

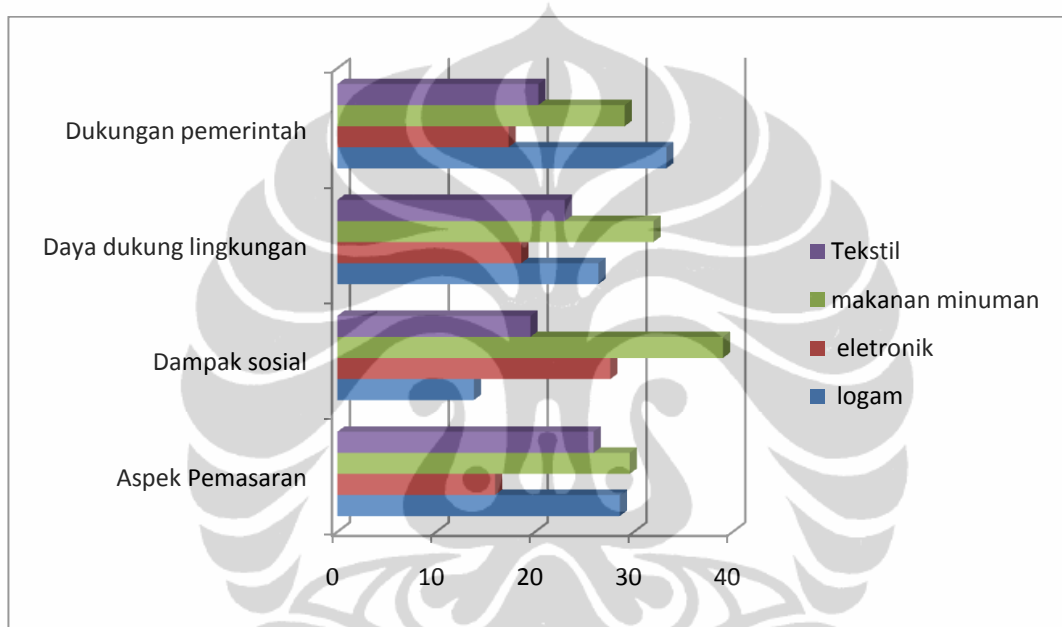
## BAB IV

### ANALISA DATA

#### 4.1 Analisa Data Dengan AHP

##### 4.1.1 Bobot Antar Alternatif

Nilai bobot antar alternatif didapatkan dari pengolahan data dengan *software superdecision* untuk hasil dari bobot matriks.



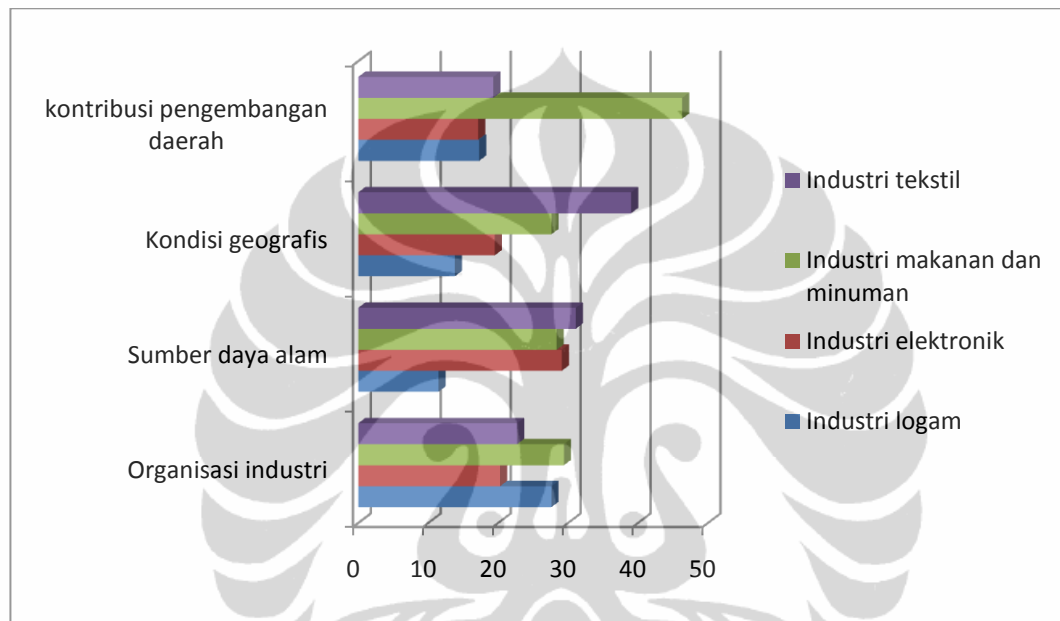
Gambar 4.1 Bobot alternatif pada aspek pemasaran, dampak sosial, daya dukung lingkungan dan dukungan pemerintah

Tabel 4.1 Tabel Bobot pada aspek pemasaran, dampak sosial, daya dukung lingkungan dan dukungan pemerintah

	logam	elektronik	makanan minuman	Tekstil
Aspek Pemasaran	28.57	15.94	29.57	25.92
Dampak sosial	13.8	27.61	39	19.52
Daya dukung lingkungan	26.4	18.6	31.97	23.01
Dukungan pemerintah	33.28	17.31	29.07	20.33

Pada aspek pemasaran, dampak sosial dan daya dukung lingkungan, industri makanan dan minuman memiliki bobot paling besar yaitu sebesar 29,57 % untuk aspek pemasaran, 39 % untuk aspek dampak sosial, 31,97 % untuk daya

dukung lingkungan. Dibandingkan dari ketiga industri lainnya, jadi pada industri makanan dan minuman memiliki potensi pasar yang baik untuk dapat dikembangkan, dampak sosial yang besar karena mendapat faktor SDM yang mendukung, serta faktor daya dukung lingkungan setempat. Pada aspek dukungan dari pemerintah, industri logam adalah yang paling mendapat dukungan terbesar.

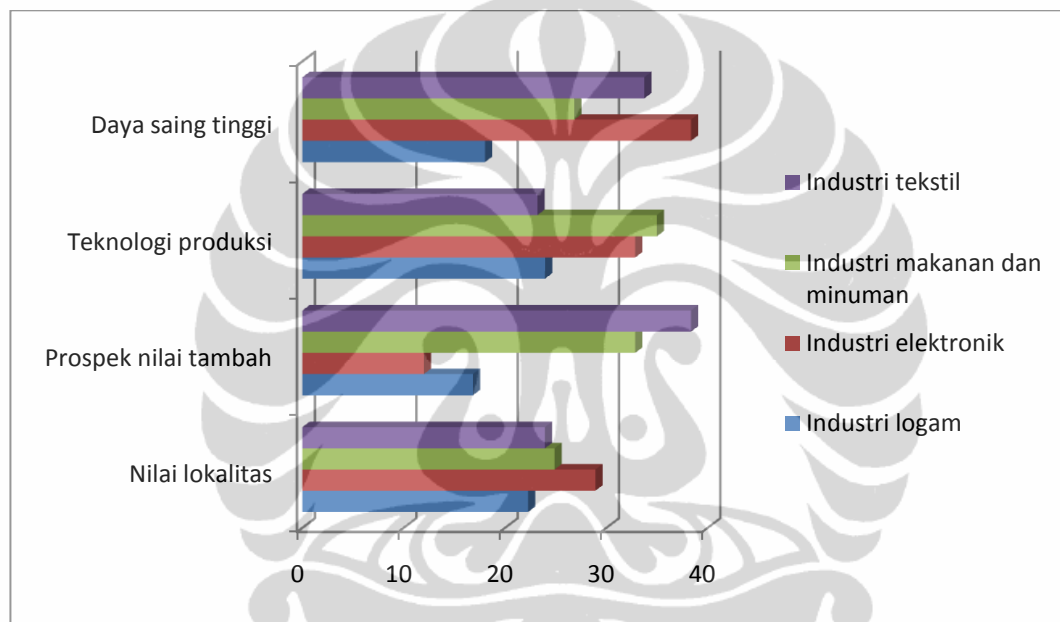


Gambar 4.2 Bobot alternatif pada aspek kontribusi pengembangan daerah, kondisi geografis, sumber daya alam dan organisasi industri

Pada aspek kontribusi pembangunan daerah dan organisasi industri, industri makanan dan minuman memiliki bobot terbesar yaitu sebesar 46,3 % dan 29,4 %. Sedangkan pada aspek kondisi geografis dan SDA, industri tekstil memiliki bobot yang besar yaitu 39 % dan 31,1 %.

Tabel 4.2 Tabel Bobot alternatif pada aspek organisasi industri, sumber daya alam, kondisi geografis, kontribusi pengembangan daerah.

	Industri	elektronik	makanan dan minuman	tekstil
Organisasi industri	27.61	20.27	29.4	22.7
Sumber daya alam	11.47	29.11	28.36	31.1
Kondisi geografis	13.8	19.52	27.61	39
kontribusi pengembangan daerah	17.28	17.13	46.3	19.3



Gambar 4.3 Bobot alternatif pada aspek daya saing, teknologi produksi, prospek nilai tambah, nilai lokalitas.

Tabel 4.3 Tabel Bobot alternatif pada aspek daya saing, teknologi produksi, prospek nilai tambah, nilai lokalitas.

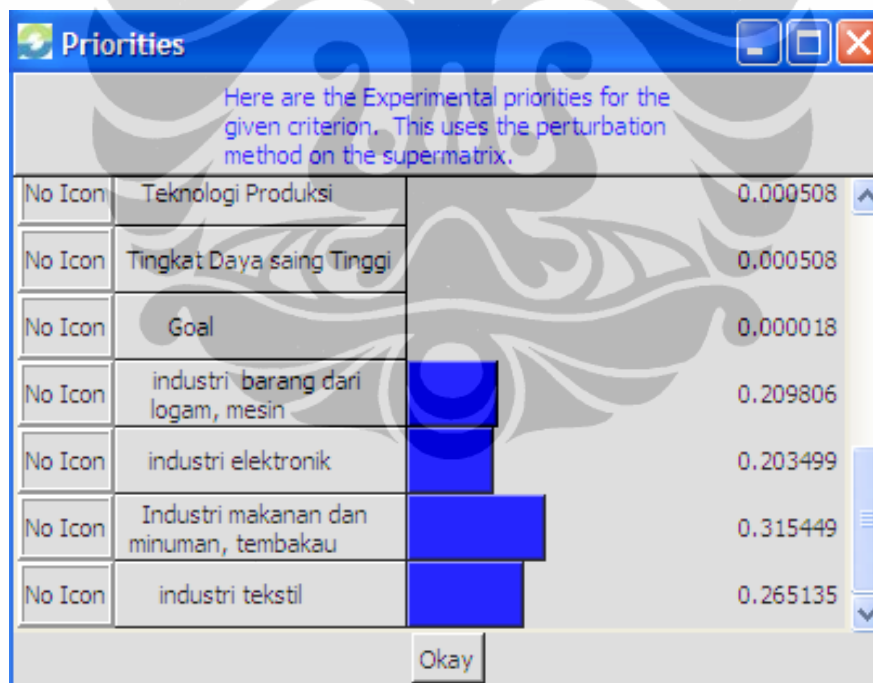
	logam	elektronik	makanan dan minuman	tekstil
Nilai lokalitas	22.2758	28.9106	24.8737	23.9399
Prospek nilai tambah	16.8234	11.9847	32.8429	38.3489
Teknologi produksi	23.9443	32.8429	34.9843	23.1966
Daya saing tinggi	18.0257	38.3489	26.8305	33.7377

Pada aspek daya saing tinggi dan aspek lokalitas, industri elektronik memiliki nilai bobot yang besar dibanding industri lainnya, sedangkan pada aspek

prospek nilai tambah industri tekstil memiliki bobot sebesar 38,35 % dan pada industri makanan dan minuman berada pada urutan yang kedua yaitu sebesar 32,84 %. Pada aspek produksi, industri makanan dan minuman memiliki bobot sebesar 34,98 %, lebih tinggi dibanding industri yang lain.

#### 4.1.2 Prioritas Dari Bobot Alternatif

Setelah hasil dari memasukkan input data pada *software* untuk beberapa variabel, maka hasil yang dihasilkan adalah penentuan prioritas yang merupakan penentuan dari kompetensi inti industri pada industri pengolahan pada Kabupaten Bekasi. Berdasarkan dari hasil data, dapat disimpulkan bahwa industri makanan dan minuman adalah industri yang paling berpotensi dengan nilai bobot sebesar 0.31549 atau sebesar 31,549 % berdasarkan dari dua belas alternatif yang digunakan.

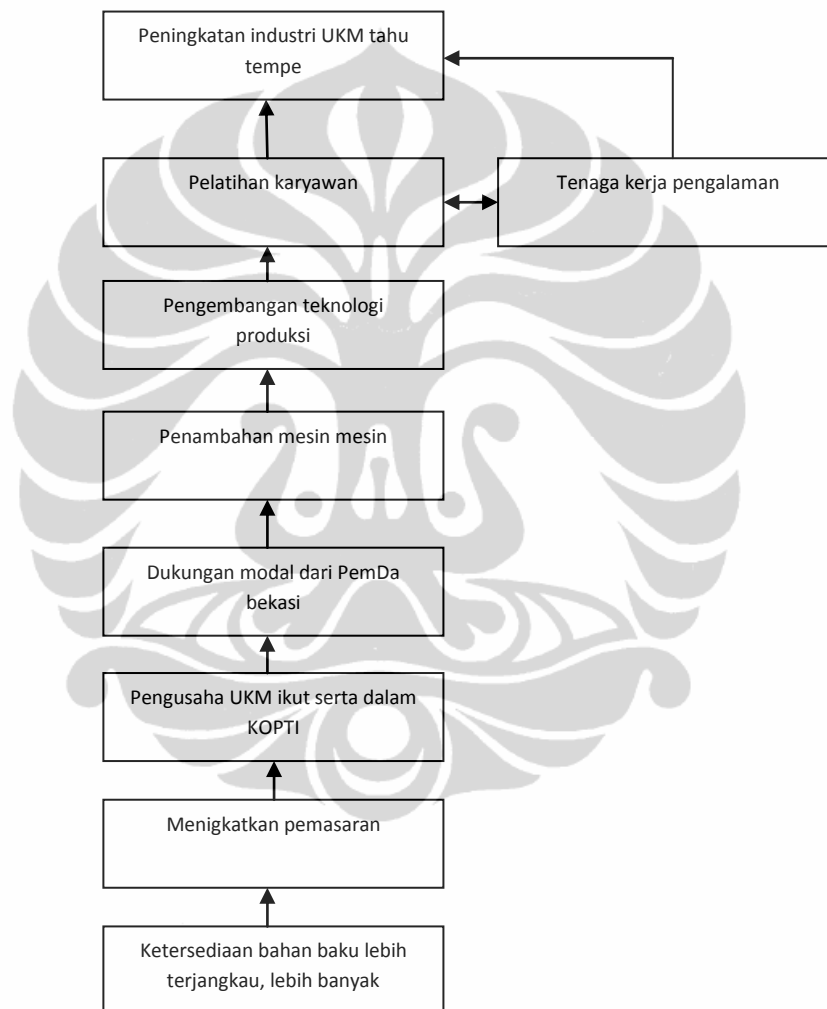


Gambar 4.4 Pembobotan Prioritas Jenis Industri

## 4.2 Analisa Data Dengan ISM

Setelah melakukan pengolahan data dengan AHP dan didapatkan satu jenis industri, maka tahap selanjutnya adalah mengembangkan industri tersebut dengan menggunakan perangkat ISM.

### 4.2.1 Kerangka Model Pengembangan IKM Tahu Tempe



Gambar 4.5 Gambar Kerangka Model Pengembangan IKM Tahun tempe

Pada model yang telah dibuat, merupakan hasil pengolahan data pada bab 3, yang dimana terdapat 9 jenis variabel yang digunakan untuk pengembangan IKM tahu tempe dan juga terdapat 8 tahap iterasi, pada iterasi ke-2 ada 2 variabel.

#### **4.2.1.1 Analisa Kerangka Model Pengembangan IKM Tahu Tempe**

Pada pengolahan yang telah dibuat, iterasi ke -1 ditempatkan pada akhir tujuan dari kerangka model ini yaitu : Peningkatan industri IKM tahu tempe. Iterasi ke -1 dapat diwujudkan oleh iterasi ke -2 yaitu pelatihan para karyawan IKM tahu tempe sehingga dapat dihasilkan tenaga kerja yang berpengalaman, hal ini merupakan keterkaitan antara pelatihan karyawan dengan menghasilkan tenaga kerja yang berpengalaman, dan dibuktikan pada iterasi ke-2 yaitu terdapatnya hubungan timbal balik antar kedua variabel tersebut. Iterasi ke-2 dapat dilakukan jika dilakukan terhadap pengembangan teknologi produksi yang didahulukan dengan penambahan mesin mesin, karena pada saat mesin produksi bertambah maka hal tersebut membutuhkan penambahan tenaga kerja baru. Dukungan modal dari pemerintah daerah akan sangat membantu untuk melakukan penambahan mesin mesin untuk peningkatan produksi berikut dengan teknologinya. Mengikutsertakan para pengusaha IKM untuk masuk ke dalam koperasi, akan sangat bermanfaat untuk para IKM tahu tempe mendapatkan informasi yang sangat bermanfaat dari bidang bisnis yang sama maupun dari bidang bisnis yang berbeda. Dengan masuknya para pengusaha IKM kedalam koperasi KOPTI, sehingga pemerintah daerah dapat melakukan pendataan terhadap industri tersebut, sehingga pemerintah daerah dapat membantu usaha baik secara modal maupun hal lainnya. Faktor pemasaran adalah hal yang penting untuk dilakukan agar para pengusaha IKM dapat memasarkan produknya kepada lapisan masyarakat, sehingga dapat meningkatkan penjualan yang sejalan dengan meningkatnya keuntungan. Ketersediaan bahan baku yang mudah dan terjangkau dengan kualitas yang baik adalah hal yang sangat dibutuhkan oleh para IKM, karena kualitas bahan baku menentukan kualitas produk yang dihasilkan.

#### 4.2.1.2 Analisa dengan MICMAC Pada IKM Tahu Tempe

Analisa dengan MICMAC adalah untuk menganalisa *driver power* dan *dependence power*, dari variabel (Mandal and Deshmukh, 1994 ; Ravi and Shankar, 2005). Empat jenis variabel tersebut adalah :

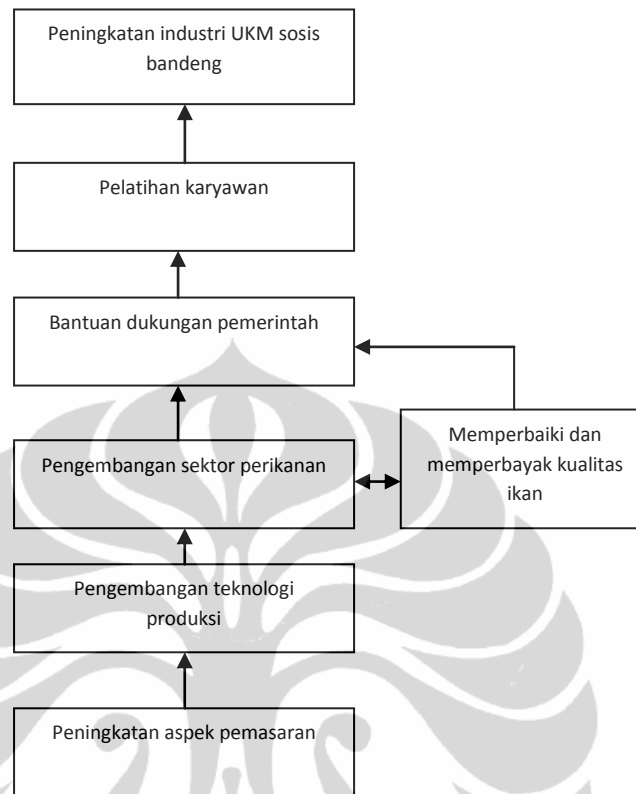
1. *autonomous* variabel  
Pada variabel ini memiliki nilai *driver power* dan *dependence* yang lemah.
2. *Driver power* yang memiliki nilai rendah tetapi memiliki nilai kuat dalam *dependence* variabel
3. Variabel yang memiliki nilai yang kuat dalam *driver point* dan kuat dalam *dependence*.
4. Variabel independent yang memiliki nilai yang kuat pada *driver power* tetapi memiliki nilai lemah pada *dependence*

Tabel 4.4 Tabel *Driving power* dan *Dependence* IKM tahu tempe

9	8								
8		7							
7			6						
6				3					
5					4				
4						5			
3								1,2	
2									
1									9
	1	2	3	4	5	6	7	8	9

*Dependence*

## 4.2.2 Kerangka Model Pengembangan IKM Sosis Bandeng



Gambar 4.6 Kerangka Model pengembangan IKM Sosis Bandeng

### 4.2.2.1 Analisa Kerangka Model Pengembangan IKM Sosis Bandeng

Pada pengolahan yang telah dibuat, iterasi ke -1 ditempatkan pada akhir tujuan dari kerangka model ini yaitu : Peningkatan industri IKM sosis bandeng. Iterasi ke-1 dapat diwujudkan dengan dilakukannya pelatihan karyawan IKM untuk menjadi tenaga kerja yang lebih professional di bidangnya. Pelatihan karyawan tersebut hanya dapat dilakukan oleh bantuan dukungan dari pemerintah untuk melakukan penyuluhan kepada setiap pengusaha IKM sosis bandeng untuk dapat meningkatkan kualitas kerja serta pengetahuan yang baru. Mengembangkan sektor perikanan merupakan hal yang penting dapat meningkatkan kualitas ikan maupun memperbanyak tambak ikan pada area kabupaten setempat, dengan adanya perkembangan dari sektor perikanan, akan mendorong para pemerintah daerah setempat untuk memberikan bantuan dukungan kepada para IKM. Perkembangan teknologi produksi merupakan hal yang penting untuk kelangsungan produksi. Sejalan dengan peningkatan pada aspek pemasaran, akan mendorong para pengusaha IKM untuk melakukan ekspansi bisnisnya dengan melakukan



perbaikan dan peningkatan pada bidang produksi dengan teknologinya agar dihasilkan produk dengan kualitas baik. Aspek pemasaran pada IKM sosis bandeng merupakan hal yang penting untuk dapat memasarkan produknya, karena dengan meningkatnya penjualan maka keuntungan pada pengusaha IKM akan meningkat juga.

#### 4.2.2.2 Analisa dengan MICMAC pada IKM Sosis Bandeng

Analisa dengan MICMAC adalah untuk menganalisa *driver power* dan *dependence power*, dari variabel (Mandal and Deshmukh, 1994 ; Ravi and Shankar, 2005). Empat jenis variabel tersebut adalah :

1. *autonomous* variabel  
Pada variabel ini memiliki nilai *driver power* dan *dependence* yang lemah.
2. *Driver power* yang memiliki nilai rendah tetapi memiliki nilai kuat dalam *dependence* variabel
3. Variabel yang memiliki nilai yang kuat dalam *driver point* dan kuat dalam *dependence*.
4. Variabel *independent* yang memiliki nilai yang kuat pada *driver power* tetapi memiliki nilai lemah pada *dependence*.

Tabel 4.5 Tabel *driving power* dan *dependence* IKM Sosis Bandeng

7	6						
6		4					
5			3,5				
4							
3				2			
2					1		
1							7
	1	2	3	4	5	6	7

*Dependence*

#### 4.3 Tahap Impelementasi Dengan Pembuatan *Road Map* Pengembangan

Setelah dilakukan tahap pengembangan dengan membuat sebuah model dengan ISM untuk industri Sosis bandeng dan tahu tempe, maka langkah

selanjutnya adalah dengan membuat *Road Map* untuk tahap tahap dari implementasi berdasarkan model yang telah dibuat.

#### 4.3.1 Pembuatan *Road Map* pengembangan IKM Tahu Tempe

Tabel 4.6 Tabel *Road Map* pengembangan industri tahu tempe

No.	Rencana Aksi	2010	2011	2012
1	Membantu IKM untuk menyediakan bahan baku yang murah dan kualitas baik			
	a. Menyediakan Pemasok dari Pemerintah daerah setempat			
	b. Memperbaiki sektor perkebunan kedelai			
2	Meningkatkan Pemasaran			
	a. Penyusunan strategi pemasaran			
	b. implementasi pemasaran			
3	Membangun mitra usaha IKM dengan KOPTI			
4	Dukungan modal			
	a. PemDa melakukan pendataan kembali untuk tinjauan IKM			
	b. Memberikan dukungan modal yang lebih besar kepada IKM			
5	Penambahan mesin produksi			
6	Pelatihan karyawan untuk Menghasilkan profesional			
7	Peningkatan industri tahu tempe			

Implementasi dimulai pada tahun 2010, karena beberapa variabel seperti pelatihan karyawan dan dukungan modal sedang diterapkan. Melakukan perbaikan terhadap sektor perkebunan dengan membuat perkebunan kedelai pada Kabupaten Bekasi agar pemerintah daerah dapat memberikan pemasok bahan baku yang lebih murah dengan kualitas yang baik. Pada aspek pemasaran, penyusunan strategi dilakukan pada tahun 2010 yang kemudian diterapkan implementasinya. Pemerintah Daerah melakukan pendataan ulang terhadap Industri Kecil Menengah agar dapat mengikut sertakan setiap pengusaha kecil

kepada KOPTI. Setelah melakukan pendataan ulang, Pemerintah Daerah dapat memberikan bantuan modal untuk kemajuan para pengusaha Industri Kecil dan pemberian dukungan berupa mesin mesin industri untuk dapat meningkatkan kapasitas produksi. Memberikan pelatihan kepada pengusaha dan karyawan agar dapat lebih terampil serta mengembangkan ilmu bisnisnya. Setelah dilakukan tahapan tahapan pada table *road map*, diharapkan akan dapat meningkatkan IKM tahu dan tempe

#### 4.3.2 Pembuatan *Road Map* Pengembangan IKM Sosis Bamdeng

Tabel 4.7 Tabel *Road Map* Pengembangan UKM Sosis Bandeng

No.	Rencana Aksi	2010	2011	2012
1	Meningkatkan Pemasaran			
	a. Menyusun strategi pemasaran			
	b. Implementasi pemasaran			
2	Pengembangan teknologi produksi			
3	Pengembangan sektor perikanan			
	a. memperbanyak tambak			
	b. memperbaiki kualitas ikan			
4	Bantuan dukungan pemerintah			
	a. Dukungan modal			
5	Pelatihan karyawan			
6	Peningkatan UKM Sosis bandeng			

Menyusun strategi pemasaran adalah hal yang penting agar para pengusaha dapat memasarkan bisnisnya, dan dimulai pada tahun 2010, karena dengan strategi pemasaran, IKM dapat memasarkan produknya kepada masyarakat luas. Strategi pemasaran yang dapat dilakukan antara lain adalah berupa menyelenggarakan pameran serta melakukan iklan pemasaran ke beberapa tempat dan daerah. Pengembangan sektor perikanan dengan memperbanyak tambak ikan serta memperbaiki kualitas ikan merupakan hal yang perlu dilakukan agar dapat memberikan pemasok ikan bandeng yang murah dengan kualitas yang baik. Pemberian dukungan modal yang lebih dari Pemerintah Daerah (PemDa) merupakan hal yang dibutuhkan oleh IKM untuk

dapat melakukan ekspansi bisnisnya untuk modal pemasaran dan modal produksi. Pelatihan kepada IKM adalah hal yang penting, agar para pengusaha dapat selalu menambah ilmu dalam melakukan pengolahan bisnis dan selalu *up to date* terhadap informasi yang ada. Setelah dilakukan tahapan tahapan pada tabel *road map*, diharapkan dapat meningkatkan IKM sosis bandeng.

