu, masih terdapat faktor yang menjadi penghambat, seperti belum meratanya sarana dan prasarana pendukung di beberapa daerah. Industri minyak sawit Indonesia memiliki keunggulan komparatif. Hal ini ditunjukan melalui perhitungan nilai RCA yang lebih dari satu. Namun, untuk industri hilir minyak sawit, Indonesia masih belum mampu bersaing dengan Malaysia. Dalam rangka mengembangkan dan meningkatkan daya.

1. Judul : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Analisis Daya Saing Industri Batik Berbasis Diamond Porter Modelling

Tahun Publikasi : 2012

Peneliti : Suhartini, dan Evi Yuliawati

Isi Jurnal :

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang faktor kondisi, faktor permintaan, faktor industri terkait dan dukungan, faktor strategi perusahaan dan persaingan, faktor pemerintah dan faktor peluang yang paling berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan pada sentra industri batik Pamekasan.

## Kerangka Pemikiran

Berbagai definisi tentang industri kecil dan menengah telah banyak diungkapan oleh para penulisatau pun para peneliti. Menurut Badan Pusat Statistik (2016) industri kecil adalah sebuah industri yang mempunyai tenaga kerja 5 sampai 19 orang tenaga kerja, sedangkan industri sedang/menengah adalah sebuah industri yang mempunyai tenaga kerja 20sampai 99 orang tenaga kerja. Sementara itu menurut Kementrian Perindustrian (2014) bahwa industri kecil yaitu industri dengan nilai investasi paling banyak Rp. 500.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, sedangkan industri menengah adalah industri dengan nilai investasi lebih besar dari Rp. 500.000.000 atau paling banyak Rp. 10.000.000.000, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi IKM yang berlimpah dengan berbagai jenis produknya antara lain anyaman bambu, makanan dan minuman, fashion, gula aren, dan lain-lain. Gula aren merupakan produk yang ditetapkan oleh pemerintah daerah Kabupaten Bandung Barat sebagai produk unggulan berdasarkan metode OVOP *(one village one produk)*. Namun dalam perkembangannya produk gula aren yang dihasilkan oleh para pelaku usaha IKM gula aren Kabupaten Bandung Barat masih belum eksis terhadap keberadaannya. Hal ini mengingat bahwa daya saing yang dimiliki oleh produk tersebut masih belum mampu mengalahkan daya saing produk yang sejenis yang dihasilkan daerah lain ataupun produk subtitusi dari gula aren sehingga hal tersebut berdampak terhadap kinerja IKM gula aren, dimana saat ini kondisi omset penjualan masih tetap, pangsa pasar dan usaha belum berkembang. Gula aren belum memiliki daya saing disebabkan karena menghadapi berbagai permasalahan baik permasalahan internal maupun eskternal. Permasalahan internal tersebut meliputi produk, bahan baku, modal, sumberdaya manusia, manajemen usaha, teknologi, pemasaran, energi, bangunan, dan kendaraan. Sedangkan permasalahan eksternal meliputi infrastruktur, dukungan lembaga, kebijakan pemerintah dan persaingan industri.



### Pengaruh Produk Terhadap Daya Saing

Menurut Piter (2002), Theodurus(2007), dan Arfan *et al.* (2008) dalam Raf (2012) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing IKM yaitu produk. Begitu juga menurut Beckam dan Rosenfield (2008), bahwa produk berpengaruh terhadap daya saing. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Raf (2012), bahwa hasil analisis regresi berganda membuktikan variabel produk, infrastruktur, kebijakan pemerintah, sumberdaya manusia dan ilmu pengetahuan dan teknologi secara simultan berpengaruh sebesar 75,8% meningkatkan daya saing batik Jambi. Sementara itu, menurut Simatupang (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas industri kecil dan menengah, khususnya industri batik yaitu variabel inovasi produk yaitu desain, bahan, alat, dan pemanfaatan limbah batik. Selain itu terdapat beberapa permasalahan di sentra industri batik antara lain rendahnya kreativitas, baik dari segi desain, efisiensi dan kualitas.

Sementara itu, hasil penelitian Rahayu & Putri (2010) menunjukkan rancangan perbaikan kualitas produk batik solo dengan menerapkan model *Quality Function Deployment (QFD),* dari hasil penelitian itu juga menunjukkan bahwa kualitas produk batik solo masih belum sebaik kualitas produk batik pekalongan. Hal tersebut terlihat pada rata-rata *competitive satisfaction* sebesar 3,42. Agar produk yang dihasilkan mempunyai kualitas dan daya saing tinggi, maka perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana hal tersebut dapat dicapai dengan melakukan perbaikan kualitas.

### Pengaruh Bahan Baku Terhadap Daya Saing

Berdasarkan *Porter’s Diamond Model* bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing salah satunya faktor SDA dan lingkungan atau bahan baku. Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Priastuti, Suroso, Najib (2014), bahwa faktor-faktor kondisi yang paling berpengaruh terhadap peningkatan daya saing sayuran organik adalah SDA dan lingkungan atau bahan baku.

### Pengaruh Modal Terhadap Daya Saing

Menurut Beckam dan Rosenfield (2008), bahwa modal berpengaruh terhadap daya saing. Begitu juga berdasarkan *Porter’s Diamond Model* bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah faktor modal. Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Priastuti, Suroso, Najib (2014), bahwa faktor-faktor kondisi yang paling berpengaruh terhadap peningkatan daya saing sayuran organik adalah sumberdaya modal.

### Pengaruh Sumberdaya Manusia Terhadap Daya Saing

Menurut Beckam dan Rosenfield (2008), bahwa SDM berpengaruh terhadap daya saing. Begitu juga menurut Piter (2002), Theodurus (2007), dan Arfan *et al.* (2008) dalam Raf (2012) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing IKM yaitu sumberdaya manusia (meliputi ketenagakerjaan, pendidikan, dan keterampilan/ skill). Berdasarkan *Porter’s Diamond Model* juga menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah faktor SDM. Hal ini diperkuat juga oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Raf (2012), hasil analisis regresi berganda membuktikan variabel produk, infrastruktur, kebijakan pemerintah, sumberdaya manusia dan ilmu pengetahuan dan teknologi secara simultan berpengaruh sebesar 75,8% meningkatkan daya saing batik Jambi. Sedangkan secara parsial variabel sumberdaya manusia mempengaruhi daya saing batik Jambi.

Sementara itu, menurut Simatupang (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas industri kecil dan menengah, khususnya industri batik yaitu : (1) variabel SDM kreatif yaitu motivasi, bakat/minat, komunikasi, dan kompetensi; (2) variabel pekerjaan kreatif yaitu pekerjaan, kepemimpinan, dan kewirausahaan;(3) variabel konteks organisasi yaitu kinerja perusahaan, kebijakan, struktur dan budaya organisasi, serta sistem komunikasi.

### Pengaruh Manajemen Usaha Terhadap Daya Saing

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Daryono dan Wahyudi (2008), menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah idealnya memang membutuhkan peran dan campur tangan dari pemerintah dalam peningkatan kemampuan bersaing, serta mengeluarkan kebijakan atau peraturan yang lebih memihak industri kecil dalam pemberian kredit, peningkatan keunggulan SDM IKM batik dan kualitas produk batik dengan adanya keterbukaan pasar global harus memiliki kompetensi inti utama dalam daya inovasi dan kompetensi manajemen harga. Hal ini juga diperkuat oleh pendapat dari Beckam dan Rosenfield (2008), bahwa manajemen usaha berpengaruh terhadap daya saing.

### Pengaruh Teknologi Terhadap Daya Saing

Berdasarkan *Porter’s Diamond Model* bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah teknologi. Begitu juga menurut beberapa ahli yaitu Piter (2002), Theodurus(2007), dan Arfan *et al.* (2008) dalam Raf (2012) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing IKM yaitu ilmu pengetahuan dan teknologi (meliputi kegiatan penelitian teknologi, tenaga ahli/sumberdaya bidang teknologi, dan pengembangan teknologi).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Raf (2012), hasil analisis regresi berganda membuktikan variabel produk, infrastruktur, kebijakan pemerintah, sumberdaya manusia dan ilmu pengetahuan dan teknologi secara simultan berpengaruh sebesar 75,8% meningkatkan dayasaing batik Jambi. Sedangkan secara parsial variabel ilmu pengetahuan dan teknologi mempengaruhi daya saing batik Jambi. Sementara itu, menurut Simatupang (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas industri kecil dan menengah, khususnya industri batik yaitu teknologi.

### Pengaruh Pemasaran Terhadap Daya Saing

Berdasarkan *Porter’s Diamond Model* bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah faktor kondisi permintaan (jumlah pembeli dan tingkat pertumbuhan, preferensi konsumen). Begitu juga menurut Beckam dan Rosenfield (2008), bahwa pemasaran berpengaruh terhadap daya saing.

### Pengaruh Energi Terhadap Daya Saing

Menurut Piter (2002), Theodurus (2007), dan Arfan *et al.* (2008) dalam Raf (2012) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing IKM yaitu infrastruktur (meliputi sarana prasarana pasarana sarana jaringan listrik, telekomunikasi, air bersih, prasarana transportasi, dan pasar).

### Pengaruh Bangunan Terhadap Daya Saing

Berdasarkan *Porter’s Diamond Model* bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah faktor kondisi lingkungan salah satunya bangunan produksi.

### Pengaruh Kendaraan Terhadap Daya Saing

Menurut Piter (2002), Theodurus(2007), dan Arfan *et al.* (2008) dalam Raf (2012) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing IKM yaitu infrastruktur (meliputi sarana prasarana jaringan listrik, telekomunikasi, dan air bersih, transportasi, dan pasar).

### Pengaruh Infrastruktur Terhadap Daya Saing

Berdasarkan *Porter’s Diamond Model* bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah infrastruktur. Begitu juga menurut Piter (2002), Theodurus (2007), dan Arfan *et al.* (2008) dalam Raf (2012) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing IKM yaitu infrastruktur (meliputi sarana prasarana jaringan listrik, telekomunikasi, air bersih, transportasi, dan pasar).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Raf (2012), hasil analisis regresi berganda membuktikan variabel produk, infrastruktur, kebijakan pemerintah, sumberdaya manusia dan ilmu pengetahuan dan teknologi secara simultan berpengaruh sebesar 75,8% meningkatkan dayasaing batik Jambi. Sedangkan secara parsial variabel infrastruktur mempengaruhi daya saing batik Jambi. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Priastuti, Suroso, Najib (2014), bahwa faktor-faktor kondisi yang paling berpengaruh terhadap peningkatan daya saing sayuran organik adalah infrastruktur.

### Pengaruh Dukungan Kelembagaan Terhadap Daya Saing

Menurut Simatupang (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas industri kecil dan menengah, khususnya industri batik yaitu : variabel lingkungan yaitu pemberdayaan sumber daya eksternal dalam hal ini adalah dukungan dari berbagai lembaga terkait, diluar dari pemerintah.

IKM yang mendapatkan bantuan, baik bantuan manajemen maupun pendanaan akan dapat meningkatkan usaha karena lebih efisien jika dibandingkan dengan IKM yang tidak mendapatkan bantuan (Fisseha, 1994) dalam Hidayat dan Herlambang (2009). Selain itu, IKM yang mendapat bantuan manajemen, teknologi dan finansial akan dapat memperkuat kelangsungan hidup usahanya (Werdaya, 1995) dalam Hidayat dan Herlambang (2009).

### Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Daya Saing

Berdasarkan *Porter’s Diamond Model* bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing adalah faktor peran pemerintah (meliputi regulasi). Menurut Piter (2002), Theodurus (2007), dan Arfan *et al.* (2008) dalam Raf (2012) bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing IKM yaitu kebijakan pemerintah (meliputi bantuan keuangan, kemitraan usaha, kemudahan perizinan).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Raf (2012), hasil analisis regresi berganda membuktikan variabel produk, infrastruktur, kebijakan pemerintah, sumberdaya manusia dan ilmu pengetahuan dan teknologi secara simultan berpengaruh sebesar 75,8% meningkatkan dayasaing batik Jambi. Sementara itu, menurut Simatupang (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas industri kecil dan menengah, khususnya industri batik yaitu peraturan pemerintah.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Daryono dan Wahyudi (2008), menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah idealnya memang membutuhkan peran dan campur tangan dari pemerintah dalam peningkatan kemampuan bersaing, serta mengeluarkan kebijakan atau peraturan yang lebih memihak industri kecil dalam pemberian kredit, peningkatan keunggulan SDM IKM batik dan kualitas produk batik dengan adanya keterbukaan pasar global harus memiliki kompetensi inti utama dalam daya inovasi dan kompetensi manajemen harga.

Hal yang sama juga dikemukakan oleh Suhartini dan Yuliawati (2012), berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa faktor pemerintahdan faktor peluang yang paling berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan pada sentra industri batik Pamekasan.

### Pengaruh Persaingan Industri Terhadap Daya Saing

Menurut *Porter’s Five Forces Model*, faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing yaitu faktor persaingan antar perusahaan saingan, faktor potensi masuknya pesaing baru, faktor daya tawar pemasok, faktor yang dilihat dari daya tawar konsumen, serta faktor potensi pengembangan produk-produk pengganti (Priastuti, Suroso, Najib, 2014). Begitu juga menurut Beckam dan Rosenfield (2008), bahwa persaingan industri berpengaruh terhadap daya saing.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Priastuti, Suroso, Najib (2014), bahwa faktor-faktor kondisi yang paling berpengaruh terhadap peningkatan daya saing sayuran organik adalah kekuatan pemasok. Hal yang sama juga dikemukakan oleh Suhartini dan Yuliawati (2012), berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa faktor industri terkait dan dukungan, faktor strategi perusahaan dan persaingan yang paling berpengaruh terhadap perkembangan dan pertumbuhan padasentra industri batik Pamekasan. Sementara itu, menurut Simatupang (2008), faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas industri kecil dan menengah, khususnya industri batik yaitu persaingan.

### Daya Saing Terhadap Kinerja

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Herlambang (2009), bahwa Bantuan BUMN berpengaruh terhadap kinerja IKM sehingga peran BUMN sebagai salah satu *agen of development* yang ditugaskan pemerintah pada hakekatnya mempunyai peran strategis. Sedangkan kredit perbankan yang telah diberikan atau disalurkan oleh perbankan dan telah diterima oleh IKM kurang membawa perubahan kinerja yang lebih baik dan signifikan bagi IKM atau bahkan memperburuk kinerja IKM. Bantuan kredit perbankan yang selama ini disalurkan hanya mampu memberikan pembelajaran bisnis kepada IKM dalam meningkatkan kemampuan kewirausahaan. Pelatihan dan pendidikan kewirausahaan yang diberikan dan dilakukan oleh pemerintah melalui beberapa instansi pemerintah tidak berhasil atau mengalami kegagalan. Pendidikan formal dan tersentalistik dalam pendidikan kewirausahaan terbukti tidak dapat meningkatkan kinerja IKM di Madura.

Kinerja merupakan penggambaran dari hasil kerja suatu badan usaha. Kinerja sering digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan atau kesuksesan IKM. Tingkatan yang dapat dicapai oleh IKM sebagai pencerminan kemampuan seorang manajer melalui pencapaian penjualan dan pendapatan atau keuntungan yang diperoleh IKM (Crhisman, 1998, Wood, 1999, Mahon, 2001) dalam Hidayat dan Herlambang (2009). Pengukuran kinerja IKM dengan menggunakan analisis penjualan dan keuntungan pada beberapa periode. Kusumosuwidho (1993) dalam Hidayat dan Herlambang (2009) menyatakan bahwa keuntungan (profit) adalah penerimaaan perusahaan dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi output.

Tabel 2.5  
Landasan Pemilihan Variabel Penelitian Berdasarkan Teori/   
Penelitian Sebelumnya

| **No** | **Hubungan Antar Variabel** | **Penulis dan Peneliti** |
| --- | --- | --- |
| 1 | Pengaruh Produk Terhadap Daya Saing | * Raf (2012) * Rahayu & Putri (2010) * Beckam dan Rosenfield (2008) * Simatupang (2008) * Piter (2002) |
| 2 | Pengaruh Bahan Baku Terhadap Daya Saing | * Priastuti, Suroso, & Najib (2014) * Porter (1980) |
| 3 | Pengaruh Modal Terhadap Daya Saing | * Priastuti, Suroso, & Najib (2014) * Beckam dan Rosenfield (2008) * Porter (1980) |
| 4 | Pengaruh SDM Terhadap Daya Saing | * Raf (2012) * Beckam dan Rosenfield (2008) * Simatupang (2008) * Piter (2002) * Porter (1980) |
| 5 | Pengaruh Manajemen Usaha Terhadap Daya Saing | * Beckam dan Rosenfield (2008) * Daryono dan Wahyudi (2008) |
| 6 | Pengaruh Teknologi Terhadap Daya Saing | * Raf (2012) * Piter (2002) * Porter (1980) |
| 7 | Pengaruh Pemasaran Terhadap Daya Saing | * Beckam dan Rosenfield (2008) * Porter (1980) |
| 8 | Pengaruh Energi Terhadap Daya Saing | * Piter (2002) |
| 9 | Pengaruh Bangunan Terhadap Daya Saing | * Porter (1980) |
| 10 | Pengaruh Kendaraan Terhadap Daya Saing | * Piter (2002) |
| 11 | Pengaruh Infrastruktur Terhadap Daya Saing | * Priastuti, Suroso, & Najib (2014) * Raf (2012) * Piter (2002) * Porter (1980) |
| 12 | Pengaruh Dukungan Lembaga Terhadap Daya Saing | * Chrisman danMulan (2002) dalam Hidayat dan Herlambang (2009) * (Fisseha, 1994) dalam Hidayat dan Herlambang (2009) * Simatupang (2008) |
| 13 | Pengaruh Kebijakan Pemerintah Terhadap Daya Saing | * Raf (2012) * Suhartini dan Yuliawati (2012) * Daryono dan Wahyudi (2008) * Simatupang (2008) * Piter (2002) * Porter (1980) |
| 14 | Pengaruh Persaingan Industri Terhadap Daya Saing | * Priastuti, Suroso, & Najib (2014) * Suhartini dan Yuliawati (2012) * Beckam dan Rosenfield (2008) * Simatupang (2008) * Porter (1980) |
| 15 | Pengaruh daya Saing Terhadap Kinerja | * Chrisman danMulan (2002) dalam Hidayat dan Herlambang (2009) |

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli dan penelitian sebelumnya, berikut ini adalah kerangka pemikiran teoritis pada penelitian ini dapat dijelaskan pada gambar berikut ini.

IKM   
Gula Aren

Kondisi   
Eksisting

Kinerja IKM Gula Aren

Produk

Kendaraan

Bahan Baku

Pemasaran

Energi

SDM

Bangunan

Modal

Manajemen Usaha

Teknologi

Dukungan Lembaga

Daya   
Saing

Keb. Pemerintah

Persaingan Industri

Infrastruktur

Intenal

Eksternal

Analisis SWOT

Kekuatan

Ancaman

Kelemahan

Peluang

Intenal

Eksternal

**Model Persamaan Struktural**

**Analisis SWOT**

**PERUMUSAN STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING IKM**

Gambar 2.18  
Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, bahwa penelitin ini terlebih dahulu ingin melihat mengenai kondisi eksisting baik faktor internal maupun eksternal IKM gula aren. Faktor internal yang diajukan dalam penelitian ini yaitu meliputi produk, bahan baku, modal, sumberdaya manusia, manajemen usaha, teknologi, pemasaran, energi, bangunan, dan kendaraan. Sedangkan faktor eksternal meliputi infrastruktur, dukungan lembaga, kebijakan pemerintah dan persaingan industri. Kemudian setelah itu, faktor internal dan eksternal tersebut akan dilakukan pengujian terhadap daya saing, yang nantinya akan terlihat apakah faktor-faktor internal dan eksternal tersebut mempengaruhi daya saing atau tidak, kemudian setelah itu ingin menguji pengaruh daya saing terhadap kinerja usaha IKM gula aren, dimana akan terlihat apakah daya saing yang dimiliki oleh IKM gula aren berpengaruh atau tidak terhadap kinerja usaha IKM gula aren.

Setelah dilakukan pengujian baik secara parsial maupun simultan, maka selanjutnya dilakukan analisis SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) untuk menghasilkan strategi pengembangan daya saing IKM gula aren yang nantinya diharapkan gula aren memiliki daya saing tinggi yang nantinya diharapkan berimplikasi terhadap peningkatan kinerja IKM gula aren.

## Hipotesis

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Secara parsial terdapat pengaruh antara produk, bahan baku, modal, sumberdaya manusia, manajemen usaha, teknologi, pemasaran, energi, bangunan, kendaraan, infrastruktur, kebijakan pemerintah, dukungan kelembagaan, persaingan industri terhadap daya saing IKM gula aren.

H2 : Secara parsial terdapat pengaruh antara daya saing terhadap kinerja IKM gula aren.

H3 : Secara simultan terdapat pengaruh antara produk, bahan baku, modal, sumberdaya manusia, manajemen usaha, teknologi, pemasaran, energi, bangunan, kendaraan, infrastruktur, kebijakan pemerintah, dukungan kelembagaan, persaingan industri terhadap daya saing IKM gula aren.