

**STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI MARMER DAN
ONYX DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

Disusun Oleh :

YHANUAR VINZANIA D.E

0610310173



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
KONSENTRASI PEMERINTAHAN DAERAH
MALANG
2010**

UNIVERSITAS BRAWIJAYA



MOTTO :

Buatlah dirimu menjadi berkah bagi seseorang. . .

*Senyummu yang tulus dan tepukkan dibahu mungkin
bisa menarik seseorang dari tepi jurang. . .*

*Sukses tidak diukur dari posisi yang dicapai
seseorang dalam hidup ini, tapi dari kesulitan-
kesulitan yang berhasil diatasi ketika berusaha
meraih sukses. . . .*

*Memupuk cita-cita dengan kekhawatiran
dan ketakutan akan menghasilkan akar
yang membelenggu hidup pada kegagalan . . .*

*Memupuk cita-cita dengan optimisme dan
solusi akan menuai kesuksesan . . .*

Lao Tzu (600-531 SM) ^Filsuf Cina^

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi. Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya, pada

Hari : Jum'at

Tanggal : 29 Januari 2010

Jam : 10.00

Skripsi atas nama : Yhanuar Vinzania Diah Ekawati

Judul : Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx di
Kabupaten Tulungagung.

dan dinyatakan LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua

Anggota

Prof. Dr. Abdul Hakim, MSi

NIP. 19610202-198503-1-006

Drs. Dwi Sulisty, MPA

NIP. 19590529-198403-1-002

Drs. M.Sobbaruddin, MA

NIP.

Muhammad Nuh, S.IP, MSi

NIP. 19710828-200604-1-001





RINGKASAN

Yhanuar Vinzania D.E, 2009, **Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx di Kabupaten Tulungagung** (Studi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung), Ketua Komisi Pembimbing : Dr. Abdul Hakim, MSi, Anggota Komisi Pembimbing : Drs. Dwi Sulisty, MPA

Era otonomi daerah memberikan dukungan dan kesempatan yang luas bagi pengembangan perindustrian dan perdagangan. Oleh Karena itu peran serta dari Pemerintah Daerah dalam menciptakan strategi untuk mengembangkan industri kecil sangat diperlukan agar usaha industri kecil ini dapat berkembang lebih pesat. Kabupaten Tulungagung yang didominasi oleh struktur batuan yang beraneka ragam membuat daerah ini kaya akan potensi bahan galian gol C (batu gamping, marmer dan fosfat) membuat daerah ini berkembang menjadi sentra industri kerajinan marmer dan onyx. Sentra industri ini tepatnya berada di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung. Industri marmer dan onyx ini merupakan Primadona Kabupaten Tulungagung yang sudah banyak dikenal pembeli dari mancanegara. Akan tetapi akibat krisis ekonomi yang melanda bangsa Indonesia pada tahun 1997 membawa dampak terhadap pengrajin marmer dan onyx di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung. Banyak pengrajin yang tidak mampu menjalankan usahanya karena berbagai permasalahan yang mengakibatkan banyak dari mereka yang menutup usahanya. Hal inilah yang menuntut Pemerintah Kab. Tulungagung khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung untuk berperan aktif dalam mengembangkan industri marmer dan onyx, mengingat kontribusi yang diberikan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan beberapa strategi pengembangan industri marmer dan onyx dari pemerintah kabupaten Tulungagung, yang meliputi: bantuan kemudahan memperoleh modal usaha, bantuan pemasaran, peningkatan kemampuan teknologi dan pembinaan sumber daya manusia. Bantuan kemudahan memperoleh modal usaha disini maksudnya pihak DISPERINDAG Kabupaten Tulungagung mempunyai kewenangan memberikan rekomendasi bagi para pengrajin yang akan mengajukan kredit. Pada fasilitasi teknologi dan pembinaan SDM, DISPERINDAG kabupaten Tulungagung mengadakan pendidikan dan pelatihan bagi para pengrajin marmer dan onyx di kecamatan Campurdarat. Bantuan pemasaran disini DISPERINDAG kabupaten Tulungagung mengikutsertakan para pengrajin dalam acara pameran-pameran, karena mengingat pemasaran masih menjadi kendala. Kemudian meninjau perkembangan industri marmer dan onyx, dilihat dari: jumlah pengusaha yang sedikit demi sedikit mengalami peningkatan, jumlah penyerapan tenaga kerja justru kian menurun, diversifikasi produk yang monoton karena kurangnya inovasi dan kreativitas dari para pengrajin menyebabkan produk marmer dan onyx tidak mampu bersaing dilapangan, jangkauan pemasaran hasil usaha yang sangat terbatas menyebabkan ketergantungan pengrajin terhadap pengusaha besar sehingga mereka hanya menjadi penjual jasa, omzet atau pendapatan yang diperoleh pengrajin dan buruh tidak dapat dipastikan karena bergantung pada jumlah pesanan dan permintaan akan kerajinan marmer dan onyx, sedangkan

masalah modal usaha dan jangkauan pemasaran masih tetap menjadi kendala bagi pengembangan industri marmer dan onyx di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung. Penelitian ini juga menunjukkan adanya beberapa faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dialami oleh Pemerintah Kabupaten Tulungagung dalam menerapkan strategi pengembangan industri marmer dan onyx. Dalam strategi pengembangan industri tersebut terdapat suatu kebijakan yang disebut dengan RIPPIK (Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan). Sedangkan yang menjadi factor penghambat adalah kurangnya tenaga teknis yang tersedia dan minimnya dana yang dianggarkan untuk dapat mengadakan kegiatan pendidikan dan latihan.

Peneliti menyarankan bahwa strategi pengembangan industri marmer dan onyx yang telah ditetapkan oleh DISPERINDAG kabupaten Tulungagung perlu ditunjang dengan menyusun suatu kebijakan khusus di sektor industri marmer dan onyx, yang terdiri dari aspek bantuan kemudahan memperoleh modal usaha, bantuan pemasaran, peningkatan kemampuan teknologi serta pembinaan sumber daya manusia. Dengan demikian permasalahan dan kendala yang dialami oleh industri marmer dan onyx dapat teratasi secara efektif dan optimal. Dari pihak pengrajin sendiri harus berusaha untuk keluar dari ketergantungan mereka sebagai penjual jasa dan menjadi pengusaha/pengrajin yang mandiri dengan meningkatkan inovasi dan kretaitivas.



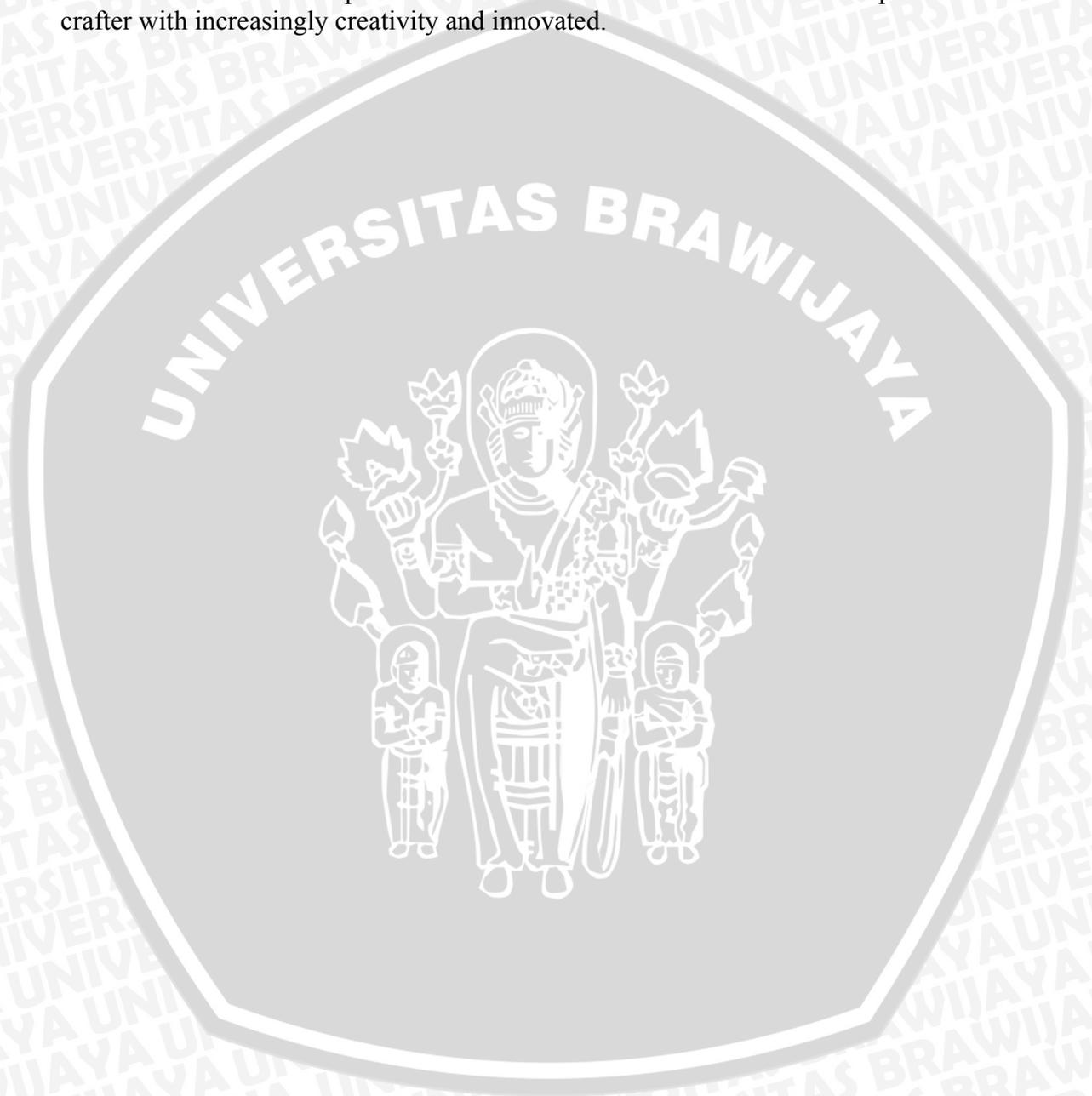
SUMMARY

Yhanuar Vinzania D.E, 2009, **Development Strategy of marble and onyx Industry in the Regency of Tulungagung** (Case a Study at Industry and Commerce Office of Tulungagung Regency), Academic advisor : Dr. Abdul Hakim, MSi, Co.Academic advisor : Drs. Dwi Sulisty, MPA

Local autonomy era was encouragement and opportunity for developing industry and commerce. Therefore, participation from local government as to establish strategy developing small industry is very important to develop small industry quickly. Tulungagung Regency is dominated by various stone structures makes this area has rich potential mining in type C (limestones, marble and phosphate) resulting in this area has developed as center of craft industry of marble and onyx. This center of industry is located Campurdarat District, Tulungagung Regency. This marble and onyx is favorite in Tulungagung Regency that much known by buyer from abroad. However, effect the crisis in Indonesia since 1977 has brought negative impact for crafter of marble and onyx at Campurdarat District, Tulungagung Regency. Many crafter are not able to operate their business, because some problems make most of then closing their business. This asks the Tulungagung government, especially Industry and Commerce office to give active role in developing marble and onyx industries, remembering the contribution from it. Result of this research showed that in developing marble dan onyx industries, the Tulungagung Government has effort to develop by supplies of business capital, marketing help, facilities of technology, and educating of human resources. The capital supplies here are industry and Commerce service of Tulungagung Regency only having authority giving recommendation for crafter that will ask the credit. On technology facilities and educating human resources, the industry and commerce service of Tulungagung regency holds short training for marble and onyx crafter at Campurdarat Distric, but it does not do every year because to change industry. Helping of marketing here, the industry abd commerce service of Tulungagung Regency participate crafter in expo, remembering of the marketing is as a challenge.

The research showed that the marble and onyx to about some : the marble and onyx industries step by step to be increasing, sum of labour hired were not followed by some of crafter that in creases continuously, ask like income level crafter and labour to depend into ordered product marble and onyx, when showed marketing result and capital is as challenge for small industry, that is why by marketing complicated product diversification product in ordered the marble product fulfill market demand. This research is also showing that some support factor and pursuer factor Tulungagung Regency in the developing industry marble and onyx. Local Government to give authority to local government for having larger effort in the development industry marble and onyx and than in the strategy development industry of them RIPPIK(Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan (Industri Kecil dan Kerajinan) policies. But also supports factor and pursuer factor is lack of technical labour available, and also the minimum of fund owned.

Researcher suggest that development strategy marble and onyx industry was set by Industry and Commerce Office of Tulungagung Regency need supported with arrange a specifically policies in sector marble and onyx industry, consist help easing acquire capital, help marketing, increase capability technology and human resources manajemen. Thereby some problems and obstacle in the marble and onyx industry can constraint in an optimal and effective. The craft must effort to out from dependence their as service seller and become independent crafter with increasingly creativity and innovated.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Penelitian Skripsi yang berjudul “ **Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx di Kabupaten Tulungagung** (Studi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung) ” dengan baik dan lancar.

Laporan Penelitian Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Publik pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan Penelitian Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Abdul Hakim, Msi, selaku Ketua Komisi Pembimbing.
2. Bapak Drs. Dwi Sulistyio MPA, selaku Anggota Pembimbing.
3. Bapak Ir.Hasan Bisri, selaku Kepala Seksi Industri Kimia pada DISPERINDAG Kabupaten Tulungagung.
4. Teman-teman Angkatan 2006 Program Ilmu administrasi Publik, yang telah banyak memberikan bantuan dalam penulisan dan penyusunan Laporan Penelitian Skripsi ini.
5. Orang tua dan saudara-saudara kami yang telah memberi dukungan sehingga Laporan Penelitian Skripsi ini dapat terselesaikan.

Demi kesempurnaan Laporan Penelitian Skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 16 Januari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

MOTTO.....	i
TANDA PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
RINGKASAN.....	v
SUMMARY.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kontribusi Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Strategi Pengembangan.....	8
1. Pengertian dan Konsep Strategi.....	8
2. Pengertian dan Konsep Pengembangan.....	10
3. Pengertian Strategi Pengembangan.....	11
B. Teori Strategi pengembangan.....	12
C. Teori Strategi Pengembangan industri.....	13
1. Teori Competitive Advantages.....	13
2. Teori Analisis SWOT.....	14
3. Teori Ginanjar.....	14
D. Industri Kecil.....	15
1. Pengertian dan Konsep Industri Kecil.....	15
2. Karakteristik Industri kecil.....	16
3. Peran dan fungsi Industri Kecil.....	17
4. Masalah-masalah yang dihadapi Industri Kecil.....	18
E. Pengembangan Industri Kecil.....	20
1. Pentingnya Pengembangan Industri Kecil.....	20
2. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap Pengembangan Industri Kecil.....	21
3. Bentuk-bentuk Pengembangan Industri Kecil.....	24

F. Pemerintah Daerah.....	25
1. Pengertian dan Konsep Pemerintah Daerah.....	25
2. Peran Pemerintah Daerah.....	26
3. Model Peran Pemerintah Daerah.....	27
4. Peran Pemerintah Daerah Terhadap Industri Kecil.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	30
B. Fokus Penelitian.....	31
C. Unit Analisis	32
D. Lokasi dan Situs Penelitian.....	33
E. Jenis dan Sumber Data.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	35
G. Instrumen Penelitian.....	36
H. Analisis Data.....	36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	39
1. Gambaran Umum Keadaan dan potensi wilayah Kabupaten Tulungagung.....	39
a. Keadaan Umum Daerah	39
b. Kependudukan dan Sosial	40
2. Gambaran Umum Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung	44
a. Susunan Organisasi	45
b. Tugas Pokok dan fungsi	46
c. Visi dan Misi	46
3. Gambaran Umum Kecamatan Campurdarat.....	47
4. Sejarah Perkembangan Industri Marmer dan Onyx di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung	49
5. Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx.....	52
a. Bantuan kemudahan memperoleh modal usaha	57
b. Bantuan Pemasaran	62
c. Peningkatan kemampuan Teknologi	68
d. Pembinaan Sumber Daya Manusia	72
6. Perkembangan Industri Marmer dan Onyx	79
a. Jumlah Pengusaha Marmer dan onyx	79
b. Jumlah Penyerapan tenaga kerja	81
c. Difersivikasi Produk	84
d. Fokus pada Produk Unggulan	90

e. Jangkauan Pemasaran hasil usaha	91
f. Omzet dan keuntungan / Pendapatan	94
g. Modal Usaha	96
7. Faktor-faktor dari Pemerintah Kabupaten Tulungagung untuk mengembangkan industri marmer dan Onyx	97
a. Faktor Pendukung	97
b. Faktor Penghambat	100
B. Pembahasan.....	103
1. Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx	103
a. Bantuan kemudahan memperoleh modal usaha	105
b. Bantuan Pemasaran	108
c. Peningkatan kemampuan Teknologi	114
d. Pembinaan Sumber Daya Manusia	116
2. Perkembangan Industri Marmer dan Onyx	119
a. Jumlah Pengusaha Marmer dan onyx	119
b. Jumlah Penyerapan tenaga kerja	120
c. Difersivikasi Produk	121
d. Fokus pada Produk Unggulan	123
e. Jangkauan Pemasaran hasil usaha	124
f. Omzet dan keuntungan / Pendapatan	126
g. Modal Usaha	128
3. Faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Pemerintah Kab.Tulungagung dalam mengembangkan industri marmer dan onyx	130
1. Strenght	130
2. Weakness	131
3. Opportunity	132
4. Threat	133

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	136
B. Saran	137

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

1. Perkembangan Jumlah Industri marmer dan jumlah produksi Di Kabupaten Tulungagung Tahun 2003 s/d 2009	4
2. Penduduk Tulungagung menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin 2009	41
3. Jumlah Penduduk Kecamatan Campurdarat Menurut desa dan jenis kelamin 2009.....	47
4. Sumber Penghasilan Utama Rumah Tangga Menurut Desa dan Sektor Usaha 2009	48
5. Realisasi Dana Kredit UKM dari Pemerintah Kabupaten Tulungagung 2004 s/d 2009	61
6. Jumlah Industri Marmer dan Onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung 2002-2009	80
7. Jumlah Penyerapan Tenaga Kerja Industri Marmer dan Onyx 2002-2009	83
8. Perkembangan Desain Produk Marmer dan Onyx Di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung 1998 – 2009	87
9. Presentase Jangkauan Pemasaran Produk Marmer dan Onyx	92
10. Tingkat Penididkan Formal dan Golongan Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung	101
11. Daftar Pengrajin Sukses berdasarkan modal usaha, jangkauan pemasara dan rincian Omzet perbulan	110
12. Daftar Pengrajin bangkrut berdasarkan modal usaha, jangkauan Pemasaran dan rincian omzet perbulan	111

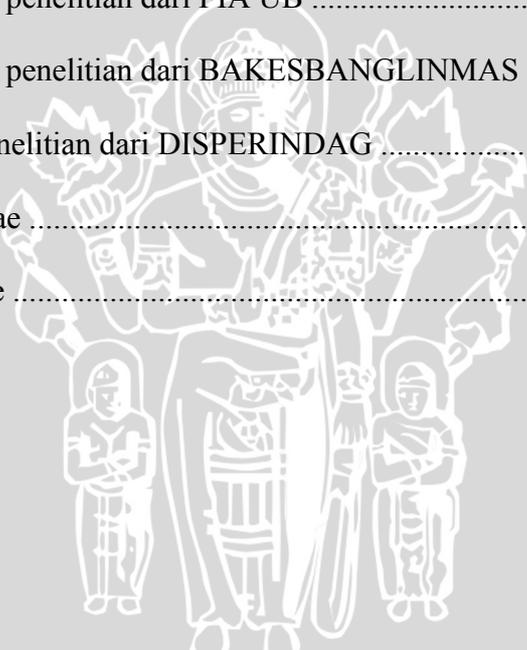
DAFTAR GAMBAR

1. Proses Analisis Data Model Interaktif	38
2. Korelasi antara potensi, faktor penghambat, pendukung Dan program pembinaan dengan produk industri	55
3. Mekanisme Pengajuan Kredit UKM	60
4. Pameran Display Produk Marmer dan Onyx di Kabupaten Tulungagung 20-23 November 2009	66
5. Program Pendidikan dan Pelatihan Kerajinan marmer dan onyx di Kab.Tulungagung 10-12 November 2009	75
6. Contoh desain produk Kerajinan Marmer dan Onyx Yang sedang Populer	89
7. Lingkaran Ketergantungan Usaha Kecil	127



DAFTAR LAMPIRAN

1. Bagan Susunan Organisasi DISPERINDAG Kab.Tulungagung	143
2. Nama – nama Perusahaan Marmer dan Onyx di Kabupaten Tulungagung	144
3. Lembar Disposisi untuk pengajuan dana kredit UKM	146
4. Surat Pengantar dari BPR Tulungagung	147
5. Rekapitulasi pengucuran kredit UKM Posisi Juli 2009	148
6. Laporan kredit UKM bulan Juli 2009	149
7. Surat pengantar penelitian dari FIA UB	152
8. Surat pengantar penelitian dari BAKESBANGLINMAS	153
9. Surat selesai penelitian dari DISPERINDAG	154
10. Curriculum Vitae	155
11. Interview Guide	156



UNIVERSITAS BRAWIJAYA



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Proses demokratisasi dan desentralisasi kehidupan berbangsa dan bernegara di Indonesia dewasa ini telah mengalami reformasi sejak diberlakukannya Undang-undang No.32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Melalui Undang-undang tersebut, daerah mendapatkan kewenangan untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri dalam wadah NKRI. Sehubungan dengan itu Kebijakan otonomi daerah memberikan kewenangan luas kepada daerah untuk mengurus dan mengatur kepentingan masyarakatnya atas prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, bahwa segala urusan yang berhubungan dengan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah adalah menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan berdasarkan tugas otonom dan pembantuan.

Era otonomi daerah bukan merupakan ancaman bagi Strategi pengembangan industri dan perdagangan, namun sebaliknya justru memberikan kesempatan dan dukungan bagi pengembangan perindustrian dan perdagangan. Dengan kewenangan yang dimiliki daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakatnya terbuka kesempatan untuk mengembangkan perindustrian dan perdagangan secara optimal di daerahnya. Oleh karena itu peran serta dari pemerintah daerah dalam membina dan mengembangkan industri kecil sangatlah diperlukan agar usaha industri kecil ini dapat berkembang lebih pesat. Pembinaan ditujukan agar sector industri kecil dapat berperan sebagai sumber penghasilan yang cukup bagi pemilik usaha dan bagi masyarakat yang terlibat dalam pengelolaannya.

Strategi yang tepat apabila lembaga/institusi terus mau mengembangkan kemampuan untuk memahami kompetensi baru yang dibutuhkan, dimana kompetensi itu dapat diperoleh, bagaimana mengakses informasi yang dibutuhkan dengan mudah, murah dan waktu yang singkat dan tepat serta mampu untuk menyiapkan Lembaga/Institusi yang dapat menyerap dan

memanfaatkan kompetensi dengan efisien dan efektif. Untuk kepentingan itu, maka Institusi/Lembaga perlu melakukan upaya-upaya atau langkah-langkah strategis.

Industri kecil di Indonesia merupakan bagian terpenting dari system perekonomian nasional karena dari sector industri ini memberikan kontribusi yang besar dalam menciptakan struktur ekonomi nasional. Industri kecil merupakan kegiatan ekonomi yang mendominasi struktur perekonomian Indonesia dan seharusnya mendapatkan prioritas untuk dikembangkan karena seperti yang kita ketahui bahwa selama terjadinya krisis pada tahun 1997 industri kecil terbukti lebih tahan terhadap guncangan sedangkan industri besar pada krisis sebagian melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap para karyawan. Bahkan ada yang menutup usahanya karena berbagai alasan. Seperti bahan baku yang tidak ada, pasar yang sulit ataupun biaya produksi yang besar.

Industri kecil memiliki peranan yang sangat strategis seperti yang dikatakan (Kuncoro 2000) dalam (www.mudrajat.com), yaitu :

1. IKM (Industri Kecil Menengah) yang kuat dapat menyerap tenaga kerja yang banyak karena IKM umumnya merupakan usaha padat karya.
2. IKM (Industri Kecil Menengah) dapat juga mempercepat proses distribusi pendapatan dan meminimalkan kesenjangan pendapatan antar kelompok masyarakat sehingga dapat mengurangi kesenjangan social.
3. IKM (Industri Kecil Menengah) dapat menghambat Urbanisasi masyarakat desa ke kota karena IKM pada umumnya berada di desa-desa dan tersebar luas.

Melihat peranan dari industri kecil yang sangat besar dalam menciptakan struktur ekonomi nasional maka Kabupaten Tulungagung sebagai salah satu Kabupaten di Jawa Timur yang juga memiliki potensi industri kecil yang harus dikembangkan. Dengan melihat kondisi topografis Kabupaten Tulungagung yang pada umumnya didominasi oleh struktur batuan yang beraneka ragam membuat daerah ini kaya akan potensi bahan galian gol C (batu gamping, marmer, dan fosfat) mengakibatkan daerah ini berkembang menjadi sentra industri kerajinan batu marmer dan Onyx. Sentra industri ini tepatnya berada di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung.

Industri marmer dan Onyx ini sudah banyak dikenal pembeli dari mancanegara, seperti Jepang, Amerika Serikat, Taiwan dan Perancis sedangkan untuk pasar domestic seperti Surabaya, Yogyakarta, Bali dan Jakarta. Oleh Karena itu keberadaan dari industri marmer dan onyx yang sempat menjadi primadona kabupaten Tulungagung ini sangat baik untuk dikembangkan dan diberdayakan karena pertimbangan dari industri ini mampu untuk menyerap tenaga kerja serta dapat memberi manfaat ekonomi secara langsung kepada masyarakat. Seperti yang tercatat pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung untuk realisasi export marmer dan onyx pada tahun 2001 dari dua perusahaan mencapai 2,43 milyar. (www.SinarHarapan.com)

Semenjak krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1997 mengakibatkan pembangunan sector industri dan perdagangan mengalami kemerosotan dan hal ini juga berdampak pada industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung. Akibat dari krisis ekonomi tersebut banyak para pengusaha marmer dan onyx di Tulungagung gulung tikar karena tidak mampu menjalankan usahanya. Kondisi tersebut disebabkan karena ketiadaan modal, pemasaran yang sulit, permintaan yang terus menurun dan biaya produksi yang terus melambung karena kenaikan harga bahan bakar tetapi harga produksi sulit untuk di naikkan. Lambat laun jumlah industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung mulai mengalami peningkatan seperti yang tercatat pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung dimana perkembangannya dapat dilihat pada tabel :

Tabel : 1
Perkembangan Jumlah Industri marmer dan jumlah produksi
Di Kabupaten Tulungagung Tahun 2003 s/d 2009

Tahun	Jumlah Indsutri Kecil Marmer dan Onyx	Jumlah Produksi (buah)
2009	247	11.417.254
2008	239	11.391.389
2007	231	11.373.458
2006	224	11.355.554
2005	218	11.332.889
2004	213	11.310.269
2003	209	11.284.700

Sumber : Disperindag Kab. Tulungagung, Tahun 2009

Melihat pertumbuhan dari industri marmer dan onyx yang lambat laun setiap tahunnya mengalami peningkatan merupakan pertanda baik dan prospek yang cukup menjanjikan untuk dapat lebih dikembangkan. Karena mengingat industri ini sempat menjadi primadona bagi Kabupaten Tulungagung dan apabila dikembangkan dengan serius tidak mustahil industri marmer dan onyx ini kembali pada masa kejayaan. Karena seperti yang diketahui walaupun industri marmer dan onyx sudah mulai mengalami peningkatan akan tetapi hingga saat ini para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung masih tetap menemui masalah dalam menjalankan usahanya.

Masalah yang sering dihadapi oleh pemilik usaha marmer dan onyx adalah masalah dana yang hingga saat ini tetap menjadi kendala utama dari industri kecil. Kebanyakan dari industri kecil menggunakan aset pribadi untuk menjalankan usahanya. Sedangkan untuk mengajukan kredit pada bank harus melalui persyaratan yang panjang. Disisi lain pihak perbankan selama ini enggan untuk menyalurkan kredit kepada usaha kecil karena pihak perbankan

beranggapan kelompok atau individu ini mempunyai predikat sebagai masyarakat miskin jadi sangatlah tidak *bankable* (Sumodiningrat, 2003, h.7) dalam (Yustika, 2006). Selain masalah keterbatasan modal, industri kecil marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Tulungagung juga mengalami masalah seperti teknologi yang terbatas seperti mesin-mesin produksi yang masih sederhana, manajemen usaha yang masih belum tertata dengan baik dan pemasaran. Masalah pemasaran disini dimaksudkan banyak dari pemilik usaha kerajinan marmer dan onyx yang merasa kesulitan untuk memasarkan produk usahanya, karena perekonomian negara yang belum stabil membuat permintaan akan kerajinan marmer dan onyx ini juga sepi.

Melihat kelesuan industri marmer dan onyx yang terjadi di Kab.Tulungagung harus dijawab sebagai sebuah tantangan. Perlu adanya terobosan-terobosan baru dalam meraih kembali jaman keemasan ditengah perekonomian Indonesia yang belum stabil. Oleh karena itu diperlukannya diversifikasi Produk dengan desain yang lebih variatif.

Produk marmer dan onyx di Kab.Tulungagung diharapkan dapat melayani permintaan terlebih konsumen dari manca negara melalui pasar import. Karena dalam menyongsong era pasar global, maka eksistensi industri dapat ditingkatkan kualitas dan kuantitas produknya. Untuk itulah strategi pemerintah daerah setempat sangat diperlukan melalui Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung agar industri marmer dan onyx Kab.Tulungagung dapat bangkit kembali dan memperoleh masa kejayaannya kembali.

Atas dasar uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai ” **Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx di Kabupaten Tulungagung** ”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dirumuskan dalam latar belakang, maka yang menjadi rumusan masalah adalah :

1. Bagaimanakah Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx dari Pemerintah Kabupaten Tulungagung ?

2. Bagaimanakah Perkembangan industri marmer dan onyx di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung ?
3. Faktor pendukung dan penghambat apa saja yang dialami oleh Pemerintah Kab. Tulungagung dalam menerapkan strategi pengembangan industri marmer dan onyx ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk menggambarkan Strategi Pengembangan industri marmer dan onyx dari Pemerintah Daerah Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menggambarkan perkembangan dari industri marmer dan onyx di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat apa saja yang dialami oleh Pemerintah Kabupaten Tulungagung dalam menerapkan strategi pengembangan industri marmer dan onyx.

D. Kontribusi Penelitian

1. Memberikan sumbangan pikiran kepada Pemerintah Kabupaten Tulungagung dalam melakukan Strategi Pengembangan Industri Kecil Marmer dan Onyx.
2. Memberikan masukan bagi pengrajin marmer dan onyx dalam rangka strategi pengembangan industrinya.
3. Sumbangan informasi pembandingan dan referensi bagi peneliti lain yang meneliti masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab Pendahuluan berisi mengenai Latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini mengemukakan landasan teori yang akan mendasari penulisan skripsi, yang terdiri dari: Strategi Pengembangan (Pengertian Strategi, Macam-macam Strategi, Pengertian Pengembangan, Jenis-jenis Pengembangan); Pengertian Strategi Pengembangan; Teori Strategi Pengembangan Industri (Competitive Advantages, Ginanjar); Industri Kecil (Pengertian dan Konsep Industri Kecil, Karakteristik industri Kecil, Peran dan fungsi Industri Kecil, Masalah-masalah yang dihadapi Industri Kecil); Pengembangan Industri Kecil (Pentingnya Pengembangan Industri Kecil, Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan Industri Kecil, Bentuk-bentuk Pengembangan Industri Kecil); Otonomi Daerah (Pengertian Otonomi Daerah, Prinsip-prinsip Otonomi Daerah, Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan Otonomi Daerah); Pemerintah Daerah (Pengertian Pemerintah Daerah, Peran Pemerintah Daerah, Model Peran Pemerintah Daerah, Peran Pemerintah Daerah terhadap Industri Kecil)

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan tentang metode penelitian yang digunakan, baik mengenai jenis penelitiannya, fokus penelitian, situs penelitian, sumber data, instrument penelitian, analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan yang berisikan penyajian data, analisis data dan interpretasi data.

BAB V : PENUTUP

Kesimpulan yang terdapat dalam bab ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian yang dibahas pada bab-bab sebelumnya serta pengajuan saran yang mungkin dapat dipergunakan oleh Pemerintah Kabupaten Tulungagung.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Strategi Pengembangan

1. Pengertian dan Konsep Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani "Strategos" yang berarti Jendral. Oleh karena itu, kata Strategi secara harfiah berarti "seni para jendral". Secara khusus, Strategi adalah penempatan misi, penetapan sasaran, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat sehingga tujuan dan sasaran utamanya akan tercapai. Tatloff dalam (Salusu, 1966, h.85)

Strategi adalah suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan militer dan material pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu (Tjiptono, 1955, h.2). Sedangkan menurut (Jauch and Glueck, 1955, h.12) Strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh dan terpadu yang mengaitkan keunggulan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat. Hal yang senada juga dikemukakan oleh (Siagian, 1988, h.34) bahwa Strategi adalah ilmu dan seni untuk menyerahkan kemampuan nasional untuk mencapai tujuan pembangunan nasional secara efektif.

Menurut Stoner dan Freeman (1922, h.194-196) dalam (Tjiptono, 1955, h.2) konsep Strategi dapat didefinisikan berdasarkan 2 perspektif yang berbeda, yaitu :

1. Dari Perspektif apa yang suatu organisasi ingin lakukan

Strategi dapat didefinisikan sebagai program untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi serta mengimplementasikan isinya. Makna yang terkandung dari Strategi ini adalah bahwa Manajer memainkan peranan yang aktif, sadar dan rasional dalam merumuskan Strategi organisasi dalam lingkungan yang selalu berubah. Pandangan ini lebih banyak digunakan.

2. Dari Perspektif yang organisasi akhirnya lakukan

Strategi didefinisikan sebagai pola tanggapan atau respon organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Pada definisi ini, setiap organisasi pasti memiliki Strategi meskipun Strategi tersebut tidak pernah dirumuskan secara eksplisit. Pandangan ini diterapkan bagi para manajer

yang bersifat reaktif, yaitu hanya menanggapi dan menyesuaikan diri terhadap lingkungan secara pasif manakala dibutuhkan.

Sedangkan menurut Siagian seperti dalam (Prasetya, 2005, h.17) ada beberapa ciri-ciri pendekatan Strategi antara lain :

- a. Strategi memusatkan perhatian pada kekuatan, kekuatan adalah fokus pokok dalam pendekatan strategis.
- b. Strategi memperhitungkan pada faktor-faktor waktu sejarah masa lampau, masa kini dan masa depan serta faktor lingkungan.
- c. Strategi memusatkan perhatian pada analisis dinamik, analisis gerak dan analisis aksi.
- d. Strategi berusaha menemukan masalah yang terjadi dari peristiwa yang ditaksirkan berdasarkan konteks kekuatan kemudian menganalisa tentang kemungkinan serta perhitungan langkah dan pilihan yang dapat diambil dalam rangka bergerak menuju kepada tujuan itu.

Dari beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Strategi adalah Rencana, seni atau ilmu yang dimiliki oleh seorang pemimpin untuk melakukan misi, penempatan sasaran, perumusan kebijakan dan tindakan perubahan yang dilakukan melalui pengambilan kebijaksanaan oleh pemimpin untuk memecahkan persoalan tertentu yang mencakup adanya tindakan tertentu guna mencapai tujuan.

a. Macam-macam Strategi :

Menurut Korten dalam (Salusu, 1996, h.104-105) tipe-tipe Strategi dapat dibedakan menjadi 4 (empat) Jenis yaitu :

- a. Corporate Strategy (Strategi Organisasi), Strategi ini berkaitan dengan perumusan misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif yang strategik baru. Pembatasan yang diperlukan yaitu apa yang dilakukan dan untuk siapa.
- b. Program Strategi (Strategi Program), Strategi ini lebih memberikan perhatian pada implikasi. Implikasi Strategik dari suatu program tertentu. Apa kira-kira dampaknya apabila suatu program tertentu dilancarkan atau diperkenalkan apa dampaknya bagi sasaran organisasi.
- c. Resource Report Strategi (Strategi Pendukung Sumberdaya), Strategi sumberdaya memusatkan perhatian pada memaksimalkan pemanfaatan sumberdaya-sumberdaya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumberdaya itu dapat berupa tenaga, keuangan, tehknologi dan sebagainya.

- d. Institutional Strategi (Strategi Kelembagaan), fokus dari Strategi Institutional adalah mengembangkan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif Strategik.

2. Pengertian dan Konsep Pengembangan

Berasal dari kata "kembang". Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia. (1994, h.473), Pengembangan berarti proses, cara, perbuatan mengembangkan, pemerintah berusaha dalam pengembangan secara bertahap dan teratur yang menjurus ke sasaran yang dikehendaki. Definisi lain menurut (Chalik Hamid, 1996, h.85) mengatakan bahwa Pengembangan adalah perubahan atau peningkatan yang telah ada kepada tingkat yang lebih baik dan lebih sempurna sebagaimana yang telah direncanakan. Sedangkan menurut (Yoeti, 1997, h.273) Pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada.

Suatu organisasi sangat tergantung pada baik buruknya pengembangan anggota (sumber daya manusia) organisasi itu sendiri. Menurut (Moekijat, 1991, h.10), bahwa:

Pengembangan adalah setiap usaha untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi, mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan-kecakapan. Dengan kata lain pengembangan adalah setiap kegiatan yang dimaksud untuk mengubah kelakuan, kelakuan yang terdiri dari pengetahuan, kecakapan-kecakapan dan sikap-sikap.

Sedangkan menurut (Malayu S.P Hasibuan, 1997, h.76), bahwa "Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan suatu teknis, teoritis, konseptual dan moral pekerja sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan".

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa terkait dengan penelitian ini, pengembangan yang dimaksud diartikan adalah kegiatan yang berupa upaya-upaya yang dilakukan untuk memperbaiki dan meningkatkan ketrampilan, pengetahuan, pemahaman terhadap fasilitas pendukung dalam kegiatan produksi.

a. Jenis-jenis Pengembangan

Jenis-jenis pengembangan menurut Malayu S.P Hasibuan (1997,h.80), yaitu:

a. Pengembangan secara informal

Yaitu karyawan atas keinginan dan usaha sendiri melatih dan mengembangkan dirinya dengan mempelajari buku-buku literature yang ada hubungannya dengan pekerjaannya. Pengembangan secara informal menunjukkan karyawan tersebut berkeinginan keras untuk maju dengan cara meningkatkan kemampuan kerjanya. Hal ini bermanfaat bagi perusahaan karena prestasi kerja karyawan itu semakin besar, efisiensi, dan produktivitasnya semakin baik.

b. Pengembangan secara formal

Yaitu karyawan ditugaskan oleh perusahaan untuk mengikuti pendidikan atau latihan, baik yang dilakukan perusahaan maupun yang dilaksanakan oleh lembaga-lembaga pendidikan atau latihan. Pengembangan secara formal ini dilakukan oleh perusahaan karena tuntutan pekerjaan saat ini ataupun untuk persiapan keahlian dan ketrampilan pada masa yang akan datang, baik yang sifatnya non-karier maupun untuk meningkatkan karier maupun untuk meningkatkan karier seseorang karyawan.

Dengan demikian disimpulkan bahwa jenis-jenis pengembangan tersebut yang terkait dengan penelitian ini yakni dapat memberikan suatu manfaat yang penting bagi suatu organisasi atau sentra indsutri marmer dan onyx sehingga produktivitas dan efisiensi kinerja para pengrajin akan semakin lebih baik dan maju. Serta dapat meningkatkan ketrampilan, pengetahuan, pemahaman terhadap suatu hal, kemampuan, kecakapan seorang pengrajin dalam mendesain produk yang variatif.

3. Pengertian Strategi Pengembangan

Jadi pada intinya pengertian Strategi Pengembangan disini sebagai suatu cara yang sistematis atas berbagai langkah dan kebijakan yang akan ditempuh bagi penyelenggaraan pengembangan yang efektif sesuai dengan situasi, kondisi dan sumber daya yang dimiliki oleh usahawan itu. Pelaksanaan pengembangan yang baik memerlukan strategi yang baik pula. Hal ini perlu dilakukan agar nantinya selama proses kegiatan berlangsung materi-materi yang akan disampaikan dapat diterima secara utuh dan memberikan respon positif bagi para pengusaha dalam rangka mengembangkan potensi dan sumber daya yang dimiliki.

B. Teori Strategi Pengembangan

Banyak organisasi menjalankan dua Strategi Pengembangan atau lebih secara bersamaan, namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlalu jauh. Macam-macam Teori Strategi Pengembangan (David, 2004, h.231) :

1) Strategi Integrasi

Integrasi ke depan, integrasi ke belakang, integrasi horizontal kadang semuanya disebut sebagai integrasi vertikal. Memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan para distributor, pemasok, dan / atau pesaing.

2) Strategi Intensif

Penetrasi pasar, dan pengembangan produk kadang disebut sebagai strategi intensif karena semuanya memerlukan usaha-usaha intensif jika posisi persaingan perusahaan dengan produk yang ada hendak ditingkatkan.

3) Strategi Diversifikasi

Terdapat tiga jenis strategi diversifikasi, yaitu diversifikasi konsentrik, horizontal, dan konglomerat. Menambah produk atau jasa baru, namun masih terkait biasanya disebut *diversifikasi konsentrik*. Menambah produk atau jasa baru yang tidak terkait untuk pelanggan yang sudah ada disebut *diversifikasi horizontal*.

4) Strategi Defensif

Terjadi ketika suatu organisasi melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan kembali penjualan dan laba yang sedang menurun. Kadang disebut sebagai strategi berbalik (*turnaround*) atau reorganisasi, rasionalisasi biaya dirancang untuk memperkuat kompetensi pembeda dasar organisasi.

5) Strategi Pengembangan Michael Porter

Ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif, yaitu keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Keunggulan biaya menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit sangat rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga. Diferensiasi adalah strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga. Fokus berarti membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

6) Pengembangan bisnis oleh industri kecil pada awalnya ditentukan oleh kemampuan untuk mengidentifikasi (diagnosis) pengelolaan produksi (metode dan kerjasama tim) atas faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) melalui analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities dan Threats). Dengan

analisis ini didapatkan tahapan seperti menilai keadaan, menentukan tujuan dan memutuskan (pemilihan dan evaluasi kegiatan).

C. Teori Strategi Pengembangan Industri

1. Teori Competitive Advantages

Seluruh kondisi yang telah dijabarkan diatas memerlukan pendekatan yang ditujukan untuk meningkatkan keunggulan daya saing (*Competitive Advantages*) dalam pengembangan sektor industri. (Michael E. Porter, 2004, h:24) menyebutkan bahwa *Competitive Advantages* membutuhkan faktor-faktor pembangun, seperti :

1. *Cost Advantages*

Keunggulan atas biaya yang dikeluarkan dalam penyediaan pelayanan dan proses industri merupakan faktor penting dalam membangun keunggulan kompetitif industri. Didalamnya terdapat berbagai faktor yang mampu mengembangkan kinerja destinasi seperti perencanaan (Desain), Pengembangan Produk, pemasaran, serta harga. Dalam konteks pemerintahan, keunggulan biaya dapat dibantu dengan harmonisasi regulasi antara pemerintah pusat dan daerah yang terkait dengan insentif keuangan.

2. *Differentiation*

Membedakan destinasi dan produk industri merupakan fokus dalam mengembangkan keunggulan komparatif industri. Suatu destinasi produk harus mampu menjadi berbeda dengan pesaingnya ketika menghasilkan aksesibilitas, atraksi dan amenitas yang unik dan berharga bagi wisatawan yang datang. Diferensiasi tidak hanya dilakukan dengan hanya menawarkan harga produk dan pelayanan yang lebih rendah.

3. *Business Linkages*

Mengembangkan hubungan yang saling menguntungkan merupakan suatu proses integrative dalam membangun keunggulan kompetitive produk industri. Hubungan yang dibangun bersifat Vertikal dan Horisontal serta saling terintegrasi satu sama lainnya.

4. *Infrastructures*

Kondisi prasarana dan sarana pendukung dalam proses produksi yang terpelihara dan beroperasi dengan baik juga merupakan faktor penting pembangun keunggulan kompetitif suatu destinasi produk.

5. *Technology*

Penggunaan tekhnologi yang tepat dan mudah digunakan akan mampu memberikan dukungan bagi pelayanan kepada pelanggan yang datang, selain mampu juga mendukung proses pengambilan keputusan dalam pengembangan, pengelolaan dan pemasaran destinasi produk.

6. *Human Resources*

Kompetensi sumber daya manusia baik pelayanan dan pembinaan proses industri menjadi kunci penting pelaksana berbagai faktor pembentuk keunggulan kompetitif tersebut diatas.

Jadi berbagai faktor pembentuk keunggulan kompetitif tersebut menggambarkan kompleksitas pengembangan proses industri yang bersifat multi sektor dan multi disipliner baik ditingkat pusat, provinsi maupun lokal. Dan untuk melaksanakannya secara berhasil diperlukan tiga element penting yaitu : a). Visi; b). Kepemimpinan; c). Komitmen. Ketiga element ini harus ditunjukkan secara nyata dalam proses pengembangan, pengelolaan, dan pemasaran produk industri.

2. Teori Analisi Swot

Untuk menentukan Startegi Pengembangan yang dilakukan untuk mengembangkan industri kecil dengan menggunakan Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*) dengan cara menentukan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang. Analisis SWOT merupakan alat untuk mengukur variabel yang ditetapkan yang dinilai efektif dalam menganalisis permasalahan-permasalahan yang dihadapi, yaitu:

- a. *Strenght* (Kekuatan/kelebihan)
- b. *Weakness* (kelemahan/kekurangan)
- c. *Opportunity* (kesempatan/peluang)
- d. *Threat* (ancaman/kendala)

3. Teori Ginanjar

Strategi yang akan diterapkan dalam upaya pengembangan industri kecil menurut Ginanjar (www.ginandjar.com) adalah :

1. Peningkatan akses pada aset produktif

Terutama akses pada modal, selain itu juga teknologi, manajemen dan segi-segi yang lainnya. Karena diketahui bahwa industri kecil mampu menyerap tenaga kerja.

2. Peningkatan akses pada pasar

Meliputi informasi pasar, bantuan produksi, sarana dan prasarana pemasaran. Khususnya, bagi usaha kecil di pedesaan, prasarana ekonomi dasar yang akan sangat membantu adalah prasarana perhubungan.

3. Kewirausahaan

Dalam hal ini pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan untuk berusaha sangat penting. Bersamaan dengan pelatihan itu penting pula ditanamkan semangat wirausaha. Bahkan hal ini harus diperluas dan dimulai sejak dini dalam sistem pendidikan kita, dalam rangka membangun bangsa Indonesia yang mandiri, bangsa niaga yang maju dan bangsa industri yang tangguh. Upaya ini akan memperkuat proses transformasi ekonomi yang sedang berlangsung karena didorong oleh transformasi budaya, yakni modernisasi sistem nilai dalam masyarakat.

4. Kelembagaan

Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Maka memperkuat pasar adalah penting, tetapi hal itu harus disertai dengan pengendalian agar bekerjanya pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan.

5. Kemitraan usaha

Kemitraan usaha merupakan jalur yang strategis bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat. Kemitraan telah terbukti berhasil diterapkan di Taiwan, Hongkong, Singapore, dan Korea Selatan. Kemitraan jelas menguntungkan yang kecil, karena dapat turut mengambil manfaat dari pasar, modal, teknologi, kewirausahaan dan manajemen yang dikuasai oleh usaha besar. Tetapi juga menguntungkan bagi yang besar karena dapat memberikan fleksibilitas dan kelincahan, disamping menjawab masalah yang sering dihadapi oleh usaha-usaha besar yang disebut *diseconomies of scale*. Dengan kemitraan bisa dikendalikan gejala monopoli, tetapi tetap diperoleh efisiensi dan sinergi sumber daya yang dimiliki oleh pihak-pihak yang bermitra.

D. Industri Kecil

1. Pengertian dan Konsep Industri Kecil

Industri adalah usaha atau kegiatan pengolahan bahan mentah atau barang setengah jadi menjadi barang jadi yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan. Sedangkan pengertian Industri dalam Undang-undang No 5 tahun 1984 tentang Perindustrian adalah "Kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan

rancang bangun dan perekayasaan industri”. Disisi lain pengertian Industri yang digunakan sebagai acuan oleh Departemen Perindustrian, yaitu :

”Industri adalah rangkaian kegiatan ekonomi yang meliputi pengolahan, pengerjaan, perubahan, perbaikan, bahan baku atau barang setengah jadi menjadi barang yang berguna dan lebih bermanfaat untuk pemakaian dan usaha jasa yang menunjang kegiatan itu.”

Dari uraian diatas dapat dilihat bahwa Industri Kecil adalah industri berskala kecil dengan jumlah modal yang relatif kecil, dengan menggunakan teknologi sederhana dalam proses produksinya serta merupakan industri yang padat karya.

2. Karakteristik Industri Kecil

Menurut Minzberg (1992, h.21) dalam (Yustika, 2006) usaha mikro, kecil dan menengah memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

- a. Struktur Organisasi yang sangat rendah.
- b. Mempunyai Karakteristik yang khas.
- c. Tanpa elaborasi.
- d. Tanpa Staf yang berlebihan.
- e. Pembagian tugas yang lentur.
- f. Memiliki Hierarki Manajemen yang kecil.
- g. Sedikit Aktivitas yang diformalkan.
- h. Sedikit menggunakan Proses Perencanaan.
- i. Jarang menggunakan pelatihan untuk karyawan.
- j. Jumlah karyawan sedikit.
- k. Pengusaha sangat sulit untuk membedakan aset pribadi dengan aset perusahaan dan sistem akuntansi yang kurang baik.

Sedangkan menurut Tugiman (2001, h.50) karakteristik dari industri kecil adalah :

1. Umumnya bersifat Usaha Keluarga :
 - a. Posisi kunci dipegang oleh pemilik.
 - b. Keuangan Keluarga dan Perusahaan cenderung berbaur.
 - c. Tidak menuntut mekanisme pertanggungjawaban yang ketat.
 - d. Motivasi Tinggi.
 - e. Tidak terdapat spesialisasi manajemen

2. Menggunakan Teknologi yang sederhana dalam proses produksinya
3. Hasil Produksi dipasarkan lokal atau dalam negeri
4. Mudah berganti usaha
5. Umumnya tidak mempunyai jaminan yang kuat
6. Lemah dalam manajemen, permodalan, pemasaran, dan administrasi
7. Standart Industri Lokal
8. Kebanyakan pemilik adalah pribumi asli

Jadi Karakteristik Industri kecil antara lain adalah, umumnya merupakan usaha keluarga, dimana kepemilikan sekaligus para pekerjanya adalah anggota keluarga itu sendiri, dalam pengelolaannya tidak ada pembagian tugas yang jelas, modal merupakan modal sendiri, biasanya didapatkan dari hasil tabungan pemiliknya, belum adanya jaminan hukum dan biasanya dimiliki oleh orang pribumi asli dengan target pemasarannya adalah pasar lokal.

Dari penjelasan-penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan, bahwa karakteristik industri kecil adalah masih rendahnya pengelolaan manajemen yang ditandai dengan tidak adanya pembagian tugas yang jelas, rendahnya akses dalam memperoleh kredit dari lembaga formal serta sebagian besar tidak berbadan hukum atau tidak memiliki ijin usaha.

3. Peran dan Fungsi Industri Kecil

Peran dan Fungsi industri kecil sangat penting. Terutama peranan industri kecil tersebut dalam keadaan krisis ekonomi saat ini. Keberadaannya selain dapat mengurangi pengangguran juga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat banyak khususnya di tempat sentra industri kecil itu berada.

Peran dan Fungsi Industri kecil menurut (M.Tohar, 2002, h.3) sangat besar dalam kegiatan ekonomi masyarakat.

Fungsi dan peran tersebut meliputi :

- a. Penyediaan barang dan jasa
- b. Penyerapan Tenaga Kerja
- c. Pemerataan Pendapatan
- d. Sebagai nilai tambah bagi produk daerah
- e. Peningkatan taraf hidup

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, jelas sekali peranan industri kecil bagi upaya peningkatan pendapatan, maka otomatis usaha untuk mencapai tingkat kemakmuran, dapat dilihat dari semakin meningkatnya tingkat pendapatan dari suatu individu.

4. Masalah-masalah yang dihadapi Industri Kecil

a. Masalah Internal

1) Kesulitan Pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan Usaha Kecil Menengah (UKM) khususnya industri kecil. Seperti yang diungkapkan Hg Suseno dalam Reposisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perekonomian Nasional Mengungkapkan bahwa :

”Permasalahan pemasaran merupakan kesulitan lain yang dihadapi oleh pengusaha UKM. Kesulitan pemasaran pada umumnya terjadi akibat permintaan menurun akibat dari situasi ekonomi yang memburuk, seperti lemahnya daya beli masyarakat. Sementara itu belum semua UKM siap berorientasi untuk produk ekspor. Sebagai contoh, sejak krisis terjadi tahun 1997, daya beli masyarakat terus menurun, padahal sifat permintaan terhadap barang-barang yang dihasilkan oleh UKM justru bersifat elastis terhadap perubahan harga. Artinya kenaikan harga sedikit saja akan menurunkan permintaan cukup besar. Faktor lain adalah tidak mampu menjual pada harga pasar dan produk UKM yang tidak mampu bersaing, baik dalam kualitas maupun pelayanan”

Masalah pemasaran yang umumnya dihadapi UKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik dipasar domestik maupun di pasar ekspor. Efek dari krisis yang terjadi mengakibatkan kredit di Bank menjadi sulit, ditambah lagi dengan mahalnya bahan baku apabila di import, tidak mampu menjual pada harga pasar, tidak mampu bersaing dalam kualitas dan pelayanan dan permintaan pasar dalam negeri yang menurun karena merosotnya tingkat pendapatan riil masyarakat per kapita. Hal ini mengakibatkan industri kecil yang ada semakin sulit untuk meningkatkan atau bahkan mempertahankan daya saing mereka di pasar.

2) Keterbatasan Finansial

Setelah krisis yang terjadi pada bangsa kita, mengakibatkan kredit di Bank menjadi sulit. Hal ini semakin mempersulit berkembangnya industri kecil

dengan keterbatasan modal dan tidak dapat melakukan pinjaman kepada Bank. Industri kecil di Indonesia sering bahkan selalu menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial yaitu mobilisasi awal (*start-up capital*) dan akses ke modal kerja dan finansial jangka panjang untuk investasi (perluasan kapasitas produksi atau menggantikan mesin-mesin tua). Sementara mengharapkan sisa dari kebutuhan finansial sepenuhnya dibiayai oleh dana dari perbankan jauh dari realitas.

Oleh karena itu tidak mengherankan jika hingga saat ini walaupun begitu banyak skim-skim kredit dari perbankan dan bantuan BUMN tetapi sector informal lebih dominan untuk membiayai UKM. Hal ini disebabkan oleh sejumlah alasan diantaranya adalah : Lokasi Bank yang terlalu jauh bagi banyak pengusaha yang tinggal di daerah yang relatif terisolasi, persyaratan yang terlalu berat, urusan administrasi yang terlalu berbelit-belit dan kurang informasi mengenai skim-skim bank yang dijadikan sumber dominan bagi industri kecil (Tambunan,2002, h.74)

Selain bank sebagai asal pinjaman utama, terdapat pula koperasi, lembaga keuangan non bank, modal ventura, keluarga, perorangan dan lain-lain.

3) Keterbatasan Sumber Daya Manusia

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak UKM di Indonesia terutama dalam aspek-aspek *entrepreneurship*, manajemen teknik produksi, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, data processing, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Sedangkan semua keahlian ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi, memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru. Untuk menanggulangi masalah SDM ini, memberikan pelatihan langsung merupakan strategi yang paling efektif.

4) Masalah Bahan Baku

Masalah keterbatasan bahan baku juga sering menjadi salah satu kendala bagi industri pertumbuhan output atau kelangsungan produksi bagi banyak UKM khususnya industri kecil di Indonesia. Kesulitan pengadaan bahan baku antara lain karena harga naik terlalu tinggi dan persediaan bahan baku yang terbatas.

5) Keterbatasan Teknologi

Di Indonesia Industri kecil umumnya masih menggunakan teknologi tradisional dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbatasan teknologi ini mengakibatkan rendahnya kualitas produk yang dibuat. Keterbatasan Industri kecil ini disebabkan oleh banyak faktor : diantaranya keterbatasan modal untuk membeli mesin-mesin baru atau untuk menyempurnakan proses produksi, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi, mesin dan alat-alat produksi baru dan keterbatasan SDM yang dapat mengoperasikan mesin. Serta berbagai inovasi-inovasi dalam produk maupun proses produksi.

b. Masalah Eksternal

- 1) Adanya aturan yang kontradiktif dengan upaya pengembangan UKM, misalnya lahir perda-perda untuk meningkatkan pajak dan retribusi daerah.
- 2) Adanya Distorsi pasar, hak istimewa banyak diberikan pada perusahaan-perusahaan besar, misalnya : kemudahan kredit, lisensi bisnis, keringanan pajak, dan penciptaan regulasi yang kondusif.
- 3) Kebijakan yang dibuat sebagai strategi untuk mengembangkan Usaha Kecil dan Menengah pada dasarnya masih bersifat umum yang berlaku untuk semua jenis UKM atau kerajinan yang ada. Tidak ada kebijakan khusus dalam pengembangan Usaha Kecil dan Menengah sehingga menyebabkan kurang optimalnya upaya pengembangan Usaha Kecil dan Menengah.

Dari penjelasan diatas tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh industri kecil yang terdiri dari masalah internal dan eksternal, hal tersebutlah yang dapat mengakibatkan industri kecil tidak dapat berkembang. Agar industri kecil dapat berkembang diharapkan adanya peran dan kemauan serta usaha maupun strategi dari pengrajin agar usahanya dapat lebih berkembang.

E. Pengembangan Industri Kecil

1. Pentingnya Pengembangan Industri Kecil

Krisis ekonomi yang melanda bangsa Indonesia tampaknya merupakan pukulan bagi pemerintah dalam membangun perekonomian Nasional. Banyaknya

pemutusan hubungan kerja pada industri besar telah memperburuk permasalahan yang telah ada sebelumnya, seperti kemiskinan dan pengangguran.

Seperti yang disampaikan oleh Irsan Azhari Saleh (1986, h.1) :

”Harapan bahwa pertumbuhan ekonomi yang pesat dari sektor industri modern akan dapat menyelesaikan masalah kemiskinan dan pengangguran secara tuntas ternyata masih ada pada rentang perjalanan yang panjang. Bertitik tolak dari kenyataan inilah maka eksistensi industri kecil telah mengambil tempat penting dalam masalah kesempatan kerja dan ketenagakerjaan di Negara-negara berkembang Indonesia”.

Kondisi ini menyadarkan bahwa pengembangan industri kecil merupakan suatu keharusan, dan bukan hanya sebagai suatu usaha dalam rangka pemerataan pembangunan, tapi industri kecil telah menunjukkan dirinya sebagai struktur sosial yang dapat menyerap tenaga kerja.

Dari wacana tersebut diatas memberikan masukan bahwa pembinaan industri kecil merupakan suatu hal yang penting bagi upaya penciptaan pemerataan pendapatan, kesempatan berusaha dan pada akhirnya akan memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat.

2. Faktor-faktor yang Berpengaruh Terhadap Pengembangan Industri Kecil

Dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan untuk menjaga keseimbangan tujuan antara setiap organisasi pasti membutuhkan adanya suatu proses dan tindakan yang terencana dan terarah, usaha tersebut disebut dengan manajemen. Demikian pula keberadaan industri kecil sebagai organisasi juga membutuhkan proses dan tindakan yang terencana dan terarah untuk pengembangan industri kecil. Karena dalam proses kegiatan memproduksi suatu barang dan jasa diperlukan adanya faktor-faktor pendukung yang akan mampu mendorong kelancaran pelaksanaan proses produksi tersebut.

Menurut Hasibuan (2001, h.20) yang disebut unsur-unsur manajemen (*tool of management*) secara umum dikenal dengan istilah ”*the six M*” yaitu :

1. *Men* (Manusia)
2. *Money* (Uang/modal)
3. *Materials* (Bahan baku)

4. *Machines* (Mesin)
5. *Methods* (Metode)
6. *Markets* (Pasar)

Dari unsur-unsur tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. *Men* (Manusia)

Manusia sebagai tenaga kerja merupakan unsur penting dalam pelaksanaan proses produksi pada perusahaan. Selain kuantitas (jumlah) tenaga kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan usaha, kualitas (mutu) tenaga kerja juga perlu diperhatikan. Dengan kuantitas yang cukup dan kualitas tenaga kerja yang baik maka diharapkan produktifitas kerja pada karyawan akan dapat dipertahankan pada tingkat yang tinggi, sehingga produktivitas perusahaan dapat dipertahankan pada tingkat yang tinggi pula.

Dalam usaha industri kecil mempunyai bentuk usaha yang sederhana. Masalah tentang tenaga kerja yang sering dijumpai adalah masih rendahnya kualitas mereka. Hal ini nampak dari kurangnya keterampilan yang dimiliki, sikap kurang motivasi dalam pengadaaan tugas dan rendahnya tingkat pendidikan. Keadaan tersebut menuntut untuk dilakukan pembinaan tenaga kerja.

2. *Money* (uang/modal)

Untuk membiayai kegiatan operasi, setiap perusahaan membutuhkan dana. Dana ini digunakan untuk pengadaaan sarana produksi sampai pada pemasaran hasil produksi. Masalah keuangan atau modal yang sering muncul dalam industri kecil adalah tidak tersedianya modal yang cukup untuk terus mengembangkan usahanya, selain itu dalam hal keuangan, industri kecil kurang mampu dalam mengelola keuangan. Tentang permodalan tidak boleh diabaikan dalam pengelolaannya. Secara kenyataan, dalam pemanfaatan atau pendayagunaan modal ini masih demikian banyak pengusaha yang tidak melakukan pemisahan antara modal usaha dengan keuangan untuk keperluan hidup keluarga.

3. *Materials* (Bahan baku)

Seluruh perusahaan industri besar maupun industri kecil yang menghasilkan produk-produk tertentu pasti akan memerlukan bahan baku. Tanpa adanya bahan baku yang diperlukan dalam menunjang pelaksanaan proses produksi, perusahaan tidak dapat melaksanakan proses produksi sesuai rencana yang berarti produktivitas perusahaan menurun. Masalah lain dalam pengadaan bahan baku adalah menyangkut kualitas dari bahan baku. Pada perusahaan industri kecil tertentu mengalami kesulitan dalam volume pengadaan bahan baku karena tidak tersedianya bahan baku disekitar wilayah perusahaan industri kecil sehingga harus mendatangkan dari luar wilayah.

4. *Machines* (Mesin)

Mesin adalah suatu peralatan yang digerakkan oleh suatu tenaga atau kekuatan yang diterjemahkan untuk membantu manusia dalam mengerjakan produk. Untuk menentukan jenis mesin pada suatu perusahaan, maka perlu dilihat dan diketahui sifat-sifat pekerjaan yang akan dilakukan oleh mesin pada perusahaan tersebut. Kelemahan yang dihadapi industri kecil adalah masih sederhana dan tradisionalnya teknologi yang dipakai.

5. *Method* (Metode)

Metode adalah cara pelaksanaan pekerjaan atau tugas dengan seefisien mungkin dengan mempertimbangkan segi-segi seperti : tujuan, peralatan, fasilitas, waktu, ruang, biaya yang tersedia. Perusahaan industri kecil mempunyai metode kerja yang masih sederhana dan masih mengandalkan keterampilan tenaga manusia atau manual.

6. *Markets* (Pasar)

Dalam kegiatan suatu perusahaan penghasil barang atau jasa juga harus mempertimbangkan pasar yang akan dituju. Pasar adalah suatu tempat yang terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang sama, yang mungkin dan bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan itu. Perusahaan yang akan mencapai pasar melakukan kegiatan yang disebut dengan pemasaran. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok

mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk ayng bernilai dengan pihak lain.

Dari penjelasan diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa, apabila industri kecil ingin dapat berkembang berarti dari faktor-faktor yang ada diatas harus dapat terpenuhi dengan baik.

3. Bentuk-bentuk Pengembangan Industri Kecil

Pengembangan Industri kecil sebagai salah satu strategi dan kebijakan nasional yang memilki peran penting dalam membangun dan mendukung pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Sumbangan industri kecil dalam sektor pembangunan nasional secara nyata tidak perlu disangsikan lagi, seperti dapat menyerap tenaga kerja. Disisi lain, potensi yang dimiliki oleh industri kecil yang cukup besar dan tersebar diseluruh pelosok tanah air, utamanya di daerah pedesaan. Oleh karena itu langkah-langkah pengembangan harus segera diterapkan untuk membantu mengatasi kesulitan-kesulitan yang ada.

Strtegi pengembangan dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan baik berupa perangkat lunak maupun perangkat keras. Menurut Syahril Syarif (1991, h.3) bahwa bentuk-bentuk pengembangan meliputi :

1. Perangkat Lunak Meliputi :
 - b. Penyelenggaraan Pendidikan dan Pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.
 - c. Pembinaan Usaha
 - d. Bantuan Promosi
 - e. Keringanan dan kemudahan yang diberikan pada pengusaha kecil dalam rangka mendorong berkembangnya usaha.
2. Perangkat Keras Meliputi :
 - b. Penyediaan fasilitas bersama, misal koperasi sentra usaha pada sentra-sentra industri kecil
 - c. Bantuan langsung pada pengusaha industri kecil seperti penyediaan tempat usaha dan bantuan permodalan.

Di sisi lain, pembinaan dan iklim usaha sebagai faktor eksternal dalam berusaha juga perlu mendapatkan perhatian karena hal ini mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangannya usaha kecil. Untuk itu, menurut Hetifah Sjaifudin (1995, h.24-25) diperlukan kebijakan-kebijakan yang mampu :

1. Menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi tumbuh dan perkembangannya usaha kecil. Yang dalam hal ini diperlukan kebijakan-kebijakan yang dapat :
 - a. Memperbesar partisipasi golongan ekonomi lemah dalam kegiatan ekonomi.
 - b. Menciptakan situasi yang lebih distributif sehingga pembangunan yang cenderung padat modal bergeser pada situasi yang lebih memperluas kesempatan bagi mata pencaharian rakyat banyak.
 - c. Mengubah situasi ekonomi yang terlanjur terpusat dan ekstraktif menjadi lebih tersebar manfaatnya bagi rakyat banyak.
 - d. Mendistribusikan faktor produksi yang telah terlanjur dikuasai sekelompok orang, agar kepemilikan dan penguasaannya lebih terdistributif pada rakyat banyak.
2. Mewujudkan usaha kecil menjadi usaha yang lebih efisien, sehat dan memiliki tingkat pertumbuhan tinggi sehingga mampu menjadi kekuatan ekonomi rakyat dan dapat memberikan sumbangan yang besar bagi pengembangan ekonomi nasional.
3. Mendorong usaha kecil agar dapat berperan maksimal dalam penyerapan tenaga kerja dan sumber pendapatan
4. Menciptakan Bentuk-bentuk kerjasama yang dapat memperkuat kedudukan usaha kecil dalam kompetisi ditingkat nasional maupun Internasioanl.

Perhatian yang serius dari pemerintah sangat diperlukan dalam pembinaan industri kecil. Pembinaan ini sangat diperlukan dalam upaya meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, permodalan, teknologi, dan perluasan pasar.

F. Pemerintah Daerah

1. Pengertian dan Konsep Pemerintah Daerah

Dalam Undang-Undang No 32 tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah memuat pengertian Pemerintahan Daerah dan Pemerintah Daerah dalam pasal 1 pada ketentuan umum disebutkan sebagai berikut :

” Pemerintah Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintahan oleh pemerintah daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.”

”Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati, atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.”

Dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 mengatakan bahwa pendulum kekuasaan bergeser kembali menjauh dari DPRD menuju keseimbangan kekuasaan antara DPRD dan Kepala Daerah. Kepala daerah dipilih langsung oleh masyarakat dan tidak dapat diberhentikan oleh DPRD, namun DPRD memiliki tiga fungsi yang cukup kuat yakni legislasi, anggaran, dan pengawasan. Dengan demikian, tampaknya pendulum kekuasaan memang sedang bergerak ke tengah pada titik equilibrium antara dua kekuatan (Muluk, 2006). Para pembuat UU 32 Tahun 2004 menghilangkan penggunaan istilah badan eksekutif daerah bagi pemerintah daerah dan badan legislatif daerah bagi DPRD. Meskipun demikian, istilah pemerintah daerah tetap menunjuk pada kepala daerah dan perangkat daerah. Kini DPRD dan pemerintah daerah disebut sebagai penyelenggara pemerintahan daerah sebagai terjemahan dari *local government* atau *local authorities*.

Sedangkan dalam UU Nomor 5 tahun 1974 pemerintah daerah (*local authority*) sebagai organ pelaksana pemerintahan di daerah selalu tepat asas dengan mencakup DPRD (*council*) dan kepala daerah (*mayor*). Akan tetapi, pada UU nomor 22 tahun 1999 tersebut istilah pemerintah daerah hanya diperuntukkan bagi kepala daerah beserta perangkat daerah dan tidak mencakup DPRD yang disebut sebagai Badan Legislatif Daerah. Kondisi ini disebut tidak taat asas oleh Hoessein (2002) dan Atmosudirjo (2002) dalam (Muluk, 2006) karena hanya DPR yang mempunyai fungsi legislatif dan menjadi bagian dari badan Legislatif bersama presiden dalam tata hukum kita. Dalam masa reformasi, melalui UU nomor 22 tahun 1999 pendulum beralih arah kembali menuju lebih kuatnya peran DPRD dari pada kepala daerah dalam pemerintahan daerah (Muluk, 2006).

2. Peran Pemerintah Daerah

Pandangan tradisional tentang pemerintah daerah selalu mengacu pada apa yang diungkapkan oleh Adam Smith dalam bukunya ”Wealth of Nations” (dalam Muluk, 2006) bahwa ”Pemerintah memiliki tugas melindungi masyarakat dari pelanggaran dan invasi masyarakat lainnya dan sejauh mungkin bertugas melindungi setiap anggota masyarakat dari ketidakadilan atau tekanan dari

anggota masyarakat lainnya, serta bertugas menegakkan Administrasi keadilan secara pasti” (Muluk, 2006). Pandangan ini menempatkan peran pemerintah secara terbatas hanya pada pertahanan, pengadilan, dan polisional.

Kini, kondisi tersebut tentu tidak dapat dipertahankan lagi karena kelemahan mekanisme pasar dalam memberikan layanan publik yang efisien, adil, serta memenuhi seluruh kebutuhan masyarakat yang terus berkembang dan menuntut untuk dipenuhi. Beberapa faktor yang mempengaruhi kegagalan pasar tersebut antara lain adanya *natural monopoly* atas hal-hal tertentu sehingga harga tidak ditentukan oleh titik temu antara kekuatan permintaan dan penawaran; adanya *asymmetric information* yang mengganggu kompetisi pasar; dan adanya *externality* sehingga pasar tidak dapat bekerja dengan sempurna.

Menghadapi persoalan kegagalan pasar tersebut peran dari pemerintah diperluas tidak hanya sekedar pertahanan, pengadilan dan polisional belaka. Musgrave & usgrave (1991) dalam (Muluk, 2006) mengungkapkan bahwa peran pemerintah berkembang menjadi fungsi alokasi, fungsi distribusi dan fungsi stabilisasi.

Untuk mengatasi kegagalan pasar maupun kegagalan pemerintah tersebut, Osborne & Gaebler (1992) dalam bukunya yang terkenal *Reinventing Government* dalam (Muluk, 2006) mengusulkan bahwa sebaiknya pemerintah berorientasi pada pasar (*Market-Oriented government*). Usul tersebut tidak berarti pemerintah harus mempergunakan mekanisme administrasi yang lebih sederhana dengan memperbesar mekanisme pasar dalam mencapai tugas-tugas pemerintah.

3. Model Peran Pemerintah Daerah

Model peran pemerintah daerah yang paling lama dan paling banyak dianut oleh berbagai negara didunia, terutama negara berkembang adalah *model traditional bureaucratic authority*. Ciri model ini adalah pemerintah daerah bergerak dalam kombinasi tiga faktor, *pertama* penyediaan barang dan layanan publik lebih banyak dilakukan oleh sektor publik (*Strong Public Sector*). *Kedua*, peran pemerintah daerah sangat kuat (*Strong Local Governement*) karena memiliki cakupan fungsi yang luas, model operasi yang bersifat mengarah, derajat otonomi yang sangat tinggi, dan tingkat kendali eksternal yang rendah. *Ketiga*,

Pengambilan keputusan dalam pemerintah daerah lebih menekankan pada demokrasi perwakilan (*Representative Democracy*).

Leach, Stewart, & Walsh (1994) dalam (Muluk, 2006) mengungkapkan suatu alternative perubahan dari model *traditional bureucratic authority* tersebut menuju tiga model alternatif yang dinilai lebih ideal, yaitu :

1. *The Residual Enabling Authority* menggabungkan penekanan pada strong market dengan peran pemerintah daerah yang lemah dan berdiri diatas bentuk demokrasi yang netral, baik terhadap bentuk *representative democracy* maupun *participatory democracy*.
2. *The Market-oriented enabling authority* merupakan kombinasi dari penekanan pada *Strong Market* dengan peran pemerintah daerah yang kuat disertai penekanan pada demokrasi partisipatif. Seperti halnya dengan *residual authority*, model ini mengutamakan pasar dalam urusan pemerintah daerah, namun berbeda dalam *starting pointnya*. Pemerintah mempunyai peran yang kuat dan aktif dalam menentukan masa depan perekonomian di wilayahnya.
3. *The comunity-oriented authority* merupakan gabungan dari penekanan pada demokrasi partisipatif yang kuat, atau setidaknya ada diposisi tengah dalam hubungan dengan *weak or strong local governance*, serta penekanan antara sektor publik dan pasar.

4. Peran Pemerintah Daerah Terhadap Industri Kecil

Peran serta pemerintah dalam membina dan mengembangkan industri kecil sangatlah diperlukan agar usaha industri ini dapat berkembang dengan pesat. Pembinaan ini ditujukan agar sektor ini dapat berperan sebagai sumber penghasilan yang cukup bagi pemilik usaha dan bagi masyarakat yang terlibat dalam pengelolaannya. Karena jika dalam hal tersebut dapat ditangani dengan sungguh-sungguh usaha industri ini dapat menjadi sumber penghasilan yang potensial. Pemerintah daerah memiliki peran yang sangat penting untuk dapat mengembangkan potensi yang ada di daerahnya terutama dalam hal ini mengembangkan industri kecil yang membawa pengaruh yang besar untuk perekonomian daerah Tulungagung itu sendiri.

Dengan adanya otonomi daerah berarti terdapat pula kebijakan-kebijakan ekonomi termasuk masalah industri kecil yang ada di daerahnya. Pemerintah daerah diyakini lebih memahami kondisi dan permasalahan yang ada

di daerahnya dibandingkan dengan pemerintah pusat, pemerintah daerah lebih bisa merumuskan kebijakan-kebijakan yang tepat untuk daerahnya. Diharapkan dengan adanya perhatian dari Pemerintah Daerah, industri kecil yang ada di Tulungagung akan dapat terangkat, dikenal dan lebih berkembang.

Adapun peran-peran dari Pemerintah Kabupaten Tulungagung terhadap industri kecil, yaitu :

1. Memberdayakan Masyarakat untuk meningkatkan kreatifitas dalam usaha industri dan perdagangan terutama industri kecil menengah yang berbasis pada Sumber Daya Alam yang tersedia dan Sumber Daya Manusia yang inovatif dan produktif.
2. Memantapkan Kemandirian masyarakat dalam usaha industri dan perdagangan yang semakin berorientasi pada pasar global.
3. Menciptakan iklim usaha yang kondusif dan transparan.
4. Menggerakkan laju ekonomi.

Dalam bukunya (Tambunan, 2002, h.146) dikatakan peranan pemerintah daerah pada tingkat propinsi maupun distrik secara spesifik adalah sebagai berikut :

1. Implementasi, elaborasi dan koordinasi dari kebijaksanaan KUKM oleh pemerintah pusat.
2. Formulasi dan Implementasi kebijaksanaan oleh pemerintah daerah mengenai pembangunan KUKM, termasuk penyempurnaan administrasi pemerintah daerah, program dan fasilitas-fasilitas finansial serta pendidikan dan pelatihan.
3. Koordinasi dan Integrasi dari perencanaan, program dan aktivitas-aktivitas pengembangan KUKM, termasuk penyempurnaan administrasi pemerintah daerah, program dan fasilitas-fasilitas finansial serta Diklat.
4. Peningkatan partisipasi masyarakat daerah dalam kegiatan KUKM.
5. Penyiapan laporan-laporan, syarat-syarat dan rekomendasi-rekomendasi terhadap implementasi dan langkah-langkah pemberdayaan KUKM untuk pemerintah pusat dan DPRD.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah bagian yang sangat penting dalam suatu kegiatan penelitian agar penelitiannya dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana, maka harus menggunakan metode penelitian yang tepat. Dengan metode penelitian, peneliti dapat menentukan arah kegiatan penelitian yang dilakukan sehingga dapat tercapai tujuan penelitian yang diinginkan.

Yang dimaksud dengan metode adalah suatu cara/prosedur untuk mengetahui sesuatu dengan menggunakan langkah-langkah yang sistematis. Sedangkan penelitian menurut Singarimbun dan Effendi (1989, h.8) diartikan sebagai berikut :

”Penelitian merupakan suatu proses yang panjang. Penelitian berawal dari minat untuk mengetahui fenomena tertentu dan selanjutnya berkembang menjadi gagasan, teori, konseptualisasi, pemilihan metode penelitian yang sesuai dan seterusnya. Hasil akhirnya, pada gilirannya melahirkan gagasan dan teori baru pula, juga merupakan proses yang tiada hentinya.”

Dengan demikian metode penelitian adalah cara untuk melakukan penelitian dengan menggunakan berbagai disiplin ilmu pengetahuan guna memecahkan, menemukan, mengembangkan, dan menguji masalah yang diteliti, agar memperoleh hasil dan pembahasan yang dapat dipertanggungjawabkan.

A. Jenis Penelitian

Person dalam Nazir (1999, h.13) mengemukakan bahwa penelitian adalah pencarian atas sesuatu (*inguirity*) secara sistematis dengan penekanan bahwa pencarian ini dilakukan terhadap masalah yang dapat dipecahkan. Dari definisi yang diungkapkan diatas maka peneliti merupakan suatu usaha atau sarana untuk memahami proses dengan langkah-langkah yang terencana secara sistematis dan alamiah sehingga didapatkan pemecahan masalah dari suatu permasalahan yang ada dan kebenarannya dapat di pertanggungjawabkan.

Dalam penelitian ini peneliti membutuhkan satu metode untuk dipakai dasar agar maksud dan tujuan peneliti dapat tercapai sesuai dengan pokok

masalah yang diteliti, serta berguna untuk mendapatkan data dan informasi yang mendukung penelitian tersebut.

Suatu metode dipilih dengan memperhatikan kesesuaian dengan obyek study, atau dengan kata lain dalam suatu penelitian sangat diperlukan metode yang sesuai dengan pokok permasalahan dengan tujuan penelitian dengan maksud agar diperoleh data yang relevan dengan permasalahan peneliti.

Jenis penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Bagdan dan Taylor dalam (Moleong, 2000, h.9) yang dimaksud dengan penelitian deskriptif adalah penelitian yang berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran atau penegasan suatu konsep atau gejala dan juga untuk menjawab pertanyaan sehubungan dengan status obyek penelitian saat ini.

Sedangkan pendekatan kualitatif yaitu sebagai prosedur yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, yang diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, dan berupa teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Sebagaimana diketahui bahwa penelitian merupakan usaha menemukan, mengembangkan dan menguji suatu pengetahuan dan untuk memperoleh fakta-fakta atau prinsip-prinsip yang dilakukan dengan mengumpulkan, mencatat dan menganalisis data secara sistematis dengan menggunakan metode ilmiah. Jadi untuk memperoleh hasil yang baik dalam suatu penelitian diperlukan pemahaman mengenai jenis penelitian sehingga tercapai tujuan yang diinginkan.

B. Fokus Penelitian

Fokus pada dasarnya adalah masalah pokok yang bersumber dari pengalaman penelitian atau melalui pengetahuan yang diperolehnya melalui kepustakaan ilmiah ataupun kepustakaan lainnya. Fokus penelitian adalah sebagai pusat perhatian yang dimaksud untuk membatasi suatu permasalahan yang diteliti agar tidak terjadi pembiasan dalam mempersepsikan dan mengkaji masalah yang diteliti seperti yang diungkapkan oleh (Moleong, 2000, h.7).

Sehubungan dengan hal tersebut, maka dalam penelitian ini yang menjadi fokus penelitian adalah :

1. Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx Pemerintah Kabupaten Tulungagung, terdiri dari aspek :
 - a. Bantuan Kemudahan Memperoleh Modal Usaha
 - b. Bantuan Pemasaran
 - c. Peningkatan Kemampuan Teknologi
 - d. Pembinaan Sumber Daya Manusia
2. Perkembangan Industri marmer dan Onyx, dilihat dari :
 - a. Jumlah Pengusaha marmer dan onyx
 - b. Jumlah Penyerapan tenaga kerja
 - c. Diversifikasi Produk
 - d. Keunggulan Produk Tunggal
 - e. Jangkauan Pemasaran hasil usaha
 - f. Omset dan Keuntungan / Pendapatan
 - g. Modal usaha
3. Faktor-faktor yang dihadapi Pemerintah Kabupaten Tulungagung dalam mengembangkan industri marmer dan Onyx :
 - a. Faktor Pendukung
 - b. Faktor Penghambat

C. Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian adalah satuan unit tertentu yang diperhitungkan akan menjadi subjek penelitian dan akan dijelaskan serta merupakan obyek penelitian yang dapat berupa individu, perorangan, kelompok, organisasi, masyarakat, hasil karya manusia, instansi dan sebagainya (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000:73).

Berkaitan dengan hal tersebut, unit analisis dalam penelitian ini adalah :

1. Organisasi

Organisasi atau Kelembagaan yang dimaksud dalam unit penelitian ini adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung.

2. Kelompok atau Komunitas

Kelompok yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Pengrajin / pengusaha kerajinan marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung.

D. Lokasi dan Situs Penelitian

Lokasi Penelitian adalah letak penelitian akan dilakukan, untuk memperoleh data atau informasi yang dilakukan, sedangkan situs penelitian adalah tempat dimana peneliti dapat menangkap keadaan sebenarnya dari obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil lokasi penelitian adalah di Kabupaten Tulungagung yang memiliki potensi untuk dikembangkan sentra industri marmer dan onixnya. Dan yang menjadi situs dalam penelitian ini adalah Kantor Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung dan Sentra Industri Kecil Marmer dan Onyx di Kecamatan Campurdarat. Situs penelitian pada penelitian ini didasarkan pada pertimbangan sebagai berikut :

1. Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung memiliki kondisi topografi yang didominasi oleh bahan galian gol C, ini merupakan salah satu Kabupaten yang memiliki potensi untuk dikembangkannya sentra industri kecil Marmer dan Onyxnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
2. Pembuatan Kerajinan marmer dan onix serta *Showroom* banyak dijumpai disepanjang jalan menuju obyek wisata pantai popoh sehingga keberadaannya mempunyai potensi yang baik untuk dikembangkan karena mampu menyerap tenaga kerja dan pemasukan untuk pendapatan asli daerah itu sendiri.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subyek dimana data diperoleh. Subyek disini adalah seseorang atau sesuatu hal atau benda yang dijadikan sumber untuk mendapatkan data-data atau informasi. (Lofland Moleong, 2007, h.157), menyatakan “Sumber data utama penelitian kualitatif ialah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain”.

Berdasarkan masalah dan fokus penelitian, sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Informan

Penentuan informan memakai teknik *snowball*, artinya setelah memasuki lokasi penelitian, peneliti menghubungi informan yang telah ditentukan untuk meminta keterangan. Setelah itu ditanya lagi untuk menunjukkan informan lainnya, namun masih tetap pada substansi penelitian akan semakin banyak memperoleh data yang diperlukan. Informan-informan tersebut digali keterangannya sampai dirasakan data dan informasi yang dihasilkan mengalami kejenuhan.

Informan awal yang diperoleh secara *purposive* dan didasarkan pada subyek penelitian yang menguasai masalah, memiliki data dan bersedia memberikan data. Dalam penelitian ini yang menjadi informan awal adalah Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung. Kemudian Pengusaha serta pengrajin dari Industri Marmer dan Onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung serta Masyarakat sekitar Kec. Campurdarat.

2. Tempat dan Peristiwa

Berbagai peristiwa atau kejadian yang berkaitan dengan masalah dan fokus penelitian di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung serta di Sentra Industri Marmer Kec. Campurdarat Kab.Tulungagung.

3. Dokumen

Dokumen yang digunakan adalah berkaitan dengan substansi penelitian yang diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung. Dalam setiap penelitian memerlukan data, baik sebagai bahan untuk deskripsi maupun untuk memperkaya informasi dalam mengambil kesimpulan. Data merupakan fakta-fakta dan foto-foto yang dikumpulkan dalam penelitian yang terdiri dari dua jenis, yaitu :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya atau responden dan dicatat untuk pertama kalinya. Data ini diperoleh dengan

wawancara yang digunakan untuk menambah dan menjelaskan permasalahan. Dalam penelitian ini yang dijadikan sumber data primer adalah :

- a. Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung beserta staf.
- b. Pengusaha, pengrajin dari Industri Marmer dan Onyx di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung.
- c. Masyarakat sekitar Kecamatan Campurdarat.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui dokumen atau arsip, komunikasi data serta beberapa laporan penelitian juga catatan yang relevan dengan obyek penelitian yang dapat memberikan informasi dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh data yang diperlukan untuk dianalisis, melalui tiga kegiatan yaitu : proses memasuki lokasi penelitian (*getting in*), berada di lokasi penelitian (*getting along*) dan proses pengumpulan data (*Logging the data*).

Adapun teknik pengumpulan data yang penulis pergunakan adalah :

1. Observasi, peneliti melakukan pengamatan terhadap subyek dan obyek penelitian sehingga peneliti dapat belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut.
2. Wawancara, peneliti mengadakan tanya jawab secara mendalam antara peneliti dan informan. Yang menjadi subyek yang diwawancarai dalam penelitian ini adalah Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung beserta stafnya, dan pengusaha industri kecil marmer dan onyx.
3. Dokumentasi, penggalian data yang ditempuh dengan mempelajari dan mencatat dokumen-dokumen yang sesuai dengan masalah dan fokus

penelitian. Teknik ini berguna untuk melengkapi data-data yang peneliti dapatkan melalui teknik wawancara dan observasi.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mencari data. Dalam penelitian kualitatif peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpulan data yang utama (Moleong, 2007, h.135)

Adapun instrument penelitian yang digunakan untuk menjangkau data yang akan dipakai dalam membahas masalah penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument sebagai berikut :

1. Peneliti sendiri, dengan panca indera untuk melihat, mengamati dan merasakan kejadian-kejadian yang ada dilapangan terbuka yang berhubungan dengan focus penelitian. Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpulan data yang utama, karena hanya manusia sebagai alat yang dapat berhubungan dengan responden/obyek lainnya dan hanya manusialah yang mampu memahami kaitan kenyataan-kenyataan di lapangan (Moleong, 2007, h.9)
2. Pedoman Wawancara (*Interview guide*) adalah pedoman melakukan wawancara, hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat memperoleh informasi yang valid dan lengkap namun tidak menyebar kemana-mana sehingga pembahasan terfokus pada pokok permasalahan yang ingin dipecahkan (Moleong, 2007, h.208)
3. *Fields note* yaitu catatan lapangan yang dibuat oleh peneliti sewaktu mengadakan pengamatan, wawancara atau menyaksikan kejadian tertentu. (Moleong, 2007, h.209)

G. Analisis Data

Analisa data merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu penelitian ilmiah karena dengan analisis suatu data dapat diberi arti atau makna yang berguna dalam memecahkan masalah-masalah penelitian. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif yaitu analisis yang

tidak menggunakan perhitungan-perhitungan yang bersifat statistik. Kemudian menggunakan pendekatan yang logis, akurat dan sistematis tentang keadaan yang sebenarnya dan menarik kesimpulan sehingga diperoleh penyelesaian masalah.

Setelah data terkumpul dilakukan analisis data sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman (1992, h.16-21) bahwa alur kegiatan dalam menganalisis data adalah:

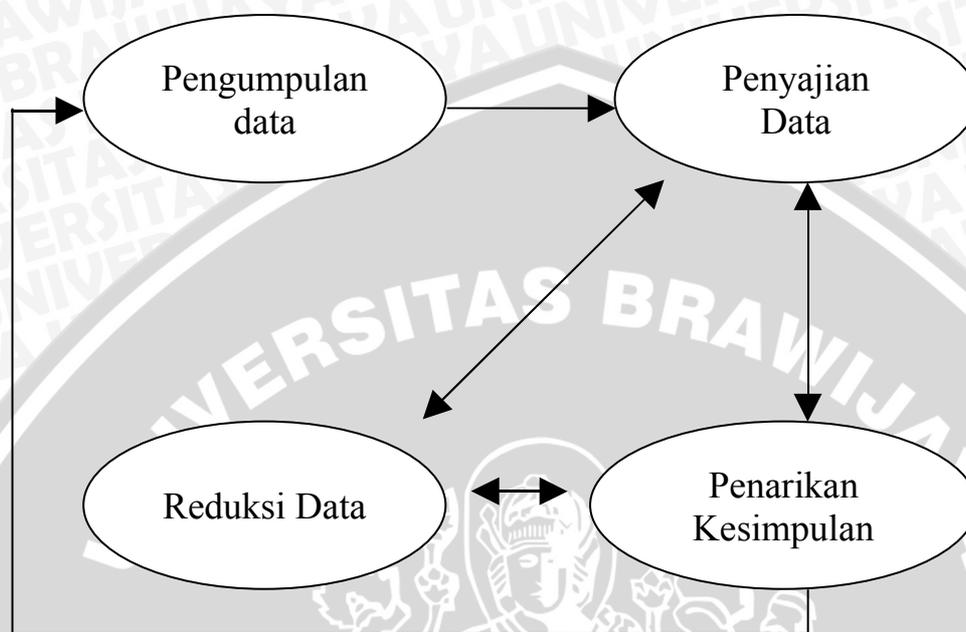
1. Reduksi data yaitu pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu mengorganisasi data.
2. Penyajian data yaitu sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan / verifikasi yaitu membuat kesimpulan sementara yang yang longgar terbuka dan skeptis. Kesimpulan ini mula-mula belum jelas, kemudian meningkat menjadi lebih rinci.
3. Menarik kesimpulan / verifikasi yaitu membuat kesimpulan sementara yang longgar terbuka dan skeptis. Kesimpulan ini mula-mula belum jelas kemudian meningkat menjadi lebih rinci

Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung dalam arti meninjau ulang catatan lapangan dengan maksud agar data-data yang diperoleh itu betul-betul valid.

Dengan demikian dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis data secara induktif dengan alur kegiatannya adalah mereduksi data, menyajikan data serta menarik kesimpulan dan verifikasi.

Komponen-komponen analisis data tersebut diatas, kemudian oleh Miles dan Huberman disebut sebagai Model Interaktif yang digambarkan sbb :

Gambar : 1
Proses Analisis Data Model Interaktif



Sumber : Miles dan Huberman (1992, h:20)

Dalam analisa kualitatif ini, maka analisa data nantinya akan lebih banyak didominasi kata-kata dan data yang berupa angka-angka. Meskipun demikian hal ini tidak menutup kemungkinan dikumpulkannya tabel ataupun gambar grafik untuk mendukung kelengkapan data. Dalam tradisi penelitian kualitatif analisis dan penafsiran data tidak dilakukan pada akhir pengumpulan data atau berdiri sendiri, Namun secara stimultan juga diberlakukan pada saat pengumpulan data dilapangan, demikina terus berputar hingga ditemukan puncak data, lebih jauh analisis data dilakukan melalui proses penentuan kategori, sub kategori, dan properties atas data yang terkumpul.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Keadaan dan potensi wilayah Kabupaten Tulungagung

a. Keadaan Umum Daerah

a). Letak Geografis

Secara geografis wilayah Kabupaten Tulungagung terletak pada :

1. $112^{\circ} 43'$ dan $112^{\circ} 07'$ Bujur Timur ;
2. $7^{\circ} 51'$ dan $8^{\circ} 18'$ Lintang Selatan
3. Dengan Ketinggian $\pm 82,30$ meter diatas permukaan air laut.

Luas keseluruhan wilayah Kabupaten Tulungagung adalah 1.055,65 Km², dengan batas wilayah :

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Kediri ;
2. Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Blitar ;
3. Sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Trenggalek ;
4. Sebelah Selatan berbatasan dengan Samudera Indonesia.

b). Topografis

Kondisi geografis wilayah Kabupaten Tulungagung 1/3 nya terdiri dari wilayah daratan yang terdiri dari pegunungan dan bukit, selebihnya dataran rendah. Adapun ciri-ciri fisik daerah terdiri dari 3 bagian :

1. Bagian Utara / Barat Daya $\pm 25\%$ adalah daerah pegunungan yang relatif subur.
2. Bagian Selatan seluas $\pm 40\%$ adalah daerah yang relatif tandus yang merupakan Pegunungan Kapur.
3. Bagian Tengah $\pm 35\%$ merupakan dataran rendah yang subur, yang dilalui oleh sungai Brantas.

Berdasarkan Karakteristik penyebaran jenis tanah, maka wilayah Kabupaten Tulungagung terdapat 4 karakteristik tingkat kesuburan :

1. Daerah subur : Kecamatan Ngantru, Karangrejo, Kedungwaru, Tulungagung dan Sumbergempol.
2. Daerah Kurang Subur : Kecamatan Rejotangan, sebagian Ngunut dan sebagian Sumbergempol.
3. Daerah Kering dan Berbatu : Kecamatan Kalidawir, Pucanglaban, Tanggunggunung, Campurdarat, Bandung, Sendang, dan Besuki. Sebagian wilayah ini merupakan pegunungan kapur yang relatif tandus.
4. Daerah subur yang merupakan dataran rendah bekas genangan rutin Kecamatan Tulungagung, Gondang, Boyolangu, Pakel, Karangrejo, Campurdarat, Besuki dan Bandung.

c). Administrasi Pemerintahan

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu dari 37 daerah Kabupaten/Kota di Propinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 1.055,65 Km². Secara Administratif Kabupaten Tulungagung yang beribukota di Tulungagung yang terbagi menjadi 19 Kecamatan, 257 Desa dan 14 Kelurahan.

Sekitar 13,35% dari daerah Kabupaten Tulungagung adalah daerah yang mempunyai ketinggian 85m dpl. Keadaan topografi dari wilayah ini menunjukkan ketinggian yang bervariasi seperti yang telah disebutkan diatas.

b. Kependudukan dan Sosial

a). Pertumbuhan dan Kepadatan Penduduk

Data penduduk merupakan salah satu data pokok yang sangat diperlukan dalam perencanaan pembangunan. Karena penduduk merupakan obyek sekaligus subyek pembangunan. Menurut hasil Registrasi penduduk Kab.Tulungagung adalah sebagai berikut :

Tabel : 2
Penduduk Tulungagung Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin 2009

<i>Kecamatan</i>	<i>Laki-laki</i>	<i>Perempuan</i>	<i>Jumlah</i>
010 Besuki	28.977	18.883	47.860
020 Bandung	35.394	34.208	69.602
030 Pakel	36.209	36.696	72.905
040 campurdarat	36.600	37.288	73.888
050 Tanggunggunung	22.656	23.561	46.217
060 Kalidawir	44.877	44.983	89.860
070 Pucanglaban	22.909	23.508	46.417
080 Rejotangan	46.722	46.894	93.616
090 Ngunut	48.608	47.436	96.044
100 Sumbergempol	42.783	42.686	85.469
110 Boyolangu	48.346	47.732	96.078
120 Tulungagung	43.372	44.750	88.122
130 Kedungwaru	53.217	52.479	105.696
140 Ngantru	35.970	35.921	71.891
150 Karangrejo	21.093	21.864	42.957
160 Kauman	35.807	36.856	72.663
170 Gondang	38.386	38.379	76.765
180 Pagerwojo	25.934	16.193	42.127
190 Sendang	32.326	33.576	65.902
<i>Jumlah/Total: 2009</i>	<i>700.186</i>	<i>683.893</i>	<i>1.384.079</i>
2008	502.783	507.332	1.137.416
2007	498.533	504.274	1.002.807
2006	495.365	501.597	996.962

Sumber : BPS Kabupaten Tulungagung tahun 2009

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah penduduk Tulungagung dari tahun 2006 hingga tahun 2009 terus mengalami peningkatan sebesar $\pm 2,94\%$. Perbandingan antara jumlah penduduk laki-laki dan perempuan yakni sebesar 505.952 jiwa untuk laki-laki dan 509.131 jiwa penduduk perempuan dengan tingkat kepadatan penduduk rata-rata 913 orang/Km². Jika diamati maka belum terjadi pemerataan penduduk di Kab. Tulungagung.

Adapun Kecamatan yang memiliki paling banyak penduduk adalah Kec. Kedungwaru, sedangkan yang berpenduduk paling sedikit adalah Kec. Tanggunggunung. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat adanya kesenjangan tingkat kepadatan penduduk antar Kecamatan di Kab.Tulungagung. Angka tersebut makin tahun makin bertambah besar jumlahnya, oleh karena itu masalah kependudukan di Kab.Tulungagung menjadi semakin serius sehingga penanganannya perlu diprioritaskan melalui penyediaan lapangan kerja dan peningkatan kualitas tenaga kerja.

b). Ketenaga Kerjaan

Dengan adanya berbagai krisis yang berkepanjangan baik ditingkat Nasional maupun Regional, sangat berpengaruh dalam mengatasi masalah ketenaga kerjaan di Kab.Tulungagung. Adapun fenomena yang muncul akibat krisis ini antara lain : terjadinya PHK dan banyaknya IKM yang gulung tikar sehingga mengakibatkan banyaknya pengangguran. Sampai dengan tahun 2009 angkatan kerja sebesar 1.063.480, kesempatan kerja 966.427, penganggur 201.343, dibanding dengan tahun 2002 angkatan kerja 992.276, kesempatan kerja 872.138, penganggur 198.765.

c). Perekonomian dan Sektor Lapangan Usaha

1. Keadaan Perekonomian secara umum.

Pertumbuhan ekonomi erat kaitannya dengan kemitraan yang mengacu pada pengertian kerjasama antar pengusaha kecil, menengah dan besar, adalah kemitraan dalam arti suatu jalinan kerjasama yang saling membutuhkan dan saling menguntungkan. Secara konseptual merupakan "koreksi" atas kebijaksanaan pada hubungan pengusaha besar – kecil yang telah ada. Sebelum muncul konsep kemitraan dikenal hubungan antar anak angkat – bapak angkat.

Berbagai permasalahan yang ada menyebabkan pola kemitraan di modifikasi lagi dengan pola hubungan permodalan, akan tetapi masih dalam "bendera" kemitraan. Pola hubungan ini ditandai dengan himbuan perusahaan besar untuk mengalokasikan sebagian keuntungannya bagi perusahaan kecil. Dalam sistem ini keterkaitan output tidak lagi menjadi esensi besar. Perkembangan terakhir menunjukkan bahwa pola hubungan inilah yang kemudian identik dengan hubungan kemitraan usaha besar – kecil.

2. Sektor Industri.

Adapun pertumbuhan / perkembangan sektor industri yang telah dikelompokkan jenis industri berdasarkan Perda Nomor 11 tahun 2001 tentang pembentukan dan susunan Organisasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan, maka Jenis Industri dikelompokkan sebagai berikut :

1. Industri Logam dan Alat Angkut ;
2. Industri Mesin, Aneka dan Elektronika ;
3. Industri Tekstil dan produk Tekstil ;
4. Industri Kimia ;
5. Industri Agro ;
6. Industri Hasil Hutan ;
7. Industri Kertas dan Percetakan ;

3. Sektor Perdagangan dan Jasa

Dalam kondisi krisis moneter seperti sekarang ini mempunyai dampak positif didalam perekonomian. Bila dilihat dari harga rata-rata sembilan bahan pokok dan kebutuhan lainnya maka dari tahun ke tahun terus mengalami peningkatan bahkan pada tahun 1999 mengalami puncaknya. Pada perkembangan perdagangan rata-rata mengalami kenaikan antara lain Penerbitan Surat Izin Usaha, Tanda Daftar Perusahaan dan yang tidak mengalami kenaikan hanya pada Kemetrolgian. Apabila dilihat pada perkembangan ekspor mengalami kenaikan pada tahun 2000 sebesar 100,84% dibandingkan dengan tahun 1999.

2. Gambaran Umum Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung terletak di JL.Ki Mangun Sarkoro No.4, tepatnya 2 km kearah selatan dari pusat kota Kab. Tulungagung. Sebelum dibrlakukannya otonomi daerah, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung bernama Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan dengan kewenangan pemerintah pusat dalam pembuatan kebijakan yang sangat besar.

Dengan diberlakukannya UU No 32 thn 2004 tentang Otonomi Daerah, maka daerah mempunyai kewenangan untuk mengatur rumah tangganya sendiri. Mulai 1 April 2001 dengan ditetapkannya perda no 11 Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan berubah menjadi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung. Dengan dikeluarkannya peraturan daerah tersebut, maka segala kewenangan termasuk hal-hal yang menyangkut masalah dana, pegawai, sarana, prasarana, pemerintah pusat diserahkan kepada pemerintah daerah. Tidak seperti di daerah-daerah lain, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Tulungagung tidak bergabung dengan koperasi.

Berdasarkan peraturan Daerah Kab. Tulungagung No 11 tahun 2001 tentang Pembentukan dan Susunan organisasi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung, Kedudukan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung adalah sebagai berikut :

- a. Dinas Perindustrian dan Perdagangan merupakan unsur pelaksana pemerintah Kabupaten;
- b. Dinas Perindustrian dan Perdagangan dipimpin oleh seorang Kepala yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui sekertaris Daerah.

a. Susunan organisasi

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung memiliki Susunan organisasi yang terdiri dari :

- a. Kepala Dinas ;
- b. Sekretariat, membawahi :
 - 1) Sub Bagian Umum;
 - 2) Sub Bagian Keuangan;
 - 3) Sub Bagian Bina Program.
- c. Bidang Industri Logam dan Aneka, membawahi :
 - 1) Seksi Industri Logam dan Alat Angkut;
 - 2) Seksi Industri Mesin, Aneka dan Elektronika;
 - 3) Seksi Industri Tekstil.
- d. Bidang Industri Kimia dan Agro, membawahi :
 - 1) Seksi Industri Kimia;
 - 2) Seksi Industri Agro;
 - 3) Seksi Hasil Hutan.
- e. Bidang Perdagangan, membawahi :
 - 1) Seksi Bina Usaha;
 - 2) Seksi Pendaftaran dan Informasi Perusahaan;
 - 3) Seksi Promosi dan Ekspor, Import.
- f. Bidang Perlindungan, membawahi :
 - 1) Seksi Metrologi;
 - 2) Seksi Perlindungan Konsumen;
 - 3) Seksi Penyuluhan.
- g. Unit Pelaksana Teknis;
- h. Kelompok Jabatan Fungsioanl.

b. Tugas pokok dan fungsi

Dalam menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Dinas Perindustrian dan Perdagangan mempunyai tugas pokok dan fungsi sbb:

- a. Perumusan kebijakan teknis di bidang perindustrian dan perdagangan;
- b. Pemberian Perijinan dan pelaksanaan pelayanan umum dibidang perindustrian dan perdagangan;
- c. Pembinaan terhadap unit pelaksana teknis dinas dan cabang dinas di bidang perindustrian dan perdagangan;
- d. Pengelolaan urusan ketatausahaan.

c. Visi dan Misi

Visi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Tulungagung :

- a. Motivator, yang berarti dorongan semangat untuk menumbuhkembangkan industri dan perdagangan.
- b. Industri Tangguh, yang berarti industri yang kemampuan bertahan dan bersaing serta menyesuaikan diri dengan perkembangan lingkungan strategis yang berkembang cepat.
- c. Masyarakat Niaga, yang berarti masyarakat profesional dalam norma aturan yang menjadi kesepakatan umum yang ditetapkan oleh pemerintah.
- d. Pasar Global, yang berarti bahwa pasar bebas atau pasar dunia dalam arti pasar yang mencakup pasar lokal nasional atau Internasional.

Misi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Tulungagung :

- a. Menumbuhkembangkan usaha kecil dan menengah dan perdagangan yang berbasis pada Sumber Daya Alam, serta berorientasi pada pasar global dan ramah lingkungan.
- b. Menciptakan iklim usaha yang Kondusif dan Transparan.

3. Gambaran Umum Kecamatan Campurdarat

Kecamatan Campurdarat merupakan salah satu kecamatan yang ada di Kabupaten Tulungagung yang mempunyai luas wilayah 39.77 Km² dengan batas wilayah sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kecamatan Boyolangu;
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kecamatan Tanggunggunung;
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Besuki;
- Sebelah Barat berbatasan dengan Kecamatan Pakel.

Tabel : 3

Jumlah Penduduk Kecamatan Campurdarat Menurut Desa dan Jenis Kelamin

2009

<i>Desa</i>	<i>Laki-laki</i>	<i>Perempuan</i>	<i>Jumlah</i>
Ngentrong	4273	4181	8454
Sawo	3654	3586	7240
Gedangan	2576	2740	5316
Gamping	2930	2835	5765
Campurdarat	4130	4213	8343
Wates	3423	3742	7165
Pelem	3965	4297	8262
Pojok	3482	3952	7434
Tanggung	3506	3331	6837
JUMLAH	31.939	32.877	64.816

Sumber : Kecamatan Campurdarat Tahun 2009

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Kecamatan Campurdarat pada tahun 2008 adalah sebesar 64.816 jiwa, dengan rincian jumlah penduduk laki-laki 31.939 jiwa dan jumlah penduduk perempuan

32.877 jiwa. Angka tersebut menunjukkan bahwa perbandingan antara jumlah penduduk laki-laki dengan perempuan terdapat perbedaan sebesar 938 jiwa.

Tabel : 4
Sumber Penghasilan Utama Rumah Tangga
Menurut Desa dan Sektor Usaha
2009

Desa	Pertanian	Prtmbgn/ Penggalian	Industri Pngolhn	Konst. Bngunan	Prdagan ngan	Angk. Komunikasi	Jasa	Lain- lain
Ngentrong	587	98	197	84	187	79	70	359
Sawo	465	72	478	87	140	90	81	35
Gedangan	690	-	46	83	40	23	66	51
Gamping	195	15	896	21	99	17	70	38
C.Darat	619	37	533	103	470	58	277	65
Wates	998	-	137	100	325	19	95	43
Pelem	950	12	82	191	252	19	190	197
Pojok	990	49	90	73	160	27	72	97
Tanggung	945	-	50	115	165	28	215	331
Jumlah	6.439	283	2.509	857	1.838	360	1.136	1.216

Sumber : Kecamatan Campurdarat Tahun 2009

Dari data tersebut, menunjukkan bahwa desa Ngentrong merupakan desa yang paling banyak mempunyai usaha pertambangan dan penggalian dengan jumlah 98 buah seluruh jenis usaha pertambangan dan penggalian.

4. Sejarah Perkembangan Industri Marmer dan Onyx di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung.

Kabupaten Tulungagung mempunyai potensi alam yang cukup banyak khususnya di wilayah Kecamatan Campurdarat, salah satunya adalah batu marmer yang menyerupai gunung. Batu marmer merupakan hasil dari proses metamorfosa dari batu kapur yang menyebabkan kristalisasi sebagai akibat dari pengaruh

temperatur dan tekanan yang dihasilkan oleh alam. Proses ini berbentuk 20-60 juta tahun yang lalu atau dalam bahasa geologi disebut berumur kwartier-tertier. Marmer yang terdapat di Kecamatan Campurdarat terletak dalam deretan pegunungan kapur selatan yang terbentuk karena adanya proses geologi.

Marmer yang terdapat di Kec.Campurdarat ini termasuk jenis marmer yang berbutir sangat halus, struktur halus, struktur padat dengan kuat dan tekanan yang tinggi serta tingkat keausan yang sangat rendah. Warna dasar adalah warna gading dengan beberapa nuansa, yang garis besarnya dibedakan dari warna terang sampai gelap. Berdasarkan variasi warna dan tekstur marmer yang dimilikinya, maka marmer terbagi atas :

1. Marmer *Statuary*, berstektur halus dan berwarna putih.
2. Marmer *Onix*, berstektur halus dan jernih yang terdiri dari mineral organik dan kalsit
3. Marmer *Breccia*, mempunyai tekstur yang relatif kasar dan bentuknya persegi tidak sama
4. Marmer *Ruin*, mempunyai tekstur halus dengan bentuk segi tiga tidak teratur
5. Marmer *Architectur*, berstektur agak kasar dan warnanya abu-abu sampai coklat
6. Marmer *Ornamental*, warnanya putih sampai krem dan cerah
7. Marmer *Cipolin*, warnanya bervariasi dan punya urat-urat mica
8. Marmer *Kerang*, merupakan jenis marmer dominant mengandung fosil

Batu marmer ini diperoleh dari hasil penambangan yang menghasilkan blok-blok marmer dari deposit tambang marmer yang kemudian dilanjutkan dengan proses pengolahan sehingga menghasilkan produk yang mempunyai nilai jual yang tinggi. Dari batu marmer tersebut diolah hingga dapat menghasilkan lantai sebagai keramik, lapisan dinding, piala/tropi dan souvenir-souvenir cantik.

Sejarah awal ditemukannya Batu Marmer di Campurdarat Kab.Tulungagung ini yakni berawal pada zaman penjajahan di Indonesia, dimana Belanda melakukan penelitian batu marmer yang pada saat itu di berlokasi di wilayah Kabupaten Tulungagung Selatan, yang mana dikenal dengan marmer Wajak Tulungagung. Setelah Belanda meninggalkan Indonesia dan Indonesia merdeka, pemerintah mulai melakukan penelitian kembali tentang batu marmer yang ada pada deretan Gunung Kapur Selatan tersebut. Proses tersebut tetap berlanjut dan terus dikembangkan, hingga akhirnya ada awal tahun 1961 pemerintah menetapkan berdirinya proyek marmer di Tulungagung, yaitu di Desa Besole Kecamatan Besuki Kab.Tulungagung.

Proyek Marmer di Tulungagung merupakan perintis industri marmer di Indonesia dan berkembang pesat, sehingga pada tahun 1971 status proyek marmer ini berubah menjadi Badan Usaha Milik Negara (persero) PT. Industri Marmer Indonesia Tulungagung (IMIT). Berbagai bangunan didirikan baik untuk tempat pengolahan, proses produksi maupun Agen-agen atau Showroom untuk sarana perdagangan marmer ini, baik dari sektor public maupun sektor privat yang tertarik dengan potensi pasar marmer di daerah-daerah yang terdapat banyak deposit marmer. Akan tetapi dengan adanya pertimbangan bahwa komoditi marmer bukan merupakan kebutuhan hajat hidup orang banyak dan industri ini telah mampu dijalankan oleh pihak swasta, maka pemerintah memutuskan untuk menjual seluruh saham perusahaan BUMN tersebut kepada sektor privat.

Industri marmer yang ada di Kecamatan Campurdarat sendiri sudah mulai pada tahun 1965. Industri tersebut awalnya dirintis oleh seorang warga di Desa Gamping Kecamatan Campurdarat. Pada awalnya batu marmer ini hanya dibuat atau diolah menjadi batu nisan yang sederhana dengan peralatan yang sangat sederhana.

Ternyata Batu nisan yang terbuat dari marmer ini memiliki nilai jual dan banyak peminatnya. Karena bahan baku yang banyak tersedia disekitar rumah warga, maka industri kerajinan marmer ini mulai dilirik dan diminati oleh warga di Desa Gamping Kecamatan Campurdarat tersebut. Sehingga kebanyakan warga

membuka industri kecil marmer, yang tentunya semakin menambah daftar pengrajin, pengusaha marmer di Kec.Campurdarat hingga saat ini.

Baru sekitar tahun 1982, pemerintah daerah yang dalam hal ini adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung mulai memusatkan perhatiannya pada Industri Marmer ini dengan melakukan pembinaan terhadap para pengrajin marmer. Hal tersebut ditandai dengan dibangunnya UPT (Unit Pelaksana Teknis) di Desa Gamping Kecamatan Campurdarat, yang menyediakan peralatan yang lebih lengkap untuk dipinjamkan kepada para pengrajin marmer yang pada saat itu belum mereka miliki.

Pada masa pemerintah orde baru hingga sekitar tahun 1997, industri marmer yang ada di Kecamatan Campurdarat merupakan industri andalan dari Kabupaten Tulungagung yang berkembang sangat pesat dan mampu menciptakan lapangan kerja yang luas. Daerah pemasarannya pun sampai menembus pasar luar negeri. Hal ini dikarenakan batuan marmer yang ada di Kecamatan Campurdarat mempunyai kualitas yang sangat bagus dan sulit ditemukan di daerah lain. Oleh karena itu produk marmer banyak diminati oleh konsumen lokal maupun asing, baik yang berupa souvenir-souvenir cantik maupun lantai / keramik.

Akan tetapi sejak krisis moneter pada tahun 1997 melanda Indonesia, yang diikuti dengan ketidakstabilan ekonomi negara yang berkepanjangan menyebabkan dampak negatif yang mengancam kelangsungan industri marmer yang ada di Kabupaten Tulungagung, khususnya di Kecamatan Campurdarat. Ketidak mampuan para pengrajin dalam mengatasi berbagai permasalahan yang ada, menyebabkan banyak yang terpaksa gulung tikar dan beralih ke usaha lain.

Data terakhir yang berhasil diperoleh dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung menyebutkan bahwa pada tahun 2008 yang lalu, terdapat 293 industri marmer skala kecil dan menengah. Dampak yang cukup besar terlihat pada industri besar, yang dulunya berjumlah puluhan, kini hanya tersisa dua industri saja, yaitu IMIT (Industri Marmer Indonesia Tulungagung) dan PT Dwi Tunggal Marmer Indah. Industri skala kecil dan menengah sektor marmer yang ada di Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung memang jauh lebih banyak dari pada jumlah industri besar. Namun

tidak sedikit pula yang menutup usahanya karena tidak mampu bertahan ditengah keterpurukan ekonomi Indonesia yang sampai saat ini belum dapat teratasi.

Hingga saat ini industri marmer dan onyx masih lumayan banyak yang bertahan dan pengrajin yang tercatat di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung tiap tahun mengalami peningkatan walaupun angka peningkatan tersebut hanya kecil. Pemerintah berusaha untuk mengembalikan kejayaan, mengingat kontribusi industri marmer tersebut, terutama yang ada di Kecamatan Campurdarat. Peran yang paling menonjol adalah dalam hal pemasukan terhadap pendapatan asli daerah dan penyerapan tenaga kerja, terutama tenaga kerja yang mempunyai latar belakang pendidikan formal rendah.

5. Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx oleh Pemerintah Kab.Tulungagung.

Strategi Pengembangan Industri Kab.Tulungagung dimantapkan dengan memberdayakan Sumber Daya Manusia dan Sumber Daya Alam dengan menciptakan keunggulan Komperatif dan Kompetitif, secara kooperatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta operasionalnya memperhatikan untuk menghindari dari kerusakan pengendalian lingkungan, kerusakan lingkungan, Lestari Optimal Serasi dan Seimbang (LOSS). Industri kecil dan menengah termasuk industri kerajinan terus dibina dan dikembangkan menjadi usaha yang mandiri, mampu menjadi tulang punggung ekonomi masyarakat dalam penyediann lapangan kerja serta semakin berperan dalam penyediann barang dan jasa baik untuk pasar dalam negeri maupun ekspor.

Pengembangan industri kecil dan menengah perlu ditingkatkan dengan lebih memperhatikan peningkatan statusnya dan kelangsungan keberadaannya. Dalam hal ini Startegi Pengembangan Industri kecil dari Pemerintah Kab. Tulungagung yaitu menyusun suatu kebijakan untuk menunjang pengembangan industri tersebut, yakni Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) Kabupaten Tulungagung yang disusun untuk kurun waktu tahun 2001-2010.

Akan tetapi permasalahannya Strategi Pengembangan Industri Kecil dimana didalamnya memuat kebijakan-kebijakan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Kab. Tulungagung ini masih bersifat seragam atau lebih bersifat umum untuk keseluruhan jenis industri, ini mengakibatkan kebijakan yang dibuat tidak sesuai dengan seluruh jenis industri yang ada di Kabupaten Tulungagung yang sangat beragam dan mempunyai karakteristik sendiri-sendiri. Hal ini dikarenakan setiap jenis industri yang memiliki karakter dan permasalahan yang berbeda-beda. Oleh karena itu penanganannya pun juga berbeda-beda pula yang harus disesuaikan dengan spesifikasi masing-masing, sehingga Strategi Pengembangan Industri yang disusun oleh Pemerintah Kab. Tulungagung akan lebih efektif dalam implementasinya.

Hal tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak Hasan Bisri, Bidang Industri Kimia dan Agro yang menjabat sebagai Kepala seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Tulungagung :

” bahwa Strategi Pengembangan Industri kecil dan kerajinan dari Pemerintah Kab. Tulungagung telah disusun beberapa kebijakan disektor industri secara umum yaitu *pertama* strategi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produk mengenai pembinaan dan pelatihan, Strategi yang *Kedua* yaitu mengembangkan Komoditi potensial secara kooperatif yang komperatif dan kompetitif serta beberapa Startegi-strategi yang telah disusun didalam (RIPPIK) ”

(Wawancara 10 Oktober 2009, Jam 10.05 wib)

Kemudian Bapak Hasan Bisri juga menambahkan informasi mengenai Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil (RIPPIK) bahwa :

” (RIPPIK) merupakan program untuk menunjang Strategi Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan di Kab. Tulungagung yang disusun untuk kurun waktu 10 tahun, yaitu mulai dari tahun 2001-2010. Pembuatan serta penetapan Kebijakan tersebut merupakan hasil kerjasama dari Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Tulungagung ” (Wawancara 10 Oktober 2009, jam 10.10 wib)

Pembuatan Rencana Induk disusun dalam rangka untuk memantapkan peranan usaha Industri kecil dan kerajinan terhadap pembangunan di Kab. Tulungagung. Hal itu didasarkan bahwa hakekat usaha industri kecil merupakan salah satu potensi ekonomi yang mampu menggerakkan pembangunan ekonomi untuk pemberdayaan ekonomi kerakyatan karena industri kecil dan

kerajinan mempunyai fleksibilitas serta adaptabilitas dalam kegiatan ekonomi. Keberadaan industri kecil yang berlokasi di desa-desa yang merupakan sentra industri akan sangat mendorong terbentuknya zona industri. Ini merupakan faktor penentu dalam menyusun kebijaksanaan khususnya Pembangunan Industri kecil.

Berangkat dari permasalahan diatas, maka Pemerintah Kab.Tulungagung merasa perlu untuk merumuskan program-program Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan sebagai salah satu Strategi Penyelesaian terhadap permasalahan yang ada selama ini. Adapun Kebijakan yang termuat dalam Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil Kab.Tulungagung meliputi :

a. Program Pokok, terdiri dari 9 program dengan bobot prioritas sebagai berikut :

1. Program Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan
termasuk rumah tangga dengan bobot prioritas : 15 %
2. Program Peningkatan dan Pengembangan Industri Kecil
Berbasis Pertanian : 10 %
3. Program Pengembangan Sumber Daya Manusia : 10 %
4. Program Pengembangan Sistem Informasi : 5 %
5. Program Peningkatan Kemampuan Tekhnologi : 10 %
6. Program Pengembangan Pemasaran : 10 %
7. Program Pembinaan dan Pengembangan usaha : 5 %
8. Program Penciptaan dan wirausaha baru : 5 %
9. Program Peningkatan sarana dan prasarana usaha : 10 %

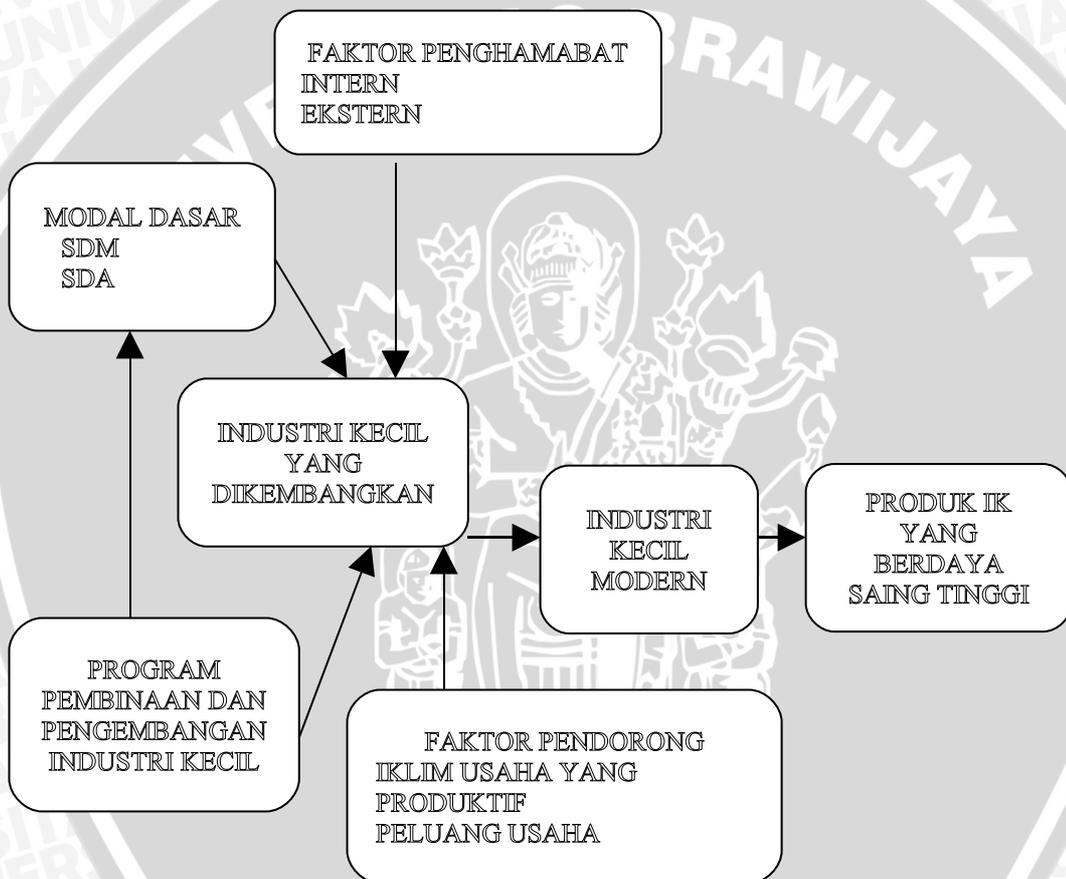
b. Program Penunjang, terdiri dari 4 Program dengan bobot Prioritas sbb :

1. Program penataan struktur industri : 5 %
2. Program pengendalian pencemaran lingkungan : 5 %
3. Program penelitian dan pengembangan terapan : 5 %

4. Program standarisasi : 5 %

Program-program tersebut secara operasional akan disesuaikan dengan permasalahan yang ada pada objek binaan sesuai dengan sratanya. Selanjutnya korelasi antara potensi, faktor penghambat, faktor pendukung dan program pembinaan dengan produk industri dapat dilihat pada skema dibawah ini :

Gambar : 2
Korelasi antara potensi, faktor penghambat, pendukung
Dan program pembinaan dengan produk industri



Sumber : Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan Kabupaten Tulungagung 2001-2010

Kebijakan yang termuat dalam (RIPPIK) tersebut secara keseluruhan bersifat umum sehingga tidak semuanya sesuai dengan karakter dan kondisi permasalahan dari industri marmer dan onix yang ada di Kec. Campurdarat Kab. Tulungagung. Dengan demikian Strategi Pengembangan dari Pemerintah Daerah

khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung harus disesuaikan dengan spesifikasi kondisi serta permasalahan industri marmer dan onix.

Pernyataan tersebut sesuai dengan yang dikatakan oleh Bapak Hasan Bisri, Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Tulungagung :

” bahwa Dinas Perindustrian dan Perdagangan telah memiliki Strategi untuk mengembangkan industri kecil dan menengah, yaitu melalui beberapa produk kebijakan yang kami hasilkan. Akan tetapi kendalanya memang kebijakan tersebut tidak semuanya sesuai dengan karakter dan permasalahan dari industri-industri yang ada, sehingga dalam Strategi pengembangan industri marmer dan onix haruslah disesuaikan dengan kondisi yang ada dilokasi itu seperti apa”

(wawancara 10 Oktober 2009, jam 10.15)

Adapun Strategi pengembangan industri marmer dan onyx yang ditetapkan oleh Pemerintah Kab. Tulungagung, meliputi :

a. Bantuan kemudahan memperoleh modal usaha

Modal merupakan faktor terpenting dalam menjalankan suatu usaha. Karena dengan modal tersebut dapat digunakan untuk membeli bahan baku, proses produksi, membayar upah pegawai dll. Akan tetapi permodalan merupakan salah satu kendala yang selama ini dihadapi para pengrajin marmer baik yang berskala usaha kecil maupun yang berskala usaha besar. Sebagian besar dari pengrajin banyak yang menggunakan modal sendiri untuk membiayai usahanya. Padahal mereka juga bisa memanfaatkan tambahan modal dari perbankan atau lembaga keuangan yang lain melalui fasilitas kredit, namun kesempatan yang ada tersebut tidak dimanfaatkan oleh sebagian besar pengrajin, hal ini kemungkinan karena terbentur persyaratan kredit yang berupa agunan / jaminan.

Salah satu strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kab. Tulungagung khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan, untuk memudahkan memperoleh modal usaha adalah :

- a). Memberikan rekomendasi kepada industri kecil untuk melakukan

pinjaman kepada pihak bank.

- b). Menganggarkan kucuran dana kredit bagi industri kecil yang berasal dari propinsi.

Dalam hal ini Pemerintah Kab.Tulungagung menyediakan fasilitas kredit usaha perbankan. Kredit usaha ini ada dua macam yaitu ada yang berasal dari Kabupaten dan dari Propinsi. Kredit usaha yang berasal dari Kabupaten berkisar 10 – 25 juta dengan bunga sebesar 0,67% per tahun sedangkan yang berasal dari propinsi lebih besar yaitu sebesar 200 jutaan dengan bunga sebesar 6% pertahun. Apabila ditinjau dari kredit usaha yang berasal dari Kabupaten, dianggap sangat kurang untuk dapat membantu menjalankan usaha marmer dan onyx dikarenakan untuk harga bahan baku saja sangat mahal, sedangkan kredit usaha yang berasal dari Propinsi dianggap terlalu besar sehingga dikawatirkan tidak mampu untuk membayar cicilannya.

Menurut Bapak Hasan Bisri Kepala Seksi Industri Kimia, sebagai berikut :

”bahwa untuk dapat melakukan pinjaman, pengrajin harus memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Dan pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan bersedia memfasilitasi para pengrajin yang akan melakukan pinjaman ke Bank tersebut. Selain kredit usaha dari daerah juga terdapat program permodalan yang diberikan oleh Propinsi. Akan tetapi para pengrajin masih belum sepenuhnya memanfaatkan fasilitas yang diberikan.” (Wawancara 10 Oktober 2009, jam 11.15)

Seperti yang diungkapkan oleh Pak Yonni, pemilik usaha marmer dan onyx di desa Gamping kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung :

”masalah dalam hal permodalan tetap menjadi kendala yang selalu saya alami dalam menjalankan usaha marmer dan onyx ini, karena modal yang saya gunakan berasal dari modal pribadi yang memang sangat terbatas sehingga usaha ini sulit untuk berkembang. Saat ini saya merasa enggan untuk mengajukan kredit pada pihak perbankan karena usaha marmer yang tidak dapat dipastikan dan mengalami naik turun, sehingga membuat saya khawatir tidak dapat mengembalikan kredit usaha tersebut. Apalagi untuk mengajukan kredit dari Propinsi persyaratannya rumit sedangkan kredit dari Kabupaten terlalu kecil” (Wawancara 11 Oktober 2009, jam 10.00)

Seperti halnya yang dikatakan oleh Pak Wayan, Sub Dinas Perdagangan pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung :

”untuk saat ini mengajukan kredit kepada perbankan memang agak sulit, hal ini disebabkan pihak perbankan sangat selektif dalam memberikan kredit usaha, dikarenakan banyak dari pengrajin yang telah menjadi black list sehingga pihak perbankan tidak mau kecolongan” (Wawancara 10 Oktober 2009, jam 10.30)

Kebijakan yang disusun oleh pemerintah dalam aspek permodalan tersebut dirasakan masih belum tepat sasaran sehingga belum bisa mengatasi dengan baik masalah kesulitan modal yang dialami oleh pengrajin marmer dan onyx di Kecamatan Campudarat Kabupaten Tulungagung. Hal ini dikarenakan kewenangan untuk memutuskan diterima atau tidaknya pengajuan kredit berada di tangan bank, yang dalam hal ini adalah BPR (Bank Perkreditan Rakyat) Kabupaten Tulungagung Cabang Kedungwaru. Sedangkan kewenangan yang dimiliki oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung hanya sebatas memberikan rekomendasi bagi para pengrajin yang akan mengajukan kredit, yang berupa penerbitan Izin Usaha Industri (IUI), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP), yang merupakan salah satu syarat dalam pengajuan kredit modal maupun kredit usaha kepada pihak bank.

Bapak Hasan Bisri selaku Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, menjelaskan bahwa untuk mengajukan kredit usaha pada pihak bank, ada beberapa tahap persyaratan yang harus dipenuhi oleh pemohon, yaitu :

1. Pada tahap awal, para Pengrajin terlebih dahulu mendaftarkan perusahaan mereka pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung. Kemudian dari pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan melakukan peninjauan langsung ke lokasi industri yang akan didaftarkan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah pihak yang mengajukan kredit usaha tersebut benar-benar memiliki usaha, yang hasilnya ditulis dalam BAP (Berita Acara Pemeriksaan). Setelah BAP selesai, Kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung mengeluarkan surat

pengantar pengajuan kredit usaha kepada bank sekaligus mengeluarkan Izin Usaha Industri (IUI), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), sedangkan TDP (Tanda Daftar Perusahaan) dikeluarkan oleh KPT (Kantor Pelayanan Terpadu). Apabila para pengrajin telah memiliki IUI, SIUP, dan TDP, maka tiap tahunnya mereka harus mendaftarkan ulang.

2. Tahap kedua adalah Peninjauan langsung yang dilakukan oleh BPR Cabang Kedungwaru itu sendiri yang hasilnya nanti dituangkan dalam BAP, dimana hasilnya nanti yang akan menentukan apakah pengajuan kredit usaha tersebut diterima atau tidak oleh BPR Cabang Kedungwaru dan juga menentukan besarnya kredit usaha yang akan disalurkan.
3. Tahap akhir adalah pencairan dana kredit bagi yang disetujui oleh bank, dan selanjutnya pihak bank memberikan laporan realisasi dana tersebut beserta rincian angsuran yang telah maupun yang belum dibayarkan oleh pengrajin yang telah menerima kredit pada periode sebelumnya.

Jika digambarkan Mekanisme Pengajuan Kredit UKM adalah sebagai berikut :

Gambar : 3

Mekanisme Pengajuan Kredit UKM

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung

Pengrajin mengajukan permohonan kredit
Mengadakan peninjauan dan pengeluaran BAP
Menerbitkan IUI, SIUP, dan TDP

BPR Kabupaten Tulungagung

Pengajuan permohonan kredit dari pengrajin
Diadakan peninjauan dan pengeluaran BAP
Penerimaan atau penolakan permohonan dan
menentukan besarnya bagi yang diterima
Memberikan laporan mengenai realisasi dana kredit
kepada Disperindag kab.Tulungagung

PENGRAJIN

Melakukan pencairan dana kredit
Bagi yang permohonannya diterima

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung 2009

Berdasarkan penuturan Bapak Hasan Bisri Kepala Seksi Industri Kimia Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung, mengatakan bahwa :

”yang melayani kredit UKM tidak hanya BPR Kedungwaru, tapi semua BPR yang ada di Kab.Tulungagung juga melayani kredit UKM. Akan tetapi untuk kredit UKM yang berasal dari pemerintah Kab.Tulungagung hanya BPR Cabang Kedungwaru saja yang ditunjuk untuk melayani masalah dana tersebut karena BPR tersebut merupakan milik daerah Kab.Tulungagung” (wawancara 10 Oktober 2009, jam 11.20)

Berdasarkan data yang diperoleh dari Rekapitulasi Pengucuran Kredit UKM Dinas Perindustrian dan Perdagangan Posisi Juli 2009 tercatat bahwa jumlah nasabah 104 dengan realisasi dana berjumlah Rp.58.500.000,- untuk bulan juli. Sedangkan mengenai rincian dana Kredit UKM yang telah dikucurkan oleh BPR Kab.Tulungagung Cabang Kedungwaru adalah sebagai berikut :

Tabel : 5
Realisasi Dana Kredit UKM dari
Pemerintah Kabupaten Tulungagung 2004 s/d 2009

<i>Tahun</i>	<i>Realisasi Dana</i>
2004	Rp. 308.150.000
2005	Rp. 296.400.000
2006	Rp. 293.000.000
2007	Rp. 289.000.000
2008	Rp. 278.900.000
2009	Rp. 268.500.000

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung 2009

Dari tabel Realisasi Dana Kredit UKM yang tersebut diatas, dapat diketahui bahwa perkembangan dari tahun 2004 sampai tahun 2009 terus mengalami penurunan dikarenakan jumlah kredit pemohon setiap tahunnya juga menurun. Jika dipresentasikan, penurunan yang terjadi dari tahun 2004 sampai tahun 2009 ini sebesar 6,8 %.

Penulis juga mendapatkan informasi dari Bapak Agung, seorang pengrajin marmer dari desa Gamping Kec.Campurdarat, yang juga mengajukan kredit. Yang mengatakan bahwa :

”kredit saya tahun lalu sempat ditolak oleh bank, mungkin memang karena pada tahun 2006 saya pernah mendapatkan cairan dana kredit dari bank, namun disaat membayar cicilannya saya memang mengalami kesulitan jadi pembayaran sering nunggak karena waktu pasar sedang sepi-sepiunya” (wawancara 3 November 2009, jam 09.00)

Selain itu, Bapak Hasan Bisri Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan perdagangan Tulungagung, mengungkapkan bahwa :

”mengenai lamanya proses pencairan dana yang telah disetujui, tergantung pada dana yang tersedia. Ada yang hanya dalam waktu tiga minggu sudah direalisasi, namun ada juga yang sampai dua atau tiga bulan baru terealisasi. Sedangkan mengenai disetujui atau tidaknya

permohonan kredit, itu tergantung pada kebijakan bank yang bersangkutan” (wawancara 5 November 2009, jam 11.00)

b. Bantuan Pemasaran

Pemasaran merupakan tujuan akhir dari proses produksi. Dalam rangka Strategi pengembangan industri marmer dan onyx, Pemerintah Kab.Tulungagung khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan menyusun suatu program kebijakan yang ditujukan untuk mengatasi permasalahan dalam hal pemasaran produk industri. Karena selama ini pemasaran masih tetap menjadi kendala utama bagi pengrajin marmer dan onyx, hal ini disebabkan karena para pengrajin belum mampu untuk memasarkan sendiri hasil produksinya. Sebagian besar dari para pengrajin masih bekerjasama dengan agen untuk memasarkan produknya.

Program kebijakan yang disusun oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung yang termuat dalam (RIPPIK) dimaksudkan untuk membantu, mendorong dan meningkatkan strategi pengembangan dalam hal pemasaran produk industri untuk pasar lokal, pasar regional dan pasar ekspor. Adapun program-program yang termuat dalam (RIPPIK) Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan Kabupaten Tulungagung meliputi :

1. Meningkatkan promosi dalam negeri maupun ke luar negeri
2. Memberikan bimbingan atas perolehan HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) bagi produk-produk industri kecil
3. Penerapan standart industri dalam rangka menghadapi era globalisasi atau pasar bebas
4. Peningkatan mutu serta diversifikasi produk dan pengembangan desain baru
5. Peningkatan pengembangan jaringan pemasaran lokal, regional, nasional, dan ekspor
6. Peningkatan wawasan bisnis dan kontak bisnis

7. Peningkatan Agresivitas ekspor secara terintegrasi melalui diversifikasi produk dan negara tujuan ekspor
8. Pengembangan industri yang diikuti dengan kebijakan pemilihan beberapa produk unggulan didukung oleh *data base* yang memuat peta industri, peta daya saing, peta pasar dan jaringan pasar
9. Peningkatan kemampuan berorganisasi
10. Peningkatan penanganan pemasaran secara terpadu emporium.

Strategi yang disusun oleh Pemerintah Kab.Tulungagung untuk mengembangkan industri kecil melalui Program Kebijakan yang telah disusun tersebut mempunyai manfaat yang sangat besar bagi para pengrajin di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung, mengingat saat ini mereka sedang mengalami kendala yang sangat rumit dalam memasarkan produk mereka. Apalagi sepiunya pasar lokal semakin menambah berat permasalahan yang dihadapi oleh para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat. Selain itu ada juga kendala lain yang dihadapi oleh pengrajin yaitu masalah permintaan pasar yang semakin menurun, tidak seperti tahun-tahun sebelumnya.

Yang menjadi faktor pendorong berkembangnya pasar antara lain adalah *buyer* atau pembeli dan juga pengrajin itu sendiri yang harus mempunyai inisiatif dan mengeksplor ide-ide atau inovasi baru untuk menguasai pasar. Akan tetapi yang terjadi selama ini justru pengrajin yang masih mengikuti *buyer*, sehingga selera pasar tidak muncul dari pengrajin, tapi masih bergantung dari *buyer*. Maka dengan adanya program ini sangat membantu mengatasi kendala-kendala yang mereka hadapi untuk kelangsungan usaha mereka.

Bapak Asrofi, pemilik usaha marmer dan onyx di Desa Gamping Kec.Campurdarat mengatakan demikian :

”sekarang ini permintaan akan kerajinan marmer dan onyx mengalami penurunan drastis mbak. Kalau dulu sih usaha kerajinan marmer saya sangat ramai. Sangat jauh penurunannya dibandingkan dengan sebelum terjadi krisis, walau demikian alqamdulillah usaha saya ini masih bisa tetap berjalan. Mungkin hal ini juga merupakan dampak dari pengaruh terhadap menurunnya jumlah wisatawan yang mengunjungi pantai

popoh yang mau tidak mau juga berimbas pada usaha marmer dan onyx”
(wawancara 3 November 2009, jam 09.30)

Bapak Marzuki, Kepala Bidang Industri Kimia dan Agro, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, juga membenarkan pernyataan dari Bapak Asrofi :

”Kalau dilihat dari kacamata Pemerintahan Daerah, apabila obyek wisata popoh itu bagus, makin berkembang, makin maju dan makin modern, maka orang akan banyak yang berkunjung kesana dan otomatis banyak juga yang berminat dengan kerajinan marmer dan onyx. Mengapa demikian karena orang yang berkunjung kepopoh pasti berangkatnya melihat kerajinan marmer disepanjang jalan ini sehingga tertarik untuk membelinya. Karena pada dasarnya orang itu jarang yang dengan sengaja langsung ingin membeli kerajinan, kebanyakan pasti ingin berwisata dulu kemudian melihat lihat dan membeli kerajinan yang bisa dijadikan sebagai oleh-oleh/souvenir. Dulu pada waktu tahun 90’an, pengunjung yang datang ke popoh itu sangat banyak sekali sampai-sampai parkir kendaraan itu bisa sampai sepanjang jalan Besole, tapi setelah era reformasi ini sudah sangat sepi. Otomatis pembeli marmer juga berkurang. Sehingga antara kerajinan marmer dan onyx dengan pariwisata ini memang sangat bersinergi”
(Wawancara 11 November 2009, jam 10.00)

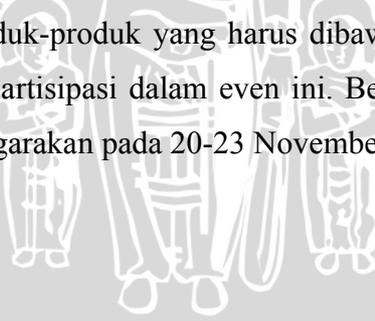
Bapak Hasan Bisri, selaku Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung juga mengatakan bahwa :

”kondisi pasar saat ini sedang sepi, memang tidak seperti dulu lagi. Sekarang ini banyak pengusaha yang dulunya sukses terpaksa harus menutup usahanya. Permintaan terhadap kerajinan marmer dan onyx mengalami penurunan karena keadaan ekonomi negara kita yang tidak menentu, yang kemudian mengakibatkan harga jual dari kerajinan marmer dan onyx juga mengalami kenaikan yang melambung tinggi, sedangkan sekarang masyarakat pada umumnya lebih mementingkan untuk membeli kebutuhan pokok sehari-hari” (wawancara 5 November 2009 jam 12.00)

Kondisi pasar lokal yang semakin sepi membuat para pengrajin marmer dan onyx dituntut untuk terus berusaha mencari pangsa pasar yang lebih luas agar usahanya tetap berjalan dan tidak sampai glung tikar seperti kebanyakan para pengrajin yang lain. Jadi dalam hal ini promosi adalah salah satu cara yang paling efektif untuk menjangkau pasar. Sedangkan media yang digunakan untuk mempromosikan produk marmer dan onyx dari Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung yakni dengan cara mengikutsertakan Pameran, yang juga

menjadi salah satu Strategi Pengembangan agar produk marmer dan onyx ini dapat dikenal oleh masyarakat luas. Dan hal tersebut telah dilakukan oleh Pemerintah Daerah khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung, yaitu melalui upayanya dalam menciptakan Strategi Pengembangan Industri marmer dan Onyx yang terdapat di Kab.Tulungagung yang bertujuan untuk menguasai pangsa pasar yang lebih luas.

Pemerintah Kab.Tulungagung dalam hal ini khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung selalu memiliki agenda tahunan, yakni minimal dalam satu tahun harus ada even pameran seperti yang terjadi antara lain pada bulan desember 2007 diadakan di Makasar dan pada bulan Oktober 2008 tahun lalu diadakan di Jakarta. Sedangkan untuk tahun ini pameran diadakan di Halaman Pemerintah Daerah Tulungagung yang diselenggarakan selama empat hari berturut-turut mulai tanggal 20-23 November 2009 dengan tema produk unggulan yang tidak hanya diikuti oleh pengusaha kerajinan marmer dan onyx saja, melainkan juga dari kerajinan Batik, pemilik garmen dll. Ini merupakan semacam display gelar produk yang mengundang pengusaha-pengusaha dari Jawa Timur maupun dari luar Propinsi melalui kamar dagang Industri. Dalam moment ini para pengrajin diminta untuk mencatat dan mengkoordinir apa saja produk-produk yang harus dibawa atau dipamerkan dan berapa orang yang ikut berpartisipasi dalam even ini. Berikut ini adalah gambar even pameran yang diselenggarakan pada 20-23 November 2009 :



Gambar : 4
Pameran Display Produk Marmer dan Onyx
di Kab.Tulungagung 20-23 November 2009



Selain itu Bupati Tulungagung, Bpk.Heru Tjahjono juga sudah berencana untuk menyediakan tempat di beberapa daerah pemasaran atau jaringan di Bali, Jogja, Jakarta dan sebagainya, jadi hal ini akan ditindak lanjuti untuk kemudian bisa difasilitasi oleh Pemerintah Daerah Tulungagung.

Sama halnya dengan yang dikatakan oleh Pak Wayan, Sub Dinas Perdagangan, yakni sebagai berikut :

”Pemasaran produk yang semakin sulit tetap saja menjadi masalah dan kendala yang harus dihadapi oleh para pengrajin marmer dan onyx. Oleh karena itu Pemerintah mengusahakan untuk selalu mengadakan even-even khusus seperti pameran, agar kerajinan marmer dan onyx dapat dikenal masyarakat luas hingga ke mancanegara. Dan pada tanggal 20-23 November 2009 ini Disperindag Tulungagung beserta para pengrajin marmer menyelenggarakan pameran produk mereka di Halaman PemDa dan hal ini disambut baik oleh pengrajin marmer di Kab.Tulungagung” (wawancara 5 November 2009 , jam 12.15)

Dapat dilihat bahwa sulitnya memasarkan produk marmer dan onyx di Tulungagung disebabkan oleh karena persaingan pasar yang semakin ketat. Maka seyogyanya Pemerintah Kabupaten Tulungagung lebih meningkatkan lagi frekwensi untuk mengadakan even-even pameran agar kerajinan marmer dan onyx lebih banyak dikenal masyarakat luas diseluruh pelosok daerah. Selain itu Pemerintah Kab.Tulungagung seyogyanya lebih membuka/memudahkan akses informasi tentang kegiatan pameran dengan akses yang seluas-luasnya sehingga para pengrajin memiliki kesempatan untuk mengikuti kegiatan tersebut.

Untuk memperluas pangsa pasar, dapat juga dilakukan melalui pemasaran produk marmer dan onyx via internet. Misalnya dengan membuka website atau situs-situs yang memuat informasi secara lengkap dan jelas tentang kerajinan marmer dan onyx yang dibuat dengan semenarik mungkin agar konsumen lebih tertarik dan berminat pada produk marmer dan onyx ini. Dengan demikian jangkauan pasar dan promosi akan lebih luas, hingga menembus pasar internasional. Dimana proses pemesanannya pun bisa dilakukan dengan mudah.

c. Peningkatan Kemampuan Teknologi

Pada umumnya industri kecil masih banyak menggunakan teknologi yang sederhana atau boleh dibilang masih tradisional. Dengan keterbelakangan teknologi yang dimiliki tidak hanya membuat rendahnya total faktor *produktivity* dan efisiensi didalam proses produksi, tetapi juga mengakibatkan rendahnya kualitas produk yang dibuat. Salah satu Strategi untuk mengatasi masalah peningkatan kemampuan teknologi yang dihadapi oleh para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campudarat, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung telah menyusun Kebijakan yang berupa program-program guna meningkatkan kemampuan teknologi, yang juga sangat berguna untuk mendorong agar pengusaha industri marmer dan onyx mempunyai kemampuan dibidang teknologi sehingga lebih mampu dalam peningkatan / penciptaan nilai tambah sumber daya manusia yang berkualitas dalam rangka mewujudkan produktivitas serta efisiensi dan mempunyai daya saing yang tinggi. Program-program tersebut tercantum dalam Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) Kab.Tulungagung, yang meliputi :

1. Peningkatan pelayanan teknis, melalui peningkatan fungsi UPT
2. Peningkatan kemampuan inovasi teknologi dengan melalui pengolahan dibidang rancang bangun dan rekayasa
3. Peningkatan pelaksanaan alih teknologi dan diseminasi teknologi
4. Meningkatkan kemampuan teknologi dengan melalui pembuatan *prototipe* dan uji coba terapan
5. Pengembangan dan pembinaan dalam rangka standarisasi industri termasuk penerapannya
6. Meningkatkan dan mendorong kegiatan penelitian dan pengembangan teknologi terapan pada usaha industri kecil dan kerajinan
7. Peningkatan kerjasama sub kontrakting melalui yang diberikan industri besar kepada industri kecil
8. Melakukan peningkatan restrukturisasi mesin dan peralatan

9. Peningkatan kemampuan desain produk, mutu dan prestasi

Sebagian besar para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung masih belum menggunakan teknologi yang modern dalam menjalankan proses produksi. Kebanyakan dari mereka masih menggunakan teknologi yang tradisional yang merupakan warisan turun temurun. Akan tetapi ada juga yang sudah menggunakan teknologi canggih / modern, meskipun hanya beberapa orang saja. Dengan peralatan tradisional yang digunakan saat ini, produksi yang dilakukan kurang efektif dan efisien. Sehingga para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung ini bisa dikatakan masih lemah dalam persaingan hasil produksi, dikarenakan produk atau desain yang dihasilkan kurang menarik dan monoton dari tahun ke tahun. Hal itu disebabkan karena alat produksi yang digunakan masih berupa mesin-mesin tradisional.

Seperti yang dikatakan Pak Nasrudin, pemilik usaha marmer di Desa Gamping Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung :

”usaha marmer dan onyx yang saya kelola untuk saat ini sudah menggunakan alat produksi yang relatif lebih canggih meskipun hanya beberapa saja. Memang saya sengaja masih menggunakan beberapa peralatan yang masih sederhana dan kondisinya masih baik sehingga tidak saya ganti dan tetap saya manfaatkan karena harga mesin itu saat ini juga sangat mahal. Selain itu saya juga agak kesulitan untuk membeli mesin baru yang lebih canggih karena harganya yang tidak terjangkau” (Wawancara 11 November 2009, jam 13.00)

Bapak Hasan Bisri, Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, juga mengungkapkan hal yang serupa :

”di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung memang banyak dari Industri kecil yang masih menggunakan peralatan yang sederhana dan terkadang peralatan tersebut diwarisi turun-temurun. Biasanya pengrajin tersebut membuat sendiri peralatannya, karena merasa kesulitan untuk membeli langsung dipabrik dengan harga yang relatif mahal. Namun juga terdapat beberapa pengrajin yang telah menggunakan peralatan yang lebih canggih dan modern. Keterbatasan modal yang dimiliki merupakan salah satu penyebab utama sehingga mereka tetap menggunakan peralatan-peralatan yang lama” (Wawancara 10 Oktober 2009, jam 11.45)

Pemerintah Kabupaten Tulungagung sangat memahami masalah keterbatasan kemampuan teknologi yang dimiliki oleh para pengrajin di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung. Oleh karena itu pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung selalu berupaya untuk mengadakan pembinaan dan pengembangan kemampuan teknologi melalui pendidikan dan pelatihan (diklat). Setelah diadakannya diklat pada tahun 2005 yang lalu, maka tahun 2009 ini Pemerintah Kab.Tulungagung kembali mengadakan diklat yang tentunya sudah ditunggu-tunggu selama empat tahun terakhir ini.

Diklat tersebut diselenggarakan selama tiga hari berturut-turut mulai tanggal 10-12 November 2009, yang membahas tentang segala permasalahan dari kelangsungan industri marmer dan onyx, baik dari segi pengenalan desain baru maupun penguasaan teknik pengembangan industri. Ini merupakan program dari Pemerintah Provinsi, yang pada kesempatan kali ini juga dihadiri beberapa perwakilan dari Pemerintah Pusat khususnya Direktorat Jenderal Industri, yang mengusung tiga tema tentang peningkatan SDM, pemasaran dan peningkatan teknologi dalam rangka pengembangan industri marmer dan onyx.

Ini seperti yang disampaikan oleh Bapak Marzuki Ars, Kepala Bidang Industri Kimia dan Agro, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung :

”Alqamdulillah sekarang dari Provinsi mengadakan diklat seperti ini. Yang harusnya lebih sering dilakukan. Jadi para pengrajin marmer dan onyx juga harus terus meningkatkan kemampuan teknik dan desain agar mampu bersaing dipasaran dan kalau pasar ada permintaan, mereka juga harus siap untuk memberikan kepuasan yang terbaik meskipun pada kenyataannya agak kualahan”(wawancara 11 November 2009, jam 09.30)

Pak Marzuki juga mengungkapkan bahwa :

”Pernah beberapa tahun yang lalu Amerika meminta jambangan besar atau bak mandi. Sempat juga ada *buyer* yang meminta tasbih, tapi pada waktu itu para pengrajin di Kec.Campurdarat belum mampu karena peralatan yang dibutuhkan pada waktu itu masih belum ada, sedangkan untuk membuat tasbih sekecil itu sangat sulit jika harus dibuat dengan peralatan tradisional yang sederhana. Akan tetapi sekarang sepertinya sudah mampu dan banyak yang berminat dengan produk tasbih ini”

Selain itu Bapak Suyani, pemilik industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung juga menambahkan bahwa :

”untuk saat ini permintaan pasar terhadap kerajinan marmer dan onyx memang mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun 90’an dulu. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap penjualan. Sedangkan produk yang banyak diminati untuk saat ini masih tetap sama dengan tahun lalu, yaitu bak mandi dan washtafel yang dikirim hingga keluar negeri” (wawancara 10 November 2009, jam 09.00)

Demikian juga yang dikatakan oleh Bapak Marzuki Ars, Kepala Bidang Industri Kimia dan Agro, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung :

”produk baru terakhir ini adalah bak mandi yang harganya sekitar 7-10 juta. Akan tetapi kalau sudah diekspor ke Amerika dan Eropa disana bisa mencapai 100 jutaan. Adalagi wastapel dari onyx yang sekarang ini lagi trend. Yang antara lain dikirim ke Bali, Jogja, Jakarta dsb. Kami dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung akan terus berupaya untuk menjembatani dan memfasilitasi pengembangan industri marmer dan onyx agar semakin maju” (wawancara 11 November 2009, jam 10.20)

Selanjutnya menurut Bapak Hasan Bisri, Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung juga mengatakan :

”dalam rangka meningkatkan kemampuan pengrajin untuk mendukung pemanfaatan teknologi, kami telah beberapa kali mengadakan diklat-diklat. Kami juga memberikan contoh-contoh desain baru untuk produk marmer sehingga produk yang mereka hasilkan tidak monoton dan sesuai dengan selera pasar. Selain itu pada Diklat yang diadakan tahun 2005 silam, Pemerintah pernah memberikan bantuan berupa Gurinda, yaitu peralatan yang digunakan untuk mencetak marmer yang diberikan secara berkelompok” (Wawancara 17 Oktober 2009, jam 09.50)

Bapak Asrofi, seorang pengrajin marmer di Desa Gamping Kec.Campurdarat, menyatakan bahwa :

”Kalau saya sudah beberapa kali ini mengikuti Diklat yang diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Tulungagung yang bekerjasama dengan Pemerintah Provinsi. Pokok bahasannya tentang penggunaan alat yang tepat yang lebih modern, peningkatan kemampuan SDM, strategi Pemasaran. Selain itu saya juga mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana mendesain produk yang berkualitas agar diterima oleh pasar” (Wawancara 11 November 2009, jam 14.00)

Alat produksi yang digunakan oleh pengrajin dalam proses produksi masih tergolong sederhana, walaupun ada yang canggih hanyalah sebagian saja. Seyogyanya Pemerintah Kab.Tulungagung lebih sering mengadakan Diklat agar para pengrajin tidak ketinggalan dengan teknologi yang sedang berkembang. Serta memberikan bantuan-bantuan yang berupa alat-alat / mesin modern agar desain produk yang dihasilkan lebih variatif dan inovatif, sehingga pembeli juga tidak bosan dengan desain produk yang monoton.

d. Pembinaan Sumber Daya Manusia

Selain masalah permodalan, pemasaran dan Pemanfaatan teknologi para pengrajin juga mengalami masalah dalam hal manajemen sumber daya manusia (SDM) atau kemampuan SDM dalam manajemen usaha yang kurang baik. Manajemen merupakan suatu proses mempergunakan orang lain sebagai alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yang mana didalamnya terdapat proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengendalian. Kemampuan untuk manajemen usaha merupakan suatu faktor kunci dalam keberhasilan kita untuk menjalankan usaha. Tanpa adanya manajemen yang baik mustahil usaha dapat berkembang dengan baik pula.

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung mengadakan program pembinaan SDM untuk mengatasi masalah keterbatasan SDM para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung. Program tersebut bertujuan untuk mempersiapkan dan memberikan kemampuan SDM dikalangan pengusaha industri maupun tenaga pembina / aparatur industri. Program pokok tersebut termuat dalam Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK), yang meliputi :

1. Pembinaan dan pengembangan untuk peningkatan keahlian, ketrampilan, serta etos kerja yang tinggi, maka sistem pendidikan dan pelatihan harus ditingkatkan dikalangan pengusaha industri ;
2. Peningkatan kemampuan dan profesionalisme tenaga pembina industri dengan memperbanyak jenis pelatihan dan pendidikan sesuai dengan kebutuhan pembinaan ;

3. Mempromosikan kesadaran akan mutu kepada industri marmer dan onix berupa pelatihan-pelatihan dalam penerapan manajemen dan sistem pengendalian mutu ;
4. Peningkatan dan pengembangan untuk terwujudnya usaha baru ;
5. Menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat untuk mencegah praktek monopoli ;
6. Peningkatan kemampuan bernegosiasi ;

Bapak Suyani, pemilik usaha marmer dan onyx di Desa Gamping Kec.Campurdarat menyampaikan mengenai masalah manajemen usahanya :

”manajemen usaha saya selama ini masih menggunakan pembukuan yang sederhana saja dengan nota-nota yang disusun secara rapi dan terperinci. Biasanya untuk masalah manajemen usaha ini saya percayakan kepada anak saya, karena saya rasa dia juga lebih mampu dalam bidang pembukuan ini” (Wawancara 15 Oktober 2009, jam 13.00)

Hal ini juga dibenarkan oleh Bapak Hasan Bisri Kepala Seksi Industri Kimia, Disperindag Kab.Tulungagung, menurut pernyataannya sebagai berikut:

”memang sistem manajemen dari industri kecil marmer dan onyx ini masih sangat kurang. Hanya menggunakan pembukuan yang sangat sederhana saja. Karena pembukuan yang kurang jelas dan terperinci tersebut biasanya antara uang pribadi dengan modal usaha bercampur menjadi satu sehingga mengakibatkan modal usaha digunakan untuk memenuhi keperluan pribadi juga. Selain itu logikanya banyak kemungkinan terjadi kesalahan penulisan / penghitungan” (Wawancara 17 Oktober 2009, jam 09.45)

Selanjutnya Bapak Hasan Bisri juga menambahkan bahwa :

”Dari pemerintah daerah sendiri juga mengadakan pelatihan-pelatihan mengenai pembinaan dan pengembangan SDM akan tetapi tidak dapat melakukan pembinaan dan pengembangan tiap tahun dan terus menerus jadi harus bergiliran. Akan tetapi alqamdulillah untuk tahun 2009 ini dana yang dianggarkan digunakan untuk pembinaan dan pengembangan industri marmer dan onyx, karena mengingat sudah sejak tahun 2005 yang lalu tidak diselenggarakan diklat untuk industri marmer dan onyx, maka pada tahun ini Pemerintah Provinsi menganggarkan dana untuk diklat pengembangan industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung” (Wawancara 10 November 2009, jam 10.25)

Program Pembinaan dan pengembangan SDM ini tidak dapat dilakukan secara rutin karena keterbatasan dana yang dimiliki, sehingga harus bergantian dengan industri yang lain seperti industri genteng, rotan, bambu dsb. Biasanya kegiatan pembinaan dan pengembangan ini dilakukan dalam jangka waktu dua sampai tiga tahun sekali. Menurut data yang diperoleh, program pembinaan dan pengembangan untuk para pengrajin marmer dan onyx terakhir kali dilakukan pada tahun 2005 silam dan untuk tahun 2009 ini seperti yang dikatakan Bapak Hasan Bisri dan Bapak Marzuki Ars, Pemerintah Provinsi mengadakan program pembinaan dan pengembangan untuk pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung. Karena mengingat sudah lama sekali sekitar empat tahun program ini tidak diselenggarakan di Kab.Tulungagung.

Dalam program pembinaan dan pengembangan tahun 2005 silam merupakan kerjasama dengan BATAN (Badan Tenaga Atom) Jakarta yang membahas tentang materi mengenai pembukuan, manajemen usaha, kewirausahaan, peningkatan pemanfaatan kemampuan teknologi tepat guna dan sebagainya. Sedangkan materi pendidikan dan pelatihan yang diselenggarakan pada tanggal 10-12 November tahun 2009 ini lebih banyak membahas tentang strategi pemasaran produk, bagaimana menjangkau pasar yang seluas-luasnya, manajemen usaha, diversifikasi produk serta penguasaan teknik dan desain baru untuk mengembangkan industri marmer. Berikut ini adalah gambar suasana diklat kerajinan marmer dan onyx yang diadakan di Kab.Tulungagung :

Gambar : 5
Program Pendidikan dan Pelatihan Kerajinan marmer dan onyx
di Kab.Tulungagung 10 – 12 November 2009







Dari diklat yang diikuti oleh kurang lebih 20-30 orang tersebut banyak sekali keluhan dari para pengrajin marmer dan onyx, antara lain masalah dana, pasar, desain produk serta kurangnya kemampuan mereka dalam hal pemasaran produk karena selama ini mereka hanya menjual jasa kepada orang-orang ataupun pengusaha yang berhubungan langsung dengan *buyer* / pembeli. Dengan kata lain posisi para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung hanya sebagai penjual jasa atau perantara kepada pihak-pihak tertentu yang kemudian pihak tersebut memasarkannya kepada *buyer*. Sehingga para pengrajin tidak dapat berhubungan / bernegosiasi langsung dengan para pengusaha atau *buyer* yang akan memesan produk mereka.

Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Asrofi, pemilik usaha marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung, dalam kesempatan diklat :

”para pengrajin di Kec.Campurdarat cuma menjual jasa pada pengusaha yang kenal dengan *buyer* jadi kami hanya menerima upah pembuatan. Sehingga pemesanan dari *buyer* tidak langsung pada kami-kami ini, tapi melalui pengusaha besar yang mempunyai banyak modal dan order yang sudah dipercaya oleh *buyer* tersebut. Mungkin memang karena kemampuan kami hanya terbatas, sehingga *buyer* sendiri

sepertinya kurang percaya untuk langsung memesan pada kami” (wawancara 11 November 2009, jam 14.00)

Selain itu Bapak Nasrudin, pemilik usaha marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung juga menambahkan :

”sistem pemesanan dari *buyer* biasanya untuk bahan bakunya sudah disediakan dari pengusaha tersebut. Jadi kami para pemgrajin hanya menerima upah pembuatannya saja. Mengenai harga bahan baku juga sangat mahal terutama untuk batu onyx, jadi ada permainan harga disini. Biasanya para pengusaha menaikkan harga bahan baku dan kami mengakui bahwa kemampuan kami dalam bernegosiasi memang sangat kurang sehingga kami tidak bisa mempertahankan harga. Selain itu untuk memasarkan lewat jaringan internet kami juga tidak menguasai. Jadi kita juga bingung gimana biar gak ketinggalan” (wawancara 11 November 2009, jam 14.15)

Bapak Pendi Haryono, selaku pembina teknis dari Direktorat Jenderal Industri Jakarta, memberikan penjelasan bahwa :

”Direktorat Jenderal Industri Jakarta mempunyai program-program untuk mengembangkan industri marmer dan onyx ini, antara lain yaitu : peningkatan SDM, bantuan strategi pemasaran, peningkatan teknologi dan diversifikasi produk. Yang mana dari program ini dapat membantu masalah-masalah yang dihadapi para pengrajin di Kec.Campurdarat, seperti misalnya keluhan mereka yang hanya bisa menunggu order dari showroom, agen atau pengusaha-pengusaha besar dan juga keterbatasan kemampuan mereka untuk akses internet” (wawancara 11 November 2009, jam 14.30)

Selain itu Bapak Pendi Haryono juga memberikan rekomendasi :

”bahwa pada intinya salah satu alternatif dari masalah ini adalah membentuk suatu lembaga / asosiasi untuk menampung, mengelola, mengkoordinir, mengakomodir dan membantu usaha para pengrajin marmer dan onyx di Tulungagung, agar dapat bersaing dipasaran. Salah satu kelemahan sentra industri di Indonesia yakni tidak kukuh dalam menetapkan harga dan tergiur oleh penetapan harga *buyer*, sehingga seolah-olah justru *buyer* yang menetapkan harga”

Kelembagaan harus dibangun untuk membantu para pengrajin marmer dan onyx dalam kelangsungan usahanya. Sehingga Pemerintah Kab.Tulungagung hendaknya memfasilitasi para pengrajin marmer dan onyx yang ada di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung, misalnya dengan membuka pintu-pintu pasar, memperluas jaringan diberbagai daerah pemasaran, menyediakan transportasi pengiriman dan sebagainya. Mengenai asosiasi / kelembagaan ini

dulu sudah pernah diadakan, akan tetapi gagal dan tidak berjalan lancar dikarenakan ada rasa kecurigaan dan beberapa konflik internal maupun eksternal.

Dalam diklat yang diselenggarakan 11 November 2009 lalu, direkomendasikan perlu untuk membentuk kelembagaan yang berbentuk Kelompok Usaha Bersama (KUB) yang lebih *profit oriented*. Lembaga ini perlu ditindak lanjuti dan didaftarkan ke Dinas Koperasi, sehingga keberadaannya pun legal karena sudah berbadan hukum. Salah satu keuntungan dari KUB ini, kalau ada pembinaan maka semua anggota bisa mengikuti pendidikan dan pelatihan. Selain itu para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung bisa mempunyai order pemasaran sendiri tanpa harus bergantung pada pengusaha-pengusaha besar, akan tetapi kemampuan dalam bernegosiasi harus baik sehingga diperlukan kemauan dan kerja keras dari para pengrajin sendiri agar mereka bisa keluar dari ketergantungan yang selama ini membelenggu mereka. Oleh karena itu Pemerintah Kab.Tulungagung juga harus menjembatani dan memfasilitasi agar lembaga yang telah dimusyawarahkan tersebut segera ditindak lanjuti dengan manajemen administrasi yang lebih baik dan legalitas yang diakui.

6. Perkembangan Industri Marmer dan Onyx, di lihat dari :

a. Jumlah Pengusaha Marmer dan Onyx

Jumlah pemilik usaha / pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung mengalami jumlah penurunan akibat krisis yang melanda Bangsa Indonesia tahun 1997 yang lalu, hal ini berdampak pada semakin banyaknya pengusaha marmer dan onyx yang gulung tikar karena tidak mampu menjalankan usahanya kembali. Pada waktu krisis tersebut, industri kerajinan marmer dan onyx kian terpuruk. Perusahaan yang masih memproduksi berbagai jenis dan model kerajinan berbahan baku marmer dan onyx inipun tinggal 30%. Semakin berkurangnya jumlah pengrajin marmer dan onyx tersebut dikarenakan ketiadaan modal, kesulitan pemasaran, minimnya SDM dan kenaikan harga bahan bakar hingga 58% juga ikut mendongkrak biaya operasional.

Hal ini juga dibenarkan oleh Bapak Hasan Bisri, Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung :

”memang dampak dari krisis global ini pasar kerajinan marmer dan onyx menjadi sepi, permintaan atau pesanan menurun drastis sehingga banyak pengrajin yang tidak mampu untuk meneruskan usahanya dan akhirnya gulung tikar” (Wawancara 9 Oktober 2009, jam 13.30)

Walaupun krisis moneter yang melanda Indonesia mengakibatkan jumlah pengrajin marmer dan onyx mengalami penurunan yang kemudian juga dilanda krisis global yang terjadi diseluruh negara didunia, akan tetapi hal yang menggembirakan mulai muncul di tahun 2003, dimana jumlah dari pengrajin marmer dan onyx mengalami peningkatan, walaupun peningkatan tersebut tidak signifikan tetapi sudah memperlihatkan gejala yang baik untuk terus mendorong perkembangan kerajinan marmer dan onyx ini. Seperti yang tertera pada tabel berikut :

Tabel : 6
Jumlah Industri Marmer dan Onyx
di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung
2002-2009

TAHUN	JUMLAH INDUSTRI KECIL
2002	209
2003	213
2004	218
2005	224
2006	231
2007	236

2008	242
2009	249

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung 2009

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung dari tahun 2002 hingga tahun 2009 memang terus mengalami peningkatan, akan tetapi jumlahnya sangat kecil yang apabila dipresentasikan peningkatan tersebut hanya sebesar 9,7 %. Padahal melihat potensi di daerah tersebut sangat memungkinkan untuk bisa meningkatkan jumlah industri marmer dengan angka yang lebih besar, akan tetapi karena adanya berbagai kendala dan permasalahan yang dihadapi maka belum bisa ditingkatkan secara signifikan.

Menurut Bapak Hasan Bisri Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung, sebagai berikut :

”Meskipun industri Marmer dan Onyx tidak sejaya seperti dahulu dan sempat mengalami penurunan akan tetapi pada tahun 2003 pertumbuhan yang baik dari jumlah industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat setiap tahunnya mengalami peningkatan walaupun memang peningkatannya tidak terlalu banyak, tapi ini sudah menjadi tahap awal yang bagus untuk perkembangan tahun-tahun selanjutnya” (wawancara 9 Oktober 2009, jam 13.45)

Dengan memperhatikan uraian perkembangan jumlah pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung yang saat ini mulai mengalami peningkatan, merupakan hal yang menggembirakan untuk kemajuan industri marmer dan onyx sehingga dapat kembali meraih masa kejayaannya. Oleh karena itu perlu didukung oleh semua pihak yang terkait, baik strategi dari pihak Pemerintah Kab.Tulungagung maupun upaya dari pihak pengrajin itu sendiri.

b. Jumlah penyerapan tenaga kerja dari industri marmer dan onyx

Saat ini jumlah pengangguran di Tulungagung semakin bertambah, karena lapangan pekerjaan yang ada tidak mampu mencukupi dan menampung tenaga kerja yang ada. Jumlah penduduk Tulungagung yang dari tahun ke tahun kadin bertambah menuntut penyediaan lapangan pekerjaan yang seimbang dengan jumlah tenaga kerja yang ada. Dalam Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) disebutkan bahwa tujuan dari pembinaan dan pengembangan Industri kecil adalah untuk memperluas kesempatan kerja sehingga dapat menyerap tenaga kerja yang lebih banyak dan mengurangi tingkat pengangguran. Oleh karena itu dengan adanya industri marmer dan onyx ini seharusnya dapat memecahkan masalah pengangguran dan membantu Pemerintah Daerah Kabupaten Tulungagung untuk meningkatkan perekonomian daerahnya.

Menurut Bapak Hasan Bisri, Kepala seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, sebagai berikut :

”meskipun belum bisa mengatasi masalah pengangguran secara keseluruhan, akan tetapi industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung tetap sangat berperan dalam menyerap tenaga kerja terutama bagi masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah, karena di Kec.Campurdarat banyak yang tidak mengenyam pendidikan tinggi sehingga dengan adanya industri marmer dan onyx sangat banyak membantu menyediakan lapangan kerja. Oleh karena itu pengembangan industri marmer& onyx ini harus terus diupayakan” (wawancara 18 Oktober 2009, jam 12.10)

Seperti yang dikatakan Bapak Suyani, pemilik usaha marmer dan onyx di Desa Gamping, sebagai berikut :

”saya memiliki tenaga kerja yang berjumlah 20-25 orang yang rata-rata memiliki tingkat pendidikan SD, SMP dan yang paling tinggi SMA. Dan para pekerja saya hanya berasal dari daerah Campurdarat. Dengan sistem kerja borongan”(wawancara 3 November 2009, jam 11.00)

Bapak Hasan Bisri, Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung juga mengatakan :

”dari data Disperindag Tulungagung jumlah industri marmer dan onyx tercatat mengalami kenaikan walaupun hanya sedikit, akan tetapi hal tersebut tidak terlalu berpengaruh banyak untuk penyerapan tenaga kerja, yang terjadi malah sebaliknya dari tahun 2002 sampai 2009 terus mengalami penurunan” (wawancara 19 Oktober 2009, jam 11.10)

Dari data yang diperoleh penulis dilapangan, jumlah penyerapan tenaga kerja dari industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung dari tahun 2002 hingga tahun 2009 terus mengalami penurunan, hal ini berbanding terbalik dengan jumlah pengrajin marmer dan onyx yang terus mengalami peningkatan tiap tahunnya.

Tabel : 7
Jumlah Penyerapan Tenaga Kerja
Industri Marmer dan Onyx
2002-2009

TAHUN	JUMLAH PENYERAPAN TENAGA KERJA
2002	10.533
2003	10.542
2004	10.517
2005	10.510
2006	10.491
2007	10.466
2008	10.455
2009	10.437

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung 2009

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah penyerapan tenaga kerja dari tahun 2002 hingga tahun 2009 mengalami penurunan, tidak seperti jumlah pengrajin yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Apabila di presentase penurunan jumlah penyerapan tenaga kerja sebesar 0,47 %. Jadi pertambahan jumlah industri kecil marmer dan onyx tiap tahunnya ternyata tidak diimbangi dengan jumlah penyerapan tenaga kerja.

Hal ini disebabkan oleh karena beberapa pemilik usaha banyak yang mengurangi jumlah pekerja karena permintaan pasar yang sedang sepi. Jadi kembali lagi pada masalah pemasaran produk kerajinan marmer dan onyx. Sehingga diperlukan Strategi khusus untuk pemasaran industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung ini.

Ini seperti yang diungkapkan oleh Bapak Karyadi, pemilik usaha marmer dan onyx di Desa Gamping Kec.Campurdarat :

”dulu tenaga kerja saya mencapai 25 orang, namun sekarang dengan terpaksa saya harus menguranginya hingga hanya 10 orang saja yang tersisa. karena permintaan pasar dan order marmer dan onyx lagi sepi mbak” (wawancara 3 Oktober 2009, jam 14.30)

Melihat adanya ketidak seimbangan antara meningkatnya jumlah industri marmer dan onyx dengan semakin menurunnya jumlah penyerapan tenaga kerja dalam tabel diatas, seharusnya ini tidak boleh terjadi dan patut untuk disayangkan karena untuk saat ini jumlah pengrajin marmer dan onyx kian tahun kian mengalami peningkatan. Hal tersebut seharusnya dapat mengurangi tingkat pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan dan penyerapan tenaga kerja melalui usaha industri marmer dan onyx tersebut, terutama bagi masyarakat di sekitar Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung. Hal ini terjadi karena diakibatkan oleh semakin menurunnya permintaan / pesanan akan kerajinan marmer dan onyx sehingga banyak dari pemilik usaha marmer dan onyx yang terpaksa merumahkan

karyawannya dan akhirnya para karyawan tersebut banyak yang mencari peruntungan untuk bekerja ke luar negeri.

c. Diversifikasi Produk

Kelesuan yang terjadi pada industri marmer dan onyx di Tulungagung ini haruslah dijawab sebagai sebuah tantangan. Sehingga dengan terjadinya kelesuan tersebut kita tidak boleh menyerah dengan keadaan ini dan menjadi pasif. Justru kita dituntut untuk lebih meningkatkan kreativitas, inisiatif dan inovatif untuk mengembangkan usaha industri marmer dan onyx tersebut. Perlu adanya terobosan-terobosan baru dalam meraih kembali jaman keemasannya, meskipun berada ditengah kondisi perekonomian Indonesia yang belum stabil.

Oleh karena itu Bupati Tulungagung Ir.Heru Tjahjono, MM menghimbau perlu dilakukan diversifikasi produk. Dengan harapan produk marmer dan onyx ini dapat melayani permintaan pasar konsumen terlebih lagi konsumen mancanegara melalui pasar ekspor. Salah satu terobosan, Bupati Heru Tjahjono, MM meminta para pengrajin marmer untuk mendesain produknya secara lebih variatif. Kemampuan untuk melakukan improvisasi harus terus digali dan untuk membangun kemandirian kita tidak boleh bersikap semata-mata hanya menunggu instruksi ataupun bantuan dalam menyasiasi tantangan yang menghambat pelaksanaan pembangunan industri kecil dan kerajinan.

Demikian pula yang dikatakan oleh Bapak Marzuki Ars, Kepala Bidang Industri Kimia dan Agro, pada DISPERINDAG Tulungagung

“Bapak Bupati Tulungagung sangat mengutamakan *home industry*, karena beliau menyadari bahwa Kab.Tulungagung ini sangat berpotensi di sektor industri, perdagangan, dan sumber dayanya. Beliau juga sudah merencanakan untuk menyediakan tempat di beberapa daerah pemasaran / membuka jaringan di Bali, Yogyakarta, Jakarta dsb. Jadi ini bisa difasilitasi oleh Pemerintah Daerah” (wawancara 11 November 2009, jam 11.30)

Hal ini dibenarkan oleh Bapak Hasan Bisri, Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, sebagai berikut :

”untuk lebih mengembangkan usaha marmer dan onyx di Tulungagung ini memang perlu adanya diversifikasi produk seperti yang dihimbau oleh Bapak Bupati Heru Tjahjono, MM. Selain itu masalah diversifikasi produk termuat dalam program Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK). Oleh karena itu Strategi dari Pemerintah Daerah Tulungagung dengan cara mengadakan diklat-diklat agar para pengrajin dapat terbuka inovasi dan kreativitasnya untuk menciptakan desain produk yang lebih variatif sehingga dapat diterima pasar lokal maupun mancanegara” (wawancara 17 Oktober 2009, jam 09.00)

Dengan adanya strategi dari Pemerintah Kab.Tulungagung berupa RIPPIK (Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan) merupakan alat untuk menyatukan gerak langkah pembinaan industri kecil agar mencapai hail yang maksimal. Dengan melihat persaingan pasar yang begitu hebat, diversifikasi produk memang sangat diperlukan agar konsumen tidak bosan dengan model-model yang ada. Jadi para pengrajin sendiri juga harus mengerahkan tenaganya untuk mulai menciptakan barang-barang / kerajinan dengan model-model baru atau diberi pewarnaan yang berbeda atau mungkin belum pernah ada sebelumnya. Akan lebih baiknya kalau disediakan kerajinan khusus untuk selera wisatawan / pengunjung yang berupa souvenir-souvenir cantik, dan ada pula yang khusus untuk selera *buyer* / pengusaha besar yang biasanya lebih mahal. Sehingga tidak ada peluang pasar yang lolos dari sini.

Seperti yang disampaikan oleh Bapak Joko, Pembina Teknis diklat dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi

”bahwasannya para pengrajin marmer dan onyx ini harus berani berinovasi untuk menciptakan produk-produk baru, tidak terus ikut-ikutan dengan model yang sudah banyak diproduksi didaerah tersebut. Jangan terlebih dulu merasa takut bahwa barang tersebut tidak laku dipasaran sebelum kita mencobanya. Misalnya saja mereka bisa membuat souvenir yang dirasa sesuai dengan selera wisatawan yang berkunjung, kemudian adapula yang membuat kerajinan yang lebih besar dan berat yang biasanya di order oleh *buyer* yang masuk kedaerah Campurdarat tersebut. Jadi semua selera pasar sudah tersedia dari selera A sampai Z. Sehingga tidak ada peluang pasar yang lolos dari sini” (wawancara 11 November 2009, jam 11.15)

Terkadang kelemahan produk negara kita dengan produk negara lain adalah masalah desain yang kurang menarik dan variatif oleh karena itu produk dalam negeri sulit dapat bersaing secara Global. Namun untuk membuat desain baru dan dapat diterima oleh pasar memang bukan pilihan dan hal yang mudah. Memang biasanya hampir seluruh pengrajin tidak membuat desain sendiri, melainkan mengikuti permintaan dari *buyer* atau pembeli dan apa yang sedang digemari pasar barulah pengrajin membuatnya. Hal tersebut dikarenakan mereka khawatir desain yang mereka buat sendiri itu tidak disukai oleh konsumen dan kemudian tidak laku. Jadi keberanian mereka dalam berinovasi memang sangat kurang, yang seharusnya itu tidak boleh terjadi. Karena kalau seterusnya demikian mereka tidak akan bisa berkembang. Hal ini dapat ditinjau dari tabel perkembangan desain produk marmer dan onyx yang menunjukkan kelemahan desain produk marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung :

Tabel : 8
Perkembangan Desain Produk Marmer dan Onyx
Di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung
Tahun 1998 – 2009

No	TAHUN	DESAIN PRODUK BARU
1.	1998	Keramik, meja, asbak, Vendel, Rak
2.	1999	Hiasan Buah-Buahan, Patung Kuda, Sapi
3.	2000	Batu Nisan, Lampu Hias, Guci, Vas Bunga
4.	2001	Tidak ada Desain Produk baru
5.	2002	Tidak ada Desain Produk baru
6.	2003	Tasbih, Papan Catur, Tolet Rias
7.	2004	Tidak ada Desain Produk baru
8.	2005	Washtafel, Hiasan air mancur, Patung Naga
9.	2006	Tidak ada Desai produk baru

10.	2007	Bak mandi, Patung-patung besar
11.	2008	Tidak ada Desain Produk baru
12.	2009	Tidak ada desain produk baru

Sumber : Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung 2009

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa perkembangan desain produk marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung masih tergolong lambat, karena munculnya desain-desain baru tersebut dalam jangka waktu yang relatif lama bahkan terkadang sampai dua tahun tidak ada yang menciptakan desain baru apapun. Sehingga produk-produk yang dijual adalah tetap dari model tahun-tahun sebelumnya. Hal demikian yang menyebabkan industri marmer dan onyx sulit berkembang, karena kurangnya *responsivitas*, inovasi dan kreativitas dari para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung. Sehingga desain produk dari tahun ke tahun tetap karena mereka hanya menunggu pesanan produk seperti apa yang diminati oleh *buyer* ataupun pasar konsumen. Padahal sudah saatnya mereka berinovasi dengan ide-ide baru dan kreativitas yang terus digali agar usaha mereka lebih berkembang.

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Supeni, pemilik usaha marmer dan onyx di desa Gamping Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung :

”selama ini kita sebagai pengrajin memang hanya mengikuti permintaan pasar, produk seperti apa yang sedang digemari barulah kita membuatnya. Kalau untuk dapat menciptakan desain produk yang baru memang agak susah. Selain harus menciptakan model sendiri, kami juga takut barang tersebut tidak akan laku dipasaran sehingga kami enggan untuk menciptakan desain-desain baru”(wawancara 11 November 2009, jam 09.00)

Bapak Nasrudin juga membenarkan pernyataan dari Bapak Supeni :

”karena kalau kita membuat desain baru kita sangat ragu apakah konsumen atau *buyer* berminat dengan produk baru kita itu. Jadi kita sendiri enggan untuk membuat produk baru ya karena itu, belum pasti terjualnya produk baru kita itu. Tapi kalau kita membuat produk berdasarkan permintaan pasar atau pesanan dari *buyer*, kita tidak perlu lama menunggu produk tersebut kapan terjual karena langsung dari permintaan *buyer*. Akan tetapi kendalanya selama ini kita hanya sebagai penjual jasa. (wawancara 11 November 2009, jam 09.15)

Hal yang sama juga dikatakan oleh Bapak Purnomo, pemilik industri marmer dan onyx yang ada di desa Gamping Kecamatan Campurdarat :

”kalau disuruh membuat desain baru ya susah, kita hanya mengikuti selera pasar dan pesanan. Untuk saat ini yang lagi rame adalah bak mandi, washtafel, hiasan air mancur, naga api, patung-patung besar serta beberapa souvenir kerajinan onyx yang dikirim hingga keluar negeri seperti Korea dan Amerika Serikat”(wawancara 11 November 2009, jam 10.00)

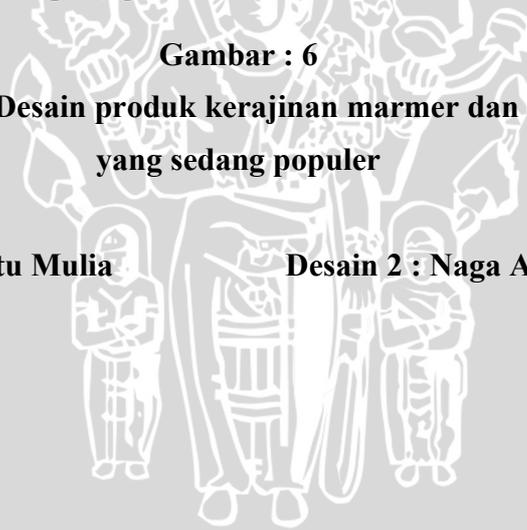
Para pengrajin marmer dan onyx apabila diharuskan untuk membuat desain produk yang baru mereka memang agak kesulitan karena mengingat kemampuan mereka yang sangat terbatas untuk menciptakan desain-desain yang lebih bagus dan berdaya saing tinggi. Sehingga yang terjadi selama ini para pengrajin hanya mengikuti pesanan dari *buyer* dan produk seperti apa yang sedang diminati oleh konsumen. Produk-produk kerajinan yang sedang diminati saat ini antara lain, seperti pada gambar berikut ini :

Gambar : 6

Contoh Desain produk kerajinan marmer dan onyx yang sedang populer

Desain 1 : Patung Batu Mulia

Desain 2 : Naga Api





Desain 3 : Hiasan Air Mancur

Desain 4 : Tempat Accesoris



d. Fokus pada Produk Unggulan

Penelitian dan pengembangan dalam kewirausahaan merupakan strategi utama, karena bersangkutan dengan kreativitas dan inovasi. Didalamnya mencakup penelitian dan pengembangan produk, harga, tempat dan promosi.

Wirausaha berkembang dan berhasil justru karena memiliki kemampuan penelitian dan pengembangan yang memadai sehingga tercipta barang-barang yang bernilai dan unggul di pasaran. Oleh karena itu pengrajin marmer dan onyx yang ada di Kec.Campurdarat Tulungagung ini seharusnya juga berorientasi pada Strategi konsentrasi dengan mengutamakan produk unggulan dan mengarahkan sumberdaya perusahaan pada pertumbuhan yang menguntungkan dari suatu produk tunggal, pasar tunggal dan teknologi tunggal. Seperti yang dikatakan oleh Imam Hardjanto dalam bukunya *Entrepreneurship* (2009, h:46-47) :

”Strategi fokus atau *focus strategy* adalah strategi yang memusatkan perhatian pemasaran pada kelompok pembeli, pangsa, jajaran produk atau pasar geografis tertentu. Dengan demikian perusahaan dapat melayani target strateginya yang sempit atau terfokus, secara lebih efisien jika dibanding dengan pesaing yang bersaing dengan jajaran produk yang luas”

Dengan demikian para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung perlu untuk menerapkan *Focus Strategy*. Dimana dalam strategi fokus ini pengusaha/pengrajin marmer dan onyx dituntut untuk berusaha mencari keunggulan dalam segmen sasaran pasar tertentu, meskipun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan. Misalnya dengan memproduksi salah satu jenis produk unggulan seperti bak mandi / hiasan air mancur saja, kemudian diolah dengan sedemikian rupa dengan menggunakan bahan baku tunggal, alat/teknologi tunggal dan sebagainya sehingga terfokus pada satu produk unggulan serta lebih efisien.

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Purnomo pemilik usaha marmer dan onyx di Desa Gamping, Campurdarat, Tulungagung, terdapat beberapa desain produk unggulan kerajinan marmer dan onyx yang sedang populer dan banyak diminati pasar lokal serta mancanegara, seperti bak mandi dan patung-patung besar dari batu marmer dan onyx (Patung Kuda, Sapi, Ular Naga), hiasan air mancur, souvenir, kotak/tempat aksesoris lain yang terbuat dari batu onyx.

e. Jangkauan Pemasaran Hasil Usaha

Pemasaran merupakan tujuan akhir setelah suatu barang selesai diproduksi. Masalah pemasaran yang cukup dirasakan oleh industri kerajinan marmer dan onyx adalah permasalahan terhadap jangkauan pemasaran yang

masih sangat terbatas dan persaingan pasar dengan sesama industri kecil maupun dengan pengusaha besar. Selain itu pengrajin tidak pernah memperoleh informasi pasar. Sehingga selama ini jangkauan wilayah pemasaran tetap menjadi kendala utama bagi pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat, apalagi kondisi perekonomian yang belum begitu stabil mengakibatkan pemasaran mengalami penurunan. Kebanyakan dari pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung belum mampu untuk memasarkan sendiri hasil produksinya, karena mereka hanya menjual jasa dan dalam pemasarannya melalui perantara pengepul / pengusaha besar. Hal itu menyebabkan kurangnya jaringan pemasaran di berbagai wilayah, sehingga para pengrajin di Kec.Campurdarat ini tidak dapat menguasai jangkauan pasar yang seluas-luasnya sehingga berdampak besar terhadap kelangsungan usahanya. Ini dikarenakan kemampuan / SDM para pengrajin yang masih kurang baik dalam hal kemampuan penguasaan teknologi sehingga kurang informasi, maupun dalam kemampuan bernegosiasi dengan pembeli untuk menguasai pasar dan mendapatkan kepercayaan.

Seperti yang dikatakan Bapak Agung, pemilik usaha marmer dan onyx yang ada di Desa Gamping Campurdarat, Kab.Tulungagung.

”saya selalu mengalami kesulitan dalam memasarkan produk marmer dan onyx saya ini, karena jaringan yang terbatas untuk saat ini saya hanya bisa memasarkan kepada agen atau showroom besar, kemudian dari situ saya mendapatkan pesanan. Hingga saat ini yang rutin meminta pesanan adalah dari Yogyakarta dan Bali yang nantinya di ekspor ke mancanegara seperti Amerika Serikat dan Korea” (wawancara 11 November 2009, jam 13.05)

Bapak Joko, selaku pembina teknis dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi, memberikan usul.

“untuk mengatasi masalah pemasaran ini, saya rasa perlu dirintis kembali pembentukan kelompok usaha bersama yang dulu pernah ada, kelompok ini berbentuk lembaga yang terdiri dari 10-20 orang. Tujuannya agar bisa bekerja secara maksimal dan diharapkan timbul kepercayaan dari *buyer* terhadap kelompok tersebut, bukan pada pengrajin perseorangan” (wawancara 11 November 2009, jam 13.15)

Seperti halnya yang dikatakan Pak Agung, pemilik usaha marmer dan onyx di Desa Gamping Campurdarat Kab.Tulungagung :

”kalau hanya mengandalkan dari pasar lokal saja para pengusaha kerajinan marmer sulit untuk bertahan. Karena biasanya pasar domestik itu hanya membeli produk untuk sekali sepanjang masa, apalagi untuk sekarang ini orang-orang lebih mengutamakan untuk kebutuhan pokok yang lebih utama. Oleh karena itu sebagai pemilik usaha marmer dan onyx harus menerapkan sistem pemasaran jempot bola. Artinya sebagai produsen jangan hanya menunggu order atau pembeli di Tulungagung, tetapi harus gencar mencari pasar dan memperluas jaringan, terutama ke daerah wisata yang banyak dikunjungi turis-turis asing” (wawancara 11 November 2009, jam 13.20)

Dari data yang diperoleh penulis dilapangan, salah satu faktor sulitnya pemasaran ini dikarenakan para pengrajin didalam menentukan harga produk kerajinannya, kebanyakan belum memperhatikan faktor-faktor biaya produksi / *Production Cost*. Jangkauan pemasaran produk marmer dan onyx ini digambarkan sebagai berikut :

Tabel : 9
Presentase Jangkauan Pemasaran
Produk Marmer dan Onyx

No	Jangkauan Pemasaran Produk	Presentase
1.	Desa	29,41 %
2.	Luar Desa	41,17 %
3.	Luar Kota	35,29 %
4.	Luar Pulau	5,88 %
5.	Eksport	5,88 %

Sumber : Rencana Induk Pembinaan dan Pengembang Industri Kecil Kabupaten Tulungagung 2001-2010

Dengan melihat kondisi sulitnya memasarkan produk kerajinan marmer dan onyx para pengrajin haruslah pandai-pandai untuk mencari pangsa

pasar yang lebih menjanjikan untuk memasarkan produk mereka dan para pengrajin haruslah lebih peka terhadap informasi-informasi seperti informasi tentang even pameran sehingga para pengrajin menjadi lebih mandiri dan tidak hanya menunggu bantuan dari Pemerintah Kab.Tulungagung dalam hal pemasaran produk mereka. Dalam acara diklat yang diikuti oleh 20-30 orang pengrajin ini, terbuka lebar kesempatan bagi mereka untuk berkeluh kesah tentang kelangsungan usaha mereka.

Dalam permasalahan pemasaran ini benang merahnya adalah membuat kelompok usaha bersama (KUB) atau lembaga / asosiasi yang lebih *profit oriented* sebagai wadah bagi pengrajin-pengrajin kecil agar lebih kuat dalam menghadapi persaingan pasar. Jadi lembaga tersebut bertugas untuk memasarkan dan mencari order untuk para pengrajin dan segala bentuk kegiatan yang menunjang pengembangan perusahaan. Yang mana lembaga ini langsung direalisasikan oleh pemerintah Kabupaten Tulungagung beberapa hari setelah diadakannya diklat tersebut. Lembaga atau KUB ini diberi nama MANUNGGAL SUKSES, yang terdiri dari sekitar 20 orang kumpulan pengrajin, yang pada awalnya modal pembentukan KUB ini berasal dari investasi dari masing-masing anggota. Ini merupakan salah satu wujud dari strategi pemerintah yang sangat berperan dalam memfasilitasi para pengrajin marmer dan onyx di Kabupaten Tulungagung untuk mengembangkan industri marmer dan onyx di Kecamatan Campurdarat. Oleh karena itu KUB MANUNGGAL SUKSES ini harus dirintis dan dibangkitkan kembali dengan manajemen dan administrasi yang lebih baik dan profesional.

f. Omzet dan Keuntungan / Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdatar Kab.Tulungagung beserta buruh yang mengerjakannya tergantung pada tingkat pemasaran kerajinan marmer dan onyx. Sehingga sulitnya pemasaran produk yang selama ini dialami oleh para pengrajin sangat berpengaruh besar terhadap pendapatan mereka. Oleh karena itu para pemilik usaha marmer dan onyx haruslah pandai-pandai untuk mencari pangsa pasar yang menjanjikan dan jaringan yang seluas-luasnya agar pemasukan tetap ada. Selain itu juga harus didukung oleh upaya dari Pemerintah Kab.Tulungagung untuk mengembangkan industri marmer dan onyx ini.

Seperti yang dikatakan Bapak Yonni, pemilik usaha marmer dan onyx di Desa Gamping Kec.Campurdatar :

”kalau dibandingkan dengan sebelum krisis dulu pendapatan saya memang sangat jauh menurun, akan tetapi ya alqamdzulillah usaha marmer dan onyx saya masih tetap dapat berjalan. Kalau untuk pendapatan tiap bulannya tidak bisa dipastikan, ya kira-kira omzet tiap bulannya kurang lebih 20-30 jutaan. Terkadang juga hanya mendapatkan 5-10 jutaan karena pada waktu itu permintaan benar-benar lagi sepi. Usaha wiraswasta seperti saya kan sulit untuk memastikan pendapatan tiap bulannya, kalau permintaan lagi sepi ya pendapatan saya menurun sedangkan kalau permintaan lagi ramai ya pendapatan saya bisa meningkat. Tetapi agar pendapatan saya tidak minus ya saya sendiri juga harus pandai-pandai mencari jaringan pemasaran yang lebih luas” (wawancara 4 Oktober 2009, jam 15.00)

Sepinya permintaan akan kerajinan marmer dan onyx tidak hanya menjadi situasi yang sulit bagi pemilik usaha saja melainkan juga bagi buruh yang bekerja, karena apabila ada pesanan dia akan tetap bekerja dan mendapatkan gaji sedangkan kalau tidak ada pesanan mereka akan kembali untuk bertani. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Agus, buruh yang bekerja pada Bapak Yonni.

”kalau pas lagi ada pesanan ya lumayan, saya bisa tetap dapat bekerja karena sistem kerja disini adalah sistem borongan jadi kalau pesanan lagi rame ya hasil yang saya dapat juga lumayan besar. Kalau pesanan lagi rame dalam 1 bulan bisa dapat 3 juta dalam satu kelompok yang terdiri dari 2 orang. Apabila tidak ada pesanan sama sekali saya berhenti bekerja dan dari pada nganggur biasanya saya bertani disawah” (wawancara 4 Oktober 2009, jam 15.30)

Bapak Yonni, salah satu pemilik usaha marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung menjelaskan :

”Biasanya pemesanan dari pengusaha pembayarannya dengan menggunakan cek, yang mana biasanya 1 bulan baru bisa cair. Sehingga untuk modal membuat kerajinan tersebut, seperti bahan bakar mesin, bahan baku dsb itu, terlebih dulu kami harus melakukan pinjaman berbunga. Jadi hutang semakin menumpuk dikarenakan pencairan dana dari pesanan tersebut tidak lancar” (wawancara 11 November 2009, jam 13.45)

Bapak Joko, selaku pembina teknis dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi, dalam kesempatan diklat menyampaikan :

”jadi pada intinya terdapat sistem berlapis, lapis pertama adalah *buyer*, yang kedua Pengusaha/pengepul, kemudian pengrajin marmer dan onyx menjadi lapis terakhir. Posisi para pengrajin disini menimbulkan ketergantungan mereka terhadap lapisan-lapisan di atasnya yang menyebabkan mereka tidak bisa mandiri. Sehingga mereka harus bisa keluar dari ketergantungan ini, karena kalau tetap seperti ini mereka tidak akan bisa berkembang. Dalam hal ini perlu bantuan dari pemerintah agar mereka bisa memiliki jaringan pemasaran sendiri tanpa harus bergantung pada permainan harga dari pengepul serta mendapat kepercayaan dari *buyer* untuk menerima order langsung tanpa perantara”(wawancara 11 Oktober 2009, jam 14.10)

Dengan melihat kondisi sepihnya permintaan akan kerajinan marmer dan onyx tidak hanya berpengaruh terhadap pemilik usaha saja melainkan juga para buruh yang bekerja karena mereka bekerja bergantung pada pesanan yang ada. Dengan sepihnya permintaan berarti secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap pendapatan yang diperoleh. Diketahui apabila tidak ada borongan para buruh tersebut tidak bekerja dan hanya bekerja disawah untuk bertani, jadi para buruh tersebut sangat bergantung pada pekerjaan untuk membuat kerajinan marmer dan onyx. Untuk itu agar pendapatan tetap ada sebagai pemilik usaha harus pandai-pandai untuk mencari pangsa pasar yang menjanjikan dengan begitu diharapkan akan ada permintaan / pesanan kerajinan marmer dan onyx.

g. Modal Usaha

Kendala yang selalu dialami oleh UKM adalah keterbatasannya modal untuk menjalankan tugas mereka, begitu juga yang dialami oleh pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung, dimana modal tetap menjadi kendala bagi mereka. Modal merupakan faktor terpenting dalam menjalankan usaha mereka. Sebagian besar dari pengrajin marmer dan onyx banyak yang menggunakan modal sendiri untuk menjalankan usaha mereka. Hal tersebut dikarenakan program kredit usaha yang disediakan oleh Pemerintah tidak dimanfaatkan sepenuhnya oleh para pengrajin dengan alasan proses pengajuan yang sulit dan selain itu juga karena masalah pinjaman / agunan yang disyaratkan.

Seperti yang dikatakan Bapak Suyani, pemilik usaha marmer dan onyx di Desa Gamping Campurdarat Kab.Tulungagung :

”masalah yang hingga saat ini saya alami adalah masalah dalam hal modal, karena modal yang digunakan adalah modal yang berasal dari modal pribadi sehingga sangat terbatas jadi usaha sulit untuk berkembang. Untuk saat ini usaha marmer yang tidak dapat dipastikan dan mengalami naik turun juga menyebabkan saya enggan untuk mengajukan kredit pada pihak perbankan karena dikawatirkan tidak dapat mengembalikan kredit usaha tersebut apalagi untuk mengajukan kredit persyaratannya ribet” (wawancara 3 Oktober 2009, jam 11.00)

Salah satu Strategi untuk menangani masalah keterbatasan modal yang dialami oleh pengrajin di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung ini, Pemerintah Daerah telah berupaya dengan memfasilitasi pengrajin yang akan melakukan pinjaman kepada pihak bank, dan untuk dapat melakukan pinjaman pengrajin harus memiliki Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Namun pengrajin marmer dan onyx belum sepenuhnya memanfaatkan fasilitas yang diberikan.

Dengan melihat keengganan dari pengrajin untuk menggunakan fasilitas yang diberikan oleh Pemerintah Daerah Kab.Tulungagung, sepertinya modal akan tetap menjadi masalah bagi pengrajin marmer dan onyx di Campurdarat Kab.Tulungagung. Banyak pengrajin yang khawatir untuk tidak dapat membayar cicilan kredit usaha dikarenakan usaha yang tidak dapat dipastikan.

7. Faktor-faktor Pemerintah Kabupaten Tulungagung untuk mengembangkan industri marmer dan Onyx :

Adapun faktor-faktor yang menjadi pendukung dan penghambat dalam melakukan Strategi pengembangan industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung adalah sebagai berikut :

a. Faktor Pendukung

Era otonomi daerah yang memberikan kewenangan kepada daerah untuk mengurus dan mengatur kepentingan masyarakatnya atas prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti yang tertuang dalam Undang-Undang Otonomi Daerah no 32 tahun 2004 yang dijelaskan bahwa segala urusan yang berhubungan dengan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah adalah menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan berdasarkan tugas otonom dan pembantuan. Dalam hal pengembangan industri kecil ini termasuk menjadi salah satu tugas Pemerintah Daerah yang terdapat pada pasal 14 UU No 32 tahun 2004 yaitu pada ayat 1 disebutkan bahwa Kabupaten atau Kota memiliki urusan wajib yaitu memfasilitasi pengembangan Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah sebagai upaya untuk penanggulangan sosial.

Era otonomi Daerah bukan merupakan ancaman bagi upaya pengembangan industri dan perdagangan, namun sebaliknya justru memberikan kesempatan dan dukungan bagi pengembangan perindustrian dan perdagangan. Dengan kewenangan yang dimiliki daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakatnya, maka terbuka kesempatan untuk mengembangkan perindustrian dan perdagangan secara optimal di daerahnya. Oleh karena itu peran serta dari pemerintah daerah dalam membina dan mengembangkan industri kecil sangatlah diperlukan agar usaha industri kecil ini dapat berkembang lebih pesat. Karena untuk menghadapi era pasar bebas, kebijakan Otonomi Daerah harus mampu meningkatkan daya saing pelaku ekonomi nasional dan daerah. Dengan adanya otonomi daerah, berarti hal ini merupakan tugas dari Pemerintah Kab.Tulungagung untuk mampu menciptakan perekonomian di Tulungagung menjadi lebih baik, yang dalam hal ini memajukan industri marmer dan onyx

yang menjadi primadona bagi Kab.Tulungagung yang memiliki prospek cukup menjanjikan untuk terus dapat dikembangkan.

Sejalan dengan adanya kebijakan otonomi daerah tersebut, maka untuk dapat mengembangkan industri kecil dan kerajinan termasuk pula industri menengah, pemerintah Kab.Tulungagung menyusun suatu kebijakan yang merupakan hasil kerjasama dari BAPPEDA (Badan Perencanaan dan Pengembangan Daerah) dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung untuk menunjang pengembangan industri tersebut.

Hal ini seperti yang dikatakan oleh Bapak Hasan Bisri, Kepala Seksi Industri Kimia pada Disperindag Kab.Tulungagung :

”bahwa untuk menunjang strategi dari pemerintah Kab.Tulungagung, untuk mengembangkan industri kecil&kerajinan telah disusun Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) untuk kurun waktu 10 tahun, mulai tahun 2001 - 2010. Dalam pembuatan kebijaksanaan tersebut merupakan hasil kerjasama dari BAPPEDA dan DISPERINDAG Kab.Tulungagung. namun tidak semua kebijakan tersebut sesuai dengan semua jenis industri di Tulungagung, karena tiap industri memiliki karakter dan permasalahan yang berbeda pula”(wawancara 3 Oktober 2009, jam 09.00)

Dengan disusunnya suatu kebijakan yang disebut dengan RIPPIK, berarti pemerintah telah memiliki Strategi untuk mengembangkan industri kecil dan kerajinan di Kab.Tulungagung walupun kebijakan tersebut bersifat umum untuk semua jenis industri dan kerajinan yang ada di Kab.Tulungagung. Adapun Maksud, Tujuan, Sasaran dan Fungsi dari RIPPIK (Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan) adalah sebagai berikut :

1. Maksud

RIPPIK dimaksudkan sebagai pedoman yang mengikat Pemerintah dan masyarakat dalam rangka pengembangan industri Kab.Tulungagung yang menitikberatkan pada :

- a. Penempatan industri kecil dan kerajinan sebagai potensi ekonomi yang mampu memberdayakan masyarakat
- b. Penempatan industri kecil dan kerajinan untuk mampu berperan sebagai basis mencapai kemandirian pembangunan ekonomi

- c. Potensi Daerah (SDM dan SDA yang tersedia lebih ditingkatkan)
- d. Penggunaan teknologi tepat guna berangsur-angsur ke canggih.

2. Tujuan

RIPPIK bertujuan untuk menyusun pedoman dan arahan pengembangan industri kecil di Kab.Tulungagung yang disusun dalam rangka pembangunan jangka menengah dan jangka panjang yang berwawasan lingkungan.

3. Sasaran

Sasaran RIPPIK adalah untuk memberi arah pembinaan dan pengembangan industri kecil dan kerajinan yang terdiri dari :

- a. Peningkatan pemasaran baik pasar umum maupun pasar ekspor ;
- b. Peningkatan teknologi, proses produksi yang memungkinkan dicapainya mutu produksi yang tinggi ;
- c. Peningkatan sarana dan prasarana usaha untuk mendorong berfungsinya sentra industri kecil dan kerajinan Daerah pedesaan ;
- d. Peningkatan efisiensi melalui ketrampilan, organisasi dan manajemen serta semangat kewiraswastaan ;
- e. Peningkatan peranan koperasi dalam pengembangan industri kecil ;
- f. Peningkatan keterkaitan antara industri kecil dan kerajinan dengan industri besar/sedang serta dengan sektor-sektor ekonomi lainnya ;
- g. Peningkatan swadaya masyarakat, melalui peningkatan usaha gotong royong dan pemantapan kemampuan permodalan ;

4. Fungsi, RIPPIK berfungsi sebagai :

- a. Penyusun rencana pembangunan industri daerah ;
- b. Pengkoordinasian instansi-instansi pemerintah, lembaga-lembaga yang menangani pengembangan industri serta masyarakat ;
- c. Pensinkronisasian program kerja antar instansi, lembaga dan masyarakat untuk menghindari kegagalan pengembangan industri.

b. Faktor Penghambat

Strategi Pengembangan industri marmer dan onyx yang dilakukan oleh Pemerintah Kab.Tulungagung, dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung menemui faktor-faktor penghambat yang bersifat internal. Kendala yang dihadapi berkaitan dengan masalah Pembina Teknis Sumber Daya Manusia yang ada di Disperindag itu sendiri. Untuk mendukung pengembangan industri marmer dan onyx di Tulungagung ini, maka keberadaan pembina teknis perlu dibahas secara mendalam karena pembina teknis adalah potensi SDM yang perlu ditingkatkan perannya. Hambatan yang dialami selama ini adalah :

1. Jumlah dan kualitas pembina teknis yang ada tidak seperti yang diharapkan / kurang. Pembina Teknis harus memiliki kemampuan yang lebih jika dibandingkan dengan pengrajin, dan seharusnya mereka benar-benar menguasai secara teknis tentang industri marmer dan onyx, sehingga bisa memberikan kontribusi yang lebih bermanfaat bagi kemajuan usaha marmer dan onyx. Selain itu kemampuan dari pembina teknis haruslah ditunjang dengan latar belakang dan pengetahuan, pendidikan dan pengalaman yang berkaitan dengan komoditi yang dibina.
2. Pembina Teknis yang ada belum di daya gunakan secara maksimal.
3. Tidak adanya kesesuaian antara penawaran (*Supply*) dan permintaan (*Demand*) akan pembina teknis pada tingkat ketrampilan yang ada.
4. Tidak adanya penataan dalam organisasi yang jelas dalam struktur Dinas.

Hal ini seperti yang dijelaskan oleh Bapak Suwarno, Kepala Tata Usaha pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung :

”Kendala yang kami hadapi adalah masalah kekurangan tenaga pembina teknis yang diterjunkan kelapangan, jumlah pembina teknis untuk saat ini belum mencukupi dengan jumlah pengrajin yang akan dibina” (wawancara 19 Oktober 2009, jam 11.00)

Dari data yang diperoleh penulis dilapangan, Pendidikan formal yang dimiliki oleh sebagian besar pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung adalah tingkat SLTA. Hal ini dapat dilihat dari daftar pendidikan yang dimiliki oleh pegawai Disperindag Tulungagung sebagai berikut :

Tabel : 10
Tingkat Pendidikan Formal dan Golongan Pegawai
Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung

Golongan	Pendidikan Formal								
	S3	S2	S1	D3	D2	D1	SLTA	SLT P	SD
CPNS:Gol III/a	-	-	4	-	-	-	-	-	-
PNS : Gol I/c	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Gol II/d	-	-	-	-	-	-	6	1	-
Gol III/a	-	1	6	-	-	-	12	-	-
Gol III/b	-	-	2	1	-	-	8	-	-
Gol III/c	-	-	2	-	-	-	3	-	-
Gol III/d	-	2	6	-	-	-	7	-	-
Gol IV/a	-	2	-	-	-	-	-	-	-
Gol IV/b	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Gol IV/c	-	1	-	-	-	-	-	-	-
Jumlah	-	5	23	1	-	-	38	1	1

Sumber : Disperindag Kab.Tulungagung Bagian Tata Usaha 2009

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa Tingkat Pendidikan Formal dan Golongan Pegawai Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Tulungagung sebagian besar adalah tingkat SLTA. Sedangkan untuk PNS dan CPNS jumlah keseluruhannya masih berada dibawah pegawai tingkat SLTA. Oleh karena itu Strategi Pengembangan industri marmer dan onyx yang dilakukan oleh Pemerintah Kab.Tulungagung, dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung masih menemui faktor-faktor penghambat yang bersifat internal. Kendala yang dihadapi berkaitan dengan masalah Pembina Teknis Sumber Daya Manusia yang ada di Disperindag itu sendiri.

Kendala lain yang dihadapi oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung dalam rangka Startegi pengembangan industri marmer dan onyx ini adalah masalah keterbatasan dana. Dana yang digunakan untuk kegiatan operasional pembinaan dan pengembangan seperti kegiatan Diklat belum mencukupi, sehingga mengakibatkan pembinaan dan pengembangan industri marmer dan onyx kurang optimal. Dana yang tersedia dari APBD sangat terbatas untuk kegiatan operasional. Pengalokasian dana untuk program pembinaan dan pengembangan industri kecil dilakukan secara bergiliran, hal ini dikarenakan dana yang ada tidak hanya digunakan untuk pengembangan industri marmer dan onyx saja, melainkan juga untuk pengembangan seluruh jenis industri kecil di Tulungagung. Jadi diselenggarakannya diklat pada tahun 2009 ini merupakan hal yang menggembirakan karena setelah tahun 2005 baru kali ini diklat untuk kerajinan marmer dan onyx diadakan lagi, yang tentunya banyak membantu kesulitan yang dihadapi oleh industri ini. Seperti yang dijelaskan oleh Bapak Hasan Bisri, Kepala Seksi Industri Kimia pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung :

”kendala yang kami alami selama ini adalah masalah dana yang sangat terbatas untuk kegiatan operasional, sehingga tidak dapat melakukan pembinaan dan pengembangan secara rutin tiap tahunnya, jadi harus bergiliran dengan IK lain. Akan tetapi untuk tahun 2009 ini kami mengupayakan pengalokasian dana untuk mengadakan diklat kerajinan marmer dan onyx di Kec.Campurdarat, karena mengingat sudah lama sekali tidak diadakan diklat untuk kerajinan ini. Dimana tahun 2008 lalu dana dianggarkan untuk pembinaan dan pengembangan industri genteng” (wawancara 11 November 2009, jam 09.30)

Ketiadaan laboratorium untuk melakukan penelitian juga merupakan masalah bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, sehingga dalam melakukan penelitian harus mengirim Sample / contoh ke Provinsi untuk diteliti. Hal tersebut akan memakan waktu dan biaya yang banyak dibanding dengan jika memiliki Laboratorium sendiri. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Suwarno, Kepala Tata Usaha pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung :

”hambatan lain yang dihadapi oleh Disperindag Tulungagung saat ini adalah tidak adanya Laboratorium untuk penelitian. Apabila ingin meneliti, kita harus pergi ke Surabaya, tentunya hal ini tidak efektif karena memakan waktu yang lama dan biaya yang tidak sedikit”(wawancara 11 November 2009, jam 09.30)

B. Pembahasan

1. Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx oleh Pemerintah Kabupaten Tulungagung.

Strategi Pengembangan Industri Marmer dan Onyx dari Pemerintah Kabupaten Tulungagung sudah bisa dikatakan baik. Wujud dari strategi tersebut yaitu Pemerintah membuat suatu kebijakan yang disebut dengan RIPPIK, yang berisi program-program yang bertujuan untuk mengembangkan industri kecil, menengah dan kerajinan yang disusun dalam rangka pembangunan jangka menengah dan jangka panjang yang berwawasan lingkungan. Kebijakan tersebut merupakan hasil kerjasama dari BAPPEDA dengan DISPERINDAG.

Adapun kebijakan yang termuat dalam RIPPIK (Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan) Kab.Tulungagung tersebut diwujudkan melalui beberapa program, yang meliputi :

a. Program Pokok, yang terdiri dari atas:

1. Program pengembangan industri kecil dan kerajinan termasuk rumah tangga
2. Program peningkatan dan pengembangan industri kecil berbasis pertanian
3. Program pengembangan sumber daya manusia
4. Program pengembangan system informasi
5. Program peningkatan kemampuan teknologi
6. Program pengembangan pemasaran
7. Program pembinaan dan pengembangan usaha
8. Program penciptaan dan wirausaha baru
9. Program peningkatan sarana dan prasarana usaha

b. Program penunjang

Yang dimaksud program penunjang adalah rangkaian program-program yang mempunyai keterkaitan dan keterikatan dengan program pokok. Hal tersebut dapat diartikan bahwa program pendukung memiliki peranan yang

sangat penting dalam pembinaan dan pengembangan industri kecil dan kerajinan di Kab.Tulungagung. Program penunjang ini meliputi :

1. Program penataan struktur industri
2. Program pengendalian pencemaran lingkungan
3. Program penelitian dan pengembangan terapan
4. Program Standarisasi

Menurut penulis dengan adanya kebijakan yang disusun oleh Pemerintah Kab.Tulungagung berupa Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan yang bertujuan untuk mengembangkan industri dan kerajinan yang ada di Kab.Tulungagung ini sangat baik karena dengan adanya kebijakan tersebut akan sangat membantu kegiatan pengembangan menjadi lebih terarah. Akan tetapi sangat disayangkan bahwa isi dari Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan (RIPPIK) itu sendiri masih bersifat umum untuk semua jenis industri, jadi tidak ada spesifikasi dari masing-masing jenis industri yang ada.

Padahal seperti yang kita ketahui bahwa di Kab.Tulungagung itu sendiri memiliki berbagai jenis industri yang beragam dengan perbedaan karakter dan permasalahan yang terjadi dari tiap-tiap industri tersebut, tentunya dalam melaksanakan Strategi pengembangannya pun juga memiliki perbedaan. Hal tersebut hendaknya dicermati oleh Pemerintah Kab.Tulungagung khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan agar Strategi pengembangan yang dilakukan tersebut dapat diimplementasikan secara efektif dan tepat sasaran sehingga strategi yang telah disusun oleh pemerintah untuk mengembangkan industri yang ada di Kab.Tulungagung tersebut benar-benar terwujud dan berdaya guna. Agar Strategi pengembangan tersebut dapat berjalan dengan efektif, sebaiknya terlebih dahulu melakukan analisa mengenai permasalahan-permasalahan apa yang dihadapi oleh industri-industri yang menjadi kendala bagi kelangsungan usahanya, dimana hal tersebut juga berlaku pada industri marmer dan onyx. Menurut penulis hal ini sangat tepat sekali karena bagaimana mungkin kita dapat menyelesaikan suatu permasalahan tanpa mengetahui penyebab-penyebab apa yang terjadi, begitu pula dengan industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung.

Berdasarkan data yang diperoleh penulis dilapangan, program-program kebijakan yang dijalankan oleh Pemerintah Daerah yang dalam hal ini adalah Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung, meskipun tidak disebutkan secara spesifik akan tetapi telah disesuaikan dengan kebutuhan industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung yang meliputi :

a. Bantuan kemudahan memperoleh modal usaha

Modal merupakan salah satu unsur penting dalam menjalankan suatu usaha, karena modal dapat diumpamakan dengan "darah" yang senantiasa mengalir dan berfungsi menjaga kehidupan tubuh manusia. Modal suatu usaha dilihat dari segi pemanfaatannya meliputi modal untuk investasi dan modal usaha, dimana modal tersebut bersumber dari pemilik dan dapat pula bersumber dari luar pemilik/ modal pinjaman. Modal usaha diperlukan untuk membiayai kegiatan operasional, seperti untuk pengadaan bahan baku, membayar upah tenaga kerja, pemasaran dan lain-lain.

Modal merupakan salah satu kendala yang selama ini dihadapi oleh para pemilik usaha industri, baik yang berskala usaha kecil maupun yang berskala usaha besar, begitu juga dengan industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung, baik dalam proses awal pendirian usaha hingga dalam menjalankan usahanya. Karena modal merupakan salah satu faktor penting dalam menjalankan usaha. Seperti yang diungkapkan oleh Tambunan (2002, h:74)

"UKM khususnya usaha kecil di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial: mobilisasi awal dan akses ke modal kerja dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang. Walaupun pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber informal, namun sumber-sumber permodalan ini sering tidak cukup untuk kegiatan produksi apalagi investasi (perluasan kapasitas produksi atau menggantikan mesin-mesin tua)"

Selama penelitian dilapangan, penulis menemukan kendala-kendala yang selalu dialami oleh pelaku industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung. Adapun permasalahan yang dikeluhkan para pengrajin marmer dan onyx adalah sama yaitu bagaimana memperoleh modal usaha untuk

kelangsungan usahanya. Dan masalah modal ini mempunyai pengaruh besar terhadap pengembangan kemajuan usaha mereka.

Josephin Wuri dalam Hg Suseno T.W Firma Sulistyowati dan Dinonysius Desembriarto (2005, h: 46) menyatakan bahwa terdapat masalah eksternal yang dihadapi oleh UKM :

- 1) UKM tidak dapat memperluas usaha karena keterbatasan akses pada sumber permodalan karena semua bank termasuk lembaga perkreditan yang khusus untuk UKM mensyaratkan adanya agunan.
- 2) Adanya distorsi pasar, hak istimewa banyak diberikan pada perusahaan-perusahaan besar, misalnya: kemudahan kredit, lisensi bisnis, keringanan pajak, dan penciptaan regulasi yang kondusif.
- 3) Adanya aturan yang kontradiktif dengan upaya pengembangan UKM, misal lahir perda-perda untuk peningkatan pajak dan retribusi daerah.
- 4) Suku bunga yang relatif tinggi

Dengan masih tingginya suku bunga, UKM akan mengalami kesulitan dalam memanfaatkan sumber pendanaan karena keuntungan yang diperoleh masih dibawah rata-rata.

Penulis melihat bahwa peran dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung dirasa kurang dapat untuk secara tuntas mengatasi masalah permodalan yang dialami oleh para pemilik usaha marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung. Hal ini terlihat dari kebijakan yang disusun untuk mengatasi masalah permodalan. Pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung mempunyai kewenangan yang terbatas, yaitu :

1. Memberikan rekomendasi kepada industri kecil untuk melakukan pinjaman kepada pihak Bank.
2. Menganggarkan kucuran dana kredit bagi industri kecil yang berasal dari Propinsi.

Berdasarkan dokumentasi dan hasil wawancara yang diperoleh penulis dilapangan, wewenang yang dimiliki oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung hanya sebatas memberikan rekomendasi saja dengan cara berupa penerbitan Izin Usaha Industri (IUI), Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan tanda daftar Perusahaan (TDP), yang merupakan salah satu syarat dalam pengajuan kredit usaha. Selanjutnya yang memiliki kewenangan pengajuan kredit

tersebut diterima atau tidak diserahkan kepada BPR (Bank Perkreditan Rakyat) Kabupaten Tulungagung Cabang Kedungwaru. Kebijakan ini berlaku untuk pinjaman yang dananya berasal dari Propinsi. Sehingga pihak Dinas Perindustrian dan Perdagangan tidak mempunyai kewenangan untuk menentukan diterima atau tidaknya pengajuan kredit usaha dari pengrajin marmer dan onyx.

Pemerintah menyediakan kredit usaha, ada dua macam kredit usaha yaitu yang berasal dari Kabupaten dan dari Provinsi. Kredit usaha yang berasal dari Kabupaten bekisar 10 jutaan dengan bunga sebesar 0,67% per tahun sedangkan yang berasal dari Provinsi lebih besar yaitu 200 jutaan dengan bunga sebesar 6% per tahun. Akan tetapi permasalahannya apabila dilihat dari kredit usaha yang berasal dari Kabupaten dianggap sangat kurang sehingga kebanyakan pengrajin enggan untuk memanfaatkan fasilitas kredit tersebut, sedangkan kredit usaha yang berasal dari Provinsi dianggap terlalu besar sehingga dikawatirkan tidak mampu untuk membayar cicilannya.

Menurut penulis, wewenang yang dimiliki oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung masih tergolong lemah, sehingga tidak memiliki kekuasaan penuh untuk menangani masalah permodalan yang selama ini dikeluhkan oleh para pemilik usaha marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung. Sedangkan dari pihak perbankan sendiri memberikan persyaratan yang cukup ketat. Misalnya saja bagi pengrajin yang mengajukan kredit dan ternyata pada perkembangannya sulit untuk dapat melunasi cicilan kredit, di kemudian hari apabila pengrajin tersebut ingin mengajukan kredit kembali akan mengalami kesulitan. Karena pihak perbankan mengantisipasi adanya kredit macet yang biasanya sering terjadi. Dan tidak jarang pegrajin marmer dan onyx tersebut yang mendapatkan *Black List* akibat kredit macet.

Dengan kendala permodalan yang dialami pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung dan kurangnya peran dari Pemerintah Daerah, maka masalah pemodalannya masih akan tetap menjadi kendala yang berdampak terhadap kesulitan untuk mengembangkan usahanya karena modal merupakan faktor penting dalam menjalankan usaha. Para pengrajin merasa enggan untuk mengajukan kredit usaha karena kredit usaha yang berasal dari

provinsi dirasa terlalu besar sehingga dikawatirkan nantinya tidak dapat membayar cicilan dengan melihat pemasaran kerajinan marmer dan onyx yang semakin sulit, sedangkan kredit usaha yang berasal dari Kabupaten dianggap terlalu sedikit dan prosesnya pun tidak mudah.

Selain itu, wilayah industri marmer dan onyx yang terletak di Pedesaan membuat kurangnya mendapatkan informasi tentang kredit usaha. Dan apabila ingin mengetahui tentang adanya kredit usaha para pengrajin harus mencari informasi lebih lanjut kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab.Tulungagung yang lokasinya pun juga agak jauh dengan sentra industri marmer tersebut, misalnya saja tentang kucuran dana dari Pemerintah, tentang jenis-jenis kredit yang ditawarkan oleh bank. Kedepannya diharapkan Pemerintah Kab.Tulungagung dapat menyediakan kredit usaha yang sekiranya cukup untuk menjalankan usaha marmer dan onyx dengan jumlah yang tidak terlalu besar seperti kredit usaha yang berasal dari Provinsi tetapi dengan bunga yang ringan.

b. Bantuan Pemasaran

Berdasarkan data yang diperoleh penulis dilapangan menunjukkan bahwa para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung mengeluhkan sulitnya memasarkan produk usaha mereka karena selama ini mereka hanya menjual jasa dan menerima upah pembuatan dari pengusaha / pengepul yang menerima order dari *buyer*, hal ini terjadi dikarenakan keterbatasan kemampuan pengrajin dan kurangnya jaringan pemasaran diberbagai wilayah. Selain itu juga masalah persaingan harga antar pengusaha kecil maupun pengusaha besar juga sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha, dimana terdapat permainan harga oleh pengusaha-pengusaha besar sehingga yang terjadi selama ini justru seolah-olah pengusaha yang menetapkan harga produk. Setelah krisis ekonomi yang melanda bangsa Indonesia tahun 1997 yang lalu dan perekonomian yang belum stabil hingga saat ini berakibat belum adanya perubahan yang baik terhadap permintaan akan produk dari industri marmer dan onyx. Para pemilik usaha marmer dan onyx mengeluhkan kian menurunnya permintaan akan kerajinan marmer dan onyx.

Selain itu Tambunan (2002, h:73) dalam bukunya mengatakan bahwa :

”salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran yang umumnya dihadapi oleh UKM adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar domestik dari produk-produk serupa buatan UB dan impor, maupun pasar ekspor”

Selain Tambunan, Hg Suseno dalam Reposisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perekonomian Nasional mengungkapkan bahwa :

”permasalahan pemasaran merupakan kesulitan lain yang dihadapi oleh pengusaha UKM. Kesulitan pemasaran pada umumnya terjadi akibat permintaan menurun akibat dari situasi ekonomi yang memburuk, seperti lemahnya daya beli masyarakat. Sementara itu belum semua UKM siap berorientasi untuk produk ekspor. Sebagai contoh, sejak krisis terjadi tahun 1997, daya beli masyarakat terus menurun, padahal sifat permintaan terhadap barang-barang yang dihasilkan oleh UKM justru bersifat elastis terhadap perubahan harga. Artinya kenaikan harga sedikit saja akan menurunkan permintaan cukup besar. Faktor lain adalah tidak mampu menjual pada harga pasar dan produk UKM yang tidak mampu bersaing, baik dalam kualitas maupun dalam pelayanan”

Selain itu Imam Hardjanto (2009, h:44) dalam bukunya mengatakan :

“Sesuai dengan definisi pemasaran yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen (*problem search*), menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan konsumen (*product*), menentukan tingkat harga (*price*), mempromosikannya agar produk dikenal konsumen (*promotion*), mendistribusikan produk ketempat konsumen (*place*), maka tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan dan dibeli oleh konsumen”

Ini berarti, perhatian kita dalam pemasaran haruslah diawali dengan riset pemasaran yaitu untuk meneliti kebutuhan keinginan konsumen. Prinsip dasar pemasaran yaitu menciptakan nilai bagi langganan (*customer value*), keunggulan bersaing (*competitive advantages*), dan fokus pemasaran. Tujuan pemasaran untuk memperbaiki situasi bersaing (*improve competitive situation*). Dalam konteks ini, seorang wirausaha harus mampu memproduksi barang dan jasa dengan mutu yang lebih baik, harga yang lebih murah, dan penyerahan yang lebih cepat dari pesaing.

Tabel : 11
Daftar Pengrajin Sukses berdasarkan modal usaha
jangkauan pemasaran dan rincian Omzet perbulan

Nama Pengrajin	Masrikah	Soeparlan	Nugroho	Karyadi	Suyono
Nama Industri	CV. Selo Makmur	Batu Abadi	CV. Gramer Perdana	Mutiara Onix	Batu Yonny
Modal: Pribadi	Pribadi	Pribadi	Pribadi	Pribadi	Pribadi
Pinjaman Pemda	5 – 10 jt	10 – 15 jt	10 – 15 jt	5 – 10 jt	5 – 10 jt
Pemasukan/ Penjualan	100 – 300 jt	100 – 200 jt	300 – 500 jt	100 – 200 jt	50–100 jt
Omzet	10 – 30 jt	10 – 20 jt	30 – 50 jt	10 – 20 jt	5 – 10 jt
Diklat	Tidak pernah mengikuti	Pernah mengikuti	Pernah mengikuti	Tidak pernah mengikuti	Pernah mengikuti
Jangkauan Pemasaran	Bali, Jakarta, Pacitan, Singapura,	Bali, Singapura Yogyakarta,	Surabaya, Bali, Malaysia, Korea Selatan	Surabaya, Bandung, Wilayah Sekitar	Surabaya, Bali, Wilayah sekitar
Alat Produksi	2 Mesin Molen 5 mesin Bubut	2 Mesin Molen 3 mesin Bubut	4 mesin Molen 7 Mesin Bubut	2 Mesin Molen 3 Mesin Bubut	1 Mesin Molen 3 Mesin Bubut
Karyawan/ buruh	5 - 7 orang + Anggota keluarga	5 orang + Anggota keluarga	5 – 9 orang + Anggota keluarga	5 orang + Anggota Keluarga	3 – 4 orang + Anggota Keluarga

Sumber : Kecamatan Campurdarat Kab.Tulungagung 2009

Tabel : 12
Daftar Pengrajin Bangkrut berdasarkan modal usaha
jangkauan pemasaran dan rincian Omzet perbulan

Nama Industri	Agung Batu Kencana	Budi Sinar Terang	Yono	Sulton Batu Permata	Ahmad
Modal: Pribadi	Pribadi	Pribadi	Pribadi	Pribadi	Pribadi
Pinjaman Pemda	5 – 10 jt	5 – 10 jt	5 jt	5 – 10 jt	5 jt
Pemasukan/ Penjualan	10 – 20 jt	15 – 25 jt	15 – 20 jt	20 – 30 jt	10 – 20 jt
Omzet	1.800.000	2.400.000	2 jt	2.700.000	1.600.000
Diklat	Pernah mengikuti	Pernah mengikuti	Pernah mengikuti	Tidak pernah mengikuti	Pernah mengikuti
Jangkauan Pemasaran	Surabaya, Agen/Showroom daerah Sekitar	Surabaya, Pacitan, Daerah Sekitar,	Surabaya, Agen/Showroom Daerah Sekitar,	Surabaya, Blitar, Daerah Sekitar,	Surabaya, Trenggalek, Showroom Daerah Sekitar
Alat Produksi	3 mesin Bubut	3 mesin Bubut, 3alat skrap	2 Mesin Bubut, 2alat skrap	3 Mesin Bubut, 4alat skrap	2 Mesin Bubut
Karyawan/ buruh	2 orang + Anggota keluarga	3 orang + Anggota keluarga	2 orang + Anggota keluarga	3 orang + Anggota Keluarga	2 orang + Anggota Keluarga

Sumber : Kecamatan Campurdarat Kab.Tulungagung 2009

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa perbandingan antara pengrajin marmer dan onyx yang sukses dan yang bangkrut jelas terlihat dari aspek permodalan, jangkauan pemasaran, rincian omzet perbulan, alat-alat produksi, jumlah karyawan/buruh dan pemasukan/penjualan tiap bulannya. Maka dari itu sebagai pengrajin juga harus pandai-pandai mensiasati kelemahan dan kekurangan dari masing-masing industrinya agar dapat bersaing dipasaran.

Penerapan strategi pemasaran sangat tergantung pada keadaan lingkungan persaingan pasar yang ada dari hari ke hari. Keberhasilan dalam segmentasi pasar sangat tergantung pada potensi yang menggambarkan permintaan dari lingkungan persaingan.

Menurut Imam Hardjanto (2009, h:45), ada enam strategi untuk memenuhi permintaan dari lingkungan yang bersaing :

“(1) Berorientasi pada pelanggan (*customer orientation*), (2) Kualitas (*Quality*) ialah mengutamakan *Total Quality Management (TQM)* yaitu efektif, efisiensi dan tepat. (3) Kenyamanan (*convenience*) yaitu memfokuskan perhatian pada kesenangan hidup dan kenikmatan. (4) Inovasi (*innovation*) yaitu harus berkonsentrasi untuk berinovasi dalam produk, jasa maupun proses. (5) Kecepatan (*speed*) atau disebut juga *Time Compression Management (TCM)* yang diwujudkan dalam bentuk: kecepatan untuk menempatkan produk baru di pasar dan memperpendek waktu untuk merespon keinginan dan kebutuhan pelanggan (*Customer Response Time*). (6) Pelayanan dan kepuasan pelanggan”

Sepinya pasar lokal membuat para pengrajin marmer dan onyx harus pandai-pandai mencari pangsa pasar yang lebih menjanjikan. Kalau hanya mengandalkan dari pasar lokal saja, sebagai pengusaha kerajinan marmer dan onyx sulit untuk bertahan. Karena biasanya pasar domestik itu hanya membeli produk untuk sekali sepanjang masa, apalagi untuk sekarang ini orang-orang lebih mengutamakan untuk kebutuhan yang lebih utama. Oleh karena itu sebagai pemilik usaha marmer haruslah menerapkan sistem pemasran jemput bola. Artinya, sebagai produsen jangan hanya menunggu order atau pembeli di Tulungagung, tetapi harus gencar mencari pasar, terutama ke daerah wisata yang banyak dikunjungi turis asing. Dilain sisi terkadang para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung kesulitan dalam mendapatkan akses terhadap informasi tentang bisnis di pasar lokal maupun internasional. Menurut penulis terkadang mereka kurang peka terhadap perubahan selera dari konsumen, para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung kurang memiliki inovasi-inovasi dari produknya agar produk mereka tetap dicari oleh konsumen. Banyak produk-produk dari daerah lain yang mampu mengikuti keinginan dari pasar. Tanpa adanya inovasi, mustahil akan tetap dapat bertahan dengan semakin ketatnya persaingan usaha saat ini.

Dari data yang penulis peroleh dilapangan menunjukkan bahwa Pemerintah Daerah Kab.Tulungagung dalam hal ini Dinas Perindustrian dan Perdagangan telah berupaya untuk menyusun strategi pengembangan industri-industri yang ada di Tulungagung dengan mengeluarkan suatu kebijakan yang disebut dengan Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) tahun 2001-2010, melalui :

1. Meningkatkan promosi dalam negeri maupun ke luar negeri
2. Memberikan bimbingan atas perolehan HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) bagi produk-produk industri kecil
3. Penerapan standart industri dalam rangka menghadapi era globalisasi/pasar bebas
4. Peningkatan mutu serta diversifikasi produk dan pengembangan desain baru
5. Peningkatan pengembangan jaringan pemasaran lokal, regional, nasional, dan ekspor
6. Peningkatan wawasan bisnis dan kontak bisnis
7. Peningkatan agresivitas ekspor secara terintegrasi melalui diversifikasi produk dan negara tujuan ekspor
8. Pengembangan industri yang diikuti dengan kebijakan pemilihan beberapa produk unggulan didukung oleh *data base* yang memuat peta industri, peta daya saing, peta pasar dan jaringan pasar
9. Peningkatan kemampuan berorganisasi
10. Peningkatan penanganan pemasaran secara terpadu emporium

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dilapangan, Pemerintah Kab.Tulungagung khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan dikatakan berupaya untuk membantu mengembangkan industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat dengan cara mengikut sertakan dalam acara-acara pameran seperti yang baru saja diselenggarakan yaitu pameran display produk di halaman pemerintah daerah yang bekerjasama dengan beberapa pengusaha besar dari luar

provinsi melalui kamar dagang industri, selain itu pada tahun 2008 lalu pemerintah juga mengikut sertakan pengrajin dalam pameran di Makassar, Sulawesi Selatan dengan tema produk unggulan.

Menurut penulis Strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Kab.Tulungagung dalam mengembangkan industri marmer dan onyx dengan cara promosi dan pameran tersebut sudah sangat baik mengingat hingga saat ini permasalahan utama yang dihadapi pengrajin marmer dan onyx adalah kesulitan dalam pemasaran. Namun sepertinya akan lebih baik apabila frekwensi untuk mengadakan pameran lebih ditingkatkan lagi.

c. Peningkatan Kemampuan Teknologi

Pada umumnya UKM di Indonesia masih menggunakan teknologi yang sederhana atau masih tradisional dalam bentuk seperti mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Oleh karena peralatan yang dimiliki masih menggunakan teknologi yang sederhana, mengakibatkan produksi yang dilakukan kurang efektif dan efisien sehingga hasilnya pun standart saja, tidak bisa mencapai hasil produk yang lebih bagus.

Menurut Tambunan (2002, h:80) ada beberapa faktor yang menyebabkan UKM memiliki keterbatasan dalam teknologi, yaitu :

”keterbatasan teknologi yang dialami oleh usaha-usaha rumah tangga, disebabkan oleh banyak faktor, diantaranya keterbatasan modal investasi untuk membeli mesin-mesin baru atau menyempurnakan proses produksi, keterbatasan informasi mengenai perkembangan teknologi atau mesin-mesin dan alat-alat produksi baru atau melakukan inovasi-inovasi dalam produk maupun proses produksi”

Begitu juga yang dialami oleh pengrajin marmer dan onyx yang ada di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung, selama ini para pengrajin kebanyakan masih menggunakan mesin-mesin yang sederhana dalam proses produksinya, ada yang menggunakan mesin yang agak canggih akan tetapi jumlahnya hanya sedikit. Keterbatasan kemampuan teknologi yang dialami oleh para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung ini berdampak terhadap proses

produksi yang dikerjakan menjadi kurang efektif dan efisien. Sehingga jumlah dan kualitas yang dihasilkan tidak dapat maksimal. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Tambunan (2002, h:80) bahwa :

”UKM di Indonesia masih menggunakan teknologi tradisional/lama. Keterbelakangan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya *total factor productivity* dan efisiensi didalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat”

Karena menyadari pentingnya pemanfaatan teknologi dalam suatu proses produksi, maka Pemerintah Kab.Tulungagung khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan melakukan Strategi-strategi yang terdapat dalam Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) tahun 2001-2010, melalui :

1. Peningkatan pelayanan teknis, melalui peningkatan fungsi UPT
2. Peningkatan kemampuan inovasi teknologi dengan melalui pengolahan, rancang bangun dan rekayasa
3. Peningkatan pelaksanaan ahli teknologi dan diseminasi teknologi
4. Meningkatkan kemampuan teknologi dengan melalui pembuatan *prototype* dan uji coba terapan
5. Pengembangan dan pembinaan dalam rangka standarisasi industri termasuk penyerapannya
6. Meningkatkan dan mendorong kegiatan penelitian dan pengembangan teknologi terapan pada usaha industri kecil dan kerajinan.

Menurut penulis, keterbatasan kemampuan teknologi dari pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung masih belum mendapatkan perhatian serius dan belum mampu mengikuti pesatnya perkembangan teknologi, hal inilah yang mengakibatkan sistem produksi mengalami hambatan. Disisi lain karena kurangnya mendapatkan informasi teknologi tepat guna, mengakibatkan usaha industri marmer dan onyx di Kec.Campurdarat banyak yang masih menggunakan peralatan tradisional dan

mengalami kesulitan dalam pemasaran. Dari hasil wawancara penulis dilapangan, sebenarnya pemerintah sudah mendorong kearah sana yaitu dengan menyediakan situs / website yang menampilkan berbagai informasi tentang industri marmer dan onyx, akan tetapi pengrajin kurang sosialisasi dan kemauan dari diri sendiri untuk lebih mengenal dan menguasai kemajuan teknologi seperti akses internet yang selain untuk mendapatkan informasi juga bisa digunakan sebagai media promosi, sehingga lebih memudahkan mereka dalam memasarkan produknya.

d. Pembinaan Sumber Daya Manusia

Pada umumnya perusahaan kecil yang berhasil secara berkesinambungan dan dapat bersaing secara unggul memiliki keunggulan dalam bidang teknik, produk yang unik, dan memiliki cakupan distribusi geografis pasar yang terbatas. Hal-hal tersebut belum dikuasai sepenuhnya oleh para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung, dengan kata lain kemampuan dari pengrajin dalam manajemen usaha masih sangat kurang. Ini merupakan salah satu penyebab usahanya sulit untuk berkembang karena kegiatan usahanya yang tidak di manage dengan baik, sehingga usaha yang dijalankan tidak mampu memperoleh hasil yang maksimal. Begitu pula yang dialami oleh pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung, karena keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) mengakibatkan ruwetnya manajemen usaha mereka. Didalam usahanya pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung tidak melakukan pemisahan antara aset pribadi dengan aset perusahaan. Sehingga yang sering terjadi modal usaha sering digunakan untuk kebutuhan pribadi.

Seperti yang dikatakan Tambunan (2002, h:78) bahwa :

”Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak UKM di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek *entrepreneurship*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, *data processing*, teknik pemasaran dan penelitian pasar. Sedangkan semua keahlian ini sangat dibutuhkan untuk mempertahankan atau memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam produksi memperluas pangsa pasar dan menembus pasar baru”

Untuk mengatasi permasalahan keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) para pengrajin marmer dan onyx, maka Pemerintah Daerah khususnya Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung mengadakan program untuk melakukan pembinaan SDM yang termuat dalam Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) Kabupaten Tulungagung, yang antara lain meliputi :

1. Mengadakan Pembinaan dan Pengembangan dalam meningkatkan pendidikan dan pelatihan dalam rangka meningkatkan keahlian, keterampilan serta etos kerja dikalangan pengusaha pekerja sendiri
2. Peningkatan dan profesionalisme tenaga pembina industri dengan memperbanyak jenis pelatihan dan pendidikan sesuai dengan kebutuhan pembinaan
3. Mempromosikan kesadaran akan mutu kepada industri marmer dan onyx berupa pelatihan-pelatihan dalam penerapan manajemen dan sistem pengendalian mutu.

Menurut penulis, Program yang telah disusun oleh pemerintah Kab.Tulungagung tersebut sangat baik untuk meningkatkan strategi pemasaran, permodalan maupun kemampuan teknologi dan SDM pengrajin marmer yang dilaksanakan dalam bentuk pendidikan dan pelatihan. Karena seperti yang diketahui bahwa SDM yang dimiliki oleh pekerja marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung juga masih dibilang rendah. Pendidikan formal yang dimiliki hanya sebatas tingkat SMA dan SMP saja dan bahkan tidak jarang yang hanya berpendidikan formal SD. Oleh karena itu Dinas Perindustrian dan Perdagangan melakukan program pembinaan dan pengembangan dengan mengadakan diklat untuk para pengrajin marmer dan onyx yang dilakukan pada 10-12 November 2009 yang diikuti oleh 20-30 orang pengrajin. Diklat tersebut merupakan program dari pemerintah Provinsi dengan tema pelatihan teknik dan desain produk kerajinan marmer dan onyx yang membahas tentang materi-materi

pengembangan usaha kecil, strategi pemasaran, manajemen usaha, dinamika kelompok, kewirausahaan dan kemampuan penguasaan teknologi tepat guna.

Akan tetapi sangat disayangkan bahwa program-program tersebut tidak dapat diimplementasikan dengan baik, seperti pengadaan diklat untuk meningkatkan kemampuan dan ketrampilan tidak dapat dilaksanakan secara rutin tiap tahunnya, karena hanya diselenggarakan 3-4 tahun sekali, itupun harus bergantian dengan sektor industri lainnya. Hal ini diakibatkan karena keterbatasan dana yang dimiliki oleh pemerintah untuk mengadakan diklat tiap tahun. Selain itu rendahnya manajemen yang dimiliki oleh pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung dimungkinkan karena fungsi dan manfaat manajemen terhadap efisiensi dan produktivitas, secara umum belum dipahami sehingga manajemen masih dianggap belum terlalu penting. Oleh karena itu Pemerintah mengadakan diklat-diklat untuk meningkatkan kemampuan dari Sumber Daya Manusia (SDM). Dengan adanya diklat ini, terjadi interaksi langsung antar pembina teknis dengan para pengrajin sehingga akan lebih mudah bagi pemerintah untuk mengetahui / memfasilitasi kebutuhan dan keluhan dari para pengrajin dan memberikan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi.

Dari data dan fakta yang diperoleh di lapangan, penulis mendapatkan informasi bahwa pembentukan KUB yang direncanakan pada saat diklat november lalu ternyata sudah direalisasikan oleh pemerintah, mereka membentuk KUB MANUNGGAL SUKSES, yang beranggotakan 20-30 orang dengan modal awal berasal dari patungan masing-masing anggota. Jadi KUB MANUNGGAL SUKSES ini perlu dirintis dari awal untuk mengakomodir perkumpulan pengrajin agar dapat berdaya saing tinggi dengan memperbaiki kemampuan SDM dan manajemen usahanya untuk mengembangkan industri marmer dan onyx ini. Dan yang lebih penting kita harus tahu potensi kita(baik potensi bahan baku, potensi SDM, dan potensi pasar), seperti yang dilakukan di negara-negara maju. Di Kab.Tulungagung potensi di beberapa sektor tersebut sudah tersedia, maka harus lebih dikembangkan lagi. Kalau perkumpulan pengrajin sudah berbentuk lembaga, maka akan lebih mudah mencari dana / modal, karena pihak bank / yang lainnya sudah mengakui lembaga tersebut karena sudah memiliki SIUP dsb.

2. Perkembangan Industri Marmer dan Onyx, di lihat dari :

a. Jumlah Pengusaha Marmer dan Onyx

Akibat krisis yang melanda Indonesia pada tahun 1997 mengakibatkan jumlah pengrajin marmer dan onyx yang ada di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung mengalami jumlah penurunan yang berakibat pada banyaknya pengrajin yang gulung tikar karena tidak dapat menjalankan usahanya kembali. Pada waktu krisis moneter tersebut industri kerajinan marmer dan onyx di Kab.Tulungagung semakin terpuruk. Perusahaan yang masih memproduksi berbagai jenis dan model kerajinan berbahan baku marmer dan onyx ini pun tinggal 30%. Berkurangnya jumlah pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung tersebut dikarenakan ketiadaan modal, sulitnya pemasaran dan kenaikan harga bahan bakar hingga 59% juga ikut mendongkrak biaya operasional.

Dari data yang diperoleh dilapangan hal yang sedikit menggembirakan mulai tahun 2003 hingga 2009 jumlah industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung tiap tahunnya mengalami peningkatan, akan tetapi peningkatan tersebut tidak signifikan. Melihat hal tersebut, ada secercah harapan untuk membangkitkan kembali industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung yang sempat jaya dan mengalami keterpurukan pada saat krisis moneter.

Menurut penulis, agar industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung mendapatkan masa kejayaannya kembali dengan jumlah pengrajin yang terus meningkat, maka disini sangat dibutuhkan peran yang lebih kuat lagi dari Pemerintah Kab.Tulungagung untuk mengembangkan industri marmer dan onyx.

Adapun peran-peran dari Pemerintah Kab.Tulungagung terhadap pengembangan Industri Kecil, adalah :

1. Memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kreatifitas dalam usaha industri dan perdagangan terutama industri kecil menengah yang berbasis pada Sumber Daya Alam yang tersedia dan Sumber Daya Manusia yang inovatif dan produktif

2. Memantapkan kemandirian masyarakat dalam usaha industri dan perdagangan yang semakin berorientasi pada pasar global
3. Menciptakan iklim usaha yang kondusif dan transparan
4. Menggerakkan laju ekonomi.

Dengan adanya peran yang kuat dari Pemerintah Daerah Kab.Tulungagung, bukan suatu hal yang mustahil bahwa industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung akan kembali pada masa kejayaannya. Akan tetapi selama ini masih terdapat kendala-kendala dalam pelaksanaannya sehingga peran tersebut cenderung tidak dapat diimplementasikan secara maksimal. Jadi pemerintah Kab.Tulungagung hendaknya lebih serius lagi dalam meningkatkan jumlah pengusaha marmer dan onyx agar mampu menumbuhkan wirausaha baru.

b. Jumlah Penyerapan Tenaga Kerja dari industri marmer dan onyx

Jumlah penduduk Tulungagung yang kian tahun kian bertambah menuntut penyediaan lapangan pekerjaan yang seimbang dengan jumlah tenaga kerja yang ada. Yang terjadi di Tulungagung saat ini jumlah pengangguran kian bertambah akan tetapi lapangan pekerjaan yang ada tidak mampu mencukupi. Industri kecil diharapkan dapat membantu pemerintah untuk mengurangi angka pengangguran dengan jumlah tenaga kerja yang terserap. Seperti yang termuat dalam Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) disebutkan bahwa tujuan dari pembinaan dan pengembangan industri kecil adalah untuk memperluas kesempatan kerja sehingga dapat menyerap tenaga kerja yang lebih banyak.

Dari data yang diperoleh penulis dilapangan, dari tahun 2002 hingga tahun 2009 menunjukkan jumlah tenaga kerja yang terserap dari industri marmer dan onyx terus mengalami penurunan. Melihat hal tersebut tidak sebanding dengan jumlah industri marmer dan onyx yang dari tahun 2003 hingga saat ini terus mengalami peningkatan walaupun tidak terlalu signifikan. Apabila kita melihat peran dan fungsi dari industri kecil yang dikatakan oleh M. Thohar (2002,

h:3) bahwa industri kecil memiliki fungsi dan peran yang sangat besar dalam kegiatan ekonomi masyarakat, melalui :

- a. Penyediaan barang dan jasa
- b. Penyerapan tenaga kerja
- c. Pemerataan pendapatan
- d. Sebagai nilai tambah bagi produk daerah
- e. Peningkatan taraf hidup

Melihat yang dikatakan oleh M.Thohar bahwa industri kecil memiliki fungsi dan peran untuk penyerapan tenaga kerja, seharusnya industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung juga dapat mengurangi angka pengangguran dengan menyerap tenaga kerja terutama yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Terus menurunnya jumlah tenaga kerja yang terserap dari industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung dikarenakan banyak dari pemilik usaha yang mengurangi jumlah pekerjanya karena permintaan pasar akan kerajinan produk marmer dan onyx juga semakin menurun sehingga tidak mampu untuk membayar upah tenaga kerja. Kalau kondisi dari industri marmer dan onyx tetap seperti ini maka otomatis akan semakin berdampak buruk pada jumlah pengangguran di Kec.Campurdarat yang juga akan terus bertambah. Karena hampir seluruh penduduk di Kec.Campurdarat bermata pencaharian dibidang kerajinan industri marmer dan onyx.

c. Diversifikasi Produk

Kelesuan yang dialami industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung saat ini haruslah dijawab sebagai sebuah tantangan agar para pengrajin menjadi lebih kreatif dan inovatif untuk menciptakan desain produk yang lebih variatif sehingga memiliki daya saing tinggi di pasaran. Seperti himbauan dari Bupati Tulungagung Bapak Ir.Heru Tjahjono. MM, bahwa perlu adanya diversifikasi produk agar industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung kembali pada masa kejayaan. Selain itu Pemerintah Kab.Tulungagung juga menyumbangkan kontribusi besar melalui penyusunan Rencana Induk Pembinaan dan

Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) yang memuat program-program sebagai berikut :

1. Peningkatan mutu, diversifikasi produk dan pengembangan desain baru
2. Peningkatan agresivitas ekspor secara terintegrasi melalui diversifikasi produk
3. Peningkatan kemampuan desain produk, mutu dan prestasi

Dengan dibuatnya kebijakan yang tercantum dalam Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK) diharapkan dapat mengatasi masalah pemasaran serta melayani permintaan pasar, terlebih lagi konsumen manca negara melalui pasar ekspor. Untuk mengembangkan dan meningkatkan penjualan maka perlu mengacu pada teori Michael P.Porter (1997 dan 1998) dalam karyanya yang terkenal *Competitive Strategy*.

Porter (1997, h:1), dalam bukunya mengatakan bahwa :

“Beberapa strategi yang dapat dipergunakan perusahaan untuk dapat bersaing, adalah: (1) Persaingan merupakan inti keberhasilan dan kegagalan. Ini berarti keberhasilan atau kegagalan tergantung pada keberanian perusahaan untuk bersaing. Tanpa berani bersaing, tidak mungkin keberhasilan diperoleh. (2) Keunggulan bersaing berkembang dari nilai yang mampu diciptakan oleh perusahaan bagi langgganan atau pembeli. Keunggulan bersaing menggambarkan cara perusahaan memilih dan mengimplementasikan strategi generik (biaya rendah, diferensiasi dan fokus) untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan bersaing”

Seperti halnya yang dikatakan Imam Hardjanto (2009, h:46) bahwa :

”strategi diferensiasi memusatkan perhatian pada penciptaan karakteristik/penampilan produk yang lain dibandingkan dengan produk para pesaing yang dirasakan oleh keseluruhan industri sebagai hal yang unik. Pendekatannya bisa menyangkut tentang citra, desain, merek, teknologi, karakteristik khusus, pelayanan konsumen, jaringan penyalur ataupun karakteristik lainnya”

Menurut penulis, program kebijakan yang disusun oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Tulungagung sudah baik, yang juga didukung oleh himbauan dari Bupati Tulungagung bahwa pengrajin marmer dan onyx di

Kab.Tulungagung perlu melakukan diversifikasi produk dengan cara mendesain produk kerajinan marmer dan onyx agar lebih variatif. Namun sepertinya hal ini akan sulit untuk dilaksanakan pasalnya dari hasil penelitian di lapangan dikatakan bahwa para pengrajin tersebut tidak mendesain sendiri produknya, melainkan para pengrajin membuat kerajinan tersebut berdasarkan pesanan dan permintaan pasar yang sedang diminati. Selain itu para pengrajin juga merasa enggan untuk menciptakan desain produk baru karena mereka khawatir desain produk baru yang mereka ciptakan tidak laku dipasaran karena tidak disukai oleh pembeli. Sehingga mereka hanya menunggu datangnya *order*, padahal seharusnya mereka berinisiatif bagaimana caranya agar *order* tersebut bisa mereka dapatkan. Jadi mereka tidak boleh takut untuk mencoba dan selalu berinovasi, misalnya dengan menciptakan desain produk baru serta perbedaan teknik/cara. Karena inovasi merupakan kunci keberhasilan bagi suatu usaha. Perubahan pasar yang sangat cepat dan persaingan yang kompleks menuntut inovasi yang terus-menerus. Inovasi yang terus-menerus merupakan suatu kekuatan bagi pengrajin marmer dan onyx ini untuk meraih sukses usaha kerajinan marmer dan onyx ini.

d. Fokus pada Produk Unggulan

Penelitian dan pengembangan dalam kewirausahaan merupakan strategi utama, karena bersangkutan dengan kreativitas dan inovasi. Didalamnya mencakup penelitian dan pengembangan produk, harga, tempat dan promosi. Wirausaha berkembang dan berhasil justru karena memiliki kemampuan penelitian dan pengembangan yang memadai sehingga tercipta barang-barang yang bernilai dan unggul di pasaran. Oleh karena itu pengrajin marmer dan onyx yang ada di Kec.Campurdarat Tulungagung ini seharusnya juga berorientasi pada Strategi konsentrasi dengan mengutamakan produk unggulan dan mengarahkan sumberdaya perusahaan pada pertumbuhan yang menguntungkan dari suatu produk tunggal, pasar tunggal dan teknologi tunggal. Seperti yang dikatakan oleh Imam Hardjanto dalam bukunya *Entrepreneurship* (2009, h:46-47) :

”Strategi fokus atau *focus strategy* adalah strategi yang memusatkan perhatian pemasaran pada kelompok pembeli, pangsa, jajaran produk atau pasar geografis tertentu. Dengan demikian perusahaan dapat

melayani target strateginya yang sempit atau terfokus, secara lebih efisien jika dibanding dengan pesaing yang bersaing dengan jajaran produk yang luas”

Dengan demikian para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdat Kab.Tulungagung perlu untuk menerapkan *Focus Strategy*. Dimana dalam strategi fokus ini pengusaha/pengrajin marmer dan onyx dituntut untuk berusaha mencari keunggulan dalam segmen sasaran pasar tertentu, meskipun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan. Misalnya dengan memproduksi salah satu jenis produk unggulan seperti bak mandi / hiasan air mancur saja, kemudian diolah dengan sedemikian rupa dengan menggunakan bahan baku tunggal, alat/teknologi tunggal dan sebagainya sehingga terfokus pada satu produk unggulan serta lebih efisien.

Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Purnomo pemilik usaha marmer dan onyx di Desa Gamping, Campurdat, Tulungagung, terdapat beberapa desain produk unggulan kerajinan marmer dan onyx yang sedang populer dan banyak diminati pasar lokal serta mancanegara, seperti bak mandi dan patung-patung besar dari batu marmer dan onyx (Patung Kuda, Sapi, Ular Naga), hiasan air mancur, souvenir, kotak/tempat aksesoris lain yang terbuat dari batu onyx.

e. Jangkauan Pemasaran Hasil Usaha

Pemasaran merupakan tujuan akhir setelah suatu barang selesai diproduksi. Masalah pemasaran yang cukup dirasakan oleh industri kerajinan marmer dan onyx adalah permasalahan terhadap jangkauan pemasaran yang masih sangat terbatas dan persaingan pasar dengan sesama industri kecil maupun dengan pengusaha besar. Kebanyakan dari pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdat Kab.Tulungagung belum mampu untuk memasarkan sendiri hasil produksinya, karena mereka hanya menjual jasa dan dalam pemasarannya melalui perantara pengepul / pengusaha. Hal itu menyebabkan kurangnya jaringan pemasaran di berbagai wilayah, sehingga para pengrajin di Kec.Campurdat ini tidak dapat menguasai jangkauan pasar yang seluas-luasnya sehingga berdampak besar terhadap kelangsungan usahanya.

Hg Suseno dalam Reposisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Perekonomian Nasional mengungkapkan bahwa :

”permasalahan pemasaran merupakan kesulitan lain yang dihadapi oleh pengusaha UKM. Kesulitan pemasaran pada umumnya terjadi akibat permintaan menurun akibat dari situasi ekonomi yang memburuk, seperti lemahnya daya beli masyarakat. Sementara itu belum semua UKM siap berorientasi untuk produk ekspor. Sebagai contoh, sejak krisis terjadi tahun 1997, daya beli masyarakat terus menurun, padahal sifat permintaan terhadap barang-barang yang dihasilkan oleh UKM justru bersifat elastis terhadap perubahan harga. Artinya kenaikan harga sedikit saja akan menurunkan permintaan cukup besar. Faktor lain adalah tidak mampu menjual pada harga pasar dan produk UKM yang tidak mampu bersaing, baik dalam kualitas maupun dalam pelayanan”

Selain Hg Suseno, Imam Hardjanto (2009, h:58) mengatakan :

“beberapa strategi untuk mengatasi sulitnya pemasaran pengusaha UKM adalah: (1) Pertahanan bersaing. Perusahaan harus selalu inovatif dan memperbaiki keberhasilannya dimasa lalu atau memperbaiki produk yang pertama kali dihasilkannya, sebab jika tidak akan ditinggalkan oleh pasar. (2) Mencoba untuk produk yang menjadi “pemukul besar (*big hitter*)”. Keberhasilan perusahaan seperti 3M (*Man, Material, Market*) tetap mendominasi posisi pasar melalui pengenalan produk baru secara berkesinambungan”

Sepinya pasar lokal menuntut para pengrajin marmer dan onyx harus pandai-pandai mencari pangsa pasar yang lebih menjanjikan untuk meningkatkan penjualan. Kalau hanya mengandalkan dari pasar lokal saja, sebagai pengusaha kerajinan marmer dan onyx sulit untuk bertahan. Karena biasanya pasar domestik itu hanya membeli produk untuk sekali sepanjang masa, apalagi untuk sekarang ini orang-orang lebih mengutamakan untuk kebutuhan yang lebih utama. Oleh karena itu sebagai pemilik usaha marmer haruslah menerapkan sistem pemasaran jemput bola. Artinya, sebagai produsen jangan hanya menunggu order atau pembeli di Tulungagung, tetapi harus gencar mencari pasar, terutama ke daerah wisata yang banyak dikunjungi turis asing. Dilain sisi terkadang para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung kesulitan dalam mendapatkan akses terhadap informasi tentang bisnis di pasar lokal maupun internasional.

Menurut penulis, para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung kurang peka terhadap perubahan selera dari konsumen dan

kurang tanggap dalam berinovasi agar produk mereka tetap dicari oleh konsumen. Banyak produk-produk dari daerah lain yang mampu mengikuti keinginan dari pasar. Tanpa adanya inovasi, mustahil akan tetap dapat bertahan dengan semakin ketatnya persaingan usaha saat ini.

f. Omzet dan Keuntungan / Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung beserta buruh yang mengerjakannya tergantung pada tingkat pemasaran kerajinan marmer dan onyx. Sehingga sulitnya pemasaran produk yang selama ini dialami oleh para pengrajin sangat berpengaruh besar terhadap pendapatan mereka. Menurut penulis, agar pemasukan tetap ada, maka pemilik usaha marmer dan onyx haruslah pandai-pandai berinovasi untuk mencari pangsa pasar yang lebih menjanjikan dan mendesain produknya secara lebih menarik dan beragam untuk meningkatkan penjualan. Maka sebagai pemilik usaha marmer dan onyx harus pula pandai-pandai mensiasati kelemahan / permasalahan yang ada agar pemasukan tetap ada, dengan begitu para buruh juga tetap mendapatkan kerja borongan.

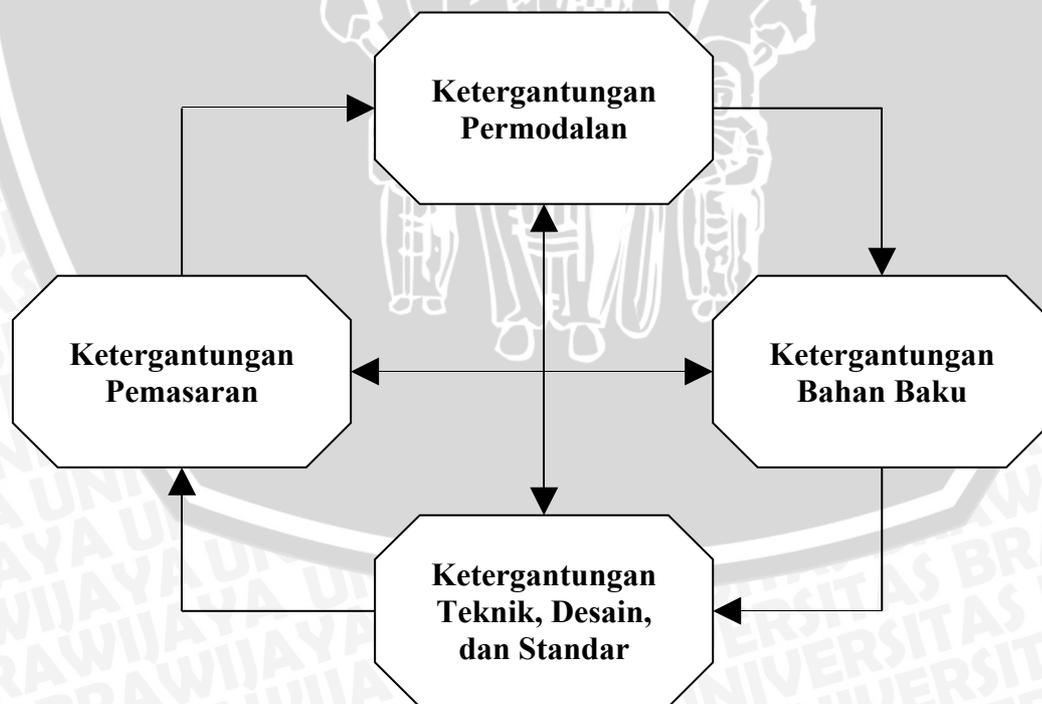
Seperti yang diungkapkan Imam Hardjanto (2009, h:61) bahwa :

”Kelemahan perusahaan kecil dapat dikategorisasikan didalam dua aspek: (1) Aspek kelemahan struktural, yaitu kelemahan dalam usaha misalnya kelemahan dalam bidang manajemen dan organisasi, kelemahan dalam pengendalian mutu, kelemahan dalam mengadopsi dan penguasaan teknologi, kesulitan mencari permodalan tenaga kerja masih lokal, dan terbatasnya akses pasar. Kelemahan faktor struktural yang satu saling terkait dengan faktor yang lain kemudian membentuk lingkaran ketergantungan yang tidak berujung pangkal dan membuat usaha kecil terdominasi rentan. (2) Kelemahan Kultural, mengakibatkan kelemahan struktural dan kurangnya akses informasi dan lemahnya berbagai persyaratan lain guna memperoleh akses permodalan, pemasaran, dan bahan baku, seperti: a) informasi peluang dan cara memasarkan produk, b) informasi untuk mendapatkan bahan baku yang baik, murah dan mudah didapat, c) informasi untuk memperoleh fasilitas dan bantuan pengusaha besar dalam menjalin hubungan kemitraan untuk memperoleh bantuan permodalan dan pemasaran, d) informasi tentang tata cara pengembangan produk, baik desain, kualitas maupun kemasannya, e) informasi untuk menambah sumber permodalan dengan persyaratan yang terjangkau”

Hal tersebut seperti halnya yang terjadi di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung, bahwa Secara struktural, salah satu kelemahan industri marmer dan onyx yang paling menonjol adalah kurangnya permodalan. Akibat terjadi ketergantungan pada kekuatan pemilik modal / pengepul. Karena pengusaha/pengepul juga lebih menguasai sumber-sumber bahan baku dan dapat mengusahakan bahan baku, maka pengrajin memiliki ketergantungan pada pemilik modal yang sekaligus penguasa bahan baku. Selain menguasai sumber-sumber bahan baku, pemilik modal juga memiliki akses dan informasi pasar, dengan demikian maka ketergantungan usaha kecil terhadap bahan baku menjadi ketergantungan terhadap pasar. Oleh karena yang menguasai pasar banyak mengetahui dan langsung mengenal pasar baik standar kualitas, motif maupun jumlahnya, maka standar produk, desain produk, teknik produk, dan jumlah produk ditentukan oleh pemilik informasi pasar yang sekaligus penyandang dana. Lingkaran Ketergantungan dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar : 7

Lingkaran Ketergantungan Usaha Kecil



Sumber : Imam Hardjanto (2009, h: 62)

Akibat dari ketergantungan tersebut, otomatis harga jual produk yang dihasilkan usaha kecil secara tidak langsung ditentukan oleh penguasa pasar dan pemilik modal, maka terjadilah pasar monopsoni. Demikian juga, harga jual bahan baku dan bunga modal yang ditanggung oleh usaha kecil ditentukan oleh penguasa pasar dan modal. Karena harga jual barang-barang yang dihasilkan usaha kecil ditentukan oleh pemilik informasi pasar yang juga sebagai pemilik bahan baku, maka ia akan menentukan harga jual bahan baku (monopoli). Dengan kondisi ini, maka batas keuntungan usaha kecil ditentukan oleh batas harga jual produk dan batas harga beli bahan baku. Kondisi tersebut mengakibatkan ketergantungan para pengrajin marmer dan onyx yang menjadi buruh pada perusahaan sendiri dengan upah yang ditentukan oleh batas keuntungan dari pemilik modal sekaligus penguasa pasar dan penguasa sumber bahan baku.

g. Modal Usaha

Kendala yang hingga saat ini masih tetap dialami oleh industri kecil adalah masalah keterbatasan dana / modal untuk menjalankan usahanya. Begitu juga yang dialami oleh pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung yang juga masih tetap mengeluhkan masalah modal. Dalam kesempatan diskusi pada acara diklat yang diselenggarakan pada november 2009 lalu, para pengrajin mengutarakan banyak hal mengenai masalah permodalan, yang kemudian ditemukan titik temu untuk mengatasi masalah tersebut yakni dengan membentuk Asosiasi berupa KUB MANUNGGAL SUKSES. Dengan dibangkitkannya KUB atau lembaga yang berbadan hukum maka diharapkan para pengrajin dapat lebih mudah dalam memperoleh asupan dana / modal dari berbagai sumber, karena legalitasnya sudah diakui.

Seperti yang disampaikan oleh Tambunan (2002, h:74)

”UKM, khususnya UK di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial: mobilisasi awal dan akses ke modal kerja dan finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan demi pertumbuhan output jangka panjang. Walaupun pada umumnya modal awal bersumber dari modal (tabungan) sendiri atau sumber-sumber permodalan ini sering tidak cukup untuk kegiatan produksi apalagi

investasi (perluasan kapasitas produksi atau menggantikan mesin-mesin tua)”

Selama penelitian dilapangan, penulis menemukan para pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung hingga saat ini masih kesulitan dalam hal modal usaha, walaupun Pemerintah Kab.Tulungagung telah berupaya untuk mengatasi kesulitan modal bagi para pengrajin marmer dan onyx di Kab.Tulungagung dengan cara :

1. Memberikan rekomendasi kepada industri kecil untuk melakukan pinjaman kepada pihak bank
2. Menganggarkan kucuran dana kredit bagi industri kecil yang berasal dari propinsi

Namun hal ini belum begitu dimanfaatkan oleh para pengrajin marmer dan onyx di Kab.Tulungagung dengan alasan khawatir tidak mampu membayar cicilan kredit karena permintaan akan kerajinan marmer dan onyx yang tidak dapat dipastikan. Selain itu adanya agunan yang menjadi pertimbangan dari pengrajin untuk melakukan pengajuan kredit juga menjadi pertimbangan bagi para pengrajin untuk mengajukan pinjaman kredit dari Pemerintah tersebut.

Kesulitan modal usaha sepertinya akan tetap menjadi kendala bagi pengrajin marmer dan onyx di Kab.Tulungagung. Keengganan mereka untuk berhubungan dengan pihak bank untuk mengajukan kredit usaha menyebabkan pengrajin kesulitan untuk mengembangkan usaha mereka. Sebagaimana diketahui bahwa untuk mengembangkan usaha sangat dibutuhkan modal yang cukup banyak yang sulit untuk dipenuhi apabila hanya mengandalkan harta pribadi.

3. Faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Pemerintah Kab.Tulungagung dalam mengembangkan industri marmer dan onyx

Mengingat strategi berarti upaya memanfaatkan segenap sumber daya untuk mencapai suatu tujuan maka kita harus mengenal sumber daya apa yang kita miliki, kekuatan apa yang kita miliki, apa kelemahan kita, bagaimana pula peluang dan ancaman yang ada (SWOT), dengan memperhatikan bagaimana kondisi lingkungan. Oleh karena itu untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam strategi Pemerintah Kab.Tulungagung dalam mengembangkan industri marmer dan onyx, maka untuk menentukan strategi apa yang dilakukan yaitu dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*), yaitu dengan cara menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Analisis SWOT merupakan alat untuk mengukur variabel yang ditetapkan yang dinilai cukup efektif dalam menganalisis permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Pemerintah Kab.Tulungagung dalam upaya mengembangkan industri marmer dan onyx . untuk itu strategi apa yang dilakukan dalam upaya pengembangan industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung adalah dengan terlebih dahulu melihat faktor-faktor internal dan eksternal. Jadi kesimpulan yang didapat adalah:

1. *Strenght* (kekuatan / kelebihan)

Dari data yang diperoleh, adapun kekuatan dari Pemerintah Kab.Tulungagung dalam menetapkan Strategi pengembangan industri marmer dan onyx adalah :

- a. Adanya era otonomi daerah yang dituangkan dalam Undang-Undang No 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang dijelaskan bahwa segala urusan yang berhubungan dengan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah adalah menjadi tanggung jawab Pemerintah Daerah untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan berdasarkan tugas tugas otonom dan tugas pembantuan dan didalam Undang-undang tersebut terdapat pasal 14 ayat 1 yang disebutkan bahwa Kabupaten atau Kota memiliki urusan wajib yaitu memfasilitasi pengembangan koperasi, usaha kecil dan menengah sebagai upaya penanggulangan sosial. Dengan

demikian Pemerintah Kab.Tulungagung memiliki kewenangan penuh dalam mengembangkan sektor industri di Tulungagung yang dalam hal ini adalah industri marmer dan onyx. Sehingga diharapkan industri marmer dan onyx dapat lebih berkembang karena daripada Pemerintah Pusat, Pemerintah Kabupaten Tulungagung lebih mengetahui dan mengerti potensi, kelemahan, kondisi ataupun permasalahan yang dihadapi oleh daerahnya.

- b. Dalam rangka menetapkan strategi pengembangan industri kecil dan kerajinan, Pemerintah Kab.Tulungagung bekerjasama dengan BAPPEDA (Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah) membuat suatu kebijakan yang disebut dengan RIPPIK (Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan). Tujuan dengan dibentuknya kebijakan tersebut yaitu agar dalam pelaksanaan pengembangan industri ini ada suatu langkah-langkah yang jelas untuk melakukan pembinaan dan pengembangan industri kecil di Tulungagung dengan harapan industri kecil yang ada di Tulungagung dapat maju dan berkembang.
- c. Kabupaten Tulungagung memiliki potensi sumber daya yang luar biasa, sehingga industri kecil di Tulungagung bisa menyesuaikan dengan kebutuhan setempat. Karena bahan baku dan tenaga kerja pada umumnya menggunakan sumber-sumber setempat yang bersifat lokal, maka industri kecil tidak mudah rentan terhadap fluktuasi bahan baku impor. Bahkan bila bahan baku impor sangat mahal sebagai akibat tingginya nilai mata uang asing, maka kenaikan mata uang asing tersebut dapat dijadikan peluang oleh industri kecil yang menggunakan bahan baku lokal dengan memproduksi barang-barang untuk keperluan ekspor.

2. **Weakness (kelemahan / kekurangan)**

Dari data yang diperoleh, adapun kelemahan dari Pemerintah Kab.Tulungagung dalam menentukan Strategi pengembangan industri marmer dan onyx, adalah :

- a. Keterbatasan anggaran dana sangat menghambat pelaksanaan pengembangan industri kecil di Tulungagung. Pemerintah Kab.Tulungagung seyogyanya mengupayakan adanya anggaran dana yang lebih untuk membantu kegiatan operasional agar tujuan Pemerintah Kab.Tulungagung untuk mengembangkan industri kecil yang ada di Tulungagung dapat tercapai. Karena yang terjadi selama ini dana yang tersedia dari APBD sangat terbatas untuk kegiatan operasional.
- b. Sumber Daya Manusia dari Pembina Teknis yang ada untuk membantu diklat masih sangat kurang dari segi kualitas dan kuantitasnya maupun sasaran dan penempatannya. Pembina Teknis harus memiliki kemampuan yang lebih jika dibandingkan dengan pengrajin dan harus benar-benar menguasai secara teknis tentang industri marmer dan onyx yang harus ditunjang dengan latar belakang pengetahuan, pendidikan dan pengalaman yang berkaitan dengan komoditi yang dibina.
- c. Kemampuan Sumber Daya Manusia dari pengrajin marmer dan onyx itu sendiri dalam berupaya untuk mengembangkan industrinya masih kurang. Tidak ada inovasi maupun inisiatif dari pihak pengrajin untuk memasarkan produknya agar dapat meningkatkan penjualan. Jadi usaha mereka sangat sulit berkembang karena keterbatasan sumber daya yang dimilikinya.

3. *Opportunity* (Kesempatan / Peluang)

Dari data yang diperoleh, adapun peluang dari Pemerintah Kab.Tulungagung dalam menentukan Strategi Pengembangan industri marmer dan onyx, adalah :

- a. Sebagian besar dari penduduk Kec.Campurdarat bermata pencaharian di bidang industri kecil dengan membuat kerajinan marmer dan onyx, hal ini disebabkan karena bahan baku yang diperlukan telah tersedia di daerah tersebut. Oleh karena itu baik pihak Pemerintah maupun pengrajin sendiri harus bisa memanfaatkan potensi alam yang berupa pegunungan batu marmer di Kec.Campurdarat ini agar menjadi peluang besar untuk kemajuan usahanya. Mengingat batu marmer ini tidak dapat diperbaharui

maka harus pandai berinisiatif untuk meminimalkan jumlah produksi dan meningkatkan harga sehingga dapat meningkatkan pendapatan tanpa harus mengeluarkan / menghabiskan bahan baku yang ada.

- b. Industri kecil merupakan bagian terpenting dari perekonomian nasional karena sektor industri memberikan kontribusi dalam menciptakan struktur ekonomi nasional. Industri kecil merupakan kegiatan ekonomi yang mendominasi struktur perekonomian Indonesia.

4. *Threat (ancaman / kendala)*

Dari data yang diperoleh, adapun yang menjadi ancaman dari Pemerintah Kab.Tulungagung dalam Strategi pengembangan industri marmer dan onyx, adalah :

- a. Persaingan pasar yang semakin ketat sehingga banyak yang membuat kerajinan serupa. Hal ini seharusnya dijawab sebagai sebuah tantangan agar lebih kreatif untuk dapat menciptakan desain produk baru yang tidak kalah bersaing dan dapat diterima dipasaran, tanpa adanya kepekaan dan kreatifitas yang tinggi dari pengrajin untuk dapat membuat sesuatu yang baru pastinya produk mereka akan kalah bersaing dengan produk yang lain yang lebih dapat mengerti dan mengikuti selera pasar. Oleh karena itu dituntut inovasi-inovasi yang lebih variatif untuk memenuhi selera pasar dari A sampai Z agar tidak ada peluang pasar yang lolos.
- b. Kondisi perekonomian bangsa yang belum stabil mengakibatkan pemasaran kerajinan marmer dan onyx mengalami kendala karena banyak orang yang mementingkan kebutuhan yang lebih pokok.
- c. Tidak ada kreativitas dan keberanian untuk menciptakan inovasi / desain baru karena adanya kekawatiran produk tersebut tidak laku dipasaran. Kalau tetap demikian maka industri marmer dan onyx di Tulungagung tidak akan dapat berkembang.

1) Strategi SO

- a. Dengan adanya UU No 32 tahun 2004, yang didalamnya terdapat pasal 14 ayat 1 berarti Pemerintah Daerah memiliki tugas dan kewenangan penuh untuk mengembangkan dan memfasilitasi industri kecil secara optimal di daerahnya.
- b. Kebijakan yang dibuat harus sesuai dengan kondisi dari tiap-tipa industri yang ada di Kab.Tulungagung, dengan begitu tujuan yang ingin dicapai dari Pemerintah Kab.Tulungagung untuk mengembangkan industri kecil dapat terwujud.

2) Strategi ST

- a. Dengan adanya UU No 32 tahun 2004, Pemerintah Kab.Tulungagung harus dapat mengupayakan pengembangan industri marmer dan onyx agar dapat mengatasi masalah pemasaran sehingga tidak menjadi kendala dan permintaan akan produk marmer dan onyx tetap berjalan walaupun kondisi perekonomian bangsa masih belum stabil.
- b. Dengan adanya kebijakan RIPPIK (Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan) pengrajin dapat dibantu dalam mengatasi masalah keterbatasan jangkauan pemasaran dan desain produk melalui diklat dengan diberikan contoh desain-desain terbaru dan meningkatkan kemampuan teknologi agar tidak kalah bersaing dipasaran dan produk marmer dan onyx dapat lebih berkembang diberbagai daerah.

3) Strategi WO

- a. Pemerintah Kab.Tulungagung seyogyanya memberikan anggaran dana yang lebih untuk menunjang kegiatan operasional, seperti diklat agar tujuan untuk mengembangkan industri kecil yang ada di Tulungagung dapat terwujud, karena yang terjadi selama ini dana yang tersedia untuk kegiatan operasional masih terbatas sehingga yang terjadi diklat tidak dapat dilakukan tiap tahunnya, melainkan harus secara bergantian. Padahal

diklat ini memiliki peran dan fungsi yang sangat penting dalam meningkatkan pengembangan kualitas industri marmer dan onyx, karena dari hasil diskusi-diskusi dalam acara diklat, maka Pemerintah jadi bisa mengetahui secara langsung semua keluhan-keluhan pengrajin marmer dan onyx, sehingga Pemerintah pun dapat segera membantu atau mengatasi permasalahan yang ada dengan memberikan solusi-solusi secara langsung serta saran-saran dan berbagai pengalaman dan pengetahuan tentang cara-cara, teknik maupun strategi dalam mengembangkan industri marmer dan onyx ini. Karena bagaimanapun juga Pemerintah dari tingkat Propinsi dan Pusat mempunyai lebih banyak pengalaman dibandingkan dengan pengrajin marmer dan onyx di Kec.Campurdarat Kab.Tulungagung. Ini terbukti dari proses diskusi dalam diklat yang diselenggarakan November 2009 lalu. Yang mana Pemerintah memberikan banyak sekali masukan dan pemecahan masalah kepada para pengrajin marmer dan onyx.

- b. Pembina Teknis harus memiliki kualitas dan kuantitas yang memadai karena industri kecil memberikan kontribusi yang besar dalam perekonomian di daerahnya.

4) Strategi WT

- a. Meningkatkan anggaran dana untuk kegiatan diklat sehingga mampu memberikan solusi masalah pemasaran dan desain produk yang selama ini kurang variatif sehingga mampu bersaing dipasaran.
- b. Meningkatkan kualitas dan kuantitas dari Pembina Teknis agar mampu membantu pengrajin marmer dan onyx dalam hal pemasaran karena kondisi perekonomian bangsa yang masih belum stabil. Pembina Teknis haruslah memiliki kemampuan yang lebih jika dibandingkan dengan pengrajin dan harus benar-benar menguasai secara teknis tentang kondisi industri marmer dan onyx yang ada di Tulungagung, dan harus ditunjang dengan latar belakang pengetahuan, pendidikan dan pengalaman yang berkaitan dengan komoditi yang dibina.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Strategi pengembangan industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung disusun dan dituangkan dalam Kebijakan Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil (RIPPIK), yang terdiri dari : Aspek bantuan kemudahan memperoleh modal usaha, aspek bantuan pemasaran, dengan mengadakan diklat-diklat dan pameran, aspek peningkatan kemampuan teknologi dengan menyusun kebijakan berupa program pembinaan dan pengembangan guna meningkatkan kemampuan teknologi, akan tetapi belum optimal. Aspek Pembinaan SDM dilakukan melalui diklat, namun karena keterbatasan dana maka diklat tidak dapat diadakan setiap tahun.
2. Perkembangan industri marmer dan onyx dilihat dari jumlah pengrajin marmer dan onyx dari tahun 2003 sampai 2009 terus mengalami peningkatan walaupun jumlahnya tidak signifikan. Sedangkan jumlah penyerapan tenaga kerja dari industri marmer dan onyx serta pendapatan/omzet perbulan justru mengalami penurunan. Kendalanya adalah masalah diversifikasi produk dan kurangnya kreativitas/inovasi untuk menciptakan desain baru, jangkauan pemasaran yang masih tergantung pada pengepul dan modal usaha yang sangat terbatas.
3. Faktor pendukung strategi pengembangan industri marmer dan onyx di Kab.Tulungagung adalah adanya Era otonomi daerah yang memberikan kesempatan dan dukungan bagi pengembangan perindustrian dan perdagangan. Dalam hal ini Pemerintah Kab.Tulungagung menyusun strategi-strategi yang ditetapkan dalam suatu kebijakan yaitu Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri Kecil dan Kerajinan (RIPPIK). Sedangkan faktor penghambatnya adalah: SDM, Jumlah dan kualitas pembina teknis tidak seperti yang diharapkan, tidak adanya kesesuaian antara penawaran (*Supply*) dan permintaan (*Demand*) akan

pembina teknis pada tingkat ketrampilan yang ada, tidak adanya penataan organisasi yang jelas dalam struktur Dinas dan keterbatasan dana.

B. Saran

1. Strategi pengembangan industri marmer dan onyx yang telah ditetapkan oleh DISPERINDAG Tulungagung perlu ditunjang dengan menyusun suatu kebijakan khusus di sektor industri marmer dan onyx.
2. Strategi pengembangan industri marmer dan onyx dengan melalui fasilitas forum dialog atau diskusi antara pengusaha, masyarakat dan pemerintah, pelaksanaan kegiatannya perlu untuk dioptimalkan sehingga yang terlibat dan berperan aktif dalam pengembangan industri marmer dan onyx tidak saja pemerintah dan masyarakat, pengusaha dan pengrajin saja, tetapi pihak swasta maupun LSM juga berperan serta sesuai dengan profesinya.
3. Untuk mencairkan kultur masyarakat yang masih tertutup dan image masyarakat yang kurang cepat tanggap (Quick respon) terhadap hal-hal yang baru dan cenderung mengikuti kelompok usaha bersama, maka pendekatan personil perlu dilakukan dengan memotivasi dan mendorong serta menyadarkan masyarakat, pengusaha/pengrajin. Dalam hal ini tenaga pendamping, pembina dan penyuluh dilapangan hendaknya lebih diaktifkan dan profesional dalam melaksanakan kegiatan dan tugasnya.
4. Dalam menghadapi krisis ekonomi nasional seperti sekarang ini, perhatian utama harus ditekankan pada penciptaan nilai tambah untuk meraih keunggulan daya saing (*competitive advantages*) melalui pengembangan kapabilitas khusus kewirausahaan, sehingga pemilik usaha marmer dan onyx tidak lagi mengandalkan strategi kekuatan pasar melalui monopoli dan fasilitas pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Badudu, JS dan Moh. Zain. 1996. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Hardjanto, Imam. 2009. *Enterpreneurship Kewirausahaan*. Malang: Universitas Brawijaya Malang.
- Jauch, R.L dan Glueck, William. 1955. *Manajemen Strategi Kebijakan Perusahaan : Edisi ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Kaho, J.R. 2001. *Prospek Otonomi Daerah di Negara Republik Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, Mudrajat.1997. *Ekonomi Pembangunan, Teori, Masalah dan Kebijakan*. Yogyakarta: Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Kuncoro, Mudrajad. 2000. “*Usaha Kecil di Indonesia*” Profil, Masalah dan Strategi Pemberdayaan”, diakses pada tanggal 21 Mei 2009 dari : http://www.mudrajad.com/upload/journal_usaha-kecil.indonesia.pdf.
- Kartasasmita, G. 1996. “*Strategi Pengembangan Usaha Kecil*”. Diakses pada tanggal 8 September 2009 dari <http://Ginandjar.com>
- Moekijat. 1991. *Latihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Bandung: Mandar Maju.
- Miles,M & Huberman A.Michael. 1992. *Analisa Data Kualitatif: Sumber tentang Metode-metode baru diterjemahkan oleh Tjejep R.R*. Jakarta: UI Press.
- Muluk, M.R.K. 2006. *Desentralisasi dan Pemerintahan Daerah*. Malang: Bayumedia.
- Moleong. J. Lexy. 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nazir, M. 1999. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Porter, Michael, E. 2004. *Competitive Advantages : Creating and Sustaining Superior Performance, with a new introduction, copyright 1985*. free press publishing, New York.
- Syarif, Syahrial. 1991. *Industri dan Kesempatan Kerja, Peluang*. Pusat Penelitian Universitas Andalas.

- Sjaifudin, H. 1995. *Strategi dan Agenda Pembangunan Usaha Kecil*. Bandung: Yayasan Akgita.
- Saleh, Irsan Azhari. 1986. *Industri Kecil Sebuah Tinjauan dan Perbandingan*. Jakarta: LP3ES.
- Siagian, SP. 2005. *Administrasi Pembangunan : Konsep, dimensi dan Strateginya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Salusu, J. 1996. *Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi non profit*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sinuraya, Daulat. 2004. *“Solusi masalah pengangguran di Indonesia”*, diakses pada tanggal 24 Mei 2009 dari : <http://www.suara-pembaruan.com/news/2004/09/07/editor/edit02.htm>.
- Tjiptono, Fandy. 1955. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tugiman, Hiro. 1995. *Peranan Usaha Kecil dan Koperasi dalam memanfaatkan sisa laba BUMN*. Bandung: PT. Eresco.
- Tambunan, Tulus. T.H. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia : Beberapa isu penting*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tohar, M. 2000. *Membuka Usaha Kecil*. Yogyakarta: Kanisius.
- T.W, Hg.Suseno, Firma Sulisty & Dionysius Desembrianto.2005. *Reposisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Undang-undang RI No. 32 Tahun 2004 *Tentang Pemerintah Daerah*
- Undang-undang RI No 5 tahun 1984 *Tentang Perindustrian*
- Undang-undang RI No 9 tahun 1995 *Tentang Usaha Kecil*
- Rencana Induk Pembinaan dan Pengembangan Industri kecil dan Kerajinan (RIPIK) tahun 2001 – 2010
- Tulungagung dalam angka 2002 – 2006
- 2001. *“Pola Pengembangan Usaha Kecil, Menengah dan Koperasi dalam Rangka Otonomi Daerah”*. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2009 dari <http://www.bkksi.or.id>.
- Yustika, Ahmad Erani. 2006. *Perekonomian Indonesia: deskripsi, preskripsi dan kebijakan*. Malang : Bayu Media Publishing.

<http://www.Tulungagung.go.id>, diakses pada tanggal 22 Juni 2009

