

STRATEGI KEBIJAKAN PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH DI KOTA PEKANBARU

Qoiri, Sri Endang Kornita dan Eka Armas Pailis

Jurusan Ilmu Ekonomi Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

ABSTRAK

Industri kecil dan menengah merupakan jenis industri yang cukup berkembang di Kota Pekanbaru. Keberadaannya yang berpengaruh pada perekonomian dan kesejahteraan masyarakat di Kota Pekanbaru perlu didukung oleh pemerintah dalam upaya pengembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui prioritas strategi kebijakan apa yang dapat diambil oleh pemerintah dalam upaya pengembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru. Penentuan responden (key informan) dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan terpilih sebanyak 8 responden (key informan) yang berasal dari lembaga pemerintahan dan organisasi industri di Kota Pekanbaru. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT. Berdasarkan analisis SWOT dihasilkan alternatif strategi yang paling utama adalah strategi SO (Strengths-Opportunities) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan untuk meraih peluang yang ada dengan pengembangan pasar serta mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk.

Kebijakan yang dapat diambil oleh pemerintah berdasarkan strategi SO (Strengths-Opportunities) yaitu pembinaan dalam memperkuat jaringan klaster industri, pendampingan dan pengembangan industri kecil dan menengah, program melek teknologi informasi sebagai media promosi dan pemasaran produk industri, serta membuka akses pasar bagi produk-produk industri.

Kata kunci : Industri Kecil dan Menengah, Strategi, Kebijakan, Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator yang amat penting dalam melakukan analisis tentang pembangunan atau pengembangan ekonomi bangsa. Pembangunan ekonomi yang hendak dicapai pada negara berkembang dan negara maju harus lebih mengutamakan masyarakat luas dan dapat dinikmati secara berkeadilan.

Faktor terpenting dalam upaya membangun ekonomi berkelanjutan kedepan adalah sumber daya manusia yang berkualitas dan pemerintahan yang baik (*good goverment*) yang memiliki kompetensi dan dapat diandalkan dalam mengelola sumber daya ekonomi. Kondisi perekonomian negara merupakan tolak ukur kesuksesan suatu negara. Negara dengan pendapatan yang tinggi dapat dikatakan sebagai negara yang maju dibidang perekonomiannya (Baiquni, 2007).

Sektor industri merupakan salah satu penyumbang dalam perekonomian di Indonesia. Tujuan pembangunan industri adalah mempercepat terciptanya struktur ekonomi yang seimbang, memperluas kesempatan kerja, dan meningkatkan nilai ekspor dalam negeri. Dengan demikian penampilan sektor industri menjadi prioritas utama yang mendorong pertumbuhan sektor-sektor pembangunan lainnya sehingga secara keseluruhan dapat memberikan nilai otonomi yang lebih tinggi dalam pembangunan ekonomi. Industri mempunyai peranan sebagai sektor pemimpin (*leading sector*). Dimana dengan pembangunan industri maka akan memacu dan mengangkat pembangunan sektor-sektor lainnya seperti sektor pertanian dan sektor jasa. Pertumbuhan industri yang pesat akan merangsang pertumbuhan sektor pertanian untuk menyediakan bahan-bahan baku bagi industri, sektor jasa pun berkembang dengan adanya industrialisasi tersebut. Hal ini berarti keadaan menyebabkan meluasnya peluang kerja yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan dan permintaan masyarakat (daya beli). Kenaikan pendapatan dan daya beli (permintaan) tersebut menunjukkan bahwa perekonomian itu tumbuh dan berkembang.

Kota Pekanbaru merupakan pusat pemerintahan dan bisnis di Provinsi Riau, dengan lokasi yang strategis menjadikan Kota Pekanbaru memiliki prospek untuk tumbuh dan berkembang dimasa mendatang, khususnya bagi pelaku usaha atau wirausahawan. Salah satu diantaranya adalah pelaku usaha yang bergerak dibidang perindustrian. Industri kecil dan menengah (IKM) merupakan salah satu sektor industri yang ada di Kota Pekanbaru. Menurut BPS (2017) Penggolongan industri dapat dilihat dari jumlah tenaga kerjanya. Dimana yang termasuk industri kecil adalah industri yang memiliki tenaga kerja berjumlah 5 sampai 19 orang dan industri menengah adalah industri yang memiliki tenaga kerja berjumlah 20 sampai 99 orang.

Untuk membantu industri kecil dan menengah (IKM) agar mampu berkembang sebagai motor penggerak perekonomian dimasa depan maka IKM perlu memiliki daya saing struktur yang kuat. Tingginya peningkatan nilai tambah dan produktivitas disepanjang rantai nilai produksi serta dukungan dari seluruh sumber daya produktif yang dimiliki.

Tabel 1 : Data Perkembangan Industri Kecil dan Menengah di Kota Pekanbaru Tahun 2007-2016

No	Tahun	Jumlah (Unit)	Perkembangan (Persen)
1	2007	140	-
2	2008	84	(40)
3	2009	82	(2,38)
4	2010	163	98,78
5	2011	178	9,20
6	2012	139	(21,91)
7	2013	139	0
8	2014	131	(5,75)
9	2015	137	4,58
10	2016	117	(14,59)

Sumber : Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Pekanbaru (2017)

Dilihat dari tabel 1 dapat diketahui bahwa perkembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru masih belum maksimal, hal ini terlihat dari persentase perkembangan jumlah unit IKM setiap tahunnya cenderung negatif. Pada wilayah perkotaan seharusnya sektor industri dapat berkembang dengan baik. Industri kecil dan menengah memiliki peran yang sangat baik dalam perekonomian, diantaranya mampu menyerap tenaga kerja yang cukup tinggi sehingga dapat meningkatkan kesempatan kerja serta mengurangi pengangguran, selain itu industri kecil dan menengah juga merupakan sektor penyumbang PDRB, semakin banyak industri kecil dan menengah maka akan semakin kuat struktur perekonomian, karena telah terbukti bahwa sektor industri kecil dan menengah mampu bertahan dari perubahan kondisi ekonomi yang buruk. Perkembangan jumlah industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru yang lambat juga mempengaruhi peran sektor industri dalam PDRB Kota Pekanbaru. Data persentase peran sektor industri pada PDRB Kota Pekanbaru selama lima tahun terakhir dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2 : Persentase Peran Sektor Industri Terhadap PDRB di Kota Pekanbaru Tahun 2012-2016

Tahun	PDRB ADHB (%)	PDRB ADHK (%)
2012	20,60	20,79
2013	20,29	17,95
2014	18,98	15,79
2015	19,97	15,04
2016	19,93	14,56

Sumber : BPS Kota Pekanbaru (2017)

Dari tabel 2 dapat diketahui bahwa peran sektor industri dalam PDRB Kota Pekanbaru mengalami penurunan setiap tahunnya. Menurut PDRB atas dasar harga berlaku peran sektor industri pada tahun 2012 sebesar 20,60 persen dan pada tahun 2016 hanya sebesar 19,93 persen. Sedangkan pada PDRB atas dasar harga konstan pada tahun 2012 sektor industri berperan sebesar 20,79 persen dan pada tahun 2016 hanya sebesar 14,56 persen.

Perkembangan yang lambat serta menurunnya peran dari industri kecil dan menengah (IKM) dalam perekonomian di Kota Pekanbaru tidak terlepas dari faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhinya. Maka diperlukan perancangan strategi khusus dalam upaya pengembangan industri kecil dan menengah dimasa mendatang dengan menganalisis faktor-faktor tersebut. Pemerintah merupakan salah satu komponen yang berperan penting dalam upaya pengembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru. Untuk memahami kedudukan dan peran yang strategis dari pemerintah sebagai *public actor*, terkait dengan kebijakan publik maka diperlukan pemahaman bahwa untuk mengaktualisasinya diperlukan suatu kebijakan yang berorientasi kepada kepentingan rakyat (Aminullah, 2004).

Industri adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang-barang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang sangat erat (Teguh, 2013). Industri dalam arti sempit adalah kumpulan perusahaan yang menghasilkan produk sejenis dimana terdapat kesamaan dalam bahan baku yang digunakan, proses, produk akhir dan konsumen akhir. Dalam arti yang lebih luas, industri merupakan kumpulan perusahaan yang memproduksi barang dan jasa dengan elastisitas silang yang positif dan tinggi (Kuncoro, 2007).

BPS (2017) mendefinisikan industri kecil sebagai unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 5-19 orang. Industri menengah adalah unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 20-99 orang. Sementara itu Disperindag (2017) mendefinisikan industri kecil dan menengah berdasarkan nilai asetnya, yaitu industri kecil adalah industri yang mempunyai nilai investasi sampai dengan 200 juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan). Sedangkan industri menengah adalah industri dengan nilai investasi perusahaan seluruhnya antara 200 juta – 5 milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan). Menurut David (2011) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumberdaya dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu pertimbangan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru dan dilaksanakan pada tahun 2018. Jenis dan Sumber Data : Data primer, adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data. Pada penelitian ini, data diperoleh melalui teknik pengumpulan data kuisisioner dan wawancara (*Forum Group Discussions*) yang dilakukan oleh peneliti dengan responden (*key informan*). Data Sekunder, adalah data berupa angka-angka yang diperoleh berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh suatu badan atau lembaga-lembaga yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Pekanbaru dan Badan Pusat Statistik (BPS). Metode yang digunakan dalam memperoleh data pada penelitian ini adalah sebagai berikut : *Library research* yaitu pengumpulan data dengan mengulas publikasi yang berhubungan dengan penelitian, *Field research* yaitu pengumpulan data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dengan metode : Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. (Sugiyono,2013), Wawancara, digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondenya sedikit/kecil (Sugiyono,2013) dan Kuesioner, yaitu salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono,2013).

Teknik penentuan responden (*key informan*) yang dipergunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik penetapan responden dengan memilih beberapa responden tertentu yang dinilai sesuai dengan masalah dan tujuan dalam sebuah penelitian (Nursalam, 2008). Responden (*key informan*) terpilih pada penelitian ini adalah berasal dari beberapa instansi pemerintah dan organisasi di Kota Pekanbaru yaitu sebagai berikut :

Tabel 3 : Data Jumlah Responden (*Key Informan*)

No	Lembaga/ Organisasi	Jumlah Responden
1	Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Pekanbaru	2
2	Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru	2
3	Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kota Pekanbaru	2
4	Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Kota Pekanbaru	2
	Total Responden	8

Sumber : Data Olahan (2018)

Penelitian ini menggunakan metode analisis strategi SWOT, yaitu suatu alat analisis kualitatif yang digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman melakukan suatu kegiatan dengan mengacu kepada kelemahan dan kekuatan yang dimiliki. Dalam hal ini yang menjadi lingkungan eksternal adalah peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), sedangkan yang menjadi lingkungan internal adalah kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weakness*). (Rangkuti, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan identifikasi faktor-faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan ditetapkan beberapa indikator lingkungan internal industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru. Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru adalah :

Tabel 4 : Analisis Matrik IFAS Industri Kecil dan Menengah di Kota Pekanbaru

Indikator Kekuatan	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Motivasi pelaku IKM yang kuat dalam mempertahankan usaha	0,15	4	0,60
Mengisi segmen pasar menengah kebawah yang tinggi permintaannya	0,13	4	0,52
Daya tahan usaha tinggi dalam kondisi ekonomi yang kurang menguntungkan	0,12	3	0,36
Adanya inovasi produk	0,13	3	0,39
IKM telah dilengkapi dengan surat perizinan	0,13	3	0,39
Indikator Kelemahan			
Nilai tambah produk relatif rendah	0,07	2	0,14
Rendahnya akses permodalan usaha bagi IKM	0,09	2	0,18
Terbatasnya penguasaan teknologi dan <i>research and development</i>	0,07	2	0,14
Lemahnya jaringan pemasaran hasil produksi	0,05	1	0,05
Rendahnya ketersediaan sumber daya manusia industri yang memiliki kompetensi, etos kerja yang tinggi dan profesional	0,06	2	0,12
Total Skor Strategi Internal	1		2,89

Sumber : Hasil Analisis (2018)

Dalam melakukan identifikasi faktor-faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman ditetapkan beberapa indikator lingkungan eksternal industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru. Faktor-faktor eksternal yang menjadi peluang dan ancaman bagi industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru adalah :

Tabel 5 : Analisis Matrik EFAS Industri Kecil dan Menengah di Kota Pekanbaru

Indikator Peluang	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Lokasi yang strategis	0,15	4	0,60
Keberadaan teknologi mendukung pemberian informasi	0,14	4	0,56
Peningkatan jumlah penduduk yang memperluas peluang pasar	0,11	3	0,33
Adanya pasar bebas ASEAN	0,14	3	0,42
Adanya dukungan dari pemerintah	0,13	3	0,39
Indikator Ancaman			
Semakin kerasnya persaingan dengan produk sejenis dari luar daerah	0,07	2	0,14
Fluktuasi harga bahan baku	0,06	1	0,06
Biaya promosi yang tinggi	0,07	1	0,07
Kenaikan harga bahan bakar minyak	0,07	1	0,07
Kurangnya partisipasi masyarakat dalam membantu pengembangan IKM	0,06	2	0,12
Total Skor Strategi Eksternal	1		2,76

Sumber : Data Olahan (2018)

Berdasarkan hasil analisis matriks IE yang disusun dengan cara memplotkan total skor dari matrik IFAS (2,89) pada sumbu X dan EFAS (2,76) pada sumbu Y, didapatkan posisi industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru berada pada daerah pertumbuhan V yaitu memiliki kemampuan internal dan eksternal yang sedang dan dalam keadaan pertumbuhan dan stabilitas. Dalam keadaan ini paling baik dikendalikan dengan strategi melalui integrasi horizontal atau stabil. Strategi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas usaha dengan cara mengembangkan pasar dan meningkatkan jumlah produksi dan mempertahankan kualitas produk (Hidayat,2014).

Gambar 1: Matriks IE Industri Kecil dan Menengah di Kota Pekanbaru

		Total Skor IFAS			
		Kuat	Rata-rata	Lemah	
		4.0	3.0	2.0	1.0
Total Skor EFAS	Tinggi	I Pertumbuhan	II Pertumbuhan	III Penciutan	
	Menengah	IV Stabilitas	V Pertumbuhan Stabilitas	VI Penciutan	
	Rendah	VII Pertumbuhan	VIII Pertumbuhan	IX Likuiditas	
		4.0	3.0	2.0	1.0

Sumber : Hasil Analisis (2018)

Tabel 6 : Analisis Matriks SWOT Industri kecil dan Menengah di Kota Pekanbaru

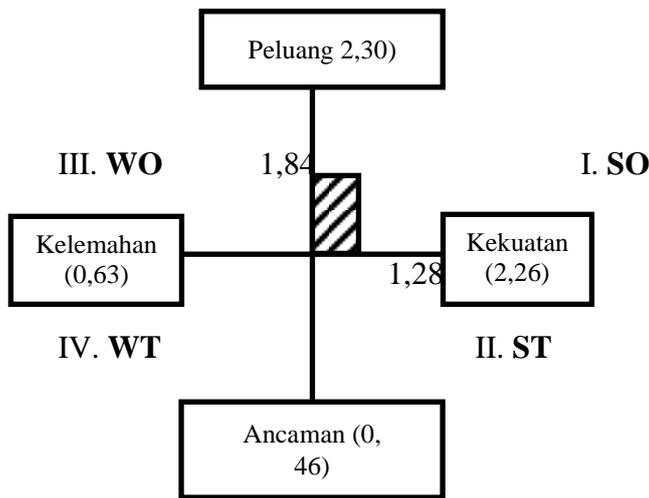
<p>Faktor Internal</p> <p>Faktor Eksternal</p>	<p>Kekuatan (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi Pelaku IKM yang tinggi dalam mempertahankan usaha 2. Mengisi segmen pasar menengah kebawah yang tinggi permintaannya 3. Daya tahan usaha tinggi dalam kondisi ekonomi yang kurang menguntungkan 4. Adanya inovasi produk 5. IKM telah dilengkapi dengan surat perizinan 	<p>Kelemahan (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai tambah produk relatif rendah 2. Rendahnya akses permodalan usaha bagi IKM 3. Terbatasnya penguasaan teknologi dan <i>research and development</i> 4. Lemahnya jaringan pemasaran hasil produksi 5. Rendahnya ketersediaan sumber daya manusia industri yang memiliki kompetensi, etos kerja yang tinggi dan profesional
<p>Peluang (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi yang strategis 2. Keberadaan teknologi mendukung pemberian informasi 3. Peningkatan jumlah penduduk yang memperluas peluang pasar 4. Adanya pasar bebas ASEAN 5. Adanya dukungan dari pemerintah 	<p>Strategi S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembinaan IKM dalam memperkuat jaringan klaster industri 2. Pendampingan dan pengembangan usaha IKM 3. Program melek teknologi informasi sebagai media promosi dan pemasaran produk IKM 4. Membuka akses pasar bagi produk-produk IKM 	<p>Strategi W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembinaan kemampuan teknologi industri 2. Fasilitas kerjasama kemitraan 3. Membuka akses permodalan bagi pelaku IKM
<p>Ancaman (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Semakin kerasnya persaingan dengan produk sejenis dari luar daerah 2. Fluktuasi harga bahan baku 3. Biaya promosi yang tinggi 4. Kenaikan harga bahan bakar minyak 5. Kurangnya partisipasi masyarakat dalam membantu pengembangan IKM 	<p>Strategi S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perluasan penerapan SNI untuk mendorong daya saing industri 2. Pemetaan pengadaan bahan baku 3. Pelaksanaan pemberdayaan lembaga/organisasi pengusaha IKM 	<p>Strategi W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembangunan sentra-sentra industri 2. Pembinaan industri kerajinan potensial 3. Penguatan kemampuan finansial IKM

Sumber : Hasil Analisis (2018)

Setelah melakukan perhitungan skala dari masing-masing faktor internal maupun eksternal kemudian dianalisis dengan menggunakan matrik posisi. Matriks ini digunakan untuk melihat posisi strategi yang tepat dalam upaya pengembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan tabel dan hasil perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai IFAS sebesar 2,89 dengan nilai faktor kekuatan sebesar 2,26 dan nilai faktor kelemahan sebesar 0,63 sehingga diperoleh selisih sebesar (1,63) dan nilai EFAS sebesar 2,76 dengan nilai faktor peluang sebesar 2,30 dan nilai faktor ancaman sebesar 0,46 maka diperoleh selisih sebesar (1,84). Dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut dapat digambarkan pada matrik posisi dalam diagram SWOT berikut :

Gambar 2: Diagram Analisis SWOT Industri Kecil dan Menengah di Kota Pekanbaru



Sumber : Hasil Analisis (2018)

Dari gambar diagram analisis SWOT diatas, menunjukkan bagaimana industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru mempunyai strategi dalam menghadapi berbagai permasalahan dalam lingkungan internal maupun lingkungan eksternal dan dari hasil perhitungan analisis SWOT diketahui strategi yang tepat berada pada kuadran 1 (strategi agresif).. Kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan. IKM memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat dimanfaatkan untuk kemajuan IKM dimasa mendatang. Strategi yang dapat diterapkan pada kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih fokus kepada strategi SO (*strenghts – Opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Dalam penyusunan sebuah perencanaan harus dilakukan suatu analisis, dalam hal ini analisis yang dilakukan berupa analisis SWOT. Analisis ini dilihat dari kekuatan (*strenghts*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threats*).

Kekuatan dalam hal ini adalah kekuatan yang dimiliki oleh para pelaku IKM yang ada di Kota Pekanbaru sehingga bisa dimanfaatkan oleh pengusaha tersebut, kelemahan dalam hal ini adalah kelemahan yang dimiliki oleh para pelaku IKM sehingga harus dihindari paling tidak dapat diminimalisir oleh pelaku IKM tersebut, peluang dalam hal ini adalah peluang yang berasal dari faktor eksternal atau dari luar sehingga bisa dimanfaatkan oleh pelaku IKM, sedangkan ancaman dalam hal ini yaitu ancaman yang berasal dari luar sehingga dapat diantisipasi oleh para pelaku IKM.

Berdasarkan analisis matriks IE, strategi yang dapat dilakukan untuk membangun industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru adalah dengan strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Strategi integrasi horizontal adalah suatu kegiatan untuk memperluas industri dengan cara membangun dilokasi lain dan meningkatkan jenis produk dan jasa (Rangkuti, 2015). Artinya strategi yang diterapkan lebih defensif, yaitu menghindari kehilangan penjualan dan kehilangan profit. Berdasarkan matrik IE strategi kebijakan yang tepat untuk pengembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru adalah pengembangan pasar dan kualitas produk.

Pengembangan pasar, tujuan strategi ini adalah berarti harus mencari wilayah pasar yang baru untuk jenis produk yang lama (Wibowo, 2008). Pemerintah dapat membuat kebijakan yang mendukung pengembangan pasar bagi industri kecil dan menengah di Kota pekanbaru yaitu dengan cara memperluas cakupan hasil pemasaran produk dengan mengadakan pameran atau bazar untuk hasil produksi industri dengan skala nasional atau internasional sehingga produk dari industri dapat lebih dikenal selain itu juga perlu adanya upaya menjalin kerjasama antara pelaku industri dengan pihak swasta.

Kualitas produk, strategi ini bertujuan untuk menjaga loyalitas pelanggan dengan cara mempertahankan produk agar semakin diminati oleh pelanggan (Munawir, 2016). Pemerintah dapat membuat kebijakan yang mendukung peningkatan kualitas produk industri yaitu dengan cara melakukan pembinaan dan pelatihan sehingga pelaku industri akan lebih mampu menghasilkan produk-produk industri yang lebih berkualitas dan dapat memenuhi permintaan pasar. Kualitas produk yang baik akan menjadi sebuah keuntungan bagi suatu usaha, jika suatu usaha mendapat nilai positif dimata konsumen, maka konsumen akan memberikan *feedback* yang baik.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan penulis, diperoleh strategi yang dapat dilaksanakan dalam upaya pengembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru yaitu strategi agresif. Strategi agresif lebih fokus kepada strategi SO (*strenghts-opportunities*). Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya (Rangkuti, 2006). Dengan menggunakan strategi SO (*strenghts-opportunities*), penulis mendapatkan hasil temuan atau strategi yang dapat diterapkan sebagai sebuah kebijakan yang dapat digunakan oleh pemerintah dalam upaya pengembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru yaitu pembinaan IKM dalam memperkuat jaringan klaster industri, pendampingan dan pengembangan usaha IKM, program melek teknologi informasi sebagai media promosi dan pemasaran produk IKM, serta membuka akses pasar bagi produk-produk IKM.

1. Strategi Pembinaan IKM Dalam Memperkuat Jaringan Klaster Industri

Kedudukan manusia dalam suatu dunia usaha sangat menentukan dalam proses pencapaian hasil usaha. Oleh karena itu hidup matinya suatu dunia usaha, faktor manusia sangat menentukan. Pentingnya faktor manusia dalam dunia usaha, maka perlu mendapatkan perhatian yang lebih besar agar mampu meningkatkan daya saing dalam dunia usaha. Sementara keberadaan manusia dalam dunia usaha belum semuanya ditopang dengan kemampuan, keterampilan sesuai bidang usaha yang dimiliki, dan kondisi inilah yang membuat para pengusaha kurang mampu bersaing dalam segmen pasar tenaga kerja. Mencermati fenomena tersebut maka perlu pembinaan secara simultan sesuai bidang usaha yang dikembangkan, baik usaha industri kecil maupun menengah.

Menurut Mathis (2002) pembinaan adalah suatu proses dimana orang-orang mencapai kemampuan tertentu untuk membantu mencapai tujuan organisasi. Pembinaan IKM itu sendiri merupakan suatu langkah yang dapat dilakukan oleh pemerintah dalam upaya meningkatkan kemampuan dan kualitas para pelaku IKM sehingga tujuan pemerintah untuk mengembangkan dan memperkuat jaringan klaster industri dapat tercapai. Dalam memperkuat jaringan klaster industri dapat dilakukan dengan cara memberikan dukungan pelayanan seperti pelatihan, pendidikan, informasi, penelitian dan dukungan teknologi. Kementerian Koperasi dan UMKM mendefinisikan klaster industri sebagai kelompok kegiatan yang terdiri atas industri inti, industri terkait, industri penunjang dan kegiatan-kegiatan ekonomi (sektor-sektor) penunjang dan terkait lain yang dalam kegiatannya akan saling terkait dan saling mendukung.

Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Ridwan dkk (2014) diketahui bahwa pelaksanaan pembinaan IKM di Kota Bontang sudah berjalan dengan baik dan sangat bermanfaat terhadap pengembangan usaha IKM, namun secara aplikatif serta hasil yang dicapai pasca pelaksanaan pembinaan belum sepenuhnya mencapai hasil yang optimal. Dari hasil temuan peneliti, pemerintah Kota Pekanbaru sebelumnya telah melaksanakan program pembinaan pada beberapa jenis IKM, namun kegiatan pembinaan tersebut masih belum dijalankan dengan maksimal, terdapat beberapa kendala diantaranya yaitu kurangnya petugas pembina yang berkompeten yang sesuai dengan bidang binaan, selain itu juga terbatasnya dana yang dimiliki untuk menyelenggarakan kegiatan pembinaan tersebut.

Supaya target pembinaan dapat tercapai, terlebih dahulu perlu dilakukan sebuah perencanaan khusus serta persiapan yang matang, seperti melakukan evaluasi secara mendalam terhadap kegiatan yang sudah berjalan kemudian menyusun perencanaan (*master plan*) program pembinaan yang menjurus pada permasalahan yang dihadapi oleh IKM. Kemudian perlu adanya penambahan aparat pembina sesuai *basic* pendidikan, khususnya tenaga penyuluh dan pendamping IKM sebagai ujung tombak pembinaan secara langsung dilapangan.

2. Strategi Pendampingan dan Pengembangan Usaha IKM

Pendampingan merupakan suatu tindak lanjut dari kegiatan pembinaan, dengan kata lain yaitu selain memberikan dukungan pelayanan dalam bentuk pelatihan, pendidikan, informasi, penelitian dan dukungan teknologi juga harus dilakukan pendampingan dan pengembangan pasca kegiatan, hal ini dimaksudkan agar ilmu yang didapatkan dari kegiatan pembinaan tersebut dapat diterapkan dengan baik oleh para pelaku IKM dan tujuan awal dari peningkatan jaringan klaster industri dapat tercapai. Kegiatan pendampingan ini meliputi *monitoring* dan evaluasi dari program-program pembinaan yang telah dilaksanakan. Pendampingan akan sejalan dengan pengembangan usaha. Dalam kegiatan ini tentu perlu adanya petugas pendamping yang berpengalaman dan terampil sehingga hasil yang diperoleh akan maksimal. Kegiatan pendampingan harus dilakukan secara berkala sampai pelaku IKM yang bersangkutan telah mampu mandiri dan tujuan dari program pembinaan telah tercapai.

3. Strategi Melek Teknologi Informasi Sebagai Media Promosi dan Pemasaran Produk IKM

Menurut Swastha (2000) promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Pada saat ini banyak cara yang dapat dilakukan dalam mempromosikan sebuah produk, salah satunya adalah dengan memanfaatkan media teknologi informasi. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Ahyuna dkk (2013) diketahui bahwa melalui media internet konsumen akan sangat mudah menjangkau dan mengetahui produk-produk apa saja yang pengusaha tawarkan. Selain itu juga dengan adanya *advertising* melalui media internet dapat membantu dalam mempromosikan dan memasarkan produk mereka kepada masyarakat yang lebih luas. Pengusaha produk lokal di Kota Makassar memanfaatkan media internet dengan melakukan *direct marketing* terhadap produk-produk mereka di internet dengan memberikan penawaran khusus dan garansi terhadap produk yang telah terjual.

Untuk meningkatkan daya saing IKM serta mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan *Information and Communication Technology (ICT)*. Dalam hal ini tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau penjualan, tetapi juga harus diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik dan benar.

Dari hasil temuan penulis diketahui bahwa pelaku IKM di Kota Pekanbaru saat ini belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi informasi untuk tujuan promosi dan pemasaran. Sistem promosi dan pemasaran melalui media internet memiliki keunggulan yaitu diantaranya internet memiliki jangkauan yang lebih luas, murah, cepat dan mudah diakses oleh publik sehingga promosi dan penjualan akan semakin efektif dan efisien. Program yang dapat dilakukan dalam upaya peningkatan kesadaran para pelaku IKM dalam pemanfaatan teknologi informasi yaitu diadakannya program pendidikan dan pelatihan yang berkaitan dengan ilmu-ilmu pemasaran berbasis teknologi informasi yang efektif bagi para pelaku IKM di Kota Pekanbaru.

4. Strategi Membuka Akses Pasar Bagi Produk-Produk IKM

Pasar merupakan tempat dimana berkumpulnya penjual dan calon pembeli, baik secara langsung maupun tidak langsung saling berhubungan melaksanakan pertukaran baik barang maupun jasa (Barata, 2004). Pasar merupakan salah satu ujung tombak keberhasilan suatu usaha, maka pengusaha harus berlomba-lomba dalam mendapatkan akses ke pasar baru yang lebih luas. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Wahyudi (2010) diperoleh beberapa langkah alternatif dalam peningkatan akses pasar yang dapat dilakukan oleh pemerintah yaitu pelatihan akses pasar kepada para pelaku usaha, meningkatkan *networking* atau jaringan pemasaran baru melalui pameran baik lokal maupun keluar daerah, pengembangan kemitraan salah satunya dengan melakukan kerjasama dengan usaha retail.

Dari hasil temuan penulis, diketahui bahwa peluang pasar bagi produk-produk IKM di Kota Pekanbaru cukup besar baik dalam pasar lokal maupun pasar luar daerah selain karena lokasi Kota Pekanbaru merupakan pusat bisnis di Propinsi Riau juga letak Kota Pekanbaru berada pada jalur perekonomian yang sangat menguntungkan yaitu berada di tengah-tengah Pulau Sumatera. Namun hal ini belum bisa dijangkau secara maksimal oleh para pelaku IKM di Kota Pekanbaru. Sebagian besar masih mengandalkan pasar lokal sebagai segmen pemasarannya. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku IKM dalam hal bagaimana cara untuk memperluas akses pemasaran produknya, kondisi inilah yang perlu diperhatikan oleh pemerintah daerah untuk membimbing para pelaku IKM dalam mengembangkan akses pemasaran produk-produk IKM secara lebih luas. Pemerintah perlu memperluas akses pemasaran produk IKM seperti mengadakan bazar atau pameran untuk produk-produk IKM baik skala daerah maupun skala nasional selain itu juga perlu menjalin kerja sama dengan pihak swasta seperti pengusaha supermarket, swalayan, hotel dan lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal, indikator yang menjadi kekuatan pada industri kecil dan menengah (IKM) di Kota Pekanbaru adalah motivasi pelaku IKM yang kuat dalam mempertahankan usaha, mengisi segmen pasar menengah kebawah yang tinggi permintaannya, daya tahan usaha tinggi dalam kondisi ekonomi yang kurang menguntungkan, adanya inovasi produk serta IKM telah dilengkapi dengan surat perizinan. Sedangkan indikator kelemahannya adalah nilai tambah produk relatif rendah, rendahnya akses permodalan usaha bagi IKM, terbatasnya penguasaan teknologi dan research and development, lemahnya jaringan pemasaran hasil produksi serta rendahnya ketersediaan sumber daya manusia industri yang memiliki kompetensi, etos kerja yang tinggi dan profesional. Indikator yang menjadi peluang adalah lokasi yang strategis, keberadaan teknologi mendukung pemberian informasi, peningkatan jumlah penduduk yang memperluas peluang pasar, adanya pasar bebas ASEAN dan adanya dukungan dari pemerintah. Sedangkan untuk hambatan atau ancamannya adalah semakin kerasnya persaingan dengan produk sejenis dari luar daerah, fluktuasi harga bahan baku, biaya promosi yang tinggi, kenaikan harga bahan bakar minyak serta kurangnya partisipasi masyarakat dalam membantu pengembangan IKM.

2. Berdasarkan gambar diagram analisis SWOT, menunjukkan bagaimana industri kecil dan menengah (IKM) di Kota Pekanbaru mempunyai strategi yang dapat diterapkan oleh pemerintah terkait sebagai upaya menghadapi permasalahan di lingkungan internal dan eksternal. Dimana strategi ini berada pada kuadran 1 (strategi agresif). Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah dengan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif ini lebih fokus pada strategi SO (*strenghts-opportunities*), yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi kebijakan yang dapat diterapkan oleh pemerintah Kota Pekanbaru dalam upaya pengembangan industri kecil dan menengah berdasarkan analisis SWOT (strategi SO) yaitu: Pembinaan IKM dalam memperkuat jaringan kluster industri, pendampingan dan pengembangan usaha IKM, program melekat teknologi informasi sebagai media promosi dan pemasaran produk IKM, serta membuka akses pasar bagi produk-produk IKM.

Saran :

1. Dalam rangka meningkatkan efektifitas pembinaan IKM, pemerintah hendaknya perlu melakukan evaluasi secara mendalam terhadap program kegiatan yang sudah berjalan. Serta membuat suatu perencanaan berupa *master plan* pembinaan IKM supaya target pembinaan dapat tercapai.
2. Pemerintah perlu meningkatkan akses promosi/pemasaran produk IKM yaitu dengan menjalin kerjasama dengan pihak swasta seperti pengusaha supermarket, swalayan, hotel serta penjualan melalui media *website*.
3. Pelaku industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru perlu lebih meningkatkan kualitas usaha baik dari tenaga kerja, peralatan produksi yang dipakai serta proses manajemen usaha sehingga akan menghasilkan produk yang lebih berkualitas. Selain itu juga perlu adanya pemanfaatan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin canggih.
4. Bagi kegiatan penelitian selanjutnya disarankan dapat melakukan kajian yang lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru berdasarkan karakteristik serta analisis yang berbeda

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, S. Z. 2004. Kebijakan Publik. Jakarta: Yayasan Pancur Siwah.
- Ahyuna, Hamzah, M. dan HM, Najib. 2013. *Pemanfaatan Internet Sebagai Media Promosi Pemasaran Produk Lokal Oleh Kalangan Usaha di Kota Makassar*. Jurnal Komunikasi. Vol 2. No 1.

- Antoko, A. 2015 *Analisis Strategi dan Kebijakan Sektor Kelautan dan Perikanan di Provinsi Lampung*. Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Baiquni, M. 2007. *Strategi Penghidupan Dimasa kritis*. Yogyakarta: Ideas Media.
- Barata, A. A. 2004. *Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- BPS. 2017. *Kota Pekanbaru Dalam Angka*.
- David, F. 2011. *Manajemen Strategi Konsep: Edisi 12*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kuncoro, M. 2007. *Ekonomika Industri Indonesia, Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: ANDI.
- Mathis, R. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nursalam. 2008. *Konsep dan penerapan metodologi penelitian keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Rangkuti, F. 2015. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ridwan, M., Hartutiningsih, dan Hatuwe, M. 2014. *Pembinaan industri kecil dan Menengah pada Dinas perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM Kota Bontang*. e-Journal Administrative reform.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta.
- Teguh, M. 2013. *Ekonomi industri*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Wahyudi, E. 2010. *Strategi peningkatan Akses pasar dan Peluang Inovasi Usaha kecil Nelayan Pasuruan*. Jurnal Administrasi Bisnis Universitas jember, Vol 23 No 3.
- Wibowo. 2008. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: BumiAksara.