

**PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI KIPANG
DI KECAMATAN PASAMAN KABUPATEN PASAMAN BARAT**

Skripsi

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd) Pada Fakultas FIS UNP*



Oleh :

SILFIA DEWI

2009 / 13115

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN GEOGRAFI
JURUSAN GEOGRAFI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan lulus setelah dipertahankan di depan tim penguji skripsi
Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Padang

PELUANG PENGEMBANGAN INDUSTRI KIPANG DI KECAMATAN PASAMAN KABUPATEN PASAMAN BARAT

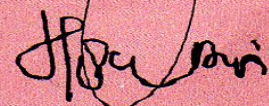
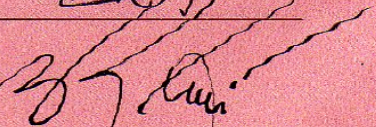
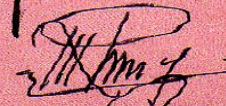
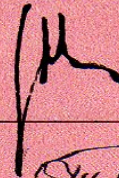
Nama : SILFIA DEWI
NIM/BP : 13115/2009
Program Studi : Pendidikan Geografi
Jurusan : Geografi
Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Agustus 2013

Tim Penguji

Ketua : Dr. Paus Iskarni, M. Pd
Sekretaris : Drs. Afdhal, M. Pd
Anggota : Dra. Rahmanelli, M. Pd
Anggota : Drs. Surtani, M. Pd
Anggota : Nofrion, S. Pd, M. Pd

Tanda Tangan



ABSTRAK

Silfia Dewi 2013

Peluang Pengembangan Industri Kipang di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang (1) faktor produksi yang mempengaruhi pengembangan industri kipang, (2) peluang pemasaran terhadap industri kipang, (3) peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Informan penelitian ini adalah para pengusaha dan instansi terkait. Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini adalah *judgement sampling*. Jenis data dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara tidak terstruktur dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan melalui Analisis SWOT dengan terlebih dahulu menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat dilihat dari luasan pasar, industri kipang berpotensi besar untuk dikembangkan di wilayah Kabupaten Pasaman Barat sebagai pangsa pasar untuk industri berbasis rumah tangga karena didukung oleh banyaknya pasar-pasar potensial, (2) saingan dari industri sejenis yang telah dianalisis dengan Analisis SWOT diperoleh suatu kesimpulan, bahwa seorang pengusaha kipang dapat menembus pasar luar daerah apabila produk yang dihasilkan dapat ditingkatkan dari segi mutu dan kualitasnya.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumWr.Wb.

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Peluang Pengembangan Industri Kipang di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat”**.

Salawat dan salam tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Skripsi ini diajukan dan disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan Program Strata Satu (S1) pada Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang.

Terlaksananya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini dengan penuh ketulusan hati penulis ucapkan terimakasih dan rasa hormat serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dorongan moril dan materil serta iringan doa yang tulus.

Disamping itu penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Paus Iskarni, M. Pd selaku Pembimbing I dan Bapak Drs. Afdhal, M. Pd selaku Pembimbing II yang telah membimbing serta memberikan masukan, arahan, dalam menyelesaikan skripsi ini

2. Ibu Dra. Hj. Rahmanelli, M. Pd, Bapak Drs. Surtani, M. Pd dan Bapak Nofrion S. Pd, M. Pd selaku Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Ibu Dra.Yurni Suasti, M.Si dan Ibu Ahyuni S.T, M.Si selaku ketua dan sekretaris Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang
4. Bapak Drs. Sutarman Karim, M. Si selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan, masukan, dorongan dalam menyelesaikan kuliah peneliti
5. Bapak dan Ibu dosen beserta staf Pengajar di Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang dengan senang hati telah berbagi ilmu pengetahuan
6. Ibu Tata Usaha beserta staf di Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang yang telah membantu penulis dalam proses administrasi penyelesaian skripsi ini
7. Bapak Rektor dan Bapak/Ibu dosen staf Pengajar Universitas Negeri Padang
8. Kepala UPT Perpustakaan UNP, Kepala Perpustakaan FIS, beserta karyawan yang telah membantu penulis dalam memperlancar proses penyelesaian skripsi ini
9. Pengusaha Industri Kipang di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat yang telah membantu sehingga penelitian ini sesuai dengan harapan.

Teristimewa buat kedua orang tua, ayahanda Abdul dan ibunda Acismawati serta kakanda Fahrezi, S.IP, MA beserta adik-adik tercinta Rafki Rinaldi dan Weri Harfendi yang telah memberikan doa restu, kasih sayang, semangat, motivasi dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sahabat dan rekan-rekan Geografi angkatan 2009 yang sama-sama menimba Ilmu pada Jurusan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang serta semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga segala bimbingan dan arahan, dorongan serta doa yang telah diberikan mendapat balasan setimpal dari ALLAH SWT Amin...

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang membangun penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Dengan harapan semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat khususnya dalam dunia pendidikan dan pembaca pada umumnya. Amin...Ya Robbal Alamin.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Padang, Agustus 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Kegunaan Penelitian	7

BAB II KERANGKA TEORITIS

A. Kajian Teori	9
1. Peluang Pengembangan Industri Rumah Tangga	9
2. Faktor Produksi yang Mempengaruhi Pengembangan Industri Rumah Tangga Kipang	11
a. Bahan Baku	11
b. Modal	11
c. Tenaga Kerja	12
3. Pemasaran Industri Rumah Tangga Kipang	12
B. Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	15
C. Alur Pemikiran Penelitian	16

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	17
B. Lokasi Penelitian	18
C. Peran Peneliti	18
D. Teknik Pemilihan Informan	19
E. Jenis Data	19
F. Sumber Data	19
G. Alat Pengumpulan Data	20
H. Teknik Pengumpulan Data	20
1. Wawancara	20
2. Dokumentasi	21
I. Teknik Analisis Data	22
J. Uji Pembuktian Data	23

BAB IV GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

A. Gambaran Umum Wilayah Pasaman Barat	24
B. Deskripsi Kecamatan Pasaman (wilayah penelitian).....	28
1. Letak dan Kondisi Geografis.....	28
2. Pemerintahan	30
3. Penduduk.....	31
4. Pendidikan	33
5. Pertanian.....	35
6. Transportasi dan Komunikasi.....	36
7. Keuangan dan Koperasi	39

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum Penelitian	41
1. Proses Pembuatan Kipang	41
B. Temuan Khusus Penelitian	44
1. Faktor Produksi dalam Industri Rumah Tangga Kipang	44
a. Bahan Baku.....	44
1) Jumlah Bahan Baku	44
2) Asal dan Cara Pemerolehan Bahan Baku	48
b. Modal	50
1) Modal Awal	50
2) Sumber Modal	51
3) Kendala.....	52
c. Tenaga Kerja.....	54
2. Pemasaran Terhadap IRT Kipang	57
a. Banyaknya Kipang yang Dihasilkan	57
b. Daerah Pemasaran.....	59
c. Sistem Pemasaran	62
d. Cara Menghadapi Persaingan Pasar	66
3. Peluang Pengembangan IRT Kipang di Kecamatan Pasaman.....	68

BAB VPENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA	78
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	80
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
1. Penyebaran Produk Kipang di Pasaman Barat	4
2. Jumlah Kecamatan, Nagari, Jorong dan Dusun di Kabupaten Pasaman Barat	26
3. Luas Lahan Berdasarkan Penggunaan	29
4. Nama Sungai	30
5. Nama Nagari dan Jorong	31
6. Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin per Nagari	33
7. Rasio Murid Terhadap Kelas, Guru, Murid Menurut Tingkat Pendidikan.....	34
8. Panjang Jalan Kecamatan Pasaman Menurut Jenis Permukaan, Kondisi dan Kelas Jalan.....	38
9. Kebutuhan Bahan Baku Untuk Satu Kali Proses Produksi.....	45
10. Harga Bahan Baku	46
11. Biaya Memperoleh Bahan Baku.....	46
12. Asal dan Cara Memperoleh Bahan Baku	48
13. Modal Lancar/Kerja Pengusaha Industri Kipang	50
14. Sumber Modal Industri Rumah Tangga Kipang	51
15. Jumlah dan Upah Tenaga Kerja Kipang Pada Tahun 2013	55
16. Banyak Kipang yang Dihasilkan Masing-masing Pengusaha Industri Rumah Tangga Kipang	59
17. Daerah Pemasaran Kipang di Pasaman Barat	60
18. Besarnya Biaya Transportasi Pendistribusian Kipang	61
19. Asal Produk Kipang yang Beredar di Wilayah Pasar Kabupaten Pasaman Barat Januari-Mei 2013	69
20. Matrik SWOT	72

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
1. Bagan Kerangka Konseptual	16
2. Sistem Pemasaran Industri Kipang	63
3. Wawancara dengan Bapak Simar, Kasi Pengembangan Teknologi Dinas Koperasi, Perdagangan, Industri dan UKM Kabupaten Pasaman Barat	96
4. Wawancara dengan Bapak Syafnir, Sekretaris Camat Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat.....	97
5. Wawancara dengan Bapak Wan Andra, Salah Satu Pemilik Industri Kipang.....	97
6. Mesin Pompa/pengembang Beras dan Jagung	98
7. Amperemeter Pada Mesin Pengembang Beras dan Jagung	98
8. Wadah Untuk Memanaskan Gula Aren dan Pengaduk Beras, Kacang dan Jagung	99
9. Wawancara dengan Bapak Ayat, Salah Satu Pemilik Industri rumah Tangga Kipang	99
10. Beras yang telah Mengembang Menjadi Batiah	100
11. Gula Aren/saka Salah Satu Bahan Dasar dalam Pembuatan Kipang.....	100
12. Pengadukan Batiah dengan Campuran Gula Aren yang telah di cairkan.....	101
13. Batiah yang telah tercampur dengan Gula Aren/saka siap untuk dicetak	101
14. Meja Pencetak	102
15. Proses Pemadatan Kipang di Meja Pencetak	102
16. Proses Pencetakan Kipang	103
17. Kipang	103
18. Kipang Siap dibungkus	104
19. Kipang Siap untuk dipasarkan	104

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	HALAMAN
1. Pedoman Wawancara	80
2. Triangulasi Data Penelitian	84
3. Identitas Informan Penelitian	95
4. Dokumentasi Hasil Penelitian	96

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan perindustrian dapat diarahkan menuju kemandirian perekonomian nasional melalui peningkatan kemampuan bersaing, menaikkan pangsa pasar dengan selalu memelihara fungsi kelestarian lingkungan hidup. Selain itu, pembangunan perindustrian harus ditujukan untuk memperkokoh struktur ekonomi nasional dengan keterkaitan yang kuat dan saling mendukung antar sektor dan menguntungkan antara petani produsen dengan industri.

Menurut undang-undang nomor 5 Tahun 1984 tentang perindustrian, “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”. Menurut Keputusan Presiden RI nomor 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah “kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”.

Industri kecil dan kerajinan merupakan suatu usaha keterampilan yang mengandung nilai ekonomi, nilai budaya dan nilai seni. Selain itu, industri kecil dan kerajinan dapat menjadi sumber penghasilan pokok bagi masyarakat sehingga lapangan kerja semakin luas dan menunjang pembangunan serta dapat memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia.

Sebagaimana halnya dengan pembangunan perindustrian yang mengharuskan bidang usaha lainnya untuk menunjang bidang usaha industri, maka arah dan kebijakannya terlihat menuju kepada program industrialisasi sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Mengingat perannya dalam pembangunan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah serta menciptakan peluang kerja yang lebih besar yang diwujudkan dalam bentuk usaha mikro atau yang lebih dikenal dengan usaha kecil dan menengah. Pada saat negara sedang mengalami krisis ekonomi hanya usaha kecil yang mampu bertahan apalagi dengan adanya otonomi daerah. Sekarang industri merupakan pemasukan dan sumber keuangan daerah yang perlu diperhitungkan oleh pemerintah daerah. Disamping itu, industri daerah merupakan ciri khas daerah tersebut.

Salah satu aktifitas ekonomi masyarakat yang tergolong tradisional adalah membuat kipang yang bahan bakunya berasal dari beras dan jagung. Makanan berbahan dasar beras dan jagung ini mengandung nilai ekonomi yang berkaitan dengan aspek budaya dan seni karena keberadaannya ditengah-tengah masyarakat dianggap sebagai warisan kuliner yang merupakan kebanggaan masyarakat setempat.

Sesuai dengan kebijaksanaan pemerintah di bidang usaha industri mencakup peningkatan lapangan pekerjaan, meningkatkan pemerataan pendapatan dan pemasaran hasil melalui pasar maupun koperasi sebagai pemilik atau pemegang saham. Dengan adanya dorongan dari pemerintah dalam rangka

meningkatkan pendapatan masyarakat menuju kesejahteraan diusahakan melalui pengembangan sumber daya yang tersedia, pembukaan lapangan kerja baru guna untuk menghindari dan mengurangi tingkat pengangguran serta meningkatkan penghasilan dengan membuka usaha berupa industri rumah tangga.

Sehubungan dengan adanya himbauan pemerintah, di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat terus mengembangkan usaha Kipang untuk meningkatkan penghasilan masyarakatnya. Usaha kipang yang terbuat dari beras dan jagung bahan bakunya sebagian besar diperoleh dari Kabupaten Pasaman Barat sendiri dan beberapa dari bahan baku tersebut ada yang dipasok dari daerah sekitarnya diluar Kabupaten Pasaman Barat. Usaha Kipang merupakan industri tradisional yang pada awalnya dikerjakan hanya bersama-sama dengan anggota keluarga kemudian sedikit berkembang sehingga mereka yang bergelut dengan bidang usaha Kipang membutuhkan beberapa tenaga kerja tambahan dengan mempekerjakan masyarakat disekitarnya.

Dilihat dari kelebihannya, usaha kipang yang ada di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat memiliki cita rasa yang manis dan gurih serta nikmat jika dibandingkan dengan kipang-kipang yang ada didaerah lain. Semuanya tidak terlepas dari pemilihan bahan baku yang bagus dan berkualitas, mulai dari beras dan jagung yang digunakan sebagai bahan dasar utama serta bahan-bahan lainnya yang digunakan dalam pembuatannya.

Namun, dilihat dari pengembangannya akhir-akhir ini produksi industri kipang yang ada di Kecamatan Pasaman mulai menemui kendala yang berarti

dilihat dari sulitnya memasarkan kipang , padahal industri Kipang merupakan aset kuliner yang patut untuk dikembangkan. Hal ini terlihat dari kendala dalam memasarkan hasil produksi kipang yang sangat dipengaruhi oleh minat maupun tingkat kepuasan konsumen. Seyogyanya usaha kipang yang terdapat di Kecamatan Pasaman, apabila dilihat dari prospek pemasarannya cukup diminati oleh masyarakat yang berkunjung ke daerah tersebut karena merupakan ciri khas daerah. Disamping itu, keberadaannya juga membawa dampak yang positif terhadap masyarakat sekitarnya.

Berdasarkan survey yang peneliti lakukan di beberapa pasar di Kabupaten Pasaman Barat, dari tabel 1 dapat diketahui penyebaran produk kipang yang terdapat di Kabupaten Pasaman Barat, sebagai berikut :

Tabel 1: Penyebaran Produk Kipang di Pasaman Barat

No	Nama Pasar	Asal Produk Kipang yang Beredar di pasaran
1	Simpang Ampek	Pasaman Barat, Payakumbuh, Bukittinggi
2	Batang Lingkin	Pasaman Barat, Payakumbuh, Bukittinggi
3	Padang Tujuh	Pasaman Barat, Payakumbuh, Bukittinggi, Tanah Datar
4	Kapar	Payakumbuh, Tanah Datar, Bukittinggi
5	Simpang Tigo	Pasaman Barat, Bukittinggi, Payakumbuh, Tanah Datar
6	Kinali	Pasaman Barat, Bukittinggi, Payakumbuh, Tanah Datar
7	Talu	Payakumbuh, Bukittinggi, Tanah Datar
8	Sasak	Payakumbuh, Tanah Datar
9	Ujung Gading	Payakumbuh, Bukittinggi, Tanah Datar

Sumber : Pedagang Kipang di Kab. Pasaman Barat

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa masih banyak produk kipang dari daerah lain yang beredar di wilayah pasar Kabupaten Pasaman Barat. Survey awal yang dilakukan pada awal tahun 2013 terhadap beberapa pasar di Kabupaten Pasaman Barat dengan melihat pemasaran hasil industri Kipang, rata-rata produk kipang yang beredar di pasaran berasal dari luar Kabupaten Pasaman Barat.

Selain itu, usaha Kipang belum dapat berkembang dengan baik sebagaimana yang diharapkan oleh peneliti, karena sejauh ini usaha kipang bisa dikatakan belum terlalu mampu menghadapi persaingan pasar dengan usaha-usaha lainnya yang bergerak dibidang industri makanan. Sehingga untuk dapat menguasai pangsa pasar walaupun hanya sebatas memasarkan di dalam kabupaten saja, usaha ini perlu pengembangan lebih lanjut.

Pada dasarnya masalah yang saya lihat dalam usaha kipang yang ada di Kecamatan Pasaman adalah kesulitan dalam memasarkan hasil produksi kipang baik dalam hal luasan pasar maupun keberadaan pesaing yang diikuti oleh minimnya modal usaha sehingga pemasarannya hanya berkisar di daerah yang sama dengan tempat memproduksinya. Sehubungan dengan masalah di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai **“Peluang Pengembangan Industri Kipang Di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka masalah penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana kebutuhan bahan baku dalam industri kipang ?
2. Bagaimana cara memperoleh bahan baku dalam industri kipang?
3. Bagaimana ketersediaan modal dalam industri kipang ?
4. Bagaimana kebutuhan tenaga kerja dalam proses produksi industri kipang?
5. Apa saja kendala yang dihadapi dalam pengembangan industri kipang ?
6. Bagaimana faktor produksi dalam industri kipang di Kecamatan Pasaman?
7. Bagaimana pemasaran industri kipang di Kecamatan Pasaman ?
8. Bagaimana peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman ?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka masalah penelitian ini dibatasi pada 1) Faktor produksi dalam industri kipang di Kecamatan Pasaman, 2) Pemasaran industri kipang di Kecamatan Pasaman, 3) Peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana faktor produksi dalam industri kipang di Kecamatan Pasaman ?

2. Bagaimana pemasaran industri kipang di Kecamatan Pasaman ?
3. Bagaimana peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data, informasi, menganalisis serta mengetahui tentang :

1. Faktor produksi dalam industri kipang di Kecamatan Pasaman
2. Pemasaran industri kipang di Kecamatan Pasaman
3. Peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menjadi referensi tambahan bagi para peneliti lain yang akan meneliti permasalahan mengenai industri.
2. Secara praktis, penelitian ini berguna bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar sarjana pendidikan Geografi di Jurusan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang.
3. Secara sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberitahukan kepada pemerintahan pusat maupun daerah untuk lebih memperhatikan keberlangsungan usaha kecil dan menengah yang notabene ikut serta menyumbang pendapatan asli daerah setempat.

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Kajian Teori

1. Peluang Pengembangan Industri Kipang

Industri merupakan bagian dari pembangunan ekonomi nasional suatu negara, baik di Indonesia maupun di negara lain. Kata industri berasal dari kata *industry* yang menurut kamus bahasa latin berarti buruh atau pemakaian tenaga kerja.

Menurut Prawirosentono (2007:18) industri memiliki beberapa kriteria di dalam pengertiannya, antara lain :

Industri adalah kesiapan dalam melaksanakan suatu tugas pekerjaan atau bidang usaha yang siap melakukan atau menerapkan tugas atau pekerjaan yang bersifat tetap, terus-menerus dan secara teratur, misalnya suatu tugas pekerjaan berupa menjahit merupakan kegiatan industri di bidang pembuatan pakaian (*garment*). Jadi, baik jenis pekerjaan atau karyawan yang melakukan, maupun usahanya dapat dikatakan sebagai industri atau bagian yang tidak terpisahkan satu sama lain dalam kegiatan usaha industri bersangkutan.

Aminuddin (2006:101) mengatakan bahwa :

Industri adalah berbagai bentuk kegiatan ekonomi. Sedangkan kegiatan ekonomi dapat dilakukan oleh perorangan maupun oleh perusahaan. Oleh karena itu, berbagai ragam atau jenis perusahaan dapat dikatakan bagian dari industri. Sedangkan kriteria berikutnya mengatakan bahwasanya perusahaan-perusahaan yang produktif menghasilkan sesuatu barang atau jasa yang dapat dijual, berarti pula merupakan industri. Kriteria selanjutnya yakni industri adalah tempat atau pekerjaan yang produktif, yakni pekerjaan yang menghasilkan suatu barang atau jasa, seperti pekerjaan membuat roti, kue, obat-obatan dan sebagainya.

Dalam melihat peluang pengembangan suatu industri, kita perlu memperhatikan luasan pasar berupa daerah mana saja yang nantinya akan dijadikan sebagai pangsa pasar dalam memasarkan hasil industri. Luasan pasar dapat dilihat dengan menggunakan teori lokasi.

Menurut Djojodipuro (1992:68) dalam bukunya Teori Lokasi mengemukakan bahwa :

Teori lokasi merupakan sebuah ilmu yang menyelidiki tata ruang kegiatan ekonomi. Selain itu, Teori Lokasi juga dapat diartikan sebagai ilmu yang mempelajari tentang lokasi secara geografis, serta pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha atau kegiatan lain. Tidak ada sebuah teori tunggal yang bisa menetapkan di mana lokasi suatu kegiatan produksi itu sebaiknya dipilih.

Untuk menetapkan lokasi suatu industri (skala besar) secara komprehensif diperlukan gabungan dari berbagai pengetahuan dan disiplin. Berbagai faktor yang ikut dipertimbangkan dalam menentukan lokasi, antara lain ketersediaan bahan baku, upah buruh, jaminan keamanan, fasilitas penunjang, daya serap pasar lokal, dan aksesibilitas dari tempat produksi ke wilayah pemasaran yang dituju (terutama aksesibilitas pemasaran ke luar negeri), stabilitas politik suatu negara, dan kebijakan daerah (peraturan daerah).

Alfred Weber dalam Djojodipuro (1992:69), memiliki teori yang menyebutkan bahwa “lokasi industri sebaiknya diletakkan di tempat yang memiliki biaya yang paling minimal”. Menurut teori Weber pemilihan lokasi industri didasarkan atas prinsip minimisasi biaya. Weber menyatakan bahwa lokasi setiap industri tergantung pada total biaya transportasi dan tenaga kerja di

mana penjumlahan keduanya harus minimum. Pada intinya, lokasi akan optimal apabila pabrik berada di sentral, karena biaya transportasi dari manapun akan rendah. Biaya tersebut berkaitan dengan dua hal, yaitu transportasi bahan mentah yang didatangkan dari luar serta transportasi hasil produksi yang menuju ke pasaran.

Selain melihat luasan pasar, peluang pengembangan suatu industri juga harus memperhatikan ada tidaknya pesaing yang bergerak dibidang industri yang sama. Keberadaan pesaing dapat dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2009:19)

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*).

Selanjutnya, untuk kelangsungan industri perlu lebih memperhatikan minat maupun kepuasan konsumen. Minat dan kepuasan ini dapat dilihat dari daya beli konsumen terhadap barang dan jasa yang dihasilkan. Dari berbagai kriteria tentang arti industri seperti yang disebutkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwasanya industri adalah kelompok perusahaan yang mempunyai kegiatan sejenis baik secara vertikal maupun secara horizontal. Industri dalam penelitian ini adalah industri rumah tangga yang bergerak dibidang usaha Kipang di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman.

2. Faktor-faktor Produksi yang Mempengaruhi Pengembangan Industri Kipang

a. Bahan Baku

Menurut Soekartawi (2001:27) menjelaskan bahwa:

Cepat atau lambat nya proses produksi sangat dipengaruhi oleh kelancaran bahan baku, sebagai unsur untuk memproduksi suatu barang. Dalam kaitannya dengan bahan baku, maka investasi untuk pembelian bahan baku merupakan prioritas pertama bagi perkembangan hasil produksi suatu perusahaan.

Bahan baku yang dimaksudkan di dalam penelitian ini adalah darimanakah pengusaha industri kipang di Kecamatan Pasaman memperoleh bahan baku untuk pembuatan kipang, serta bagaimanakah cara memperoleh bahan baku tersebut agar usaha kipang ini dapat terus berjalan.

b. Modal

Dalam dunia usaha, peningkatan kegiatan usaha selalu menghadapi masalah-masalah pelik. Salah satu masalah utama yang dihadapi oleh pimpinan atau pemilik perusahaan ialah menyediakan modal kerja yang diperlukan untuk kegiatan-kegiatan perusahaan.

Di Indonesia, kebijaksanaan aplikasi penanaman modal di bidang usaha bertumpu pada subbidang usaha aneka pengolahan makanan, minuman dan tembakau. Dengan kebijaksanaan tersebut diatas, tentunya diharapkan penanam modal yang melakukan usahanya di bidang usaha industri dapat memberikan kontribusinya sesuai dengan yang diharapkan. Artinya, bahwa ikut sertanya penanaman modal di bidang usaha industri didasarkan atas saling menghormati

dan saling menguntungkan. Hal itu dimaksudkan untuk mewujudkan kekuatan ekonomi potensial menjadi ekonomi riil melalui keikutsertaan tenaga kerja, keterampilan, alih teknologi serta modal dari penanaman modal.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Depdikbud,1991)“modal adalah uang yang dipakai sebagai induk atau pokok yang digunakan untuk suatu usaha guna menambah penghasilan dan untuk menambah kekayaan”.

Selanjutnya menurut Aminuddin (2006:40)

Modal kerja yaitu aktiva lancar yang mewakili bagian dari investasi yang berputar dari satu bentuk ke bentuk lainnya dalam melaksanakan suatu usaha, atau modal kerja adalah kas/bank, surat-surat berharga yang mudah diuangkan (misal giro, cek, deposito), piutang dagang dan persediaan yang tingkat perputarannya tidak melebihi 1 tahun atau jangka waktu operasi normal perusahaan.

Lebih lanjut lagi menurut Yulianto dalam Wijayanti (2002:16) modal merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan suatu badan usaha untuk membiayai kegiatan usahanya. Kebutuhan akan modal merupakan kebutuhan yang sangat vital bagi kehidupan suatu badan usaha. Dengan adanya modal, maka semua pengeluaran untuk membiayai kegiatan usaha dapat dilaksanakan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dilihat bahwa suatu industri tidak mampu berkembang tanpa adanya modal, dengan kata lain dapat dikatakan bahwa modal merupakan sarana pokok untuk mencapai hasil produksi. Modal yang memadai untuk suatu produktifitas akan mendatangkan keuntungan yang diharapkan serta dapat menunjang perkembangan industri rumah tangga sehingga dapat meningkatkan pendapatan sang pemilik usaha untuk pengembangan

usahanya. Modal yang dimaksudkan di dalam penelitian ini adalah besar atau kecilnya jumlah modal yang dimiliki oleh pengusaha industri kipang.

c. Tenaga Kerja

Upaya untuk meningkatkan hasil produksi dapat dilakukan dengan penambahan jumlah tenaga kerja yang ada. Menurut UU RI No 13 tahun 2003 tentang ketenagakerjaan, menyebutkan bahwa “tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa, baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat”.

Di dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan tenaga kerja adalah berapa banyak tenaga kerja dan jumlah upah yang diterima oleh tenaga kerja yang bekerja pada industri kipang.

3. Pemasaran Industri Kipang

Menurut Justin (2000:197) dalam bukunya Prinsip-prinsip Pemasaran mengungkapkan “pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba”. Selanjutnya Cateora (2007:248) mengatakan bahwasanya “pemasaran merupakan proses yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pemasaran telah dipandang sebagai unsur penting didalam mendirikan dan membina perusahaan-perusahaan”.

Dengan lingkungan dunia usaha yang semakin kompetitif dan sifat pasar berubah dari *sales market* menjadi *buyer market* atau kekuatan pasar ditangan konsumen. Sehingga kegiatan perusahaan mengalami penyesuaian dari orientasi produksi menjadi orientasi konsumen. Pemasaran tidak terbatas pada dunia bisnis saja, karena sebenarnya setiap hubungan antar individu dan antar organisasi yang melibatkan proses pertukaran adalah kegiatan pemasaran. Banyak sekali definisi pemasaran yang dikemukakan oleh para ahli, meskipun berbeda-beda tetapi pada dasarnya mempunyai arti yang sama. Perbedaan tersebut karena perbedaan sudut pandang saja.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan individu maupun kelompok. Adanya proses pertukaran arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Adanya keinginan dan kebutuhan manusia yang harus dipenuhi oleh kegiatan manusia lain yang menghasilkan alat pemuas tersebut yang berupa produk barang dan jasa. Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang terintegrasi secara dinamis, dalam arti bahwa pemasaran merupakan hasil dari berbagai macam kegiatan.

Jadi, yang dimaksud dengan pemasaran dalam penelitian ini adalah semua hasil yang telah dibuat oleh industri makanan yang dijual kepada konsumen dan hubungannya dengan pasar dilihat dari cakupan kemana saja nantinya produk yang dihasilkan akan dipasarkan.

B. Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan

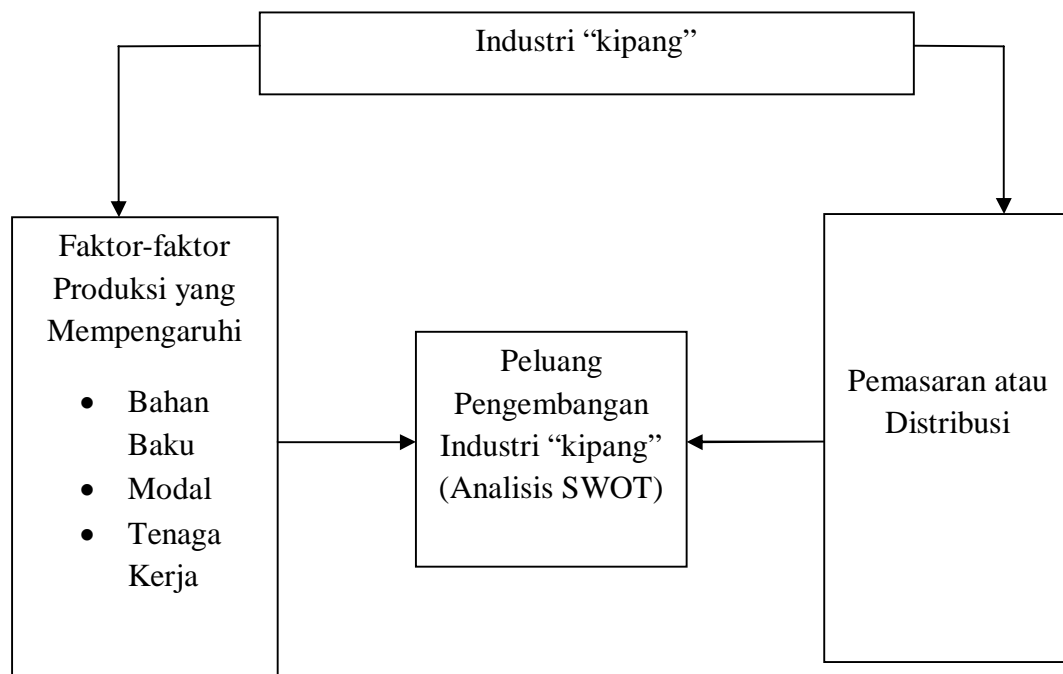
Berdasarkan variabel yang diteliti maka dapat dikemukakan beberapa hasil penelitian yang relevan dengan penelitian penulis. Wijayanti (2006) dengan judul industri kerajinan sebagai aset pariwisata di Kecamatan Silungkang Kota Sawahlunto. Hasil penelitian dengan objek penelitiannya berupa industri kerajinan cendera mata, menunjukkan bahwasanya industri ini membutuhkan tambahan modal karena modal yang dimiliki oleh pengusaha industri kerajinan sangat minim sekali sedangkan prospek maupun ekspektasi pemasarannya cukup bagus.

Sefriani (2007) dengan judul pengembangan industri kerupuk sanjai dan karak kaling di Kecamatan Harau Kabupaten 50 Kota. Dalam penelitian ini, yang menjadi permasalahan diantaranya masalah tenaga kerja, modal yang sifatnya masih memakai modal sendiri serta manajemen usaha yang belum berfungsi secara keseluruhan. Hasil penelitian mengungkapkan bahwasanya selain faktor-faktor produksi, industri ini memerlukan manajemen usaha yang jelas.

Beda penelitian yang diteliti dari kajian penelitian diatas yang merupakan penelitian terdahulu, yaitu terlihat dari permasalahan yang diteliti. Pada penelitian ini tidak hanya meneliti tentang faktor-faktor produksi yang mempengaruhi industri, namun didalam penelitian ini yang akan dilihat sebagai hasil akhir dari penelitian adalah peluang pengembangan industri kipang terkait dengan faktor produksi serta pemasaran.

C. Alur Pemikiran Penelitian

Pemasaran hasil produksi kipang sangat erat kaitannya dengan minat masyarakat terhadap kipang yang nantinya ikut menentukan keberlangsungan proses produksi suatu usaha. Dalam pengembangan suatu usaha hendaknya para pengusaha benar-benar harus memperhatikan tata cara memasarkan baik dari segi kualitas barang yang dipasarkan, kemasan maupun promosi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari kerangka konseptual berikut ini :



Gambar 1 :Kerangka Konseptual Peluang Pengembangan Industri Kipang di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Umum Penelitian

1. Proses Pembuatan Kipang

Kipang merupakan makanan tradisional ranah minang yang merakyat. Tak sulit menemukan tempat penjualan makanan khas tersebut. Dari sekian banyak makanan khas Sumatera Barat, kipang masih menjadi pilihan. Soalnya makanan ringan yang satu ini, rasanya renyah dan manis. Kipang terbuat dari bahan dasar berupa beras pulut maupun beras biasa, jagung dan kacang. Cara pembuatannya juga tergolong simple, berikut cara maupun proses pembuatan kipang :

1. Bahan baku yang digunakan berupa beras, jagung, kacang tanah, gula aren, vanile, minyak goreng dan garam.
2. Untuk kipang beras (beras pulut maupun beras biasa) dan kipang jagung, proses pembuatannya sama. Dimana beras dan jagung terlebih dahulu dicuci hingga bersih kemudian dibiarkan kering/ditiriskan agar tidak banyak mengandung kadar air. Setelah itu, beras dan jagung yang sudah ditiriskan tersebut dimasukkan ke mesin pompa(pengembang) dengan memutar kenop mesin hingga mencapai ampere 100. Jika amperemeter sudah menunjukkan angka 100 maka beras dan jagung yang tadi dimasukkan kedalam mesin sudah mengembang menjadi *batiah* dan dapat dilanjutkan ke proses berikutnya, namun jika pekerja

lalai dan ampere melebihi angka 100 maka beras maupun jagung yang kembang nanti akan hangus dan tidak dapat diproses lagi.

3. Berbeda dengan kipang beras dan jagung, untuk kipang yang berbahan dasar kacang tanah, proses pembuatannya kacang dioseng atau direndang sampai matang dan berubah warna kekuningan hingga mengeluarkan aroma yang harum. Kemudian kacang dibersihkan dan dibuang kulit arinya.
4. Terakhir, baik kipang beras, jagung dan kacang selanjutnya dimasukkan ke dalam adonan gula aren yang sebelumnya telah dipanaskan di dalam wadah kuali kancan berukuran besar. Aduk sampai rata dan tambahkan vanile serta garam secukupnya. Setelah semuanya menyatu, barulah kipang tersebut dimasukkan ke dalam cetakan yang sudah disediakan. Setelah itu didinginkan untuk kemudian dimasukkan ke dalam plastik untuk dipasarkan.

Setelah mengenal cara dan proses pembuatan kipang, untuk memperoleh data primer secara cermat dan lengkap, peneliti melakukan wawancara dengan pengusaha atau masyarakat yang menggeluti bidang usaha Kipang dan beberapa para pekerja di tempat tersebut. Selain itu, Peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa orang dari instansi terkait baik dari pihak Kecamatan Pasaman maupun Dinas Koperasi, Perdagangan, Industri dan UKM yang membidangi masalah industri di Kabupaten Pasaman Barat. Berikut deskripsi data yang diperoleh dari informan penelitian :

B. Temuan Khusus Penelitian

1. Faktor Produksi dalam Industri Kipang di Kecamatan Pasaman

a. Bahan Baku

Bahan baku memiliki peranan terpenting di dalam keberlangsungan suatu proses produksi, lebih terutamanya lagi untuk keberlangsungan suatu usaha, karena jika bahan baku tidak ada maka usaha yang dilakoni tidak akan bisa beroperasi.

Demikian pula dengan industri kipang yang ada di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat memerlukan kestabilan pasokan bahan baku. Bahan baku yang dibutuhkan dalam pembuatan kipang yakni terdiri dari beras, jagung, kacang, gula aren, garam, vanile, minyak goreng serta minyak tanah untuk bahan bakar. Berikut ini keterangan informan terkait dengan pemerolehan bahan baku :

1) Jumlah Bahan Baku

Banyaknya bahan baku yang dibutuhkan oleh masing-masing pengusaha untuk satu kali proses produksi (dalam satu minggu) kipang dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 9. Kebutuhan Bahan Baku Untuk Satu Kali Proses Produksi (dalam satu minggu)

No	Nama Pengusaha	Bahan Baku/Banyaknya								Banyaknya yang dihasilkan	
		Beras	Jagung	Kacang Tanah	Gula Aren	Vanile	Garam	Minyak Goreng	Minyak Tanah		Plastik
1	Wan Andra	8 Kg	8 Kg	-	8 Kg	6Bks	½ Bks	1 Kg	4 Liter	1 Kg	360 bks
2	Linda	10 Kg	-	5 Liter	8 Kg	6Bks	¼ Bks	1 Kg	4 Liter	1 Kg	250 bks
3	Upik	8 Kg	-	-	4 Kg	4Bks	¼ Bks	½ Kg	2 Liter	1 Kg	200 bks
4	Era		-	8 Liter	4 Kg	6Bks	¼ Bks	1 Kg	2 Liter	1 Kg	100 bks
5	Nanda	8 Kg	8 Kg	5 liter	12 Kg	12Bks	½ Bks	2 Kg	5 Liter	2 Kg	450 bks
6	Murniati	5 Kg	10 Kg	-	8 Kg	10Bks	½ Bks	2 Kg	4 Liter	2 Kg	300 bks
7	Edi	-	-	10 Liter	6 Kg	6Bks	½ Bks	1 Kg	3 Liter	1 Kg	200 bks
8	Avati	6 Kg	10 Kg	-	12 Kg	10 Bks	½ Bks	2 Kg	4 Liter	1 Kg	350 bks
9	Aci	7 Kg	-	-	5 Kg	4Bks	¼ Bks	½ Kg	4 Liter	1 Kg	150 bks
	Jumlah	52 Kg	36 Kg	28 Liter	67 Kg	64Bks	4 Bks	11 Kg	32 Liter	11 Kg	2360 bks

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2013

Tabel di atas menunjukkan banyaknya jumlah bahan baku yang dibutuhkan dan hubungannya dengan banyak kipang yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi. Proses produksi dilakukan satu kali setiap minggunya.

Berikut akan disajikan pada tabel 10 terkait dengan harga bahan baku per satuan :

Tabel 10 : Harga Bahan Baku

No	Bahan Baku	Satuan	Harga Bahan Baku per Satuan
1	Beras	Kg	Rp 9.000,-
2	Jagung	Kg	Rp 2.500,-
3	Kacang Tanah	Liter	Rp 12.000,-
4	Gula Aren	Kg	Rp 14.000,-
5	Vanile	Bungkus	Rp 3.000,-
6	Garam	Bungkus	Rp 1.000,-
7	Minyak Goreng	Kg	Rp 10.000,-
8	Minyak Tanah	Liter	Rp 6.000,-
9	Plastik/Kemasan	Kg	Rp 30.000,-

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2013

Selanjutnya, besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha kipang untuk memperoleh bahan baku, dapat dilihat pada tabel 11 dibawah ini:

Tabel 11 : Biaya Memperoleh Bahan Baku

No	Nama Pengusaha	Biaya Untuk Memperoleh Bahan Baku (Rp)
1	Wan Andra	300.000
2	Linda	250.000
3	Upik	200.000
4	Era	150.000
5	Nanda	350.000
6	Murniati	250.000
7	Edi	200.000
8	Ayat	250.000
9	Aci	200.000
Jumlah		2.150.000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2013

Pada tabel diatas, yang dimaksudkan dengan biaya untuk memperoleh bahan baku meliputi harga bahan baku per satuan dan biaya yang dikeluarkan untuk transportasi pemerolehan bahan baku.

Jumlah, harga dan biaya bahan baku diatas berlaku untuk satu kali proses produksi. Proses produksi dilakukan satu kali setiap minggunya. Berikut wawancara dengan beberapa pengusaha industri kipang mengenai jumlah, harga dan biaya perolehan bahan baku dalam satu kali proses produksi.

Ketika ditanya mengenai jumlah, harga dan biaya memperoleh bahan baku untuk pembuatan kipang ini, Pak Edi mengatakan (wawancara tanggal 10 Juni 2013) :

“Dalam setiap produksi, biaya yang kita keluarkan untuk membeli bahan baku totalnya kurang lebih Rp 200.000,- ,terkadang juga lebih dari segitu. Menyesuaikan dengan harga dipasaran lah kira-kira”.

Pada wawancara selanjutnya, hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Linda (wawancara tanggal 9 Juni 2013) :

“Kira-kira habis Rp 250.000,- untuk satu kali proses produksi, kadang-kadang kita juga masih menggunakan sisa bahan baku seperti garam dan vanile yang tidak habis diproduksi pada proses produksi sebelumnya”.

Dari hasil wawancara dan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa untuk jumlah, harga dan biaya memperoleh bahan baku, total uang yang dikeluarkan berkisar antara Rp 150.000,- hingga Rp 350.000,- untuk satu kali proses produksi.

2) Asal dan Cara Pemerolehan Bahan Baku

Asal dan cara memperoleh bahan baku dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini :

Tabel 12 : Asal dan Cara Memperoleh Bahan Baku

No	Bahan Baku yang Digunakan	Asal Bahan Baku	Cara Memperoleh Bahan Baku
1	Beras	Pasaman	Cari sendiri
2	Jagung	Pasaman, Kapar	Cari sendiri
3	Kacang	Pasaman, Kajai	Cari sendiri
4	Gula Aren	Pasaman, Talu, Puncak Lawang	Cari sendiri, di pesan
5	Vanile	Pasaman	Cari sendiri
6	Garam	Pasaman	Cari sendiri
7	Minyak Goreng	Pasaman	Cari sendiri
8	Minyak Tanah/Bahan Bakar	Pasaman	Cari sendiri
9	Plastik/Kemasan	Pasaman	Cari sendiri

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2013

Tabulasi data diatas didapat melalui wawancara dengan para pengusaha kipang. Wawancara dengan Pak Nanda (wawancara tanggal 07 Juni 2013) :

“Bahan baku banyak kita peroleh dari pasar Simpang Ampek, lengkap semuanya disitu, mulai dari minyak goreng sampai beras, jagung dan saka (gula aren) ada di pasar”.

Berbeda dengan Pak Nanda, Ibu Aci mengatakan (wawancara tanggal 11 Juni 2013) :

“Tidak semua bahan baku dapat Ibu beli di pasar. Bahan baku yang Ibu beli di pasar hanya garam, vanile, minyak goreng dan minyak tanah. Beras dan jagung itu Ibu beli ke tempat penjemurannya (heller), disana kalau beli banyak lebih murah daripada beli di pasar”.

Hal yang sama pun diungkapkan oleh Pak Wan Andra (wawancara tanggal 09 Juni 2013) :

“Kalau bahan baku yang kecil-kecil seperti garam, vanile, minyak goreng, dan lain-lain itu bisa didapatkan di pasar. Kalau beras pulut kami beli ke tempat penjemuran dan penggilingan padi. Ada juga bahan baku yang langsung didatangkan dari luar Pasaman Barat, yaitu saka atau gula aren yang Bapak pesan dari daerah sekitar Puncak Lawang, Agam. Disana kualitas gula arennya lebih bagus daripada yang ada di Pasaman Barat”.

Hal senada juga dikatakan oleh Bapak Simar dari Dinas Koperasi, Perdagangan, Industri dan UKM Kabupaten Pasaman Barat (wawancara tanggal 13 Juni 2013) :

“Dari segi bahan baku, kita mengapresiasi usaha para pengusaha kipang ini untuk menggunakan bahan baku yang baik, mereka tidak mau memakai bahan baku yang asal-asalan”.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengusaha Kipang diatas terkait dengan asal bahan baku dapat disimpulkan bahwa untuk keberlangsungan proses produksi, pengusaha kipang memperoleh bahan baku dengan tiga cara.

Cara *pertama*, pengusaha mendapatkan bahan baku dengan cara membeli langsung ke pasar terdekat dengan tempat memproduksinya. *Kedua*, untuk menekan biaya produksi, beberapa pengusaha kipang lebih memilih membeli dalam partai besar ke gudang maupun tempat penjemuran padi/heller. *Ketiga*, beberapa bahan baku ada juga yang didatangkan dari luar daerah Kabupaten Pasaman Barat dengan pertimbangan untuk menjaga cita rasa dan kualitas kipang yang dihasilkan.

b. Modal

Dalam dunia usaha, untuk memulai suatu bidang usaha tertentu. Selain keberanian dan jiwa saing yang tinggi, modal merupakan kebutuhan utama yang diperlukan oleh seorang pengusaha. Keberadaan modal memegang peran terpenting dalam memulai, melanjutkan hingga mengembangkan usaha yang digeluti.

1) Modal Awal

Terkait dengan modal awal yang digunakan pada saat mendirikan industri kipang, dapat dilihat pada tabel 13 berikut ini :

Tabel 13 : Modal Lancar Pengusaha Industri Kipang

No	Nama Pengusaha	Tahun Pendirian Usaha	Modal Awal (Rp)	Modal Sekarang (Rp)
1	Wan Andra	1990	850.000	8.000.000
2	Linda	2001	4.000.000	6.500.000
3	Upik	1998	3.000.000	8.000.000
4	Era	1998	4.500.000	5.500.000
5	Nanda	2000	5.000.000	7.000.000
6	Murniati	1999	5.000.000	8.000.000
7	Edi	2000	4.000.000	6.000.000
8	Ayat	1997	2.500.000	7.500.000
9	Aci	1996	1.000.000	6.500.000
Jumlah			29.500.000	63.000.000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2013

Pada tabel diatas, yang dimaksud dengan modal awal adalah modal lancar/modal kerja yang awalnya dimiliki oleh pengusaha industri kipang. Tabel diatas menunjukkan bahwasanya seiring dengan berjalannya waktu,

modal lancar yang semula dibutuhkan pada saat mendirikan industri kipang mengalami kenaikan yang signifikan dengan kondisi modal lancar yang dimiliki pada saat ini.

Artinya, besaran modal yang dimiliki saat ini untuk pengembangan dan kelanjutan usaha sangatlah besar jika dibandingkan dengan awal pendirian industri. Hal ini di latar belakang oleh adanya kenaikan biaya yang dibutuhkan untuk faktor-faktor produksi.

2) Sumber Modal

Sumber modal yang dimaksud adalah darimana asal modal yang digunakan untuk mendirikan industri kipang. Berikut tabel 14 tentang sumber modal :

Tabel 14 : Sumber Modal Industri Kipang

No	Nama Pengusaha	Sumber Modal		
		Pribadi	Bantuan	
			Pinjam Bank	Keluarga
1	Wan Andra	✓	✓	-
2	Linda	-	✓	-
3	Upik	-	✓	-
4	Era	✓	-	-
5	Nanda	-	✓	✓
6	Murniati	✓	-	-
7	Edi	✓	-	-
8	Ayat	✓	-	-
9	Aci	✓	-	✓

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2013

Berdasarkan tabel diatas, dari 9 unit usaha terdapat 6 unit usaha yang modalnya masih berasal dari modal pribadi, sedangkan sisanya berasal dari

bantuan, baik berupa bantuan dari pihak Bank maupun dari keluarga/sanak saudara. Selanjutnya, mengenai bantuan terdapat 4 unit usaha yang sama sekali belum pernah mendapatkan bantuan, baik berupa pinjaman modal dari Bank maupun dari sanak saudara.

3) Kendala

Dalam memperoleh modal untuk pendirian usaha tidak ada kendala yang berarti. Namun, kendala yang dihadapi adalah terkait dengan pengembangan industri baik untuk peningkatan jumlah produksi maupun perluasan pasar yang dilihat dari kecukupan modal yang dimiliki oleh para pengusaha. Berikut hasil wawancara dengan beberapa informan terkait dengan modal.

Wawancara dengan Ibu Era mengatakan (wawancara tanggal 08 Juni 2013) :

“Awal Ibu memulai usaha kipang ini sekitar tahun 98’, saat itu masih menggunakan modal sendiri yang didapat dari hasil menjual perhiasan. Uang itu Ibu gunakan untuk membeli alat-alat berupa mesin pompa, tangki, kompor, mesin cetak, kuali wadah kancan dan bahan baku. Sampai saat ini, sama sekali Ibu belum pernah menerima bantuan modal dari pihak lain, kami masih menggunakan modal sendiri yang kita dapatkan dari selisih hasil penjualan kipang”.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh pak Wan Andra yang menyatakan (wawancara tanggal 09 Juni 2013) :

“Usaha kipang ini saya mulai pada awal tahun 90’an. Sumber modal dari uang yang dikumpulkan bersama dengan anggota keluarga, waktu itu untuk memulai usaha ini kita mengeluarkan biaya sebesar Rp850.000,- Setelah usaha ini berjalan, untuk pengembangannya kita juga ada pinjam dari Bank, tapi uang yang dipinjam itu tidak hanya

untuk usaha tapi juga untuk keperluan lainnya diluar usaha industri kipang yang kami dirikan ini”.

Selanjutnya wawancara dengan bapak Simar, S.Pd Kasi Pengembangan Teknologi dari Dinas Koperasi, Perdagangan, Industri dan UKM Kabupaten Pasaman Barat mengatakan (wawancara tanggal 13 Juni 2013) :

“Kalau dari sisi kendala untuk pengembangan industri kipang ini, cuma satu saja yaitu butuh modal, sebenarnya ini juga bukan kendala yang berarti ya, ini merupakan hal yang klasik bagi industri manapun. Kebanyakan dari pengusaha kipang membutuhkan modal hanya untuk men-stock bahan baku. Kemudian mengenai modal ini kan juga bisa pinjam di bank, yang penting kejujuran lagi yang bermain, kalau kita jujur, tanpa agunan pun pihak bank mau memberikan pinjaman. Dari pihak pemerintah juga telah ada memberikan bantuan yang disalurkan dari dinas Kopperindag dan UKM berupa pembinaan, ada tiga bentuk sistem pembinaan, pertama peningkatan SDM berupa pelatihan AMT dan 5S untuk kebersihan dan ada pula pembinaan untuk bantuan alat. Kalau dari alat saya kira pengusaha tidak butuh karena alat yang mereka gunakan sangat baik”.

Berdasarkan tabulasi data dan wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa bahwa rata-rata modal yang digunakan oleh pengusaha untuk mendirikan industri kipang bersumber dari dana pribadi. Selain uang pribadi, ada juga beberapa pengusaha kipang yang mencoba memperoleh pinjaman dari lembaga keuangan seperti Bank maupun Pengadaian yang digunakan untuk mengembangkan usaha dan memenuhi permintaan pasar akan kipang.

Namun, rata-rata dari pengusaha yang pernah meminjam uang di bank, mengaku kalau uang yang mereka pinjam tersebut tidak hanya digunakan untuk pengembangan usahanya, tetapi juga digunakan untuk

keperluan lain seperti untuk pendidikan. Selain bantuan dari lembaga keuangan, beberapa pengusaha kipang ada juga yang pernah mengajukan proposal bantuan kepada instansi terkait seperti Dinas Koperasi, Perdagangan, Industri dan UKM. Namun, sejauh ini bantuan yang diberikan masih berupa pelatihan kerja seperti *workshop* maupun seminar yang diadakan oleh dinas tersebut.

c. Tenaga Kerja

Untuk meningkatkan hasil produksi dalam suatu usaha, tidak cukup hanya dengan menggunakan teknologi yang canggih saja, tetapi juga memerlukan tenaga kerja yang memiliki keahlian untuk mengoperasikannya. Demikian juga halnya dengan mengelola industri kipang juga membutuhkan tenaga kerja yang handal.

Selanjutnya, mengenai besaran upah yang mereka terima untuk satu kali proses produksi dapat dilihat pada tabel 15 dibawah ini :

Tabel 15 : Jumlah dan Upah Tenaga Kerja Kipang Pada Tahun 2013

No	Nama Pengusaha	Upah Tenaga Kerja/Proses Produksi	Jumlah Tenaga Kerja	Jumlah Upah per Produksi Masing-masing Unit Usaha
1	Wan Andra	Rp 30.000,-	4	Rp 120.000,-
2	Linda	Rp 30.000,-	2	Rp 60.000,-
3	Upik	Rp 30.000,-	2	Rp 60.000,-
4	Era	-	-	-
5	Nanda	Rp 30.000,-	5	Rp 150.000,-
6	Murniati	-	-	-
7	Edi	Rp 30.000,-	2	Rp 60.000,-
8	Ayat	Rp 30.000,-	3	Rp 90.000,-
9	Aci	-	-	-
Jumlah			18 Orang	Rp. 540.000,-

Sumber: *Pengolahan Data Primer, 2013*

Tenaga kerja yang dipekerjakan di dalam industri ini sifatnya buruh lepas, tenaga mereka sangat dibutuhkan hanya ketika dilakukannya proses produksi. Kecilnya penyerapan tenaga kerja dalam industri ini disebabkan oleh tenaga kerja yang dibutuhkan sifatnya sampingan karena *cost* untuk tenaga kerja di Pasaman Barat melebihi UMR (upah minimum regional).

Pada tabel diatas menunjukkan besaran upah yang diterima oleh para pekerja untuk satu kali proses produksi. Proses produksi pada umumnya berlangsung satu kali dalam satu minggu.

Wawancara dengan Ibu Linda mengatakan (wawancara tanggal 09 juni 2013) :

“Dalam menjalankan usaha kipang ini, Ibu tidak pernah mempekerjakan orang luar. Tenaga kerja yang bantu-bantu disini masih sanak famili ibuk juga dan bisa dipercayakan untuk bantu-bantu buat kipang. Kebanyakan keponakan yang bekerja disini, sekolahnya cuma sampai tamatan SD dan SLTP, dari pada menganggur ya lebih baik bantu-bantu buat kipang.”

Hal yang sama juga dikatakan oleh Ibu Upik (wawancara tanggal 07

Juni 2013) :

“Orang yang bekerja di tempat usaha pembuatan kipang Ibu adalah tetangga dekat rumah, siapa yang mau bekerja saja dan kuncinya haruslah disiplin, tidak memilih umur berapa dan tamatan apa, yang penting mau bekerja dan nanti sehabis bekerja langsung Ibu kasih upahnya. Biasanya yang bekerja itu terdiri dari Ibu-ibu dan remaja yang bertugas untuk mencetak, dan membungkus kipang. Jumlahnya tidak tetap, kadang ada 6 orang dan terkadang juga cuma 2 orang yang datang untuk bekerja. Untuk proses produksi, normalnya kita memakai 2 orang tenaga kerja, tetapi kalau kita sedang dapat pesanan kipang dalam partai besar, keenam pekerja tadi kita panggil lagi untuk dimintai tolong bantu-bantu”.

Wawancara selanjutnya dengan Bapak Simar, S.Pd Kasi

Pengembangan Teknologi dari Dinas Koperasi, Perdagangan, Industri dan

UKM Kabupaten Pasaman Barat mengatakan (wawancara tanggal 13 Juni

2013) :

“Keberadaan industri kipang yang ada di Pasaman Barat, saya pikir masih berpeluang, asalkan sistem kerja yang mereka terapkan jelas. Kalau saya lihat di Pasaman Barat ini, pembagian sistem kerja itu yang kurang jelas dan tidak tersistem. Para pengusaha masih menggunakan sistem lama, seperti bahan baku yang akan mereka proses dan olah dikerjakan sendiri kemudian dijual juga sendiri oleh yang punya usaha, sehingga tidak tampak adanya pembagian kerja. Akankah lebih baik, jika ada pembagian pekerjaan, misalnya tukang olah bahan baku ada orangnya, tukang proses juga ada orangnya dan yang mencari bahan baku harusnya juga ada tenaga kerja yang khusus mencarinya”.

Dari wawancara dan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dilihat dari pengalaman pengusaha kipang selama ini, mereka menyadari bahwa ternyata pintar dan terampil dalam mengerjakan tugas saja belum cukup bisa diandalkan. Tanpa etos kerja yang tinggi, mustahil bisa mendapatkan hasil kerja yang berkualitas dalam tenggat waktu yang ditetapkan. Dari situ pulalah para pengusaha belajar untuk lebih hati-hati memilih tenaga kerja. Profesional, kredibel, berkomitmen tinggi dan bertanggung jawab untuk menyelesaikan tugas tidak hanya dari sisi pemenuhan waktu tapi juga dari segi kualitas hasil produksi kipang yang lebih diutamakan.

2. Pemasaran Industri Kipang di Kecamatan Pasaman

Pemasaran merupakan salah satu bentuk dari kegiatan yang harus dilalui oleh seorang pengusaha jika ingin barang maupun produk yang dihasilkan dapat diterima di pasaran. Pemasaran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah semua hasil yang telah dibuat oleh industri kipang yang dijual kepada konsumen dan hubungannya dengan pasar dilihat dari cakupan kemana saja nantinya produk yang dihasilkan akan dipasarkan. Berikut ini keterangan beberapa informan tentang pemasaran kipang :

a. Banyak Kipang yang dihasilkan

Ketika dilakukan wawancara mengenai berapa banyak jumlah kipang yang dihasilkan dalam setiap proses produksi, salah seorang pengusaha kipang Ibu Murniati mengatakan (wawancara tanggal 07 Juni 2013) :

“Kipang yang Ibuk buat menyesuaikan dengan permintaan pasar, karena jika dibuat banyak takut nanti tidak habis dipasaran. Biasanya dalam satu kali proses produksi Ibuk buat sebanyak 200 bungkus. Kalau lagi laris, laku semuanya, tapi kalau kondisi pasar sedang tidak menguntungkan, paling cuma habis 150-175 bungkus”.

Hal senada juga diungkapkan oleh Ibu Linda (wawancara tanggal 09 Juni 2013) :

“Kipang ini setiap selesai diproduksi langsung dititipkan di kedai-kedai langganan Ibuk, jadi sudah ada jumlah pasti yang harus ibuk stok. Semisal kipang yang dibuat minggu lalu kalau belum habis, maka barangnya ditarik lagi”.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Wan Andra (wawancara tanggal 09 Juni 2013) :

“Beda wilayah pasarnya, beda pula jumlah kipang yang akan dibuat untuk dititip atau dijual di pasaran, ya tergantung pasar dan peminatnya lah”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa banyaknya kipang yang dihasilkan dalam setiap proses produksi menyesuaikan dengan permintaan pasar maupun daya beli konsumen. Selain untuk menghindari kerugian, tentunya hal semacam ini dilakukan oleh pengusaha kipang agar mereka dapat kembali memulai proses produksi berikutnya, istilahnya balik modal. Banyaknya kipang yang dihasilkan oleh para pengusaha industri kipang dalam setiap satu kali proses produksi dapat dilihat pada tabel 16 berikut ini :

**Tabel 16 : Banyak Kipang yang Dihasilkan Oleh Pengusaha
Industri Kipangdi Kecamatan Pasaman
Setiap Satu Kali Proses Produksi**

No	Nama Pengusaha	Banyak Kipang yang dihasilkan (bungkus)
1	Wan Andra	360
2	Linda	250
3	Upik	200
4	Era	100
5	Nanda	450
6	Murniati	300
7	Edi	200
8	Ayat	350
9	Aci	150
Jumlah		2360 bks/produksi

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2013

Tabel di atas memperlihatkan jumlah atau banyaknya kipang yang dihasilkan dalam satu kali proses produksi. Proses produksi pada umumnya berlangsung satu kali dalam satu minggu.

b. Daerah Pemasaran

Setiap dilangsungkannya suatu kegiatan industri tentu harus memiliki daerah pemasaran untuk menyalurkan hasil produksi. Didalam daerah pemasaran, pangsa pasar merupakan kunci terpenting untuk melihat keberhasilan maupun keberlangsungan suatu industri. Dengan adanya daerah pemasaran, otomatis produk-produk yang dihasilkan oleh suatu industri bisa sampai ke tangan konsumen. Berikut cakupan wilayah pemasaran industri kipang yang dapat dilihat pada tabel 17 dibawah ini :

Tabel 17 : Daerah Pemasaran Kipang di Pasaman Barat Produksi Kipang Asal Pasaman

No	Nama Pengusaha	Daerah Pemasaran	Dalam Kecamatan	Luar Kecamatan
1	Wan Andra	Simpang Ampek, Simpang Tigo	✓	✓
2	Linda	Batang Lingkin, Batang Pasaman	✓	-
3	Upik	Simpang Ampek, Padang Tujuh	✓	-
4	Era	Padang Tujuh, Kajai, Batang Lingkin	✓	✓
5	Nanda	Simpang Ampek, Simpang Tigo, Kinali	✓	✓
6	Murniati	Batang Pasaman, Batang Lingkin	✓	-
7	Edi	Padang Tujuh	✓	
8	Ayat	Simpang Tigo, Kinali	-	✓
9	Aci	Kajai	-	✓

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2013

Dari tabel diatas terlihat bahwasanya di dalam pemasarannya, produk kipang memiliki dua bentuk daerah pasar yaitu daerah pasar riil dan pasar potensial. Daerah pasar riil merupakan daerah pemasaran kipang yang berada dalam ruang lingkup Kecamatan Pasaman serta beberapa pasar di luar kecamatan yang berbatasan langsung dengan Kecamatan Pasaman.

Sedangkan daerah pasar potensial merupakan daerah yang sama sekali belum terjangkau oleh pemasaran maupun pendistribusian kipang. Dalam hal ini, daerah pasar potensial kedepannya bisa dijadikan sebagai daerah pasar yang berpeluang besar untuk pemasaran kipang dengan prospek pangsa pasar yang lebih luas lagi jika dibandingkan dengan pasar riil.

Ketika dilakukan wawancara, dalam hal ini Ibu Era seorang pengusaha kipang mengungkapkan (wawancara tanggal 08 Juni 2013) :

“Kita memasarkan kipang di sekitar wilayah tempat kita memproduksi saja, ini kita lakukan untuk menghemat biaya produksi juga. Kita isi atau titip di kedai-kedai yang ada di sekitar pasar Kajai, Padang Tujuh dan Batang Lingkin”.

Hal yang sama pun diungkapkan oleh Bapak Nanda (wawancara tanggal 07 Juni) :

“Kalau Bapak, selain di pasarkan di pasar-pasar terdekat semacam pasar Simpang Tigo, Kinali dan Simpang Ampek, kadang ada juga orang yang minta dibuatkan kipang dalam partai besar untuk penganan acara pernikahan ataupun sunatan, tapi ini sifatnya musiman saja”.

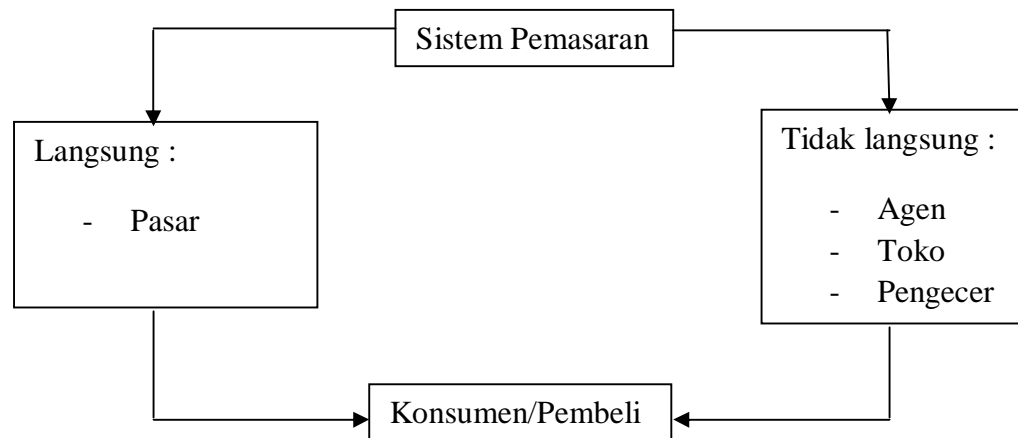
Berdasarkan tabulasi data, peta dan wawancara diatas dapat diambil suatu kesimpulan bahwa daerah pemasaran kipang pada umumnya berada di sekitar tempat memproduksi. Hal ini dilakukan oleh para pengusaha kipang untuk menghemat biaya produksi dengan pertimbangan pangsa pasar yang ada.

c. Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran pada dasarnya adalah rencana yang menyeluruh, terpadu, dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran. Pada dasarnya dalam suatu sistem pemasaran tercakup juga adanya strategi produk dan strategi pasar dimana kesemuanya ini merupakan usaha yang dilakukan untuk membiasakan secara teratur dalam memilih pasar

beserta produk apa yang akan dipasarkan berdasarkan pertimbangan pada situasi lingkungan. Sistem pemasaran erat kaitannya dengan transportasi.

Supaya barang yang telah diproduksi sampai ke tangan konsumen, dalam hal inilah sistem pemasaran dan transportasi berperan penting. Selain itu, transportasi juga ikut ambil bagian dalam hal lancar atau tidaknya proses produksi terkait dengan perolehan bahan baku. Sistem pemasaran kipang terdiri atas dua bentuk yakni dapat dipasarkan sendiri maupun melalui distributor. Berikut gambar sistem pemasaran Kipang :



Gambar 2 : Sistem Pemasaran Industri Kipang

Ketika dilakukan wawancara mengenai sistem pemasaran dan transportasi terkait dengan cara memasarkan kipang, Pak Ayat menyatakan (wawancara tanggal 11 Juni 2013) :

“Untuk transportasi, agar tidak terlalu banyak mengeluarkan biaya transportasi, kita menggunakan kendaraan sendiri berupa sepeda motor, baik untuk pergi membeli bahan baku maupun menitipkan kipang yang akan dijual di kedai-kedai. Terkadang ada juga penyalur atau agen yang jemput kipang ke tempat produksi untuk mereka bawa dan dtitipkan di kedai-kedai”.

Hal senada juga disampaikan oleh Pak Nanda (wawancara tanggal 07 Juni 2013) :

“Sejak Pasaman Barat menjadi sebuah kabupaten, sekarang transportasi sudah lumayan lancar ya, beda dengan dulu semasa masih kecamatan. Sekarang, kipang yang akan kita jual dipasaran kita antar sendiri dan kita jual sendiri, kalau dititip di kedai-kedai atau ada penyalur yang jemput ketempat produksi agak susah juga, kendalanya banyak sekali, terutama dalam hal keuangan. Misal dititip 100 bungkus sedangkan yang laku hanya 80 bungkus, sisanya yang 20 bungkus lagi terkadang sudah kurang renyah, jadi barang kita tarik lagi. Nah, uang yang laku 80 bungkus tadi sering dibayar separo dulu sama yang punya kedai. Kalaupun lunas, ya begitulah, bayar yang lama, tinggal yang baru. Dengan uang yang segitu yang susah kita juga untuk memutar kembali uang yang telah didapat, makanya saya lebih memilih untuk memasarkan sendiri dengan memanfaatkan transportasi yang ada”.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Bapak Syafnir, S.Pd selaku

Sekretaris camat Kecamatan Pasaman (wawancara tanggal 13 Juni 2013) :

“Apalagi kalau yang namanya usaha seperti itu, tidak yang namanya salesman yang akan mempromosikan barang hasil olahan yang mereka buat, sistemnya hanya produksi dan distribusikan atau jual sendiri hasil produksi yang mereka buat ke pasar-pasar maupun pangsa pasar yang mereka lihat ada peluang untuk usahanya, makanya disini tidak tampak adanya persaingan terhadap industri sejenis. Kemudian si pembeli pun tidak terfokus pada satu barang yang ada di pasaran, saya kira itu salah satu bentuk adanya persaingan yang sehat dengan masuknya hasil olahan lain dari luar Pasaman Barat. Maka dari itu, industri kipang yang ada di pasaman ini, menurut kami masih memiliki peluang usaha yang bagus untuk dikembangkan, karena dengan masuknya produk dari luar, tentunya ini sedikit banyaknya akan membunuh jiwa saing dan *entrepreneur* mereka”.

Selanjutnya, menurut Bapak Simar, S.Pd Kasi Pengembangan Teknologi dari Dinas Koperasi, Perdagangan, Industri dan UKM Kabupaten Pasaman Barat (wawancara tanggal 13 Juni 2013) :

“Mengenai penjualannya saya kira mungkin membutuhkan suatu sistem. Kebanyakan para pengusaha kipang yang langsung menjual hasil produksinya ke pasaran. Disini kan banyak kendaraan kampas berupa mobil dan sepeda motor yang mendistribusikan hasil olahan, alangkah lebih baik jika produk yang mereka hasilkan itu dititipkan ke kampas tersebut sehingga jangkauan wilayah pendistribusian dan penjualannya semakin luas, tidak hanya pasar itu ke itu saja. Karena pengusaha yang langsung menjual produk, itu sebabnya produk yang mereka hasilkan tidak bisa memenuhi semua pasar yang ada di wilayah Pasaman Barat ini. Kampas-kampas itu kan banyak membawa produk dari luar seperti dari Payakumbuh, produk-produk dari luar itu bisa ditemukan di berbagai tempat”.

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pengusaha lebih memilih untuk memasarkan sendiri kipang yang telah diproduksi dengan cara memanfaatkan moda transportasi yang mereka miliki seperti motor dan mobil, selain dikarenakan biaya yang hemat, para pengusaha juga melakukan ini agar lebih cepat proses balik modalnya. Berikut biaya transportasi yang harus dikeluarkan oleh masing-masing pengusaha :

Tabel 18: Besarnya Biaya Transportasi Pendistribusian Kipang

No	Nama Pengusaha	Cara Memasarkan		Biaya (Rp)
		Diantar sendiri	Distributor	
1	Wan Andra	✓		30.000
2	Linda		✓	10.000
3	Upik	✓		10.000
4	Era		✓	30.000
5	Nanda	✓	✓	50.000
6	Murniati	✓		25.000
7	Edi	✓		15.000
8	Ayat	✓		20.000
9	Aci		✓	10.000

Sumber: Pengolahan Data Primer, 2013

Berdasarkan tabulasi data di atas, terlihat dua bentuk cara memasarkan produk kipang. Cara pertama memperlihatkan bahwa salah satu bentuk pendistribusian kipang adalah dengan memasarkan sendiri produk kipang yang dihasilkan langsung ke pasaran, cara kedua yaitu melalui distributor atau penyalur. Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh pemilik usaha untuk proses pendistribusian produk kipang tidak sama dikarenakan cara yang digunakan, alat transportasi serta daerah pasar yang akan dituju. Proses pendistribusian berlangsung setiap minggunya.

d. Cara Menghadapi Saingan Pasar

Tantangan dalam dunia bisnis terjadi ketika munculnya pesaing dalam bisnis yang sama. Menghadapi persaingan bisnis, salah satunya adalah dengan cara memperluas pasar produk. Perluasan pasar produk ini bisa diartikan memperluas fokus dan target pasar .

Perluasan pasar bisa dilakukan dengan memperhatikan keunggulan produk yang dihasilkan baik dari segi harga, cita rasa maupun kemasan. Perluasan pangsa pasar ini akan menambah pendapatan sekaligus memberi nilai lebih pada konsumen terhadap produk yang dijual.

Wawancara dengan Pak Edi (wawancara tanggal 10 Juni 2013) :

“Kalau bicara saingan pasar, saya kira kipang yang kami buat ini tidak terlalu tersaingi ya, karena itu kan nanti tergantung kepada siapa konsumennya dan kami tentunya juga selalu mempertahankan cita rasa dari kipang yang kami hasilkan. Dilihat dari hasil penjualan, Alhamdulillah lancar-lancar saja, meskipun kami hanya memasarkan sebatas wilayah pasaman saja”.

Hal Senada juga dikatakan oleh Bapak Wan Andra yang lebih memilih memasarkan sendiri seperti yang diungkapkannya (wawancara tanggal 09 Juni 2013) :

“Selama Bapak bergelut di bidang industri kipang, belum ada yang benar-benar menjadi saingan bisnis. Meskipun di pasaran banyak sekali jenis kipang yang datang dari luar Kabupaten Pasaman Barat, tapi kipang yang datang dari luar itu kan masuknya ke kedai-kedai ataupun lapak kue kering yang ada di pasar. Sedangkan kipang yang Bapak buat ini, bapak dan keluarga yang langsung menjualnya ke pasaran. Jadi, ya kita tahu lah pendapat konsumen terhadap produk kipang, misalnya ada keluhan mengenai rasa kipang yang kurang manis lah ataupun harga yang terkadang naik akibat naiknya biaya operasional/produksi”.

Hal yang sama juga diungkapkan oleh Ibu Upik (wawancara tanggal 07 juni 2013) :

“Rasa-rasanya tidak ada, sebab Ibuk yang langsung menjual kipang ini ke pasar, kalau kipang dari luar seperti dari Payakumbuh dan Tanah Datar itu kan kipangnya sejenis kipang kacang sedangkan yang ibuk jual adalah kipang beras”.

Wawancara dengan Kasi Pengembangan Teknologi dari Dinas Koperasi, Perdagangan, Industri dan UKM Kabupten Pasaman Barat, Bapak Simar, S.Pd mengatakan (wawancara tanggal 13 Juni 2013) :

“Cara menghadapi saingan pasar terkait dengan promosi, kami ada menyalurkan bantuan berupa plastik dan stiker untuk kemasan, itulah yang bisa kita fasilitasi. Kalau modal itu memang tidak tanggung jawab kami, itu dari segi modal ya. Usaha kopperindag untuk membantu, sejauh ini hanya sekedar kegiatan dengan mengadakan pelatihan dan pembinaan, kalau tidak ada disini, maka pengusaha itu kita kirim ke Padang untuk mengikuti pelatihan seperti misalnya pelatihan GKM, 5S, AMT dan produk bersih, itu biasanya. Kadang-kadang kendala kami yaitu kesempatan, tidak semua pengusaha yang dapat mengikuti pelatihan, contoh ada pelatihan umbi-umbian untuk membuat kerupuk maupun randang kacang ke Padang, pelaku usaha

terkadang tidak sempat waktunya, kalau dia mengikuti pelatihan maka produksinya macet”.

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa dilihat dari sisi penjualan kipang termasuk masih lancar meskipun dalam pemasarannya masih sebatas di wilayah Kabupaten Pasaman Barat. Namun, dalam hal saingan pasar terhadap produk kipang yang datang dari luar, pengusaha lebih memilih memasarkan sendiri hasil produksinya daripada menitipkan di kedai seperti halnya kipang yang masuk dari luar Kabupaten Pasaman Barat. Alasannya beragam, mulai dari lamanya sistem pengembalian modal hingga takut mengalami kerugian berupa barang tidak laku maupun rusak.

3. Peluang Pengembangan Industri Kipang di Kecamatan Pasaman

Data yang akan dikemukakan yaitu hasil penelitian yang berkaitan dengan peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat. Setelah data diperoleh dan diolah sesuai dengan teknik analisis data yang telah dikemukakan pada bagian metodologi penelitian didapatkan deskripsi hasil penelitian tentang Peluang Pengembangan Industri Kipang di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat.

Pada penelitian ini, untuk mengetahui peluang pengembangan industri kipang dari sisi luasan pasar, maka terlebih dahulu dilakukan survey pasar dengan mengidentifikasi asal produk kipang yang beredar di wilayah pasar Kabupaten Pasaman Barat. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan dari bulan

Januari hingga Mei 2013, Produk kipang yang beredar di pasaran sekitar 70 persen berasal dari luar Kabupaten Pasaman Barat. Sisanya, sekitar 30 persen berasal dari Kabupaten Pasaman Barat sendiri. Produk kipang yang berasal dari luar wilayah Kabupaten Pasaman Barat berasal dari Kabupaten Tanah Datar, Kabupaten 50 Kota, Kota Payakumbuh dan beberapa diantaranya juga berasal dari Kota Bukittinggi maupun Kabupaten Agam. Lebih jelasnya, asal produk kipang dapat dilihat pada Tabel 19 berikut ini :

Tabel19 : Asal produk kipang yang beredar di wilayah pasar Kabupaten Pasaman Barat Januari – Mei 2013

No	Nama Pasar	Asal Produk Kipang yang Beredar di pasaran
1	Simpang Ampek	Pasaman Barat, Payakumbuh, Bukittinggi
2	Batang Lingkin	Pasaman Barat, Payakumbuh, Bukittinggi
3	Padang Tujuh	Pasaman Barat, Payakumbuh, Bukittinggi, Tanah Datar
4	Kapar	Payakumbuh, Tanah Datar, Bukittinggi
5	Simpang Tigo	Pasaman Barat, Bukittinggi, Payakumbuh, Tanah Datar
6	Kinali	Pasaman Barat, Bukittinggi, Payakumbuh, Tanah Datar
7	Talu	Payakumbuh, Bukittinggi, Tanah Datar
8	Sasak	Payakumbuh, Tanah Datar
9	Ujung Gading	Payakumbuh, Bukittinggi, Tanah Datar
10	Kajai	Pasaman Barat, Payakumbuh
11	Batang Pasaman	Pasaman Barat, Tanah Datar, Payakumbuh

Sumber : Pengolahan Data Primer, 2013

Dari tabel diatas , terlihat bahwasanya produk kipang yang paling banyak beredar maupun mengisi wilayah pangsa pasar di Kabupaten Pasaman Barat berasal dari luar wilayah Kabupaten Pasaman Barat. Namun demikian, secara

luasan pasar, Pasaman Barat masih memiliki beberapa pasar potensial untuk pengembangan industri kipang.

Selain dilakukan survey pasar, untuk mengetahui peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman Kabupaten Pasaman Barat dapat dilihat dari faktor-faktor produksi yang mempengaruhinya serta pemasaran yang dapat dilihat dari luasan pasar maupun keberadaan pesaing. Selain itu, peluang pengembangan industri kipang juga dapat diketahui melalui Analisis SWOT.

Berdasarkan data hasil penelitian yang telah penulis lakukan di wilayah penelitian yaitu di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat. Subjek penelitian adalah pengusaha industri kipang. Industri yang diteliti adalah industri kipang. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, ada beberapa temuan penelitian yang akan dianalisis dengan analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Untuk menganalisis situasi seperti ini diperlukan Analisis SWOT.

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (*opportunities*) dan Ancaman (*threats*) dengan faktor internal Kekuatan (*strengths*) dan Kelemahan (*weaknesses*). Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Strategi alternatif *pertama* adalah strategi SO, strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang. *Kedua*, Strategi ST adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan cara menghindari ancaman. *Ketiga*, Strategi WO diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki. *Keempat*, Strategi WT, strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan ditujukan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Untuk mengetahui hasil temuan penelitian tentang peluang pengembangan industri kipang terkait dengan keberadaan saingan pasar dapat dilihat dari matriks Analisis SWOT ini :

Tabel 20 : Matrik SWOT

<div style="text-align: center;">Faktor Internal</div> <div style="text-align: center;">Faktor Eksternal</div>	KEKUATAN Sumber bahan baku yang tersedia sangat banyak Tenaga kerja mudah di dapat Tersedia pasar yang luas di Pasaman Barat Peminat/konsumen kipang banyak, pasar masih banyak dan terbuka luas, serta harganya relatif terjangkau.	KELEMAHAN Kemasan belum berorientasi pasar Produk belum variatif
	PELUANG Pemerintah Kabupaten Pasaman Barat sangat mendukung untuk pengembangan IRT kipang, dukuingan berupa perizinan dan pemberian pelatihan. Pemasaran masih bisa menembus luar daerah Untuk daerah pasar masih banyak pasar potensial di dalam kabupaten Pasaman Barat	STRATEGI SO Perluasan untuk wilayah pemasaran Menjangkau pasar-pasar tradisional dengan harga yang relatif murah
	STRATEGI WO Peningkatan hasil produksi dengan memperhatikan kualitas dan mutu produk yang dihasilkan agar bisa menembus pasar luar daerah.	
	ANCAMAN Adanya produk yang sama dari luar daerah dengan harga yang kompetitif sehingga pasar keluar daerah sangat sulit untuk ditembus Kurangnya modal untuk pengembangan usaha	STRATEGI ST Meningkatkan daya saing dengan cara membuat kemasan agar tampak lebih menarik Mencari peluang tambahan modal baik dari pemerintah melalui koperasi Pembinaan untuk mendapatkan modal usaha berupa pelatihan pembuatan proposal untuk bantuan peralatan
	STRATEGI WT Melakukan kajian ulang terhadap produk yang dihasilkan, bagaimana agar dapat diterima di masyarakat. Hal yang perlu dikaji mulai dari cita rasa, kemasan maupun harga yang nantinya akan dilepas di pasar Terus berupaya meningkatkan kualitas baik dari segi rasa, kemasan dan kehygienisan produk yang dihasilkan	

Sumber: *Pengolahan Data Primer, 2013*

Keterangan : SO = Strengths Opportunities

WO = Weaknesses Opportunities

ST = Strengths Threats

WT = Weaknesses Threats

Berdasarkan matrik diatas dengan menggunakan faktor strategis baik eksternal maupun internal, untuk mengatasi kelemahan yang ada yakni kesulitan pengusaha dalam mencari bahan baku yang berkualitas dan belum variatifnya produk yang dihasilkan terlihat pada strategi WO dan strategi WT yang mana

pada strategi WO, seorang pengusaha dapat menembus pasar luar daerah apabila produk yang dihasilkan dapat ditingkatkan dari segi mutu dan kualitasnya. Sedangkan pada strategi WT akibat adanya ancaman dari produk luar yang masuk ke wilayah pasar di Kabupaten Pasaman Barat, maka untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman tersebut maka para pengusaha industri kipang perlu melakukan pengkajian ulang terhadap produk yang dihasilkan, hal yang dikaji bisa dimulai dari cita rasa, kemasan hingga harga yang dirasa sangat kompetitif.

Kemudian, untuk meningkatkan peluang industri kipang agar pemasaran bisa menembus luar daerah, maka strategi yang perlu dilakukan terlihat pada strategi SO dan ST. Pada strategi SO, para pengusaha perlu menggunakan seluruh kekuatan yang ada baik dari segi banyaknya bahan baku yang ada maupun pangsa pasar yang masih terbuka luas. Selanjutnya pada strategi ST, para pengusaha dapat menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk menghindari ancaman dari segi kekurangan modal untuk pengembangan usaha, maka pada strategi ST untuk meminimalisir ancaman tersebut perlu dilakukan pembinaan berupa pelatihan yang bertujuan untuk mempermudah memperoleh bantuan modal.

Wawancara dengan Sekretaris Camat Kecamatan Pasaman, Bapak Syafnir, S.Pd mengatakan (wawancara tanggal 13 Juni 2013) :

“Pengembangan usaha sebenarnya tidak ada terbatas, yang penting pemilik usaha ingin mengembangkan usahanya, tentunya hal ini harus didukung dengan ketersediaan modal yang memadai, kalau dari pihak

kecamatan kami sudah ada juga memberikan bantuan non materil ya berupa pelatihan maupun pembinaan dari PKK. Kalau berbicara persaingan, kembali lagi ke modal yang dimiliki ya, selain itu yang paling ditunjukkan dalam persaingan usaha yaitu mutu dan kualitas barang yang dihasilkan, nanti terserah pada konsumen kan yang memilih mau mengkonsumsi kipang yang mana, yang asli buatan pasaman kah atau yang datang dari luar Kabupaten Pasaman Barat”.

Hal yang sama pun juga dinyatakan oleh Bapak Simar,S.Pd Kasi Pengembangan Teknologi dari Dinas Koperasi, Perdagangan, Industri dan UKM Kabupaten Pasaman Barat (wawancara tanggal 13 Juni 2013) :

“Usaha berbasis industri ini pada umumnya sifatnya sampingan karena *cost* untuk tenaga kerja di Pasaman Barat melebihi UMR, itu saja kendalanya, makanya UKM yang ada di Pasaman Barat memang ada, tapi tidak nampak secara signifikan, UKM ada banyak tapi tidak nampak eksis, kalau di luar nampak eksisnya. sama sebenarnya dengan karak kaling dan sanjai yang ada di Bukittinggi, sebenarnya itukan sudah tidak *trend* lagi, cobalah beli 1 Kg mungkin sudah muak dan bosan kita kan, sama dengan kipang pun jika kita beli 1 Kg mungkin juga sudah muak, cuma karena penampilannya itu untuk tujuan wisata tentu penjualannya lebih eksis lah dari pada usaha berbasis industri yang ada di Pasaman Barat. Masalahnya ada di pasar, daerah kita bukan tujuan wisata, itu yang pertama, kemudian daya beli kita masih lemah dan orang luar pergi ke daerah kita untuk mencari uang bukan untuk berbelanja. Berbeda dengan Payakumbuh dan Bukittinggi yang merupakan daerah wisata, pulang darisana bisa beli oleh-oleh untuk orang dirumah”.

Peluang masih ada dan banyak sekali. Tergantung dari kondisi pasar, kalau kondisi pasar membaik, otomatis UKM berbasis industri dapat berkembang dengan baik. Kalau melihat peluang masih banyak di Pasaman Barat, salah satu contohnya adalah kipang, kalau kipang mampu menguasai pasar dan tidak masuk dari wilayah payakumbuh, mungkin 100 Kg sehari tidak cukup untuk memenuhi permintaan pasar, tapi masalahnya ada karena mereka

para pengusaha ini bekerja sendiri-sendiri makanya susah juga untuk menguasai pasar, contoh pasar di Kinali dan Ujung Gading pada hari senin, mungkin yang diisi oleh kipang hanya pasar kinali saja sehingga tidak semua permintaan pasar akan kipang dihari yang sama dapat terpenuhi, namun demikian hal ini tidak menutupi peluang yang ada untuk usaha kecil berbasis di Pasaman Barat.

Oleh karena itu, berdasarkan analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa di dalam melihat peluang pengembangan industri kipang, hal yang paling penting untuk di perhatikan adalah kesungguhan pengusaha dalam melihat gejala maupun arus konsumen yang harus di penuhi jika ingin usaha yang digeluti tetap berjalan sebagaimana mestinya.

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian di lapangan mengenai peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu sebagai berikut :

1. Faktor produksi, terkait dengan kebutuhan bahan baku, modal dan tenaga kerja cukup lancar.
2. Penjualan kipang termasuk masih lancar meskipun di dalam pemasarannya masih sebatas di wilayah Kabupaten Pasaman Barat.
3. Industri kipang besar peluangnya untuk dikembangkan jika dilihat dari luasan pasar.
4. Peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat dilihat dari saingan dari industri sejenis yang telah dianalisis dengan Analisis SWOT diperoleh suatu kesimpulan, bahwa seorang pengusaha kipang dapat menembus pasar luar daerah apabila produk yang dihasilkan dapat ditingkatkan dari segi mutu dan kualitasnya.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan mengenai peluang pengembangan industri kipang di Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat adalah :

1. Bagi para pengusaha disarankan agar meningkatkan mutu dan kualitas produk kipang yang dihasilkan baik dari segi cita rasa maupun kemasan agar dapat merambah pasar keluar daerah. Selain itu, para pengusaha juga seharusnya memiliki jiwa saing dan daya saing terhadap berbagai produk yang masuk ke wilayahnya. Namun, dalam hal mengenai luasan pasar ini, tidak ada salahnya jika para pemilik usaha kipang lebih jeli dan teliti lagi untuk memperhatikan gejala yang ada di pasar dengan memperbaharui bentuk kemasan selain citarasa yang ditonjolkan.
2. Untuk pemerintah Kecamatan Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat, diharapkan dapat lebih memperhatikan lagi perkembangan maupun pengembangan berbagai bentuk industri kecil yang berbasis rumah tangga, mulai dari mempermudah bantuan modal, perluasan pasar, izin usaha, peralatan maupun pembinaan terhadap industri.
3. Untuk meningkatkan mutu dan kualitas produk kipang yang dihasilkan . Dari segi mutu dapat berupa kehygienis-an produk serta adanya jaminan mutu baik dari pihak Dinas Kesehatan, Badan Pengawas Obat-obatan dan Makanan maupun perolehan sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2003. *Anggaran Perusahaan*. Yogyakarta : BPFE
- Alma, Buchari. 2002. *Dasar-Dasar Bisnis dan Pemasaran*. Bandung : Alfabeta
- Barata, Atep Adya. 1998. *Pengantar Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Brannen, Julia. 1996. *Memadu Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Samarinda : Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari
- Cateora, R. Philip dkk. 2007. *Pemasaran Internasional*. Jakarta : Salemba Empat
- Depdikbud, 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka
- Djojodipuro, Marsudi. 1992. *Teori Lokasi*. Jakarta : Lembaga Penerbit FE UI
- Estiasih, Teti. 2009. *Teknologi Pengolahan Pangan*. Jakarta : Bumi Aksara
- Ilmar, Aminuddin. 2006. *Hukum Penanaman Modal di Indonesia*. Jakarta: Prenada Media Group
- Justin, Kotler. 2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Moleong, J. Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Prawirosentono, Suyadi. 2007. *Pengantar Bisnis Modern ; studi kasus Indonesia dan Analisis Kuantitatif*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Ritonga, dkk.. 2004. *Buku Ajar Ekonomi SMA*. Jakarta : Erlangga
- Salim, Abbas. 1993. *Manajemen Transportasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Sasongko, Catur. 2010. *Anggaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Satori, Djarm'an. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sefriani, Riza. 2007. *Pengembangan Industri Kerupuk Sanjai dan Karak Kaliang di Kecamatan Harau Kabupaten 50 Kota*. Padang : FIS
- Soekartawi. 2001. *Pengantar Agroindustri*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2003. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta