

**ANALISIS STRATEGI BERSAING INDUSTRI KECIL MAKANAN TRADISIONAL
(KASUS PADA USAHA LEMPUK DURIAN DI KABUPATEN BENGKALIS)**

Oleh :

Kartika Agustina
Kartikaagustina32@gmail.com

Pembimbing : Suryalena

Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km.12,5
Simpang Baru Pekanbaru 28293 – Telp/Fax (0761) 63277

ABSTRACT

This research was conducted on a small industrial traditional food lempuk durian, Bengkalis regency. The purpose of this study was to analyze the competitive strategy adopted by employers lempuk durian in Bengkalis regency from marketing their products and to find out the constraints faced by entrepreneurs lempuk durian Bengkalis regency.

this research used census method by using the tools / techniques of data collection in the form of a structured interview conducted on 15 lempuk durian industry in Bengkalis regency. analysis by the author is a descriptive analysis.

From the research, the authors concluded that the competitive strategy applied lempuk durian industry to create competitive advantage with 3 porter generic strategies that cost advantage, differentiation strategy and focus strategy. As well as the efforts made to each of competitive strategy, 1) Efforts to strategy, namely competitive advantage over similar products in terms of the type / shape / size, cost efficiency, and competitive prices. 2) differentiation strategy is through product differentiation, service differentiation, and differentiation image. 3) strategies that focus on serving specific consumer groups, and serve demand orders from certain areas. Constraints faced by the company is a small capital, and seasonal raw materials.

Keywords: SMEs (SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES), competitive strategy cost advantage, differentiation strategy and focus strategy.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara yang sedang berkembang yang memandang industrial sebagai salah satu cara yang efektif dan mungkin yang paling cepat untuk meningkatkan taraf hidup rakyat, dimana kebijakan industri ditujukan untuk memperluas kesempatan kerja, pemerataan kemampuan berusaha dan menunjang pembangunan. Oleh karena itu, maka sektor

industri sering dijadikan objek pembangunan dibidang ekonomi yang sangat penting.

Pertumbuhan industri di Indonesia semakin meningkat, terbukti dengan banyaknya bermunculan industri-industri baik itu industri kecil, industri menengah, dan industri besar. Pertumbuhan ini, memberikan dampak kepada masyarakat baik itu dampak positif maupun dampak

negatif. Jika dilihat dari segi ekonomi, perkembangan industri memberikan nilai positif yaitu dapat mengurangi jumlah pengangguran yang berimbas terhadap taraf hidup masyarakat yang semakin tinggi dan semakin membaik. Tetapi jika dilihat dari segi lingkungan, perkembangan industri memberikan dampak negatif pada lingkungan sekitar. Dimana pengolahan limbah yang kurang bertanggung jawab mengakibatkan mencemari lingkungan. Seperti yang sering di beritakan bahwa beberapa industri menggunakan sungai sebagai tempat pembuangan limbah pabriknya yang merusak ekosistem lingkungan dan membuat masyarakat sekitarnya tidak dapat memanfaatkan air maupun mengambil ikan di sungai.

Perkembangan industri kecil berdampak makin ketatnya persaingan dalam merebut pasar dan menarik konsumen. Dalam menghadapi persaingan tersebut, industri kecil di harapkan dapat menciptakan keunggulan kompetitif untuk menjaga keberlangsungan usahanya. Melalui keunggulan pada produk yang dihasilkan maupun siap di antar kepada konsumen maka industri akan mampu untuk meningkatkan labanya karena strategi yang telah dibuat sesuai dengan kondisi lingkungan industri dan juga dapat bersaing dengan produk dari industri lain.

Di Indonesia, salah satu provinsi yang juga mengalami pertumbuhan pada industri kecilnya yaitu di Provinsi Riau yang memberikan dampak positif bagi pertumbuhan pendapatan masyarakat dan juga taraf hidup masyarakat. Seperti yang dikatakan oleh Kepala BPS Provinsi Riau Mawardi Arsad di *Antarnews.com* (Sabtu, 30 Agustus 2014), dikatakan bahwa di Riau produksi industri manufaktur besar dan sedang pada triwulan II mengalami pertumbuhan sebesar 0,84% terhadap triwulan I/2014 salah satunya di pengaruhi oleh meningkatnya produksi industri

makanan yang naik sebesar 6,62%. Dari pernyataan tersebut terlihat bahwa pertumbuhan industri makanan di tahun 2014 mempengaruhi pertumbuhan industri manufaktur di Riau.

Kabupaten Di Kabupaten Bengkalis merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Riau mengalami perkembangan di industri mikro, kecil, dan industri menengah. Perkembangannya dapat di lihat dari tabel di bawah ini :

Tabel I.1
Perkembangan UMKM di Kabupaten Di Kabupaten Bengkalis Periode 2010-2014

No.	USAHA	TAHUN				
		2010	2011	2012	2013	2014
1.	Menengah	178	196	198	247	253
2.	Kecil	5.316	5.504	6.653	7.283	8.131
3.	Mikro	33.806	35.378	36.282	37.757	39.241
Jumlah		39.300	41.078	43.131	45.287	46.625

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Kabupaten Bengkalis

Dari tabel I.1 diatas, terlihat bahwa pertumbuhan UMKM di Kabupaten Di Kabupaten Bengkalis terus meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2010 UMKM berjumlah 39.300 yang terdiri dari usaha menengah sebesar 178, usaha kecil 5.316, dan usaha mikro 33.806. Tahun 2011 UMKM sebanyak 41.078 yang terdiri dari usaha menengah sebesar 196, usaha kecil 5.504, dan usaha mikro 35.378. Tahun 2012 UMKM sebanyak 43.131 yang terdiri dari usaha menengah sebesar 198, usaha kecil 6.653, dan usaha mikro 36.282. Tahun 2013 UMKM sebanyak 45.287 yang terdiri dari usaha menengah sebesar 247, usaha kecil 7.283, dan usaha mikro 37.757. dan pada Tahun 2014 UMKM sebanyak 46.625 yang terdiri dari usaha menengah sebesar 253, usaha kecil 8.131, dan usaha mikro 39.241.

Dalam penelitian ini di fokuskan pada industri lempuk durian. Alasan dipilihnya lempuk durian dikarena Di Kabupaten Bengkalis merupakan satu-satunya daerah di Provinsi Riau yang memproduksi lempuk durian dengan cita rasa dan aromanya khas, kemudian

teksturnya yang lembut. Hal ini karena, belum ada informasi yang menyatakan bahwa selain di Di Kabupaten Bengkalis ada kabupaten lain yang memproduksi lempuk durian. Selain itu, lempuk durian merupakan makanan khas Di Kabupaten Bengkalis, yang terbukti dari kalimat “Makanan Khas Di Kabupaten Bengkalis” yang tertera pada kemasan produk lempuk durian yang ditemui.

Kemampuan perusahaan dalam merencanakan strategi berpengaruh kepada keberlangsungan usaha agar dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Apabila Strategi yang direncanakan kurang tepat maupun tidak disesuaikan dengan kondisi usaha maka akan menimbulkan permasalahan-permasalahan di dalam perusahaan hingga tutupnya perusahaan. Beberapa dari usaha lempuk durian permasalahan yang dihadapi yaitu sulit untuk mencapai target penjualan, selain itu masalah yang dihadapi oleh perusahaan berkenaan dengan persaingan bisnis yaitu adanya kekuatan pemasok yang cukup kuat sehingga harga yang ditawarkan pemasok tinggi.

Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membuat batasan permasalahan dalam penelitian ini, adalah : “Strategi bersaing apakah yang dipilih/diterapkan pengusaha lempuk durian dalam memasarkan produknya?”

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh pengusaha lempuk durian di Di Kabupaten Bengkalis.
2. Untuk mengetahui kendala yang di hadapi oleh pengusaha lempuk durian Di Kabupaten Bengkalis.

Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis
Bagi ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi ilmu pengetahuan khususnya dalam strategi bersaing pada industri kecil.
2. Secara praktis
 - a. Bagi pengusaha lempuk durian di Di Kabupaten Bengkalis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan ataupun saran bagi perusahaan dalam kaitannya dengan strategi yang digunakan.
 - b. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang strategi bersaing industri kecil lempuk durian dalam memasarkan produknya.
 - c. Bagi pembaca dan pihak lain yang berkepentingan, hasil penelitian ini dapat sebagai tambahan informasi dan referensi saat melakukan penelitian lanjutan.

KERANGKA TEORI

Industri kecil

a. Pengertian dan karakteristik industri kecil

Menurut BPS (1998), industri pengolahan adalah suatu kegiatan perekonomian yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar secara mekanik, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, dengan maksud mendekati produk tersebut kepada konsumen akhir, termasuk dalam kegiatan jasa industri dan pekerjaan perakitan (assembling).

Adapun kriteria-kriteria industri menurut Badan Pusat Statistik perusahaan industri dikelompokkan berdasarkan tenaga

kerja (Badan Pusat Statistik Kabupaten Di Kabupaten Bengkalis, 2012 : 123), yaitu :

- 1) Tenaga kerja lebih dari 100 orang di kategorikan sebagai industri besar.
- 2) Tenaga kerja 20 - 99 orang di kategorikan sebagai industri sedang.
- 3) Tenaga kerja 5 - 19 orang di kategorikan sebagai industri kecil.
- 4) Tenaga kurang dari 5 orang di kategorikan sebagai industri mikro.

Strategi adalah sebuah rencana komprehensif yang mengintegrasikan segala resources dan capabilities yang mempunyai tujuan jangka panjang untuk memenangkan kompetisi. Jadi strategi adalah rencana yang mengandung cara komprehensif dan integrative yang dapat dijadikan pegangan untuk bekerja, berjuang dan berbuat guna memenangkan kompetisi (Kasmiruddin, 2009 : 5).

Strategi bersaing adalah penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang di perlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan tertentu.

Tujuan strategi bersaing untuk suatu unit usaha (business unit) dalam sebuah industri adalah menemukan posisi dalam industri tersebut dimana perusahaan dapat melindungi diri sendiri dengan sebaik-baiknya terhadap tekanan (gaya) persaingan atau dapat mempengaruhi tekanan tersebut secara positif. Kunci untuk mengembangkan strategi adalah menyelidiki dibawah permukaan dan menganalisis sumber masing-masing kekuatan tersebut (Porter dan Agus, 1980 : 4).

Memiliki posisi biaya rendah akan membuat perusahaan mendapatkan hasil laba diatas rata-rata dalam industrinya meskipun ada kekuatan persaingan yang besar. Posisi biayanya memberikan kepada perusahaan tersebut ketahanan terhadap rivalitas dari pada pesaing, karena biayanya yang lebih rendah memungkinkannya untuk

tetap dapat menghasilkan laba setelah para pesaingnya mengorbankan laba mereka demi pesaing. Posisi biaya rendah melindungi perusahaan dari pembeli yang kuat karena pembeli hanya dapat menggunakan kekuatannya untuk menekan harga sampai ketingkat harga dari pesaing paling efisien berikutnya. Biaya rendah memberikan perlindungan terhadap pemasok yang kuat dengan menyediakan fleksibilitas yang lebih besar untuk menanggulangi kenaikan biaya input (masukan). Faktor-faktor yang membawa kepada posisi biaya rendah biasanya juga menimbulkan hambatan masuk yang cukup berarti dalam bentuk skala ekonomis atau keunggulan biaya.

Menurut Porter ada tiga landasan strategi yang dapat membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif atau sering disebut dengan strategi generik, yaitu:

1) Strategi Keunggulan Biaya

Strategi Keunggulan biaya merupakan salah satu strategi keunggulan bersaing yang lebih memperhitungkan keberadaan pesaing yang dihadapi daripada pelanggan dengan memfokuskan pada harga yang lebih murah kepada para pembeli. Strategi keunggulan biaya memerlukan konstruksi agresif dari fasilitas skala yang efisien, usaha yang giat untuk mencapai penurunan biaya karena pengalaman, pengendalian biaya dan overhead yang ketat, penghindaran pelanggan marjinal, serta meminimalkan biaya dalam bidang-bidang seperti penelitian dan pengembangan (litbang), pelayanan, armada penjualan, periklanan, dan lain-lain. Biaya yang rendah relatif terhadap pesaing menjadi tema yang menjwai keseluruhan strategi, meskipun mutu, pelayanan dan bidang-bidang lainnya tidak dapat diabaikan.

2) Diferensiasi

Strategi diferensiasi adalah suatu strategi perusahaan yang berusaha menciptakan produk unik guna menghadapi

pesaing dalam industrinya. Keunikan tersebut terlihat dari ciri produk yang menawarkan nilai yang dicari konsumen sehingga menjadikan produk tersebut unik dan berbeda di mata konsumen. Konsumen akan rela membayar dengan harga premium bagi produk-produk yang dipersepsikan sebagai produk yang unik dan berbeda olehnya.

Menurut Portel (manajemen pemasaran : 2002), diferensiasi penawaran yang dapat menciptakan nilai dapat dilakukan dengan cara menawarkan sesuatu yang lebih baik, lebih baru, lebih cepat dan lebih murah. “lebih baik” artinya unjuk kerja penawaran perusahaan lebih baik dari pesaingnya, biasanya berkaitan dengan sedikit peningkatan produk yang ada. “lebih baru” artinya mengembangkan solusi yang sebelumnya tidak ada, biasanya hal ini risikonya lebih tinggi daripada sedikit peningkatan produk namun ada peluang memperoleh laba yang tinggi. “lebih cepat” artinya mengurangi waktu penyerahan atau waktu kerja yang diperlukan dalam menggunakan atau membeli suatu barang atau jasa. Akhirnya “lebih murah” artinya mendapatkan barang serupa dengan harga yang lebih murah.

Produk – produk fisik itu berbeda – beda potensi diferensiasinya. Diujung yang satu kita menemukan produk –produk yang memungkinkan sedikit saja variasi, tetapi disini pun masih mungkin terjadi diferensiasi. Diujung yang lain ada produk dengan diferensiasi tinggi. Disini penjual menghadapi banyak sekali parameter rencana, yang mencakup : a)Bentuk, b)Fitur, c)Mutu Kinerja, d)Mutu kesesuaian, e)Daya tahan, f)Keandalan, g)Mudah diperbaiki, h)Gaya, i)Rancangan.

Variabel diferensiasi

- a. Produk : contohnya ciri, mutu unjuk rasa, mutu kesesuaian, ketahanan,kehandalan,mudah diperbaiki, gaya, rancangan.

- b. Pelayanan : contohnya penghantaran, instansi, pelatihan pelanggan, jasa konsultansi, dan perbaikan.
- c. Personil : contohnya kompetensi, keramahan, kredibilitas, dapat dipercaya, cepat tanggap dan komunikas
- d. Citra : contohnya simbol/merek produk, media yang digunakan untuk pemasaran, suasana tempat memproduksi barang/jasa.

3) Fokus

Strategi fokus sangat berbeda dengan strategi lain karena menekankan pilihan akan cakupan bersaing yang sempit dalam suatu industri dan bisa memilih strategi focus biaya atau diferensiasi. Strategi fokus memilih suatu segmen atau kelompok segmen yang kecil dalam industri bersangkutan dan menyesuaikan strateginya untuk melayani mereka dengan mengesampingkan yang lain. Dengan mengoptimalkan strateginya dimaksudkan perusahaan berusaha untuk mencapai keunggulan bersaing dalam segmen sasaran kecil walaupun tidak memiliki keunggulan bersaing secara keseluruhan.

Strategi fokus memiliki dua varian, yaitu :

- 1) Fokus biaya, yaitu perusahaan mengusahakan keunggulan biaya dalam segmen sasarannya. Perusahaan yang menerapkan strategi fokus yang berbasis biaya, bersaing dengan pesaing lain dalam industri untuk menjadi pemimpin pasar pada lingkup pasar yang sempit dan spesifik.
- 2) Fokus diferensiasi yaitu perusahaan mengusahakan diferensiasi dalam segemen sasarannya. Strategi fokus diferensiasi menggali kebutuhan khusus pembeli dalam segmen tertentu atau perusahaan berspesialisasi pada satu atau beberapa segmen pasar saja.

primer dengan cara mengamati langsung objek datanya.

METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di daerah Di Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Adapun alasan dipilihnya lokasi ini adalah karena Di Kabupaten Bengkalis merupakan satu-satunya daerah di Provinsi Riau yang memproduksi lempuk durian dengan cita rasa dan aromanya khas, kemudian teksturnya yang lembut.

2. Jenis dan Sumber Data

- a. Data primer adalah data yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan narasumber. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi langsung pada industri lempuk durian. data primer yang diperoleh dari pemilik usaha lempuk durian yaitu strategi bersaing dari industri, kendala yang dihadapi oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya.
- b. Data sekunder merupakan data yang telah di publikasikan maupun data yang memang sudah ada pada perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini data yang di peroleh dari instansi terkait yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan juga dari pemilik usaha lempuk durian. Seperti : sejarah perusahaan, jumlah usaha lempuk durian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan adalah :

- a. Wawancara adalah Tanya jawab langsung kepada pihak-pihak yang berkompeten dalam hal ini yaitu pemilik usaha lempuk durian.
- b. Observasi merupakan teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiono, 2012, 115). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua industri lempuk durian sebanyak 15 unit usaha.

Dalam menentukan jumlah sampel menurut Arikunto (1996 : 120) yang mengatakan bahwa jika populasi kurang dari 100 orang sebaiknya dipilih semuanya dan itu biasa di sebut dengan metode sensus, tetapi apabila jumlah populasi terlalu besar maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%. Karena jumlah populasi kurang dari 100 maka digunakan metode sensus dengan menjadikan keseluruhan populasi sebagai responden yaitu sebanyak 15 unit usaha.

5. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan analisis data penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu membahas data-data yang sudah ada dihubungkan dengan keadaan yang sebenarnya yang dirangkai dengan berbagai teori yang dapat mendukung pembahasan tersebut dan kemudian di ambil kesimpulan.

PEMBAHASAN

Sebagai sebuah industri yang bergerak di bidang makanan tradisional setiap pengusaha pasti menginginkan industrinya dapat terus berkembang dan dapat unggul dari pesaingnya. Penerapan suatu strategi dalam usaha amat penting agar mampu memenangkan persaingan.

Strategi Keunggulan Biaya

Strategi keunggulan biaya atau harga adalah strategi yang dilakukan perusahaan dengan menawarkan produk (standar) dengan harga yang murah (dan bersaing) dan dengan basis pelanggan yang luas.

Industri lempuk durian yang menerapkan strategi keunggulan biaya dimaksudkan untuk memberikan efisiensi biaya dalam menjalankan usaha lempuk durian. Untuk mewujudkan tercapainya keunggulan tersebut industri lempuk durian memandang penting dalam penerapan efisiensi biaya. Hal ini, dimaksudkan agar industri dapat mengusahakan biaya yang relatif rendah untuk dapat memperoleh biaya produksi lempuk yang rendah, sehingga dapat menjual lempuk dengan harga yang murah.

Strategi keunggulan biaya menjadi strategi bersaing yang menarik bagi para pengusaha dikarenakan strategi keunggulan biaya memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Dari hasil penelitian, industri lempuk durian mewujudkan terciptanya keunggulan biaya dalam persaingan industri makanan

tradisional lempuk durian dengan beberapa cara, diantaranya :

1. Produk sama dari segi jenis/bentuk/ukuran

Lempuk durian merupakan jenis makanan semi basah yang terbuat dari durian dan tambahan gula pasir. Cara pembuatan lempuk durian diantara pengusaha sama yang berbeda hanya pada takaran dari masing-masing bahan bakunya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan 15 pengusaha industri lempuk durian di Kabupaten Bengkalis tentang produknya dengan pengusaha lain. 11 pengusaha yaitu ali, munidah, nurlela, mukhsin, agus, rani, reni, jalil, zainuddin, dan sofyan mengatakan bahwa produk yang mereka keluarkan tidak berbeda dengan pengusaha lain dari segi kemasan. Sedang 4 lainnya yaitu yanti, amin, desi, suzaini mengatakan bahwa kemasan yang mereka keluarkan tidak semuanya sama dengan kemasan yang dikeluarkan oleh industri lain. Hal ini karena mereka memiliki jenis kemasan yang lebih banyak dari pengusaha lain.

Untuk melihat jenis kemasan yang dikeluarkan oleh tiap-tiap pengusaha lempuk durian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel III.5
Jenis Kemasan yang di Keluarkan Industri Lempuk Durian

No.	Industri Lempuk Durian	Jenis/Bentuk/Ukuran															
		Daun Upih/Daun Pinang (gr)					Plastik Kaca Bening			Kotak		Toples			Potong Mika	Kotak plastik bening transparan	Bagpack
		100	200	250	400	500	200	250	400	Kecil	Besar	Love	Persegi Panjang	Persegi Empat			
1.	Yanti		√	√	√	√	√			√			√		√		√
2.	Sumber Rezeki		√	√	√	√											
3.	UD. Kemas	√															
4.	Lestari		√						√	√							
5.	Nurlela		√		√				√								√
6.	Citra Rasa		√	√	√		√	√	√	√	√		√	√	√	√	
7.	Mukshin		√		√	√											
8.	Frans Family		√	√	√											√	
9.	Pak Cik/Cik Mas Ayu		√		√	√											
10.	Mekar Jaya		√		√		√		√								
11.	Rani		√		√				√								
12.	Mutia Kasih		√	√	√												
13.	Jalil	√	√			√											
14.	Zainuddin		√	√		√											
15.	Sofyan		√	√	√	√											

Sumber : Data Olahan, 2015

2. Efisiensi Biaya

Efisiensi biaya pada industri diartikan sebagai upaya untuk penghematan pengeluaran biaya pada produksi untuk menghasilkan produk dengan biaya produksi yang rendah.

Efisiensi biaya tersebut diantaranya pada biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, dan biaya overhead. Ke tiga efisiensi biaya tersebut akan diuraikan dibawah ini :

1) Biaya bahan baku

Bahan baku adalah bahan utama/bahan pokok dan merupakan komponen utama dari suatu produk. Bahan baku pada industri lempuk durian terbagi 2 yaitu bahan baku utama adalah buah durian dan bahan baku penolong adalah gula putih.

Bahan baku utama merupakan bahan baku yang harus ada dan apabila

tidak ada dapat menghambat proses produksi. Sedangkan bahan baku penolong yaitu bahan baku yang menjadi pelengkap bahan baku utama agar dapat diolah menjadi produk jadi.

Biaya bahan baku adalah biaya untuk memperoleh sampai dengan bahan baku siap untuk digunakan yang meliputi harga bahan baku, ongkos angkut bahan baku dan penyimpanan bahan baku.

Biaya bahan baku pada industri lempuk durian adalah seluruh biaya untuk memperoleh bahan baku sampai dengan bahan baku siap untuk digunakan yang meliputi harga bahan baku, dan ongkos angkut bahan baku. Untuk mengefisien biaya bahan baku industri lempuk durian melakukan upaya sebagai berikut :

- a. Melakukan kerjasama kepada petani buah durian

Artinya setiap musim panen petani buah durian akan mendistribusikan hasil panennya kepada industri lempuk durian yang melakukan kerjasama dengannya. Dari hasil kerjasama ini perusahaan dapat memperoleh harga durian yang murah dibandingkan dengan harga yang diperoleh oleh perusahaan lain.

- b. Biaya tenaga kerja

Tenaga kerja merupakan setiap orang yang melakukan suatu usaha yang menghasilkan barang/jasa yang tidak dipandang dari segi usia/umur sehingga barang tersebut memiliki nilai guna. Efisiensi tenaga kerja yaitu pengefisienan penggunaan tenaga kerja dalam suatu perusahaan dalam upaya untuk mendapatkan efisiensi biaya dalam perusahaan.

Penggunaan tenaga kerja pada usaha lempuk durian terbagi pada tenaga kerja bagian produksi, pengemasan dan bagian pemasaran. Untuk pekerja bagian produksi tenaga kerja yang dipakai adalah tenaga kerja kontrak. Sedangkan untuk pembungkusan perusahaan lempuk durian tidak menggunakan karyawan namun pembungkusan dilakukan langsung oleh pemilik dibantu istri dan anaknya.

- c. Biaya Overhead

Biaya overhead adalah biaya produksi selain bahan baku dan biaya tenaga kerja. Berdasarkan hasil wawancara diperoleh informasi bahwa efisiensi biaya overhead diperoleh oleh usaha lempuk durian dari upaya yang dilakukan sebagai berikut :

- 1) Mengurangi biaya pendistribusian barang.

Saluran distribusi suatu barang adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakaian industri (basu swasta, 2002:200).

Pada umumnya di industri lempuk durian ada tiga pola saluran distribusi yang dimanfaatkan untuk memasarkan produk hingga produk sampai ke konsumen akhir, yaitu :

1. Produsen – konsumen (zero level channel) ; produsen melakukan penjualan produknya langsung ke konsumen.
2. Produsen – pengecer – konsumen (one level channel) ; produsen melakukan penjualan dengan perantara.
3. Produsen – pengumpul – pengecer – konsumen (two level channel) ; produsen tidak langsung menjual produknya kepada konsumen, barang akan melalui pengumpul lalu pengecer barulah barang tersebut sampai kepada konsumen.

Biaya transportasi yang merupakan beban biaya yang harus dikeluarkan industri lempuk durian seperti misalnya untuk mendistribusi lempuk ke pengecer seperti toko, mini market yang di dalam maupun diluar bengkalis perusahaan sudah mengantisipasi untuk tidak menggunakan jasa pengiriman dengan menyediakan kendaraan berupa mobil, maupun motor.

- 2) Mengurangi biaya promosi. Promosi merupakan salah satu yang digunakan

perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat dan calon pelanggannya dengan berbagai cara misalnya dengan menyebarkan brosur hingga memanfaatkan media sosial, dan juga menggunakan media elektronik (seperti radio).

Selain mempromosikan lempuk lewat media sosial maupun dengan cara *mount to mount*. Industri lempuk durian dibantu dengan diikuti sertakan produk mereka oleh pemerintah daerah dalam event-event/pameran skala daerah, provinsi maupun internasional. Dalam hal ini ada beberapa perusahaan yang pernah diikuti sertakan dalam event/pameran tersebut.

3. Harga yang Bersaing

Persaingan antar industri lempuk durian terlihat dengan adanya perbedaan harga yang ditawarkan pada pasar. Harga lempuk durian dapat dilihat dibawah ini :

Tabel III.7
Harga Lempuk Durian

No.	Usaha Lempuk Durian	Harga (Rp.000)																
		Daun Upih/Daun Pinang (gr)				Plastik Kaca Bening (gr)			Kotak (gr)			Toples		Poto ng Mika	plasti k bening e trans paran	Bagp ack		
		100	200	250	400	500	200	250	400	200	400	1000	Love				perse gi panja ng	perse gi lmpa ng
1.	Yanti		20		40	52	20		40	30	50			50	24	27		40
2.	Sumber Rezeki		24		45	51												
3.	ID. Kemas	16																
4.	Estarti			25		50				25	45	100						
5.	Nurlela		24			48					51							40
6.	Etra Rasa	15	25	30	42	50	25		42	30	50	100	33		27	24	12	40
7.	Mukshin		20	27		48												
8.	Frans Family		24			50												16
9.	Pak Cik/Cik Mas Ayu		22		38	48												
10.	Mekar Jaya		24			54	24											
11.	Rani		20	25		40				25								
12.	Mutia Kasih		22			50												
13.	Alil		25			49												
14.	Zaimuddin		23			46												
15.	Sofyan		20			40												

Sumber : Data Olahan, 2015

Dari tabel diatas, diketahui bahwa harga tiap-tiap ukuran tidak jauh berbeda kisaran selisih rp2.000 sampai rp5.000. Harga yang tinggi untuk tiap-tiap kemasan yaitu : daun upih/daun pinang yaitu rp16.000 (uk.100gr), rp25.000 (uk.200gr), rp30.000 (uk.250gr), rp45.000 (uk.400gr), dan rp54.000

(uk.500gr). Plastik kaca bening yaitu : rp25.000 (uk.200gr), dan rp42.000 (uk.400gr). Kotak yaitu :rp30.000 (uk. 200gr), rp51.000 (uk.400gr), dan rp100.000 (uk.1.000gr). Toples yaitu : rp33.000 (berbentuk love), rp50.000 (berbentuk persegi panjang), dan rp27.000 (berbentuk persegi). Potong mika yaitu : rp27.000. Plastik bening transparan yaitu : rp16.000. dan untuk backpack yaitu rp40.000.

Strategi Differensiasi

Strategi diferensiasi merupakan strategi perusahaan untuk menciptakan produk unik guna menghadapi pesaing dalam industrinya. Usaha lempuk durian yang memilih strategi diferensiasi berharap dengan adanya perbedaan dari pesaing lain perusahaan dapat dikenali dengan mudah oleh konsumen. Industri lempuk durian menciptakan suatu produk yang berbeda dengan pesaing yang ada baik dari kemasan dan keunikan terhadap atribut produk lempuk durian, dengan harapan pemilik dapat menciptakan loyalitas dari konsumen terhadap produknya. Dengan begitu perusahaan berharap dengan strategi ini dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produknya.

Dalam rangka menerapkan strategi diferensiasi, pemilik usaha lempuk durian melakukan berbagai upaya yang diarahkan agar terciptanya perbedaan produknya dengan pesaing. Upaya yang dilakukan diantaranya yaitu :

1) Differensiasi produk

Differensiasi produk oleh usaha lempuk durian merupakan pembeda fisik produk dengan produk lain. Adapun pembeda produk tersebut meliputi desain produk, dan merek dagang.

Kemasan produk berguna untuk melindungi produk dari kerusakan. Desain kemasan produk yang bagus akan menarik minat konsumen. untuk

itu perusahaan lempuk durian menganggap perlu untuk mendesain/merancang kemasan lempuk durian dengan desain yang menarik.

Pada umumnya keseluruhan industri lempuk durian di Kabupaten Bengkalis memiliki desain produk yang berbeda jika dilihat dari warna desain produknya. Namun untuk variasi jenis kemasan ada 5 industri lempuk durian yang melakukan pengembangan kemasannya yaitu Citra Rasa, Lestari, Frans Family, Yanti Dan Nurlela (lihat pada tabel III.5).

2) Differensiasi pelayanan

Diferensiasi pelayanan dimaksudkan apabila produk fisik sulit untuk dibedakan. Untuk pelayanan ini perusahaan memberikan pelayan yang baik melalui pengantaran produk kepada konsumen mencakup kecepatan, ketepatan, dan perhatian selama proses penghantaran produk kepada konsumen. perhatian perusahaan untuk produk yang dikirimpun diberikan yang terbaik dimana lempuk yang dikirim oleh pemilik lempuk adalah lempuk yang segar yang baru dikemas.

Secara keseluruhan bahwa perusahaan melakukan kunjungan ketempat lempuk durian dititipkan (toko/warung) dalam skala waktu perdua minggu sekali sampai sebulan sekali. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat perkembangan penjualan lempuk durian, persediaan lempuk durian dan menarik produk yang sudah rusak. Hal ini merupakan usaha perusahaan untuk tetap menjaga kepercayaan konsumen, supaya konsumen tidak mendapatkan produk yang rusak dan akan membuat konsumen tidak mempercayai produk perusahaan lagi.

3) Differensiasi citra

Citra adalah kesan yang diperoleh melalui pengetahuan dan pengalaman seseorang tentang suatu hal. Bagi perusahaan, citra diartikan sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi masyarakat terhadap perusahaan didasari pada apa yang mereka ketahui/mereka kira tentang perusahaan yang bersangkutan. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan meningkatkan kreativitasnya bahkan memberikan manfaat lebih baik bagi orang lain.

Hasil penelitian, upaya yang perusahaan lakukan untuk membangun citra yang baik dimata konsumen yaitu menjaga kualitas produk dengan selalu menjual produk dalam keadaan yang baik. Selain itu kebersihan tempat usaha dianggap penting diperhatikan selain untuk menjaga kepercayaan konsumen, kebersihan juga mempengaruhi kesehatan dari lempuk durian yang dihasilkan.

Strategi Fokus

Strategi fokus adalah strategi yang mengkhususkan diri untuk melayani kelompok konsumen, segmen lini produk, ataupun pasar geografis tertentu. Usaha lempuk durian yang menerapkan strategi ini dimaksudkan untuk memperkecil segmen pasar yang dituju oleh perusahaan.

Strategi fokus yang diterapkan oleh industri lempuk durian ini yaitu : membatasi setiap pesanan yang berasal dari luar daerah. Artinya pengusaha hanya menerima

pemesanan untuk daerah kawasan bengkalis pulau dan pesannya langsung ketempat usaha dan tidak menerapkan sistem antar barang. Pemesan harus mendatangi sendiri tempat usaha untuk memesan dan mengambil barang pesanan.

penggunaan strategi fokus oleh pengusaha lempuk durian dilakukan dengan upaya sebagai berikut :

- 1) Melayani kelompok konsumen tertentu

Pada usaha lempuk durian konsumen yang menjadi sasaran pasar penjualan lempuk adalah konsumen yang membutuhkan lempuk untuk dikonsumsi maupun untuk di jadikan oleh-oleh. Dengan kata lain perusahaan tidak menerima pelayanan orderan lempuk durian dengan skala besar yang mana orderan dibeli untuk dijual kembali.

Adapun industri lempuk durian yang menetapkan pelayanan pelanggan terhadap konsumen tertentu yaitu lempuk durian mutia kasih, jalil, dan zainuddin. Disini ketiga industri tersebut melayani konsumen dengan ceruk pasar yang kecil dan konsumen yang dilayani adalah konsumen yang membeli untuk dikonsumsi sendiri, atau sebagai buah tangan untuk saudaranya diluar bengkalis.

- 2) Melayani permintaan orderan dari daerah tertentu

Perusahaan menetapkan permintaan lempuk durian yang dilayani yaitu dari daerah pulau Bengkalis. Artinya pengusaha hanya menerima pemesanan untuk daerah kawasan pulau Bengkalis dan pesannya langsung ketempat usaha dan tidak menerapkan sistem antar barang. Pemesan

hanya dapat dilakukan ditempat pemilik industri lempuk durian.

Kendala-Kendala yang di Hadapi Perusahaan

1. Faktor Modal/dana

Modal adalah faktor finansial yang menjamin kelancaran dalam proses produksi, dengan ketersediaannya modal hal ini sangat mempengaruhi dalam perkembangan suatu perusahaan tersebut. Mempunyai modal yang cukup maka tidak akan menjadi hambatan dalam melakukan kegiatan produksi serta pelaksanaan lainnya didalam perusahaan. Sebaliknya kekurangan modal dapat menghambat kelancaran perusahaan.

Industri lempuk durian merupakan industri kecil yang dimiliki oleh perorangan dan diurus sendiri oleh pemiliknya. Permodalan dalam usaha tersebut sepenuhnya berasal dari pemilik sendiri. Modal yang dimiliki tidak begitu besar untuk melakukan pengembangan yang signifikan terhadap usahanya. Perusahaan dengan modal sendiri membuat proses produksi lempuk durian umumnya terbatas. Untuk memperoleh pinjaman kredit dari bank atau lembaga keuangan lainnya perusahaan merasa kesulitan untuk mendapatkannya, dengan alasan mengurus kredit modal usaha pada bank perusahaan diwajibkan harus *bankable*. Artinya perusahaan harus dapat memenuhi persyaratan yang di tetapkan perusahaan.

2. Faktor Bahan baku

Bahan baku adalah bahan utama/bahan pokok dan merupakan komponen utama dari suatu produk. Bahan baku merupakan faktor yang sangat penting dalam industri. Sebagai

faktor utama dalam industri bahan baku penentu kelancaran dari pada kegiatan produksi. Maka dari itu, perusahaan harus dapat menjaga ketersediaan bahan baku didalam perusahaan agar perusahaan tidak kekurangan bahan baku. Namun, ketika bahan baku menjadi masalah dalam industri, dimana terjadi kelangkaan bahan baku (sulitnya memperoleh bahan baku), harga bahan baku yang cenderung mahal dan atau karena faktor lainnya maka kegiatan dalam perusahaan terhenti atau tidak dapat berjalan lancar.

Pada industri lempuk durian, bahan bakunya ada 2 yaitu bahan baku utama adalah buah durian dan bahan baku penolong adalah gula putih. Buah durian sebagai bahan baku utama dari lempuk durian merupakan buah musiman yang berbeda disetiap daerah. Di Bengkalis saja, musim panen buah durian berada di bulan juni sampai juli. Musim panen buah durian yang dalam setahunnya hanya sekali, membuat durian sulit untuk diperoleh diluar masa musim panen durian apabila pasokan utama buah durian tersebut hanya berasal dari Bengkalis.

Umumnya, industri lempuk durian di Kabupaten Bengkalis memperoleh pasokan buah durian hanya dari petani yang berada di Bengkalis. Artinya Bengkalis merupakan pasokan utama dari bahan baku lempuk durian di Bengkalis. Kondisi tersebut membuat jadwal produksi lempuk durian hanya dapat dilakukan diantara bulan juni-juli dan diluar itu perusahaan tidak bisa melakukan produksi lempuk durian. Keberadaan buah durian yang musiman tersebut menjadi permasalahan yang harus di hadapi industri lempuk durian dan apalagi

perusahaan tidak memiliki akses untuk dapat memperoleh bahan baku durian dari daerah lain. Sementara persediaan lempuk durian menjelang musim panen berikutnya tidak dapat mencukupi permintaan pasar.

Seandainya perusahaan mempunyai jalinan kerjasama dengan petani buah durian di luar daerah Bengkalis yang mana musim panen duriannya tidak sama dengan musim panen di Bengkalis, seperti Kampar (lipat kain), provinsi sumatera utara, provinsi sumatera barat, dan provinsi jambi Bengkulu, maka pasokan bahan baku durian tidak putus dan kegiatan produksi dapat dilakukan meskipun bukan musim panen durian di Bengkalis. Dan keberadaan lempuk durian di pasar dapat mencukupi permintaan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Industri lempuk durian di Bengkalis menerapkan strategi bersaing dalam pemasaran dengan menggunakan strategi keunggulan biaya, strategi differensiasi, dan strategi fokus.
2. kendala yang dihadapi perusahaan yaitu dari modal yang kecil, bahan baku yang musiman.

Saran

1. Diharapkan perusahaan dapat lebih meningkatkan strategi yang sekarang menjadi lebih baik lagi. Dengan merancang pemasan yang lebih agresif lagi dan jangan menjadi pengikut dari apa yang telah dilakukan pengusaha lain. Perusahaan bisa membuat lempuk durian dengan komposisi gula rendah yang dapat dikonsumsi oleh konsumen yang memiliki penyakit gula.
2. Pengusaha dapat melakukan kerjasama dengan petani durian di luar bengkalis untuk memenuhi persediaan bahan baku di saat tidak musim durian di Kabupaten

Bengkalis agar perusahaan tetap dapat memproduksi lempuk durian. petani durian dari luar daerah yang dapat di jadikan sebagai pemasok durian seperti di Kampar (lipat kain), provinsi sumatera utara, provinsi sumatera barat, dan provinsi jambi Bengkulu.

3. Dari faktor modal perusahaan dapat memperoleh pinjaman di kantor desa, karena adanya bantuan dana oleh pemerintah yang telah di anggarkan di APBN. Ini cukup membantu industri untuk memperoleh suntikan dana untuk perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror. 2006. Jurnal : *Strategi Bersaing Pengusaha Kecil Sulaman/Border di Kota Padang*. Fakultas Ekonomi : Manajemen. Universitas Negeri Padang
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi VI)*. Rineka Cipta : Jakarta
- Asniati. 2014. Jurnal : *Profil Industri Kecil Makanan Tradisional (Studi Kasus Pada Ud.Kemas Di Kabupaten Bengkalis)*. Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik : administrasi bisnis. UR : Pekanbaru
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bengkalis. 2012. *Laporan Tahunan Sosial Ekonomi Kabupaten Bengkalis (Annual Social Economic Report Of Bengkalis Regency)*. Bengkalis : BPS
- Kasmiruddin. 2009. *Kebijakan Bisnis*. Universitas Riau : Pekanbaru
- Mayasari, Viona. 2008. *Skripsi Analisis Strategi Bersaing Industri Kecil Makanan Tradisional Khas Kota Payakumbuh (Studi Kasus Industri Kecil Erina Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat)*. Institute Pertanian Bogor : Bogor
- Porter, Michael. 1980. *Strategi Bersaing (Teknik Menganalisis Industri Dan Pesaing)*. Erlangga : Jakarta
- _____. 1994. *Strategi bersaing (menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul)*. Binarupa Aksara : Jakarta Barat.
- Primiana, Ina. 2009. *Menggerakkan Sektor Riil UKM dan Industri*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Suhairi, Zain. 2006. Skripsi : *strategi pengembangan usaha kecil lempuk durian di kabupaten bengaklis (kasus kecamatan bengkalis dan kecamatan bantan kabupaten bengaklis provinsi riau)*. Fakultas pertanian : institute pertanian bogor.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : ANDI
- Tohar. 2000. *Membuka Usaha Kecil*. . Yogyakarta : Kanisius
- Zulganef. 2008. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Zulkarnaen, Halim Oki. 2013. *Analisis Stategi Pemasaran Pada Usaha Kecil Menengah (Ukm) Makanan Ringan (Studi Penelitian Ukm Snack Barokah Di Solo)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis : Universitas Diponegoro. Semarang
- BPS. Catalog (9302005.1408) : *pendapatan regional kabupaten bengkalis (regional income bengkalis regency) 2008-2013*
- http://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Bengkalis. Diakses pada hari jumat tanggal 23/01/2015, Jam 2:48.
- <http://www.antaranews.com/berita/451117/industri-manufaktur-mikro-riau-tumbuh-50-persen>. Diakses pada hari 23/03/2015