

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengembangan Ekonomi Lokal

2.1.1 Definisi

Pengembangan ekonomi lokal bukan hanya merupakan retorika baru tetapi mewakili suatu perubahan fundamental pada aktor dan kegiatan yang terkait dengan pengembangan ekonomi sebagaimana definisinya, Pengembangan ekonomi lokal merupakan proses kemitraan antara pemerintah daerah dengan para stakeholder termasuk sektor swasta dalam mengolah sumber daya alam dan sumber daya manusia maupun kelembagaan secara baik melalui pola kemitraan dengan tujuan untuk mendorong pertumbuhan kegiatan ekonomi daerah dan menciptakan pekerjaan baru (LGSP-USAID).

Pengembangan ekonomi lokal menurut *Internatioanl Labour Organization* (ILO) merupakan suatu proses partisipatif yang mendorong dan memfasilitasi kemitraan antara pemangku kepentingan lokal untuk perencanaan dan pelaksanaan strategi pembangunan secara bersama-sama, dengan menggunakan sumber daya dan keunggulan kompetitif daerah, dengan tujuan akhir menciptakan pekerjaan-pekerjaan yang layak dan menstimulasi kegiatan perekonomian.

2.1.2 Tujuan dan Sasaran

Tujuan dan sasaran yang ingin dicapai dengan adanya pengembangan ekonomi lokal adalah (Bappenas, 2006):

1. Terlaksananya upaya percepatan pengembangan ekonomi lokal melalui pelibatan pemerintah, dunia usaha, masyarakat lokal, dan organisasi masyarakat madani dalam suatu proses yang partisipatif;
2. Terbangun dan berkembangnya kemitraan dan aliansi strategis dalam upaya percepatan pengembangan ekonomi lokal diantara *stakeholder* secara sinergi;
3. Terbangunnya sarana dan prasarana ekonomi yang mendukung upaya percepatan pengembangan ekonomi lokal;
4. Terwujudnya pengembangan dan pertumbuhan UKM secara ekonomis dan berkelanjutan;

5. Terwujudnya peningkatan PAD dan PDRB;
6. Terwujudnya peningkatan pendapatan masyarakat, berkurangnya pengangguran, menurunnya tingkat kemiskinan;
7. Terwujudnya peningkatan pemerataan antar kelompok masyarakat, antar sektor dan antar wilayah;
8. Terciptanya ketahanan dan kemandirian ekonomi masyarakat lokal.

2.1.3 Komponen Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal

Ciri utama dalam pengembangan ekonomi lokal adalah menitik beratkan pada kebijakan *endogenous development* yang mendayagunakan sumber daya manusia, institusional dan fisik setempat yang mengarahkan pada penciptaan lapangan kerja baru dan merangsang pertumbuhan ekonomi (Blakely, 1994: 50).

Untuk mengetahui kinerja dari konsep pengembangan ekonomi lokal terlebih dahulu diketahui komponen-komponen pengembangan ekonomi lokal. Komponen kunci dalam pertumbuhan ekonomi yang disingkat sebagai 5M yaitu (1) *Materials* (Material), (2) *(Hu)manpower* (Sumber Daya Manusia), (3) *Markets* (Pasar), (4) *Management* (Manajemen) dan (5) *Money* (Modal). Masing-masing harus benar-benar dipertimbangkan oleh stakeholder dalam menyusun rencana pengembangan (Blakely, 1994: 146-149).

Tabel 2.1 Lima Elemen Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal

***Materials* (Material)**

- *Land* (lahan)
- *Building* (bangunan)
- *Location* (lokasi)
- *Infrastructure* (infrastruktur)
- *Natural resources* (Sumber Daya Alam)

***(Hu)manpower/Labor* (Sumber Daya Manusia/tenaga kerja)**

- *Skilled personel* (keterampilan personal)
- *Available workforce* (ketersediaan tenaga kerja)
- *Education and training capacity* (kapasitas pendidikan dan pelatihan)

***Markets* (Pasar)**

- *Markets analysis* (analisis pasar)
 - *Competition* (kompetisi)
 - *Penetration* (penetrasi)
 - *Marketing strategy* (strategi pemasaran)

***Management* (manajemen)**

- *Organizational structures* (struktur organisasi)
 - *Manager/operators* (manajer/operator)
 - *Research and Development* (penelitian dan pengembangan)
 - *Marketing and sales* (pemasaran dan sales)
 - *Legal* (legalitas)
-

Money (Modal)

- *Equity/ownership* (modal perseorangan)
 - *Debt/borrowed fund* (pinjaman)
 - *Capitalizing institutions* (lembaga permodalan)
 - *Subsidy and substitutes for direct capital* (subsidi dan penggantian modal langsung)
-

Sumber: Blakely, 1994:147

A. Materials (material)

Dalam komponen material terdiri dari semua sumber daya fisik wilayah yang didalamnya terdapat sumber daya alam dan fasilitas atau infrastruktur seperti jalan, pelabuhan, sistem distribusi listrik dan bangunan. Sumber daya alam tentunya mencakup material alam dan kondisi yang terdiri dari tanah, daerah, mineral, iklim, sumber daya air, tanaman dan hewan serta lokasi geografis. Sebuah komunitas harusnya mengetahui sumberdaya yang mungkin memiliki keterbatasan baik dari segi kualitas dan jumlah dapat diubah menjadi sumber daya yang berdaya saing dengan cara memberikan barang dan jasa yang lebih bervariasi. Karena dengan tidak adanya material dapat membatasi tipe barang yang diproduksi oleh suatu daerah, bagaimanapun juga keberadaan sumber daya harus dikaji lebih dahulu sebelum memperhatikan produk potensial dan sistem produksi yang berkaitan dengan penyediaan tenaga kerja.

B. (Hu)Manpower/labor (sumber daya manusia/tenaga kerja)

Sumber Daya Manusia menggambarkan mengenai tenaga kerja yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk atau jasa untuk diperjualbelikan. Salah satu contoh adalah tenaga kerja yang memiliki kemampuan dalam pengoperasian mesin, memperbaiki mesin, mengawasi proses atau mendistribusikan barang jadi. Kemampuan yang spesifik dapat membantu meningkatkan produktifitas untuk itu kemampuan pekerja dapat diperoleh dengan meningkatkan pengalaman kerja salah satunya dengan pelatihan. Dengan pelatihan dan pengalaman bekerja akan menjadikan tenaga kerja lebih disiplin, mengurangi kesalahan dan lebih berinovasi. Kemampuan tenaga kerja merupakan asset dan meningkatkan pendapatan penduduk yang merupakan proses dalam pengembangan ekonomi lokal.

Banyaknya human capital yang tersedia untuk bekerja dalam suatu wilayah tergantung dengan jumlah populasi pekerja dan orang yang memiliki keinginan dan kemampuan dalam bekerja. Keinginan untuk bekerja tergantung

dengan latar belakang kultur sosial setiap individu, tipe lapangan kerja yang tersedia, dan tingkat gaji yang diterima. Kemampuan dalam bekerja tergantung dari umur dari suatu populasi serta tingkat pendidikan dan pelatihan. Sumber daya manusia yang tersedia di suatu wilayah merupakan sumber daya yang signifikan.

C. **Markets (pasar)**

Pasar merupakan tempat dimana terdapat permintaan untuk produk atau jasa. Besanya permintaan dipengaruhi oleh jumlah penduduk atau organisasi yang menginginkan produk tersebut secara kualitas, harga yang ditawarkan, dan kemampuan untuk mengenalkan kualitas produk kepada konsumen, harga dan ketersediaan. Area pemasaran suatu produk tidak pasti. Perubahan karakteristik populasi, ekonomi lokal atau internasional, atau perubahan sederhana yang terjadi pada nilai sosial dan sikap yang membentuk tingkat konsumsi dari konsumen. Metode baru dalam mempromosikan harga dan karakteristik produk sehingga dapat membentuk potensi permintaan baru. Areal pemasaran baru dapat meningkatkan daya saing dalam harga suatu produk, meningkatkan akses transportasi, meningkatkan teknik produksi, dan penetrasi dari pasar lokal atau internasional. Intinya adalah bahwa sebuah pasar harus fleksibel dan perlu diperluas dengan imajinasi dan tenaga kerja. Mengidentifikasi konsumen yang potensial, dengan mengetahui produk apa yang diinginkan oleh konsumen dan berapa harga, dapat menginformasikan kepada konsumen mengenai ketersediaan produk merupakan contoh dalam mengoptimalkan area pemasaran.

D. **Managemant (manajemen)**

Manajemen merupakan hal yang penting dalam *human capital*. Pemimpin yang baik adalah seseorang yang dapat mengkombinasikan material, uang dan tenaga kerja untuk memproduksi dan memasarkan produk dengan sukses. Manajemen yang efektif merupakan penghubung karena tanpa hal tersebut maka pengembangan ekonomi tidak dapat terjadi. Manajer yang efektif juga siap dalam memikirkan, mengambil resiko dan menjadi inovator yang juga bisa disebut sebagai motivator dan koordinator.

Pengembangan ekonomi merupakan pengembangan yang prosesnya terdiri dari berbagai macam sektor dan agar lebih sukses, perlu adanya koordinasi yang efektif antara pemerintah dan industri yang didukung oleh berbagai lembaga dan

seluruh tingkat pemerintahan. Hal terpenting dalam membangun komunitas lokal dengan meningkatkan dukungan dan keterlibatan antara anggota. Hubungan yang berhasil diantara kelompok-kelompok yang berbeda memerlukan manajemen yang baik dari segi sektor ekonomi publik maupun privat. Pemerintah lokal atau inisiator lain yang tergabung dalam pengembangan ekonomi lokal dibentuk untuk menstimulasi tenaga kerja agar lebih kreatif sehingga dapat memberikan kontribusi dalam sebuah manajemen yang efektif.

E. Money (modal/uang)

Modal merupakan sebuah pembiayaan yang secara langsung menyangkut pembuatan dan pengoprasian yang dimaksud. Modal dibutuhkan untuk memulai suatu proyek pengembangan ekonomi untuk menyediakan fasilitas yang dibutuhkan, membayar dan melatih tenaga kerja, membeli bahan baku jika produk dihasilkan oleh pabrik, membayar biaya transportasi produk, dan untuk memasarkan barang atau jasa.

Modal dibutuhkan untuk menyediakan elemen atau komponen untuk mensukseskan suatu proyek, Modal digunakan untuk memperoleh, menyewa, mengorganisasi. Contohnya modal dibutuhkan untuk memperoleh bangunan, menyewa konsultan, melatih tenaga kerja agar memperoleh kemampuan yang spesifik atau untuk pemeliharaan jalan dll. Pendanaan komponen yang dibutuhkan sebuah proyek dapat berasal dari dana pribadi atau pinjaman.

Dalam proses pembangunan ekonomi lokal yang mengacu pada komponen-komponen diatas, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan. Komponen sumber daya manusia lebih ditekankan pada peningkatan kualitas yang berasal dari penduduk lokal dibandingkan banyaknya pekerja. Dasar pembangunan lebih ditekankan kepada membangun sebuah institusi ekonomi baru disbanding membangun sektor ekonomi tertentu. Kepemilikan lokasi lebih menekankan pada keunggulan kompetitif yang didasarkan pada kualitas lingkungan dibandingkan dengan keunggulan komparatif yang didasarkan kepemilikan fisik serta sumber pengetahuan ditekankan bahwa pengetahuan sebagai pembangkit ekonomi dibandingkan dengan angkatan kerja yang berharga.

2.1.4 Pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal

Dalam Pengembangan Ekonomi Lokal terdapat beberapa pendekatan yang dapat dilakukan, diantaranya adalah (Munir, 2007:23-27)

A. Pengembangan daya saing

Mengembangkan ekonomi lokal berarti bekerja secara langsung membangun *economic competitiveness* (daya saing ekonomi) suatu kota untuk meningkatkan ekonominya. Prioritasi ekonomi lokal pada peningkatan daya saing ini adalah krusial, mengingat keberhasilan (kelangsungan hidup) komunitas ditentukan oleh kemampuannya beradaptasi terhadap perubahan yang cepat dan meningkatnya kompetisi pasar.

Setiap komunitas mempunyai kondisi potensi lokal yang unik yang dapat membantu atau menghambat pengembangan ekonominya. Atribut-atribut lokal ini akan membentuk benih, yang dari situ strategi PEL dapat tumbuh memperbaiki daya saing lokal. Untuk membangun daya saing tiap komunitas perlu memahami dan bertindak atas dasar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk membuat lokasi/ kota nya menarik bagi kegiatan bisnis, kehadiran pekerja dan lembaga yang menunjang. Daya saing dapat diukur dengan beberapa kategori indikator. Tiap ukuran mencerminkan insentif penting untuk berinvestasi di daerah tersebut. Setidaknya ada empat kategori penilaian yang digunakan untuk mengukur daya saing:

- Struktur ekonomi: komposisi ekonomi, produktivitas, output dan nilai tambah, serta tingkat investasi asing atau domestic. Beberapa teknik analisis yang biasa digunakan perencana, termasuk: *location quotient (LQ)*, *shift-share analysis*, *economic base analysis*, *regional income indicators*.
- Potensi wilayah: yang *non-tradeable* seperti lokasi, prasarana, sumber daya alam, amenity, biaya hidup dan bisnis, citra daerah
- Sumber daya manusia: kualitas SDM yang mendukung kegiatan ekonomi
- Kelembagaan: konsistensi kebijakan pemerintah dan perilaku masyarakat yang pro PEL serta budaya yang mendukung produktifitas

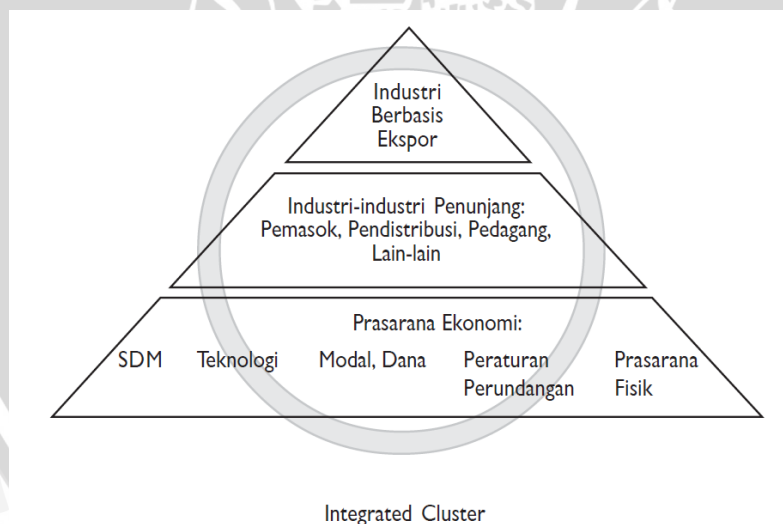
Dalam hal ini ada metode penilaian yang dapat digunakan salah satunya adalah analisis SWOT dimana mempunyai kelebihan dan kekurangan, sebagaimana di bawah ini:

- Analisis SWOT. Analisis yang biasa digunakan dalam perencanaan strategis untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan tantangan eksternal. Kelebihan dari metode ini adalah tidak membatasi tujuan dan informasi yang digunakan, dapat menggunakan informasi dari media masa, hasil interview. Kelemahannya hasilnya dapat bervariasi tergantung pada sudut pandang atau variasi dari personel yang terlibat.

B. Pengembangan *business cluster*

Klaster industri sering disebut sebagai mesin dari ekonomi lokal. Suatu klaster mempunyai tiga dimensi yang menyangkut: produsen pengeksport, pemasok dan perantara, dan institusi dasar yang memberikan inputs, seperti ide, inovasi, modal dan prasarana. Cluster industri dimaksudkan sebagai lokomotif untuk mendorong perkembangan sistem industri di daerahnya melalui fokus pada dukungan terhadap jenis-jenis industri setempat yang potensial sebagai basis ekspor ke luar daerah.

Hubungan keterkaitan antar industri dan meningkatnya pendapatan daerah, dapat merangsang kebutuhan atau permintaan akan jasa dan produk lokal yang lebih luas lagi (*multiplier effects*).



Gambar 2.1 Struktur *Business Cluster*
Sumber: Le Maroc dalam Munir

Pengembangan cluster berfokus pada fasilitasi atau penguatan keterkaitan dan saling ketergantungan antar unit usaha (hubungan pemasok dan pembeli) dalam suatu network produksi dan penjualan produk dan jasa. Dengan mendorong industri yang prospek pasarnya tinggi, mampu berkompetisi diharapkan akan

meningkatkan perolehan devisa ($\text{surplus } X > M$) dan menciptakan kebutuhan akan produk industri setempat atau sekitarnya. Demikian pula peningkatan pendapatan masyarakat akan meningkatkan permintaan akan produk dan jasa dari kegiatan ekonomi setempat pula ($\text{domestic demand} = C$). Demikian selanjutnya, mata rantai ini jika berhasil diperluas akan mengembangkan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat.

Pengembangan cluster berarti bahwa inisiatif PEL dikonsentrasikan pada mendorong dan mendukung kerjasama antar perusahaan, pengembangan kelembagaan dan mendukung sektor industri yang dipilih. Pengembangan cluster dilaksanakan dibawah strategi PEL akan menyangkut beberapa pendekatan, antara lain:

- **Pengembangan *network*.** Perhatian khusus diberikan untuk mendorong kerjasama penduduk setempat dalam cluster yang sama untuk secara bersama untuk meningkatkan peluang pengembangan bisnis. Network ini dapat memasarkan produk bersama dan kemudian memulai perdagangan antar perusahaan dalam satu *cluster*.
- **Mengembangkan upaya pemasaran bersama cluster.** Identifikasi dan pengembangan cluster membentuk basis untuk promosi investasi dan pemasaran, sebagai bagian dari program city marketing.
- **Menyediakan informasi yang spesifik untuk cluster.** Kegiatan yang dapat segera dilakukan adalah mengumpulkan dan menyebarkan informasi tentang kegiatan bisnis dan system pendukung kebijakan. Dengan pertukaran informasi ini keterkaitan pembeli-pemasok dapat dikembangkan.
- **Mendukung riset bersama.** Perguruan tinggi yang ada dapat dilibatkan dalam riset yang bermanfaat bagi cluster, pengembangan inkubasi bisnis.
- **Mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan.** Kunci untuk *networking* bisnis di dalam suatu inisiatif cluster adalah apresiasi keterampilan di dalam sektor. Bila sejumlah bisnis mengekspresikan kebutuhan, sehingga pelatihan yang sesuai akan dapat diberikan.

Pemerintah daerah dapat berkolaborasi secara regional, menjadi fasilitator dari *networking* antar industri, dan katalis yang menjalin tiap pelaku ekonomi untuk bekerjasama. Di samping itu, pemerintah daerah juga dapat berperan besar

dalam menumbuhkan permintaan (*government expenditure*=G), mengingat di kebanyakan daerah belanja pemerintah masih dominan. Ini penting, karena biasanya sulit bagi unit UKM setempat untuk bersaing mendapatkan kesempatan, mengingat keterbatasan kelembagaan, biaya pemasaran serta akses ke sumber dana.

C. Pengembangan kelembagaan

Geddes menyatakan bahwa pengembangan kelembagaan menyangkut *community education*. Ini dapat dikaitkan dengan pendapat yang menyatakan bahwa perencanaan dan pembangunan adalah proses pembelajaran, yang bukan mengajari masyarakat, namun belajar bersama masyarakat. Proses perencanaan adalah proses "belajar bersama", tidak memberi tekanan pada pembuatan dokumen, tetapi pada dialog (Friedman dalam Munir & Fitanto, 2007).

- Kemitraan

Proses perencanaan dan implementasi pengembangan ekonomi lokal dilaksanakan secara kolektif antara ketiga unsur: pemerintah – swasta – masyarakat. Antara ketiganya saling terkait dalam menentukan keberhasilan kebijakan PEL. Kegiatan usaha yang sukses menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat. Agar sukses kegiatan usaha tergantung pada kondisi lokal.

Pemerintah daerah mempunyai peran besar dalam menciptakan kondisi yang kondusif bagi dunia usaha. Hal tersebut berarti menjalin kemitraan antar stakeholders, pihak pemerintah daerah dan instansi terkait; pihak swasta yang menyertakan pelaku industri besar-menengah kecil, asosiasi-asosiasi; dan pihak masyarakat yang menyertakan wakil-wakil kelompok, NGO. Masing-masing dengan potensi dan aspirasinya membentuk visi, misi dan tujuan PEL bagi daerahnya. Pada skala komunitas (*community base*), juga dijalin kerjasama antara pihak warga, CBO (*Community Based Organization*), unit-unit usaha di lingkungan yang sama, dan aparat pemerintah yang fungsinya langsung melayani masyarakat. Masing-masing difasilitasi untuk menyampaikan aspirasi dan kebutuhannya.

- Kontrol

Pada sisi lain, proses dialog antar *stakeholder* tersebut juga mempunyai fungsi kontrol. Kebijakan PEL akan dapat sukses kalau dilaksanakan sesuai dengan azas

good governance, ada untuk kepercayaan, keterbukaan dan akuntabilitas. Untuk itu lembaga *self-control* melalui forum PEL pada tingkat kota maupun komunitas akan diperlukan. Dengan menggunakan perencanaan sebagai proses pembelajaran, maka perencana dapat berperan dalam pemberdayaan masyarakat, membantu masing-masing *stakeholder* menyadari hak dan kewajibannya dalam pemberdayaan kegiatan ekonomi di daerahnya.

2.2 Industri Kecil

2.2.1 Definisi

Berdasarkan Undang-undang No 5 Tahun 1984 tentang perindustrian menyatakan bahwa Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

2.2.2 Karakteristik Industri Kecil

Secara umum karakter industri kecil dapat dikenal sebagai unit usaha yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Taufiq, 2004):

1. Skala usaha kecil

Salah satu karakter penting dari industri kecil adalah skala usahanya yang relatif kecil. Meskipun batas atas kategori usaha kecil adalah dengan omset maksimal 1 miliar, namun dalam kenyataannya sebahagian besar usaha kecil justru memiliki omset dibawah 500 juta. Mengacu pada argumentasi bahwa salah satu sumber keunggulan adalah melalui *economies of scale*, maka akan sulit bagi usaha berskala kecil secara individual untuk bersaing dengan usaha berskala besar dalam suatu aktivitas bisnis yang sama.

2. Padat karya

Produk yang dihasilkan industri kecil pada umumnya sangat padat karya. Kegiatan produksi yang melibatkan banyak tenaga kerja sebagai konsekuensi dari aktivitas yang menghasilkan produk yang berciri *handmade*. Produk yang dibuat bersandar pada keahlian dan keterampilan tangan membawa konsekuensi pada kurangnya aspek presisi dan kesulitan untuk distandarisasi. Disamping memiliki kelemahan, aktivitas bisnis yang mengandalkan keterampilan individu tentu juga memiliki keunikan sehingga mendapatkan

pasar tersendiri. Keunkan produk industri kecil dapat dikembangkan sebagai sumber keunggulan menghadapi produk-produk berbasis pabrikasi (produk cetak).

3. Berbasis sumberdaya lokal dan sumberdaya alam

Salah satu ciri orientasi berusaha dikalangan industri kecil pada umumnya adalah lebih kepada upaya melakukan aktivitas apa yang bisa dilakukan dengan sumberdaya yang ada, ketimbang memproduksi sesuatu yang diminta oleh pasar. Aktivitas usaha industri kecil lebih kepada *production oriented*, yaitu memproduksi sebanyak mungkin apa yang bisa dilakukan dengan bertumpu pada ketersediaan sumberdaya yang ada.

4. Pelaku banyak

Pada aktivitas industri kecil hampir tidak ada *barrier to entry* baik dari aspek teknologi, investasi, manajemen, perlindungan hak intelektual maka sangat mudah bagi masyarakat untuk masuk dalam industri kecil. sebagai konsekuensinya rekatif banyak pelaku bisnis dalam sektor dan kegiatan bisnis tertentu. Di satu sisi struktur usaha seperti ini sangat baik untuk mendorong kompetisi tetapi dilain pihak industri kecil sering dianggap tidak mampu menghadapi kekuatan monopolis.

5. Menyebar

Aktivitas industri kecil dapat dijumpai hampir diseluruh pelosok tanah air serta di berbagai sektor. Hal tersebut menjadikan produk yang dihasilkan oleh industri kecil dapat diperoleh dengan sangat mudah dimana dan kapan saja.

2.2.3 Klasifikasi Industri

A. Berdasarkan banyaknya pekerja

Batasan mengenai skala usaha menurut BPS yaitu berdasarkan kriteria jumlah tenaga kerja yaitu (Departmen Perindustrian dan Perdagangan RI, 2002):

- Industri dan Dagang Mikro (IDMikro) merupakan industri rumah tangga dengan tenaga kerja sebesar 1 – 4 orang
- Industri dan Dagang Kecil (IDKecil) merupakan industri kecil dengan jumlah tenaga kerja sebesar 5 – 19 orang

- Industri dan Dagang Menengah (IDMenengah) merupakan industri kecil mempunyai skala sedang dengan jumlah tenaga kerja sebesar 20 – 99 orang
- Industri dan Dagang Besar (IDBesar) merupakan industri kecil skala besar dengan jumlah tenaga kerja sebesar 100 orang keatas.

B. Berdasarkan perkembangannya

Menurut Irsan Ashary (1986: 50), terkait dengan eksistensi dinamisnya industri kecil dan kerajinan rumah tangga diIndonesia dapat dibagi ke dalam tiga kelompok kategori yaitu

1. Industri lokal adalah kelompok industri yang menggantungkan kelangsungan hidupnya kepada pasar setempat yang terbatas serta relatif tersebar dari segi lokasinya. Skala usaha kelompok ini umumnya masih kecil dan mencerminkan pola “pengusahaan” yang bersifat subsiden. Terbatasnya target pemasaran yang sangat terbatas menyebabkan sarana transportasi yang digunakan sederhana. Dalam memasarkan hasil produknya industri lokal ditangani sendiri oleh pengusaha tanpa adanya perantara.
2. Industri sentra adalah kelompok industri yang dilihat dari satuan usaha mempunyai skala kecil, tetapi membentuk suatu pengelompokan atau kawasan produksi yang terdiri dari kumpulan unit usaha yang menghasilkan barang sejenis. Dari sisi target pemasarannya, industri sentra umumnya menjangkau pasar yang lebih luas daripada industri lokal sehingga peran pedagang perantara atau pedagang pengumpul menjadi cukup kemonjol
3. Industri mandiri adalah industri yang memiliki sifat-sifat industri kecil namun telah berkemampuan dalam mengadaptasi teknologi produksi yang cukup canggih. Pemasaran produk industri mandiri tidak tergantung pada pedagang perantar.

C. Berdasarkan ketersediaan bahan baku

Berdasarkan ketersediaan bahan baku. Maka industri dapat dibedakan menjadi (www.organisasi.org):

1. Industri ekstraktif

Industri ekstraktif adalah industri yang bahan bakunya diambil langsung dari alam sekitar. Contoh: pertanian, perkebunan, perhutanan, perikanan, peternakan, pertambangan dan lain-lain

2. Industri nonekstraktif

Industri nonekstraktif adalah industri yang bahan baku didapat dari tempat lain selain alam sekitar

3. Industri fasilitatif

Industri fasilitatif adalah industri yang produk utamanya adalah berbentuk jasa yang dijual kepada para konsumennya. Contoh: Asuransi, perbankan, transportasi, ekspedisi dan lain sebagainya

D. Berdasarkan besar atau kecil modal

Berdasarkan besar kecilnya modal yang dipergunakan, maka industri dapat dibedakan menjadi (www.organisasi.org):

1. Industri padat modal

Industri padat modal adalah industri yang dibangun dengan modal yang jumlahnya besar untuk kegiatan operasional maupun pembangunannya.

2. Industri padat karya

Industri padat karya adalah industri yang lebih dititik beratkan pada sejumlah besar tenaga kerja atau tenaga kerja dalam pembangunan serta pengoperasiannya

E. Berdasarkan pemilihan lokasi

Berdasarkan pemilihan lokasi, industri dapat digolongkan menjadi (www.organisasi.org):

1. Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada pasar (*market oriented industry*), yaitu industri yang didirikan sesuai dengan lokasi potensi target konsumen. Industri jenis ini akan mendekati kantong-kantong dimana konsumen potensial berada. Semakin dekat ke pasar akan semakin menjadi lebih baik.

2. Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada tenaga kerja/labour (*man power oriented industry*), yaitu industri yang berada pada lokasi di pusat

permukiman penduduk karena biasanya jenis industri tersebut membutuhkan banyak pekerja/pegawai untuk lebih efektif dan efisien.

3. Industri yang berorientasi atau menitikberatkan pada bahan baku (*supply oriented industry*) yaitu jenis industri yang mendekati lokasi dimana bahan baku berada untuk memangkas atau memotong biaya transportasi yang besar.

F. Berdasarkan ciri-cirinya

Berdasarkan ciri-cirinya industri dapat digolongkan menjadi (Setiawan, 1997:64-65):

1. Industri Hulu, adalah industri yang tahapan produksinya mengolah bahan mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi, mempunyai ciri-ciri padat modal, berskala besar, menggunakan teknologi maju dan teruji. Lokasinya selalu dipilih dekat dengan bahan baku yang mempunyai sumber energi sendiri.
2. Industri Hilir, merupakan perpanjangan proses dari industri hulu. Pada umumnya mengolah barang setengah jadi menjadi barang jadi. Lokasinya selalu diupayakan dekat pasar, menggunakan teknologi madya dan teruji serta banyak menyerap tenaga kerja. Contohnya industri pipa dan industri kawat.
3. Industri Kecil, pada umumnya banyak berkembang di perdesaan maupun di kota. Industri ini peralatannya sederhana. Walaupun hakekat produksi sama dengan industri hilir, tetapi sistem pengolahannya lebih sederhana. Sistem tata letak pabrik, pengolahan limbah belum mendapat perhatian. Industri ini banyak menyerap tenaga kerja. Secara garis besar, jenis industri kecil mencakup industri kerajinan, industri rumah tangga, usaha informal dan usaha tradisional. Berdasarkan keseragaman penggunaan teknologi dan fungsi produk, Departemen Perindustrian mengelompokkan industri kecil menjadi 5 (lima) bagian, yaitu :

a. Industri Kecil Pangan

Yaitu kegiatan industri kecil yang menghasilkan barang-barang konsumsi. Misalnya industri kecil kerupuk, industri kecil tahu tempe, industri kecil keripik dan lain-lain.

b. Industri Kecil Sandang dan Kulit

Yaitu kegiatan industri kecil yang menghasilkan sandang atau pakaian dan kerajinan yang berasal dari kulit. Misalnya industri kecil sulaman, tenun, konveksi, batik, sepatu, tas dan lain-lain.

c. Industri Kecil Kimia dan Bahan Bangunan

Yaitu kegiatan industri kecil yang menghasilkan/aktivitas produknya adalah bahan kimia dan bahan bangunan. Termasuk dalam industri ini, misalnya industri kecil batu bata, industri genteng dan lain-lain.

d. Industri Kecil Kerajinan dan Umum

Yaitu kegiatan industri kecil yang menghasilkan produk berupa kerajinan rumah tangga atau kerajinan tangan. Misalnya industri kecil anyaman, industri keramik, industri kecil ukiran kayu dan lain-lain.

e. Industri Kecil Logam

Yaitu kegiatan industri kecil yang khusus menghasilkan produk dari logam, misalnya industri kecil pandai besi, industri kecil cor logam, bengkel las dan lain-lain.

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Industri Kecil

Berikut ini adalah faktor-faktor pokok yang menyebabkan suatu industri / perindustrian dapat berkembang dengan baik apabila dimiliki, antara lain adalah : (www.organisasi.org)

A. Faktor pokok

1. Modal

Modal digunakan untuk membangun aset, pembelian bahan baku, rekrutmen tenaga kerja, dan lain sebagainya untuk menjalankan kegiatan industri. Modal bisa berasal dari dalam suatu negara serta dari luar negeri yang disebut juga sebagai penanaman modal asing (PMA).

2. Tenaga Kerja

Tenaga kerja dengan jumlah dan standar kualitas yang sesuai dengan kebutuhan suatu perindustrian tentu akan membuat industri tersebut menjadi lancar dan mampu berkembang di masa depan. Jika suatu negara kelebihan tenaga kerja, maka salah satu solusi yang baik adalah mengirim tenaga kerja ke luar negeri menjadi tenaga kerja asing. Contohnya Indonesia dengan tenaga

kerja Indonesia (TKI) dan tenaga kerja wanita (TKW). Jika suatu negara kekurangan tenaga kerja maka salah satu jalan keluarnya adalah mendatangkan tenaga kerja asing dari luar negaranya.

3. Bahan Mentah / Bahan Baku

Bahan baku adalah salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat dan bahkan terhenti. Untuk itu pasokan bahan mentah yang cukup baik dari dalam maupun luar negeri / impor dapat melancarkan dan mempercepat perkembangan suatu industri.

4. Transportasi

Sarana transportasi sangat vital dibutuhkan suatu industri baik untuk mengangkut bahan mentah ke lokasi industri, mengangkut dan mengantarkan tenaga kerja, pengangkutan barang jadi hasil output industri ke agen penyalur / distributor atau ke tahap produksi selanjutnya, dan lain sebagainya. Terbayang bila transportasi untuk kegiatan tadi terputus.

5. Sumber Energi / Tenaga

Industri yang modern memerlukan sumber energi / tenaga untuk dapat menjalankan berbagai mesin-mesin produksi, menyalakan perangkat penunjang kegiatan bekerja, menjalankan kendaraan-kendaraan industri dan lain sebagainya. Sumber energi dapat berwujud dalam berbagai bentuk seperti bahan bakar minyak / bbm, batubara, gas bumi, listrik, metan, baterai, dan lain sebagainya.

6. Marketing / Pemasaran Hasil Output Produksi

Pemasaran produk hasil keluaran produksi haruslah dikelola oleh orang-orang yang tepat agar hasil produksi dapat terjual untuk mendapatkan keuntungan / profit yang diharapkan sebagai pemasukan untuk pembiayaan kegiatan produksi berikutnya, memperluas pangsa pasar, memberikan dividen kepada pemegang saham, membayar pegawai, karyawan, buruh, dan lain-lain.

B. Faktor penunjang / faktor pendukung

1. Kebudayaan Masyarakat

Sebelum membangun dan menjalankan kegiatan industri sebaiknya patut dipelajari mengenai adat-istiadat, norma, nilai, kebiasaan, dan lain sebagainya

yang berlaku di lingkungan sekitar. Tidak sensitif terhadap kehidupan masyarakat sekitar mampu menimbulkan konflik dengan penduduk sekitar. Selain itu ketidak mampuan membaca pasar juga dapat membuat barang hasil produksi tidak laku di pasaran karena tidak sesuai dengan selera konsumen, tidak terjangkau daya beli masyarakat, boikot konsumen, dan lain-lain.

2. Teknologi

Dengan berkembangnya teknologi dari waktu ke waktu akan dapat membantu industri untuk dapat memproduksi dengan lebih efektif dan efisien serta mampu menciptakan dan memproduksi barang-barang yang lebih modern dan berteknologi tinggi.

3. Pemerintah

Pemerintah adalah bagian yang cukup penting dalam perkembangan suatu industri karena segala peraturan dan kebijakan perindustrian ditetapkan dan dilaksanakan oleh pemerintah beserta aparat-aparatnya. Pemerintahan yang stabil mampu membantu perkembangan industri baik dalam segi keamanan, kemudahan-kemudahan, subsidi, pemberian modal ringan, dan sebagainya.

4. Dukungan Masyarakat

Semangat masyarakat untuk mau membangun daerah atau negaranya akan membantu industri di sekitarnya. Masyarakat yang cepat beradaptasi dengan pembangunan industri baik di desa dan di kota akan sangat mendukung sukses suatu industri.

5. Kondisi Alam

Kondisi alam yang baik serta iklim yang bersahabat akan membantu industri memperlancar kegiatan usahanya. Indonesia memiliki iklim tropis tanpa banyak cuaca yang ekstrim sehingga kegiatan produksi rata-rata dapat berjalan dengan baik sepanjang tahun.

6. Kondisi Perekonomian

Pendapatan masyarakat yang baik dan tinggi akan meningkatkan daya beli masyarakat untuk membeli produk industri, sehingga efeknya akan sangat baik untuk perkembangan perindustrian lokal maupun internasional. Di samping itu Saluran distribusi yang baik untuk menyalurkan barang dan jasa dari tangan produsen ke konsumen juga menjadi hal yang sangat penting.

2.2.5 Pengembangan Sentra Industri Kecil

Sentra adalah pusat kegiatan di kawasan/lokasi tertentu dimana terdapat UKM yang menggunakan bahan baku/sarana yang sama, menghasilkan produk yang sama/sejenis serta memiliki prospek untuk dikembangkan menjadi klaster (Kementerian Koperasi dan UKM).

Sentra industri kecil adalah kelompok jenis industri yang dari segi satuan usaha mempunyai skala kecil yang membentuk suatu pengelompokan atau kawasan produksi yang terdiri dari kumpulan unit usaha yang menghasilkan barang sejenis dan ditinjau dari tempat pemasaran, menjangkau pasar yang lebih luas (Saleh, 1989).

Karakteristik sentra industri menurut Handayani dan Softhani, 2001 dalam Fatmawati (2008: 29) karakteristik pokok dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Tersedianya organisasi yang berjalan fungsional

Organisasi meliputi seluruh elemen dalam suatu proses produksi mulai dari bahan baku, pemasaran, teknologi dan inovasi, informasi, keuangan, maupun fasilitas pendukung lainnya. Selain organisasi yang terkait dengan proses produksi, pemerintah juga memiliki peranan yang tidak kalah penting terutama sesuai dengan fungsinya untuk mengeluarkan kebijakan publik yang harus mampu mengakomodir kebutuhan industri kecil.

2. Jaringan kerja yang kuat (*Networking*)

Membangun sebuah jaringan kerja, terutama di daerah pedesaan, membutuhkan proses yang panjang dan didalamnya terkandung nilai-nilai sosial budaya yang harus dijaga untuk memperkuat jaringan kerja yang terbentuk. Sedikitnya terdapat tiga hal pokok yang perlu diperhatikan dalam pengembangan jaringan kerja, yaitu:

- a. Diperlukan antisipasi untuk mengeliminir persaingan yang timbul.

Dengan adanya persaingan akan sangat sulit untuk membentuk suatu jaringan kerja yang kuat. Cara yang paling efektif dalam mengantisipasinya adalah spesialisasi jenis produksi. Hal sudah dibuktikan oleh banyak negara terutama Itali yang dianggap sebagai pelopor berkembangnya fenomena *flexibel specialization*.

- b. Selain spesialisasi, adanya standarisasi mutlak dibutuhkan. Dengan adanya standarisasi, permainan harga yang umumnya dilakukan pihak-pihak dengan kemampuan modal yang lebih memadai dapat dimalkan. Persoalan timbul pada sentra industri kecil yang komoditinya mengandung nilai seni/ketrampilan tinggi. Komoditi dengan karakteristik seperti tidak dapat distandarkan kualitas produksinya. Pada beberapa kasus, hal cukup menimbulkan persoalan terutama untuk mempertahankan kondisi persaingan yang sehat.
 - c. Memelihara rasa saling percaya. Rasa saling percaya adalah modal dasar terbangunnya suatu jaringan kerja. Hal juga disebut sebagai modal sosial yang perlu dikembangkan. Menumbuhkan rasa saling percaya membutuhkan proses yang panjang namun jika sudah dapat terbentuk merupakan modal yang sangat besar bagi upaya pengembangan usaha.
3. Ketersediaan pasar
Jaminan ketersediaan pasar dapat menjadi optimal apabila para pelaku industri memiliki kesadaran untuk mengembangkan strategi pemasaran (promosi secara kolektif). Menembus pasar terutama untuk skala internasional lebih mudah jika dilakukan secara bersama (antara lain dengan melibatkan pihak pemerintah) dibandingkan jika dilakukan secara individual.
 4. Kewirausahaan
Jika kewirausahaan harus dimiliki oleh setiap pengusaha yang ada di sentra industri kecil tersebut. Kewirausahaan terwujud melalui pengembangan-pengembangan inovasi-inovasi produksi dan kemauan mengambil resiko demi kepentingan pengembangan usaha.

2.3 Tinjauan Tentang Dampak Ekonomi

Pembangunan suatu proyek di dalam perencanaan memiliki tujuan untuk meningkatkan sosial-ekonomi, sehingga secara teoritis dampak setiap proyek haruslah positif bagi masyarakat setempat, propinsi, nasional maupun internasional (Suratmo, 2002:108).

Pengaruh industri yang timbul terhadap ekonomi masyarakat, menurut Prawirokusumo (1997:78), terdiri dari beberapa indikator yaitu peningkatan pendapatan masyarakat serta pengaruhnya terhadap penyerapan tenaga kerja dan berpengaruh terhadap munculnya jenis pekerjaan baru seperti warung atau rumah makan, pasar dan pertokoan, kerajinan rakyat bahkan dapat pula tempat tinggal.

2.3.1 Komponen Ekonomi

Komponen-komponen ekonomi yang ditetapkan sebagai indikator ekonomi masyarakat tidak akan lepas dari jaringan pola-pola perkembangan. Dalam pemilihan komponen-komponen perlu diprioritaskan komponen – komponen yang merupakan komponen kritis atau sangat penting dan menentukan kehidupan masyarakat setempat. Komponen-komponen tersebut adalah:

1. Penyerapan tenaga kerja: masalah pengangguran merupakan masalah umum khususnya di negara berkembang, negara majupun saat ini sudah mengalami masalah tersebut. Dampak penyerapan tenaga kerja tidak selalu berupa dampak langsung, tetapi juga dampak tidak langsung artinya timbul sumber-sumber tenaga pekerjaan baru dan merupakan komponen yang penting.
2. Berkembangnya struktur ekonomi: struktur ekonomi yang dimaksudkan dengan timbulnya aktivitas perekonomian lain akibat adanya proyek tersebut sehingga merupakan sumber-sumber pekerjaan baru yang sering dapat menyerap tenaga kerja yang lebih besar dari terserap oleh proyek. Misalnya hotel, sewa, rumah, sewa kamar, restoran, warung, transportasi umum, toko-toko dan lainnya.
3. Peningkatan pendapatan masyarakat: peningkatan pendapatan baik secara langsung atau tidak langsung dari proyek akan memberikan dampak yang berarti.
4. Perubahan lapangan pekerjaan: dengan timbulnya lapangan pekerjaan baru baik yang langsung maupun tidak langsung karena perkembangan struktur ekonomi perlu diperhatikan karena tidak selalu perubahan menguntungkan bagi masyarakat secara umum.

Menurut sukanto (1999:94) pengaruh industri terhadap masyarakat bisa berupa:

1. Pengaruh nilai-nilai

Pengaruh berupa nilai-nilai yakni memberi input kepada masyarakat sehingga membentuk sikap dan tingkah laku yang tercermin dalam sikap dalam bekerja. Dalam teknologi baru diperlukan suatu nilai yang akan mengembangkan masyarakat menjadi masyarakat kapitalis tradisional demikian pula jika hendak membentuk masyarakat kapitalis modern diperlukan suatu nilai-nilai tertentu.

2. Pengaruh fisik terhadap masyarakat

Industri memberikan pengaruh yang menimbulkan akibat fisik didalam masyarakat. Akibat yang dirasakan masyarakat dengan adanya industri bisa dalam berbagai bentuk yang berbeda. Munculnya industri-industri baru dalam satu wilayah akan memberi dampak besar terhadap jumlah tenaga kerja. Akibat dari tumbuhnya industri inidianggap buruk karena timbulnya populasi yang sering menimbulkan berbagai pendekatan baik dilingkungan masyarakat maupun dikalangan industri sendiri, juga dengan bertambahnya penduduk, mobilitas semakin tinggi sehingga menimbulkan keruetaan lalu lintas dan tata kota, harga tanah melonjak dan biaya hidup terus meningkat.

Blakely (1994) mengemukakan bahwa terdapat tiga sasaran yang akan dicapai dalam pengembangan ekonomi lokal yaitu:

- a. Lebih banyak tersedia lapangan kerja
- b. Peningkatan pendapatan
- c. Peningkatan kesempatan untuk pemenuhan kebutuhan personal dan banyak kriteria yang terkait dalam perbaikan komunitas.

2.4 Analisis *Linkage System*

Menurut Hoover (1977: 12), sistem keterkaitan industri (*linkage system*) digunakan untuk mengetahui hubungan lokasi dari dua atau lebih aktivitas yang dapat berbentuk aktivitas secara timbal balik atau juga berbentuk penolakan aktivitas secara timbal balik. Jika *output* satu aktivitas di suatu daerah merupakan input untuk aktivitas lainnya, maka biaya pengangkutan (*transfer cost*) akan berkurang dengan saling berdekatnya dua buah aktivitas dan kehadiran aktivitas-aktivitas di suatu daerah akan menambah daya tarik daerah tersebut

sebagai tempat lokasi bagi aktivitas lainnya. Tetapi jarang sekali penarikan yang demikian akan mempunyai kekuatan yang sama dari kedua arah

Sistem keterkaitan industri bila dikaitkan dengan keterkaitan peryumbuhan ekonomi regional maka *linkage system* dapat dibedakan menjadi 3 jenis keterkaitan spasial yaitu (Hoover, 1971 dalam Kuncoro, 1996 : 150):

- Keterkaitan horizontal (*horizontal linkage*) meliputi persaingan antar pelaku ekonomi baik dalam berebut pasar maupun dalam berebut bahan baku
- Keterkaitan vertikal (*vertikal linkage*) meliputi kaitan ke belakang (*backward linkage*) yaitu daya tarik terhadap sumber bahan baku dan kaitan ke depan (*forward linkage*) yaitu daya tarik terhadap pasar
- Keterkaitan komplementer (*complementary linkage*) diasosiasikan dengan pembentukan klaster akibat memproduksi produk yang saling melengkapi ataupun memproduksi barang dan atau jasa dengan bahan baku yang berkaitan atau sejenis.

Dalam studi ini peneliti akan menggunakan salah satu keterkaitan industri (*linkage system*) hal tersebut dikarenakan keterkaitan vertikal lebih sesuai untuk digunakan dalam studi seperti adanya daya tarik terhadap sumber bahan baku dan daya tarik terhadap pasar.

Rangkaian aktivitas yang mengarah ke belakang (*backward linkage*) berarti penarikan aktivitas secara timbal balik mempunyai arti yang penting khususnya dalam melengkapi suatu aktivitas. Atau dengan kata lain, satu aktivitas yang berorientasikan ke pasar timbul oleh adanya aktivitas penjualan. Aktivitas demikian dinamakan aktivitas yang mengarah ke belakang karena aktivitas tersebut langsung melibatkan satu akibat kepada aktivitas lainnya jauh ke belakang yaitu dalam urutan operasi yang mengubah input utama seperti sumber daya alam dan buruh menjadi konsumsi terakhir. Rangkaian aktivitas yang mengarah ke belakang ini sudah menjadi umum, karena pada kenyataannya banyak sekali aktivitas dari setiap daerah memproduksi dan berorientasi pasar daerah. Dengan membesarnya suatu daerah (baik dalam penduduk dan kesempatan kerja) maka kepentingan pasar intern secara relatif menjadi lebih besar pula. Bermukimnya aktivitas-aktivitas di suatu daerah yang meliputi

perdagangan, jasa, pemerintahan, bangunan, industri dirangsang oleh adanya penambahan pendapatan dan kesempatan kerja.

Rangkaian kegiatan ke depan (*forward linkage*) berarti suatu dorongan pengubah yang kuat dipindahkan kepada aktivitas lainnya jauh ke depan dalam suatu urutan operasi. Aktivitas yang dipengaruhi oleh suatu rangkaian aktivitas lainnya yang mengarah ke depan harus terdapat harga dan penawaran input-inputnya disebut dengan orientasi input.

2.5 Analisis Location Quotien (LQ)

Location Quotient (LQ) adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mempermudah dalam mengetahui kemampuan suatu daerah dalam sektor kegiatan tertentu. Analisis LQ ini masih belum dapat memberikan kesimpulan akhir dan masih berupa kesimpulan sementara yang masih harus dikaji dan ditilik kembali melalui teknik analisis lain yang dapat menjawab apakah kesimpulan sementara diatas terbukti kebenarannya walaupun teknik ini tidak memberikan kesimpulan akhir, namun dalam tahap pertama sudah cukup memberikan gambaran akan kemampuan daerah yang bersangkutan dalam sektor yang diamati. Pada dasarnya teknik ini menyajikan perbandingan relatif antara kemampuan suatu sektor yang diselidiki dengan kemampuan sektor yang sama pada daerah yang lebih luas. Satuan yang digunakan sebagai ukuran untuk menghasilkan koefisien dapat menggunakan satuan berupa hasil produksi atau satuan lain yang dapat digunakan sebagai kriteria (Warpani, 1980:68).

Perbandingan relatif ini dapat dinyatakan secara matematika sebagai berikut:

$$LQ = \frac{Si/Ni}{S/N} = \frac{Si/S}{Ni/N}$$

Keterangan:

Si : Hasil produksi i daerah yang diselidiki

S : Hasil produksi seluruhnya didaerah yang diselidiki

Ni : Hasil produksi i diseluruh daerah yang lebih luas dimana daerah yang diteliti menjadi bagiannya

N : Hasil produk diseluruh daerah yang lebih luas dimana daerah yang diselidiki menjadi bagiannya.

Location Quotien (LQ) biasanya digunakan untuk menghitung basis ekonomi suatu daerah, namun dalam penerapannya dapat digunakan sebagai alat untuk menghitung kemampuan penyediaan komoditi pada suatu daerah. Satuan yang digunakan sebagai ukuran untuk menghasilkan koefisien menggunakan satuan hasil produksi.

Jika, $LQ > 1$, maka komoditi layak untuk dieksport ke daerah lain

$LQ < 1$, maka komoditi diimpor dari daerah lain

$LQ = 1$, maka hasil komoditi dikonsumsi untuk daerah itu sendiri.

2.6 Kinerja Industri Kecil

Salah satu faktor penting untuk mengembangkan iklim kondusif yang dapat meningkatkan pertumbuhan industri kecil adalah mengetahui bagaimana kinerja sebuah industri. Kinerja industri kecil yang efisien dan efektif akan mampu meningkatkan industri kecil untuk memperluas usahanya untuk tidak hanya pada tingkat lokal tetapi sudah dapat menembus pasar nasional dan bahkan internasional.

Pada prinsipnya ada tiga tahapan perkembangan industri kecil yang dikaitkan dengan 7 indikator kinerja usaha. Ketiga tahapan perkembangan usaha kecil tersebut adalah (Thamrin, 1997):

- Usaha kecil yang masih berada pada tingkat “survival”.
- Usaha kecil yang baru berada pada tingkat “konsolidasi”.
- Usaha kecil yang telah berada pada tingkat “akumulasi”.

Di bawah ini adalah kinerja dari industri kecil pada berbagai perkembangan tingkat usaha untuk proses pemberdayaan ekonomi kerakyatan.

Tabel 2.2 Indikator Kinerja Usaha Kecil pada Berbagai Tingkat Pengembangan Usaha

Indikator Kinerja Usaha Kecil	Tingkat “Survival” Usaha	Tingkat “Konsolidasi” Usaha	Tingkat “Akumulasi” Usaha
Pertumbuhan penyerapan tenaga kerja	< 5 orang Tidak mempunyai upah reguler dan memakai <i>unpaid family labour</i> . Tidak ada aturan kerja yang ada hanya perintah kerja pemilik usaha	6-15 orang Mempunyai upah reguler Aturan kerja tidak terlalu ketat hanya kesepakatan informal	16-20 orang Mempunyai upah reguler Mempunyai peraturan kerja (walaupun tidak tertulis)

Indikator Kinerja Usaha Kecil	Tingkat “Survival” Usaha	Tingkat “Konsolidasi” Usaha	Tingkat “Akumulasi” Usaha
	Kondisi kerja tidak memenuhi syarat kerja Unit usaha sering bersatu dengan tempat tinggal pemilik Kerja serabutan dan tidak ada spesialisasi kerja Rekrutmen tenaga kerja dilakukan melalui hubungan keluarga	Kondisi kerja tidak terlalu buruk Unit usaha tersendiri tapi masih bersatu dengan rumah pemilik Pembagian kerja tidak terlalu jelas Rekrutmen dilakukan melalui magang dan ikatan ketenagakerjaan	Kondisi kerja relatif baik Unit usaha telah terpisah dari rumah tangga pemilik Mempunyai pola pembagian kerja lebih jelas Rekrutmen umumnya dilakukan melalui pola magang kerja di unit usahanya
Modal kerja	Pemilik usaha tidak dapat memisahkan secara tegas modal untuk usaha dan konsumsi rumah tangga	Pemilik usaha baru mampu/berusaha menabung yang kadang - kadang masih digunakan untuk kepentingan lain di luar usahanya	Pemilik usaha mampu melakukan akumulasi modal dan melakukan re-investasi usaha atau diversifikasi atas usahanya.
Struktur usaha	Umumnya belum pernah mempunyai hubungan dengan pihak perbankan tetapi mempunyai hubungan dengan pihak pelepas uang (rentenir) Pemilik usaha sangat tergantung pada struktur hulu-hilir (dalam pengadaan bahan baku dan pemasarannya), dan mereka memproduksi (jenis dan jumlah) berdasarkan pesanan struktur tersebut	Baru belajar berhubungan dengan pihak perbankan, khususnya baru sebagai penabung Pemilik usaha belum mampu mengambil keputusan untuk memproduksi (jumlah dan jenis), masih ada intervensi dari struktur hulu-hilir	Mulai berhubungan dengan pihak perbankan atau pihak keuangan non perbankan dalam upaya pengembangan usahanya Relatif bebas menentukan jenis dan jumlah produk serta tidak terlalu tergantung pada keketatan struktur hulu-hilir.
Pemasaran	Kontinuitas produksi sangat tergantung pada pesanan dan bersifat musiman Tidak mempunyai strategi pemasaran, karena langsung diserahkan pada bandar Perubahan terhadap permintaan pasar dilakukan bila ada tekanan dari pihak bandar Stok barang atau produk tidak pernah dilakukan hanya memproduksi sejumlah pesanan Tidak mempunyai pembeli tetap tetapi mempunyai “pemberi kerja” tetap Tidak pernah melakukan promosi usaha	Kontinuitas produksi masih berfluktuasi, diantaranya ada bulan-bulan produksi yang stabil Strategi pemasaran masih coba-coba dan masih memerlukan bantuan bandar pemasar Agak lamban merespon perubahan permintaan pasar Stok barang hanya dilakukan bila mempunyai untung yang cukup besar. Tidak selalu mempunyai pembeli tetap tetapi tahu dimana segmen pasarnya Sangat jarang mengikuti kegiatan promosi usaha	Kontinuitas produksi relatif stabil Telah mempunyai strategi dan saluran pemasaran produk sendiri Relatif responsive terhadap perubahan permintaan pasar Mempunyai usaha membuat stok barang (baik bahan baku maupun produksi) Relatif mempunyai pembeli tetap walaupun terbatas relatif mulai mengikuti promosi dagang yang diberikan melalui fasilitas pemerintah/pihak lain
Penggunaan teknologi	Masih dominan melakukan pekerjaan manual dan teknologi	Komposisi pekerjaan manual dan teknologi	Relatif mulai intensif penggunaan teknologi cepat

Indikator Kinerja Usaha Kecil	Tingkat “Survival” Usaha	Tingkat “Konsolidasi” Usaha	Tingkat “Akumulasi” Usaha
	yang bersifat tradisional	semi modern sebagai alat bantu masih berimbang	dan modern sebagai alat bantu produksi
Formalitas dan insentif	Relatif tidak mendapat perhatian dari lembaga pendukung pengembangan teknologi	Kontak dengan lembaga pendukung teknologi masih terbatas	Kontak dengan lembaga pendukung teknologi mulai terbuka
	Tidak mempunyai izin usaha formal	Belum mempunyai izin usaha secara formal	Relatif belum mempunyai izin usaha secara formal, tetapi mulai ada yang mengusahakan beberapa izin usaha
Manajemen dan perilaku spesifik	Tidak membayar iuran maupun pajak atas usaha yang dijalankannya	Kadang-kadang membayar iuran lokal tetapi belum membayar pajak atas usahanya	Telah membayar iuran-iuran lokal dan telah membayar beberapa jenis wajib pajak lainnya
	Tidak mempunyai sistem administrasi dan pembukuan	Belum menerapkan sistem administrasi dan pembukuan secara teratur, masih mengandalkan ingatan	Mulai menerapkan sistem administrasi dan pembukuan secara sederhana
	Kreativitas dan inovasi tidak terlihat	Mempunyai bibit kreativitas dan inovasi tetapi masih bersifat laten	Mempunyai bibit kreativitas dan inovasi yang tinggi
	Tidak mempunyai rencana produksi	Mulai belajar dan meniru membuat sistem perencanaan produksi	Telah mempunyai sistem perencanaan produksi secara sederhana
	Tidak peduli terhadap perkembangan informasi	Belum terlalu peduli terhadap informasi pengembangan	Mempunyai upaya untuk mencari perkembangan informasi

Sumber : Thamrin, 1997

2.7 Analisis Profitabilitas

Analisis profitabilitas merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui keberhasilan suatu proyek dengan membandingkan tingkat biaya dan keuntungan yang diperoleh selama masa proyek. Dalam studi ini analisis profitabilitas yang digunakan adalah:

A. Net Present Value (NPV)

Net Present Value (NPV) adalah nilai tunai dari proyek. NPV digunakan untuk menghitung selisih antara nilai investasi dengan nilai penerimaan kas bersih (baik oprasional maupun terminal *cash flow*) dimasa yang akan datang (Husnan & Suwarsono, 2000). Perhitungan nilai sekarang perlu ditentukan terlebih dahulu tingkat bunga yang dianggap relevan. Tingkat bunga dapat diperoleh dengan memelihara tingkat bunga pinjaman jangka panjang yang berlaku di pasar modal atau dengan mempergunakan pinjaman yang harus dibayar oleh pemilik proyek (Sutojo, 1993). Apabila proyek memiliki $NPV +$ maka proyek tersebut dapat

diterima, bila NPV – maka proyek ditolak sedangkan NPV=0 maka proyek dapat diterima dan dapat ditolak atau netral.

B. Benefit Cost Ratio (B/C Ratio)

B/C Ratio digunakan dalam evaluasi proyek yang penekannya ditujukan kepada manfaat (*benefit*). B/C Ratio merupakan perbandingan *present value* dari *benefit*.

C. Profitability Index (PI)

Indeks Profitabilitas atau PI digunakan untuk mengetahui kemampuan menghasilkan laba persatuan nilai investasi. Bila, $IP > 1$, usulan diterima sedangkan $IP < 1$, usulan ditolak.

D. Pay Back Period (PBP)

Pay Back Period (PBP) adalah analisis kelayakan untuk melihat periode waktu yang diperlukan dalam melunasi seluruh pengambilan investasi. Metode ini mencoba mengukur seberapa cepat investasi bisa kembali. Karena itu, satuan hasilnya bukan persentase melainkan satuan waktu (bulan, tahun dan sebagainya). Terkait dengan hal ini, semakin singkat *payback period* suatu investasi menunjukkan investasi tersebut lebih disukai oleh investor. Apabila periode *payback* ini lebih pendek daripada yang disyaratkan, maka proyek tersebut dikatakan menguntungkan, sedangkan apabila lebih lama proyek ditolak.

2.8 Analisis Faktor

Analisis yang digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap perkembangan industri kecil keripik kedelai adalah analisis faktor. Analisis faktor merupakan analisis ketergantungan (*independent*) antar variabel. Analisis ini bertujuan untuk menyederhanakan beberapa variabel yang diteliti menjadi sebuah faktor. Variabel-variabel yang telah direduksi berfungsi untuk mengidentifikasi suatu jumlah kecil faktor yang menerangkan beberapa faktor yang mempunyai kemiripan karakter. Tujuan mereduksi adalah untuk mengeliminasi variabel independen yang saling berkorelasi. Variabel-variabel yang saling berkorelasi yang mungkin memiliki kemiripan karakter dengan variabel lainnya maka bisa dijadikan satu faktor.

Adapun model analisis faktor yang diungkapkan oleh Zaini 1995 yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 \dots + W_{ik}$$

Dimana : F_i = Estimasi skor faktor ke- i

W_{ik} = Bobot atau koefisien faktor

X_k = variabel

K = jumlah variabel

Langkah-langkah dalam analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. Perumusan masalah

Pada tahap perumusan masalah yang harus diperhatikan adalah mengidentifikasi indikator yang digunakan dalam analisis faktor yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi eksisting. Variabel yang digunakan dalam analisis ini harus berupa data kuantitatif pada tingkat pengukuran interval atau ratio. Penggunaan data ratio disebabkan indikator pembentuk variabel dinyatakan dalam jumlah pasti.

2. Uji independensi dalam matrik korelasi

Dilakukan dengan menghitung nilai *Kaiser-Meiyer-Olkin* (KMO). Apabila nilai KMO < 0,50 maka teknik analisa faktor tidak tepat, sedangkan apabila nilai KMO semakin besar maka akan semakin baik penggunaan model analisis faktor pada studi.

3. Ekstraksi faktor awal dan rotasi

Analisis faktor akan menghasilkan ekstraksi faktor sejumlah variabel yang akan digunakan dalam analisis faktor. Setiap faktor yang terbentuk akan memiliki tingkat kemampuan untuk menjelaskan keragaman total berbeda. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh nilai *eigen*, dalam bentuk persentase. Bila jumlah variabel yang ada > 20 persen dan nilai *eigen* > 0,50 maka dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan jumlah faktor yang akan diekstrak.

4. Perhitungan skor faktor

Perhitungan skor faktor dimaksudkan untuk menghitung nilai yang mewakili sejumlah variabel dalam satu faktor. Skor faktor ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisis tabulasi silang atau cross tabulasi dan analisis faktor, menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Product and Service Solutions)*, yang merupakan suatu program komputer tentang statistik, dimana mampu

memproses data-data statistik secara cepat dan akurat menjadi berbagai output atau hasil yang diperlukan.

2.9 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan alat formulasi strategi untuk mengidentifikasikan berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi. Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). Untuk menunjukkan kinerja obyek penelitian dapat ditentukan oleh dua kombinasi faktor yaitu faktor internal (IFAS/ *Internal Factor Analysis Summary*) yang terdiri dari kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) serta faktor eksternal (EFAS/ *External Factor Analysis Summary*) yang terdiri dari peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*) (Rangkuti, 2005:18-19).

Dalam memanfaatkan SWOT terdapat alternatif penggunaan yang didasarkan dari kombinasi masing-masing aspek sebagai berikut (Rangkuti, 2005:31-35):

	IFAS	<i>Strength (S)</i> Faktor kekuatan internal	<i>Weakness (W)</i> Faktor kelemahan internal
EFAS			
<i>Opportunities (O)</i> Faktor peluang eksternal		Strategi SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<i>Treath (T)</i> Faktor ancaman eksternal		Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2.2 Matrik SWOT

- SO : memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal untuk meraih peluang (O)
- ST : memanfaatkan kekuatan (S) secara maksimal untuk mengantisipasi atau menghadapi ancaman (T) dan berusaha maksimal menjadikan ancaman sebagai peluang
- WO : meminimalkan kelemahan (W) untuk meraih peluang (O)
- WT : meminimalkan kelemahan (W) untuk menghindari secara lebih baik dari ancaman (T)

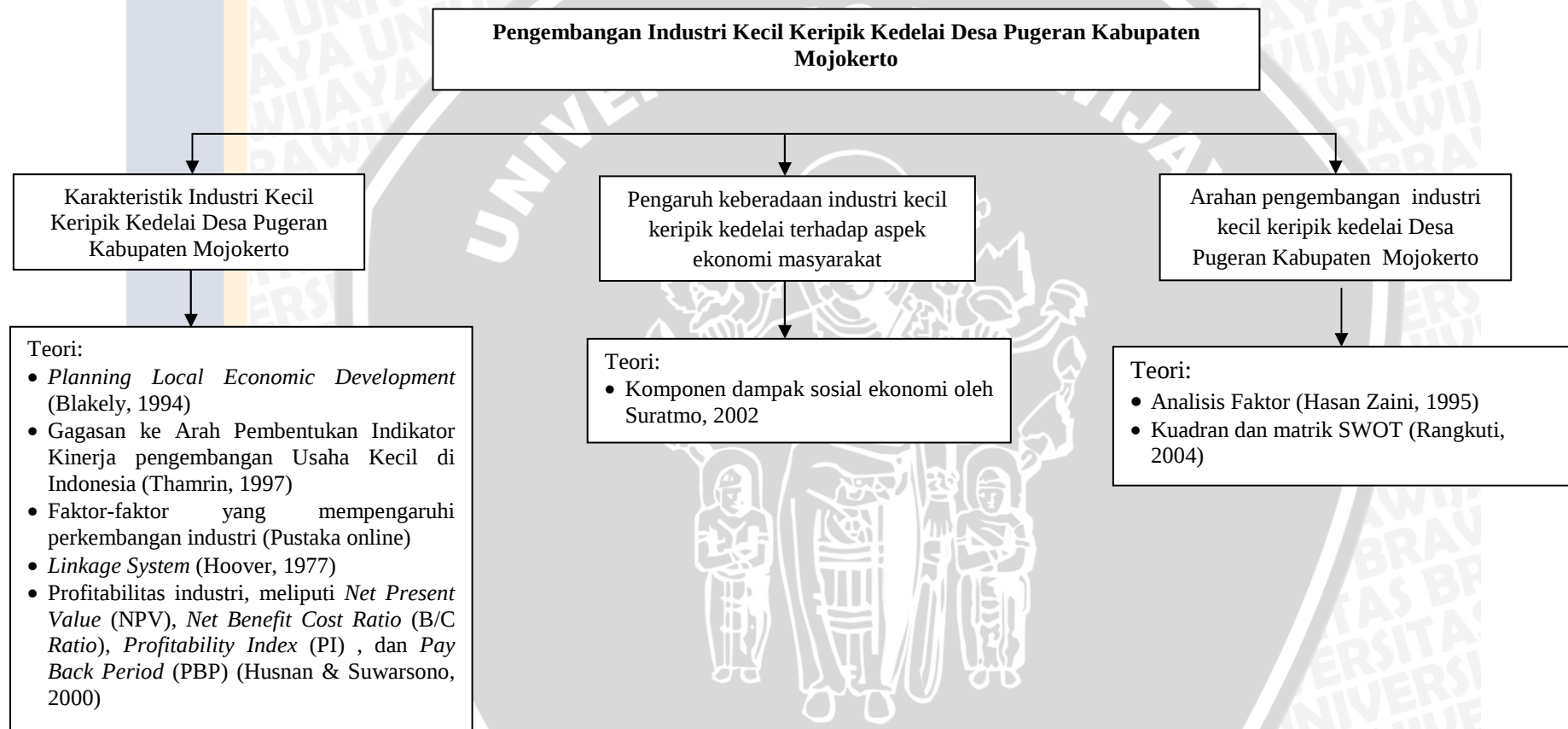
2.10 Tinjauan Studi Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan dengan Studi
1.	Pengembangan Sentra Agroindustri Kerajinan Mendong Kabupaten Malang Dengan Pendekatan Pengembangan Ekonomi Lokal (Fellan Fatih Abdillah, Brawijaya, 2010)	- Mengetahui karakteristik sentra agroindustri kerajinan mendong Kabupaten Malang - Mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan sentra agroindustri kerajinan mendong Kabupaten Malang - Menyusun strategi dan konsep pengembangan sentra agroindustri kerajinan mendong Kabupaten Malang - Menyusun arahan pengembangan (fisik spasial) sentra agroindustri kerajinan mendong Kabupaten Malang	- Lahan - Bangunan - Lokasi - Infrastruktur - SDA/ bahan baku - Skill - Jumlah TK - Kapasitas - Pemasaran - Organisasi - Litbang - Badan ocal - Modal - Pinjaman - Lembaga - Permodalan - Subsidi - Konsentrasi spasial - Interaksi - Kombinasi - Institusi bersama - Spesialisasi - Daya saing - Identitas	- Analisis deskriptif: Analisis karakteristik sentra agroindustri - Analisis keterkaitan (linkage system) - Analisis potensi masalah - Analisis evaluatif - Analisis potensi ekonomi wilayah menggunakan LQ dan shift-share - Analisis development - Analisis SWOT dan IFAS-EFAS - Analisis KSA	- Perbedaan lokasi dan jenis industri yang dikembangkan - Studi menggunakan analisis profitabilitas untuk mengetahui seberapa besar peluang atau kesempatan industri keripik kedelai untuk berkembang serta mengetahui seberapa jauh kelayakan ekonomis industri - Dalam studi menggunakan analisis pengaruh industri keripik kedelai terhadap perekonomian masyarakat
2.	Pengolahan Industri Apel Kota Batu (Vita Dwi Anggarini, Brawijaya, 2008)	- Mengidentifikasi karakteristik industri pengolahan apel di Kota Batu. - Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan	- Karakteristik fisik, kegiatan dan produk industri pengolahan apel kota batu - Profitabilitas	- Analisis deskriptif: Analisis karakteristik industri pengolahan apel - Analisis keterkaitan	- Perbedaan lokasi dan jenis industri yang dikembangkan - Perbedaan variabel terkait dengan karakteristik industri yang berbeda - Dalam studi menggunakan analisis

No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan dengan Studi
		industri pengolahan apel di Kota Batu.	- Variabel yang digunakan: tenaga kerja, modal, bahan baku, teknologi, pemasaran, kelembagaan, struktur usaha, sarana prasarana dan kelembagaan	(linkage system) Analisis foto mapping - Analisis profitabilitas dengan menggunakan NPV, B/C Ratio, IRR dan PBP - Analisis AHP - Analisis development AHP Analisis SWOT dan IFAS-EFAS	pengaruh industri keripik kedelai terhadap perekonomian masyarakat
3.	Pengembangan Industri Kecil Brem di Desa Kalibaru Kabupaten Madiun (Retno Indriasari, Brawijaya, 2010)	- Mengidentifikasi karakteristik industri kecil brem di Desa Kaliabu Kabupaten Madiun - Mengetahui kelayakan ekonomi dan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan industri kecil brem di Desa Kaliabu Kabupaten Mojokerto - Menyusun arahan pengembangan industri kecil brem di Desa Kaliabu Kabupaten Madiun	- Pengusaha - Tenaga kerja \ - Modal - Bahan baku - Peralatan dan teknologi - Pemasaran - Kelembagaan - Sarana perdagangan dan jasa - Transportasi - Utilitas - Kebudayaan masyarakat - Hirarki permukiman - Kebijakan masyarakat	- Analisis deskriptif yang digunakan pada analisis karakteristik industri kecil brem, analisis linkage system, analisis foto mapping - Analisis evaluatif digunakan pada analisis profitabilitas dengan menggunakan NPV, B/C Ratio, PI, PBP, BEP dan analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan industri kecil brem - Analisis development digunakan pada analisis IFAS-EFAS, penentuan lokasi optimum dan tata letak	- Perbedaan lokasi dan jenis industri yang dikembangkan - Perbedaan variabel terkait dengan karakteristik industri yang berbeda - Dalam studi menggunakan analisis pengaruh industri keripik kedelai terhadap perekonomian masyarakat - Dalam studi tidak menggunakan analisis mengenai lokasi optimum dan tata letak sentra

No.	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Perbedaan dengan Studi
4.	Arahan Pengembangan Industri Batik Desa Candi Burung Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan, Laili Mammunah	- Mengetahui karakteristik industri batik di Desa Candi Burung Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan - Mengetahui pengaruh keberadaan industri batik di Desa Candi Burung terhadap aspek ekonomi masyarakat - Memberi arahan pengembangan industri batik yang terdapat di Desa Candi Burung Kabupaten Pamekasan terkait dengan aspek ekonomi masyarakat.	- Sumber daya manusia - Modal - Struktur usaha - Pemasaran - Teknologi - Formalitas - Manajemen dan perilaku spesifik - Bahan baku - Aspek ekonomi	sentra - Metode analisis deskriptif yang terdiri dari analisis statistika deskriptif, analisis kelembagaan, analisis LQ, analisis <i>linkage system</i> - Metode analisis evaluatif yang terdiri dari analisis <i>before-after</i>, analisis potensi dan masalah - Metode analisis developmen terdiri dari analisis SWOT, analisis penentuan lokasi pusat sentra industri batik, analisis kebutuhan sarana dan prasarana pendukung sentra industri	- Perbedaan lokasi dan jenis industri yang dikembangkan - Perbedaan variabel terkait dengan karakteristik industri yang berbeda - Studi menggunakan analisis profitabilitas untuk mengetahui seberapa besar peluang atau kesempatan industri keripik kedelai untuk berkembang serta mengetahui seberapa jauh kelayakan ekonomis industri - Dalam studi menggunakan analisis pengaruh industri keripik kedelai terhadap perekonomian masyarakat

2.11 Kerangka Teori



Gambar 2.3 Bagan Kerangka Teori