



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**Pola Distribusi Genteng Sokka di Kabupaten Kebumen**

**SKRIPSI**

**Juli Supriyadi  
0706265554**

**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
PROGRAM STUDI SARJANA GEOGRAFI  
DEPOK  
JANUARI 2012**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**Pola Distribusi Genteng Sokka di Kabupaten Kebumen**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sains**

**Juli Supriyadi  
0706265554**

**FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM  
PROGRAM STUDI SARJANA GEOGRAFI  
DEPOK  
JANUARI 2012**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Juli Supriyadi

NPM : 0706265554

Tanda Tangan : 

Tanggal : 29 Desember 2011

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Juli Supriyadi  
NPM : 0706265554  
Program Studi : Geografi  
Judul Skripsi : Pola Distribusi Genteng Sokka di Kabupaten  
Kebumen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sains pada Program Studi Geografi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Indonesia

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dra. M.H. Dewi Susilowati, MS (.....)

Pembimbing : Dra. Tuty Handayani, MS (.....)

Pembimbing : Tito Latief Indra, S.Si, M.Si (.....)

Penguji : Dra. Ratna Saraswati, MS (.....)

Penguji : Dra. Widyawati, MSP (.....)

Ditetapkan di : Depok  
Tanggal : Januari 2012

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Program Studi Geografi pada Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga pada penyusunan skripsi ini penulis tidak akan mampu untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- a) Ibu Dra. Tuty Handayani, MS selaku pembimbing I dan Bapak Tito Latief Indra, S.Si, M.si selaku pembimbing II yang telah membantu penulis baik waktu, tenaga, dan pikiran dalam penyusunan skripsi ini;
- b) Ibu Dra. M. H. Dewi Susilowati, MS selaku ketua sidang sekaligus sebagai penguji yang banyak memberikan masukan, Ibu Dra. Ratna Saraswati, MS selaku penguji I sekaligus pembimbing akademik yang telah memberikan banyak masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini, Ibu Dra. Widyawati, MSP selaku penguji II yang telah banyak memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini;
- c) Bapak DR. Rer. Nat Eko Kusratmoko selaku ketua Departemen Geografi yang telah banyak direpotkan dengan tanda tangan.
- d) Segenap karyawan dan staf dosen Departemen Geografi yang sudah banyak memberikan ilmu, bantuan dan dorongan kepada penulis dari masa perkuliahan hingga saat ini;
- e) Bapak dan Ibu tercinta yang telah memberikan doa, dorongan, saran, semangat, materi dan kasih sayang yang tak ternilai kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunianya serta kebahagiaan kepada kalian, Amin.

- f) Terima kasih kepada kakak dan adiku atas segala bantuannya baik doa, motivasi dan waktu serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih kepada saudara atas doa dan bantuannya. Semoga Allah SWT selalu memberikan yang terbaik untukmu, amin;
- g) Terima kasih kepada Wijil Krestiani dan keluarga atas kasih sayang, motivasi, doa dan semangat yang diberikan selama penulis menyelesaikan tulisan ini. Semoga Allah SWT selalu memberikan yang terbaik untukmu, amin;
- h) Para sahabatku di koja ( kosan jahanam ) Gendro, rycki, Paijo, Wido dan Anggi yang selalu mengisi kosan dengan keramaian dan kegaduhan.
- i) Teman-teman Geografi 2007 terutama tim sembilan Budi, Mukti, Dyota, Aftaf, Cepi, Munir dll, yang selalu mengisi masa-masa perkuliahan dengan canda dan tawa, serta motivasi yang selalu diberikan. Semoga kita selalu mendapatkan yang terbaik, Amin;
- j) Teman-teman Geografi angkatan 2005, 2006, 2007, 2008, 2009 dan 2010 yang tidak dapat penulis sebut satu per satu. Terima kasih atas bantuan dan dukungannya;
- k) Terima kasih penulis ucapkan kepada instansi dan dinas-dinas yang terkait atas bantuan data dalam penyusunan skripsi ini, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan penulis satu per satu;

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, amin.

**Penulis**  
**2012**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Juli Supriyadi  
NPM : 0706265554  
Program Studi : Geografi  
Departemen : Geografi  
Fakultas : Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam  
Jenis karya : Skripsi

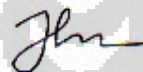
demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**Pola Distribusi Genteng Sokka di Kabupaten Kebumen**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok  
Pada tanggal : 29 Desember 2011  
Yang menyatakan



( Juli Supriyadi )

## ABSTRAK

Nama : Juli Supriyadi  
Program Studi : Geografi  
Judul Skripsi : Pola Distribusi Genteng Sokka di Kabupaten Kebumen

Industri genteng Sokka merupakan industri kecil menengah di Kabupaten Kebumen yang telah ada sejak jaman penjajahan Belanda. Keberadaan industri genteng Sokka tetap eksis sampai sekarang meskipun banyak pesaing dalam bidang industri yang sama. Oleh karena itu penelitian ini berusaha untuk melihat pola distribusi genteng Sokka. Pola distribusi diukur berdasarkan tingkatan saluran distribusi dan jangkauan distribusi. Distribusi genteng Sokka dilihat dari lokasi industri dan karakteristik produk. Hasil penelitian menyimpulkan, lokasi industri genteng Sokka tidak berpengaruh terhadap saluran distribusi dan jangkauan distribusi. Sedangkan karakteristik industri ( Kapasitas produksi, Variasi jenis, lama berdiri dan penggunaan merek ) berpengaruh terhadap tingkatan saluran distribusi dan jangkauan distribusi.

Kata Kunci : lokasi, Karakteristik industri, saluran distribusi, jangkauan distribusi, pola distribusi  
xiii+59 halaman; 7 gambar; 17 tabel; 11 peta dan 12 lampiran  
Daftar Referensi : 19 (1985-2010)



## ABSTRACT

Name : Juli Supriyadi  
Study Program : Geografi  
Title : Pattern of the distribution of tile sokka in the Regency of Kebumen

Tile Sokka industry is a small to medium industrial in Kebumen Regency have been around since the days of colonization of the Netherlands. The existence of the tile industry Sokka still exist today although many competitors in the field of the same industry. Therefore, this research seeks to look at the pattern tile Sokka distribution. Distribution pattern in measure based on the level of distribution channels and distribution reach. Tile distribution in view of the location of Sokka's industry and product characteristics. Results of the study concluded, the location of the tile industry has no effect against Sokka distribution channels and distribution reach. Whereas the characteristics of the industry (production, Capacity, type of Variation and use of long-standing brand) affect the level of distribution channels and distribution reach.

Keywords : Location of industry, Characteristic of Industry, Chanel Distribution, Range of Distribution, Pattern of the Distribution  
Xiii + 59 Page, 7 Picture, 17 Table, 11 Map and 12 Attachment.  
Bibliography : 1985 - 2010

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR ORISINALITAS .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Penelitian .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Industri .....	5
2.2 Teori lokasi industri .....	5
2.3 Pemasaran .....	8
2.4 Distribusi .....	9
2.5 Saluran distribusi .....	9
2.6 Genteng Sokka .....	16
2.7 Penelitian Terdahulu .....	16
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Kerangka Alur Pikir .....	20
3.2 Tahapan Penelitian .....	21
3.3 Pendekatan .....	21
3.4 Variabel Penelitian .....	21
3.5 Pengumpulan Data .....	21

3.6 Pengolahan Data.....	22
3.7 Analisis Data.....	23

#### BAB IV GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

4.1 Administrasi.....	25
4.2 Kondisi Fisik.....	25
4.3 Iklim.....	26
4.4 Penggunaan lahan.....	27
4.5 Kelas jalan.....	28
4.6 Kependudukan .....	30
4.7 Genteng Sokka.....	33

#### BAB V HASIL dan PEMBAHASAN

5.1 Hasil.....	39
5.1.1. Persebaran Industri.....	39
5.1.2. Produksi Genteng.....	40
5.1.3. Distribusi Genteng.....	47
5.1.3.1. Saluran Distribusi.....	47
5.1.3.2. Jangkauan Distribusi.....	50
5.2 Pembahasan.....	51
5.2.1. Saluran Distribusi.....	51
5.2.2. Jangkauan Distribusi.....	55
5.2.3. Saluran Distribusi Terhadap Jangkauan Distribusi.....	59

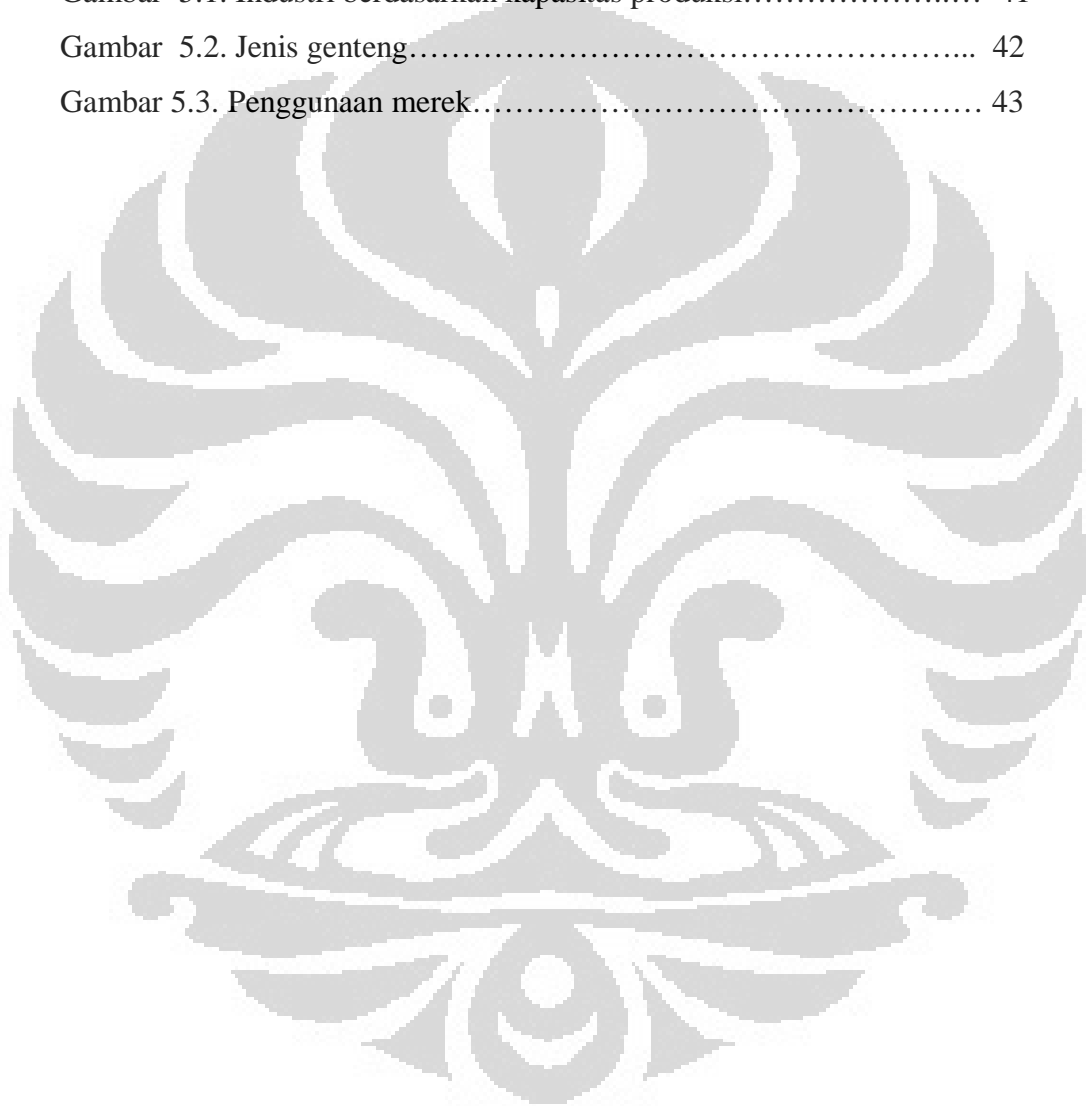
BAB VI KESIMPULAN.....	60
------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA.....	61
---------------------	----

LAMPIRAN.....	
---------------	--

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Penggunaan lahan .....	27
Gambar 4.2 Kelas jalan.....	29
Gambar 4.3Grafik kondisis jalan.....	29
Gambar 4.4 Piramida Penduduk .....	30
Gambar 5.1. Industri berdasarkan kapasitas produksi.....	41
Gambar 5.2. Jenis genteng.....	42
Gambar 5.3. Penggunaan merek.....	43



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Topografi Kabupaten Kebumen.....	26
Tabel 5.1 Industri berdasarkan Kapasitas Produksi.....	40
Tabel 5.2 Variasi Jenis genteng yang di produksi.....	42
Tabel 5.3 Penggunaan merk .....	44
Tabel 5.4. Penggunaan Merk kelompok.....	45
Tabel 5.5 Penggunaan Merk Keluarga.....	45
Tabel 5.6 Lamaya Industri Berdiri .....	46
Tabel 5.7 Saluran distribusi yang digunakan.....	49
Tabel 5.8 Jangkauan Distribusi.....	50
Tabel 5.9 Saluran distribusi berdasarkan Kapasitas.....	51
Tabel 5.10. Saluran distribusi berdasarkan Variasi jensi genteng.....	52
Tabel 5.11 Saluran distribusi Berdasarkan penggunaan merk .....	53
Tabel 5.12. Saluran distribusi berdasarkan lamanya industri berdiri.....	54
Tabel. 5.13. Kapasitas produksi terhadap Jangkauan distribusi.....	55
Tabel 5.14. Variasi jenis genteng terhadap Jangkauan distribusi.....	56
Tabel 5 15. Penggunaan merk Terhadap jangkauan distribusi.....	57
Tabel 5.16. Lamanya industri berdiri terhadap jangakauan distribusi.....	58

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Industrialisasi bukan merupakan hal baru bagi negara berkembang, industrialisasi dijadikan sebagai resep untuk meningkatkan aktivitas ekonomi, produktivitas dan peningkatan standar hidup. Keinginan lepas dari ketergantungan terhadap negara maju membuat negara berkembang berlomba-lomba melakukan industrialisasi. Namun, optimisme industrialisasi terhambat, karena produk masih di nilai kalah bersaing dengan produk negara maju, dan hanya sebatas barang pengganti saja. (Kuncoro 2002).

Sebagai negara berkembang, keberadaan Industri kecil dan menengah sangat membantu dalam mengatasi masalah-masalah ekonomi dan sosial. Permasalahan-permasalahan seperti tingkat kemiskinan yang tinggi, jumlah pengangguran, pendapatan yang rendah. Kekuatan industri skala kecil terletak pada sifatnya yang padat karya, pembuatan produk relatif sederhana, dan berupa keanekaragaman budaya.

Penentuan atau penetapan lokasi industri tidak sembarangan, tetapi harus disesuaikan dengan kebutuhan industri. Pemilihan lokasi industri pada tempat tertentu bertujuan untuk mencari lokasi yang dapat menguasai wilayah pasaran yang seluas-luasnya, dan agar tidak terjadi tumpang tindih dengan wilayah industri lain yang menghasilkan barang yang sama. Setiap industri akan memiliki luas wilayah pasarnya, karena mengikuti kelainan kompleks industrinya (Daldjoeni 1998 ).

Industri dibangun karena adanya kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga menghasilkan hubungan. Distribusi memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Dengan adanya saluran distribusi yang baik dapat menjamin ketersediaan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Tanpa distribusi produsen akan kesulitan untuk memasarkan produknya dan konsumenpun harus bersusah payah mengejar produsen untuk dapat menikmati produknya. Aspek distribusi produk merupakan posisi strategis, mengingat suatu produk sampai ke

konsumen sangat tergantung distributor. Sebagian besar produsen tidak langsung menjual barang kepada pemakai akhir, produsen dan konsumen dihubungkan perantara yang membentuk saluran distribusi, (sekumpulan perantara pemasaran).

Kabupaten Kebumen sebagai kabupaten yang memiliki kekayaan alam melimpah ternyata belum mampu memakmurkan masyarakat. Data BPS 2009 menunjukkan Kebumen merupakan kabupaten dengan angka beban tanggungan tertinggi di pulau jawa dan sekaligus salah satu kabupaten termiskin di Jawa Tengah. Dengan melihat kondisi seperti itu, salah satu arah kebijakan perekonomian Kabupaten Kebumen pada rencana kerja pemerintah daerah tahun 2010 difokuskan untuk peningkatan peran usaha mikro kecil menengah dalam pemenuhan kebutuhan pasar domestik dan berorientasi ekspor, pengembangan kewirausahaan untuk mendorong daya saing, peningkatan struktur perekonomian daerah melalui pengembangan potensi dan produk unggulan daerah.

Salah satu industri yang ada di Kabupaten Kebumen yang sudah terkenal diseluruh Jawa Tengah dan wilayah sekitarnya yaitu industri genteng merek Sokka. Keberadaan industri genteng banyak menyerap tenaga kerja khususnya warga yang tinggal disekitarnya. Di Kabupaten Kebumen terdapat kurang lebih 800 industri genteng (Disperindagkop 2009). Salah satu desa yang memiliki jumlah industri terbanyak adalah desa Kedawung yaitu 143 industri dimana mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 2386 orang dengan omset penjualan diatas Rp 2 milyar pertahun (Disperindag). Banyaknya industri genteng merek sokka di Kebumen tidak terlepas dari kondisi sumber daya alamnya yang mendukung yaitu tanahnya yang baik dan cocok untuk bahan dasar produk genteng.

Mayoritas pemilik usaha produk genteng sokka di Kebumen termasuk usaha kecil dan menengah. Biasanya pelaku usaha kecil kendalanya adalah dalam hal pemasaran hasil produksi. Memasarkan suatu produk tertentu bagi pelaku usaha kecil menjadi suatu masalah yang serius, karena minimnya informasi akan pangsa pasar dari produk yang dihasilkan. Hal ini berarti pelaku usaha kecil tidak dapat memasarkan barang atau jasanya secara baik, atau secara profesional, akibatnya

para pelaku usaha tersebut membanting harga jual produknya, karena takut tidak terjual atau tidak laku.

Genteng sokka merupakan sebuah *trade mark* untuk genteng berkualitas yang diproduksi di daerah sokka. Industri mulai ada sejak zaman Belanda dan sampai sekarang masih tetap eksis, sehingga nama genteng sokka sendiri terkenal untuk wilayah jawa tengah. Kualitas genteng sokka Kebumen yang baik menyebabkan permintaannya tidak hanya datang dari wilayah sekitar Kebumen. Nama genteng sokka sendiri diambil dari nama daerah sentra industri genteng yang berpusat di daerah Sokka. Sentra industri genteng Sokka ada di Kecamatan Pejagoan, Sruweng, Petanahan dan Kebumen.

### **1.2. Masalah**

1. Bagaimana pola sebaran industri genteng sokka di Kabupaten Kebumen ?
2. Bagaimana pola distribusi genteng sokka di Kabupaten Kebumen?

### **1.3. Batasan Penelitian**

1. Industri yang dimaksud dalam penelitian ini adalah suatu kegiatan yang mengubah suatu barang sehingga menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dan sifatnya lebih dekat ke pemakai akhir. Dalam penelitian ini di batasi hanya pada industri pembuatan genteng sokka.
2. Distribusi adalah kegiatan penyampaian barang dari produsen (produksi) ke tangan Konsumen akhir.
3. Saluran distribusi adalah jalur yang dipakai untuk perpindahan barang dari produsen ke konsumen akhir atau pemakai.
4. Lembaga distribusi adalah badan-badan yang menyelenggarakan kegiatan atau fungsi distribusi.
5. Pedagang perantara adalah perorangan atau badan usaha yang kegiatan pokoknya menjual barang kepada sesama pedagang. Pedagang



perantara menghubungkan produsen dengan pedagang besar dan pedagang pengecer.

6. Pola distribusi adalah pola penyampaian barang hasil produksi industri ke tangan konsumen.
7. Lokasi Industri adalah tempat industri (lokasi pembuatan bahan mentah menjadi barang jadi atau produk) dalam penelitian ini adalah tempat pembakaran genteng (tobong) .
8. Sebaran lokasi industri adalah sebaran titik lokasi industri.
9. Jangkauan pasar yang dimaksud dalam penelitian ini adalah jarak pasar atau konsumen terjauh dari lokasi industri.
10. Kapasitas produksi adalah banyaknya produk yang dihasilkan tiap bulan.
11. Status merek dalam penelitian ini adalah penggunaan merk genteng sokka yaitu dibagi tiga merek kelompok, merek Individu (pribadi), dan merek keluarga.
12. Variasi produk adalah macam atau jenis produk yang dihasilkan dari industri.
13. Bentuk genteng adalah penggunaan campuran dalam pembuatan genteng, yaitu glazur (campuran keramik) dan natural (tanpa campuran)
14. Kualitas genteng adalah kualitas genteng berdasarkan saat pembakaran, yaitu kw 1, kw 2 dan kw 3.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Industri

Industri memiliki pengertian secara luas dan sempit. Dalam arti luas industri mencakup semua usaha dan kegiatan dibidang ekonomi yang sifatnya produktif (Koeswaya 1995). Sedangkan dalam arti sempit, industri hanya terbatas pada tipe kegiatan ekonomi sekunder, segala macam usaha atau kegiatan yang sifatnya mengubah atau mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau setengah jadi.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia Nomor 10/m-ind/per/2/2006, industri adalah perusahaan yang telah mempunyai izin usaha untuk mengolah bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi, dan atau barang jadi, menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 13 tahun 1995, industri digolongkan berdasarkan nilai investasinya yaitu:

1. Industri besar, jika besarnya investasi lebih dari 1 milyar rupiah
2. Industri sedang, jika besarnya investasi antara 200 juta hingga 1 milyar rupiah
3. Industri kecil, jika besarnya investasi kurang dari 200 juta rupiah.

Sedangkan menurut Batasan Biro Pusat Statistik (BPS), skala usaha itu dibagi berdasarkan kriteria jumlah tenaga kerja

1. Industri dan Dagang Kecil (ID-Kecil): 1 - 19 orang.
2. Industri dan Dagang Menengah (ID-Menengah): 20 - 99 orang.
3. Industri dan Dagang Besar (ID-Besar): 100 orang ke atas.

#### 2.2 Teori lokasi Industri

Geografi industri sebagai bagian dari geografi ekonomi antara lain menstudi masalah lokasi industri. Faktor lokasi berkaitan erat dengan wilayah bahan mentah, pasaran, sumber suplai, tenaga kerja, wilayah bahan bakar, jalur transportasi, medan wilayah, pajak dan persatuan penjaluran.

Wilayah industri yang ideal harusnya dapat menyajikan empat kebutuhan pokok industri yaitu :

1. Bahan mentah
2. Bahan bakar
3. Tenaga atau buruh
4. Konsumen (pasar)

Tapi untuk menemukan tempat ideal dengan 4 kriteria tersebut merupakan hal yang sulit, oleh karena itu industri akan memiliki kecenderungan (orientasi) kesalah satu kriteria, muncul istilah orientasi industri. Ghalib (2005) menulis bahwa unit usaha ekonomi (perusahaan) haruslah senantiasa bekerja secara efisien, untuk menghemat sumberdaya, mampu bersaing, dan mampu menjawab keinginan konsumen secara maksimal. Salah satu faktor yang memungkinkan tercapainya tingkat efisiensi tersebut adalah mampu memilih lokasi yang optimal.

Teori lokasi di kembangkan untuk memperhitungkan pola lokasi kegiatan-kegiatan ekonomi termasuk didalamnya kegiatan industri, retail maupun pelayanan. Indrawati (2009) dalam tulisanya menyatakan bahwa teori-teori lokasi muncul di tiap periode dengan konsep yang mudah di pahami dan berlaku pada waktu itu. Perkembangan teori lokasi dan teori yang di ungkapkan dalam tulisan Indrawati (2009) antara lain :

1. Von Thunen
2. Teori tempat sentral (Christaller)
3. Teori lokasi biaya minimum (Weber)
4. Teori lokasi industri optimal (Losh)
5. Teori Struck
6. Teori lokasi memaksimalkan laba (D. M Smith)
7. Interdependensi lokasi (Ohta dan Thisse, 1993)

1. Von Thunen (1826)

Djojodipuro (1992) menulis bahwa Von Thunen sebagai pencetus pertama mengenai teori lokasi. Model yang digunakan dengan lingkaran tata guna lahan (zona-zona konsentris dan areal) yang kemudian dikenal dengan lokasi pertanian.

Prinsip *economic rent*, di mana tipe-tipe tata guna lahan (pemanfaatan lahan) yang berlainan akan menghasilkan hasil bersih per unit areal yang berlainan pula. Von Thunen dalam mengembangkan teorinya berasumsi sebagai berikut :

1. Kota pasaran (market town) itu harus berlokasi terpencil di pusat suatu wilayah homogen secara geografis, dalam arti tanah dan iklimnya.
2. Biaya transportasi berbanding lurus dengan jarak
3. Setiap petani di kawasan sekeliling kota pasaran itu akan menjual kelebihan hasil pertaniannya ke kota tadi, dan biaya transportasinya menjadi tanggungan sendiri.
4. Petani cenderung memilih jenis tanaman ( crop ) yang menghasilkan keuntungan maksimal.

## 2. Teori tempat sentral (Christaller 1933)

Dalam menjelaskan teori sentral Indrawati (2009). Menuliskan teori ini disusun untuk menjawab tiga pertanyaan utama apakah yang menentukan banyaknya, besarnya, dan persebaran kota. Teori ini meneropong permasalahan kota dari desa. Cristaller dalam menjelaskan teorinya menggunakan model dengan bentuk heksagonal. Konsep dan model teori antara lain :

- a. Range (jangkauan) yaitu jarak yang perlu di tempuh orang untuk mendapatkan barang kebutuhannya.
- b. Threshold (ambang) yaitu jumlah minimal penduduk yang di perlukan untuk kelancaran dan kesinambungan.

## 3. Teori lokasi biaya minimum (Weber 1909)

Koestoer (1996) menjelaskan Isi pokok teori Weber adalah lokasi-lokasi industri di pilihkan di tempat-tempat yang biayanya paling minimal. Latar belakang lahirnya teori ini adalah untuk menemukan lokasi optimal bagi setiap industri terbaik secara ekonomis maupun mampu memberikan keuntungan maksimal. Di dalam teori weber terdapat kelemahan, diantaranya yaitu terlalu melebih-lebihkan arti pentingnya *transport cost* namun mengabaikan kondisi fisik, dan menyampingkan perhitungan upah buruh dan jangkauan pasaran.

#### 4. Lokasi Industri optimal ( losch )

Ghalib (2005) menuliskan pada tahun 1954 seorang geografi Jerman bernama Losch mengeluarkan teori mengenai lokasi industri yang terinspirasi dari teori Weber. Teori tersebut dikenal dengan teori lokasi optimal. Beliau menulis teori dalam buku *economics of location*, inti penjelasan teori ini adalah untuk menghasilkan pendapatan paling banyak (*maximum revenue*) di perlukan lokasi pabrik atau industri yang berada di mana yang bersangkutan dapat menguasai wilayah pasar yang terluas berdasar pada permintaan (demand). Dari model yang dibuat lokasi penjual sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumen. Makin jauh dari tempat penjual semakin mahal. Produsen harus memilih lokasi yang menghasilkan penjualan terbesar yang identik dengan penerimaan terbesar.

#### 5. Teori Struk

Indrawati (2009) dalam tulisannya menjelaskan teori struk merupakan teori lokasi yang masih dengan pendekatan ciri kota, struk mencoba mengemukakan teori mengenai lokasi optimal dari industri. Teori ini dikenal dengan teori konsentrasi jenis usaha industri berdasarkan lokasi keuntungan. Pada teori ini, beliau memadukan zoning kota dan penyebaran industri dimana terdapat perbedaan konsentrasi jenis usaha industri berdasarkan lokasi dan keuntungan. Pengambilan keputusan untuk mencari lokasi optimal demi mendapatkan keuntungan maksimal dengan memperhatikan faktor spasial, ketersediaan bahan baku, aglomerasi dan permintaan.

#### 6. Teori lokasi memaksimalkan laba (D. M Smith 1966)

Menurut tulisan Indrawati (2009) Teori ini merupakan gabungan antara teori Losch dan teori Weber, yang menghasilkan teori baru yaitu teori memaksimalkan laba, dimana sisi produksi hanya melihat lokasi memberikan ongkos terkecil dan sisi permintaan yang maksimal. D.M Smith melahirkan suatu teori lokasi memaksimalkan laba dengan memperkenalkan konsep average cost (biaya rata-rata) dan average revenue (penerimaan rata-rata) yang terkait dengan lokasi.

### 7. Interdependensi lokasi ( Ohta dan Thisse, 1993 )

Penjelasan Indrawati (2009) mengenai teori interdependensi lokasi yaitu keterbatasan kerangka persaingan sempurna versi weber telah memunculkan pendekatan lain, yang di sebut pendekatan interdependensi lokasi. Pendekatan mendasarkan pada teori duapoli dan mengabaikan faktor biaya, pendekatan interdependensi lokasi mencoba menerangkan bahwa lokasi merupakan upaya perusahaan untuk menguasai areal pasar yang terluas lewat maksimalisasi penjualan atau penerimaan.

### 2.3 Pemasaran

Mc. Carthy, (2000) menyatakan pemasaran merupakan sebuah falsafah bisnis yang menyadari pentingnya keterlibatan seluruh elemen organisasi dalam proses pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sekaligus memenuhi tujuan-tujuan organisasi. Sedangkan menurut Kotler (1997) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Konsep yang dilakukan organisasi dalam menjalankan kegiatan-kegiatan pemasaran yaitu konsep produksi, produk, penjualan, pemasaran dan pemasaran kemasyarakatan. Konsep produksi menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang tersedia dan selaras dengan kemampuan ( *highly affordable* ) dan bahwa manajemen sebaiknya memusatkan perhatian produksi dan distribusi. Konsep produk menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk-produk yang menawarkan mutu, kinerja, dan penampilan terbaik dan perusahaan melakukan perbaikan secara berkesinambungan. Konsep penjualan bahwa konsumen tidak akan membeli cukup produk perusahaan, kecuali jika perusahaan tersebut melakukan upaya-upaya penjualan dan promosi yang gencar. Konsep pemasaran yang menyatakan bahwa pencapaian tujuan operasional bergantung pada penetapan kebutuhan dan keinginan dari pasar sasaran dan penyampaian kepuasan yang di inginkan secara lebih efektif dan lebih efisien ketimbang yang dilakukan para pesaing.

Dalam upaya untuk mencapai tujuan pemasaran pada sasaran maka digunakan sekumpulan alat pemasaran yang dikenal dengan istilah marketing

**Universitas Indonesia**

mix. E.Jerome McCarthy menamai alat-alat pemasaran itu “*the four Ps of Marketing*” atau yang dikenal dengan 4P yang dimaksudkan adalah Product (Produk), Price (Harga), Promotion (promosi), dan Place (Tempat).

Menurut indrajit(2002) pelaku kegiatan pemasaran tidak lagi dapat terpisah dan berdiri sendiri. pada saat ini pelaku kegiatan pemasaran harus bekerjasama memasarkan barang ke konsumen. menurut indrajit distribusi pemasaran merupakan suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi kepada konsumen akhir.

## **2.4 Distribusi**

Distribusi menurut Kotler (1997) adalah kegiatan penyampaian produk dari produsen sampai kepada konsumen sebagai pemakai akhir. Dalam distribusi produk akan terbentuk suatu rantai atau saluran yang dilewati oleh produk yang disebut saluran distribusi. Saluran distribusi adalah jaringan organisasi yang melakukan fungsi-fungsi yang menghubungkan produsen dengan konsumen. Saluran distribusi terdiri dari berbagai badan atau lembaga yang saling tergantung dan saling berhubungan yang berfungsi sebagai suatu sistem atau jaringan, yang bersama-sama berusaha menghasilkan dan mendistribusikan sebuah produk kepada konsumen. Sebagai instrumen kebijakan perusahaan, kebijakan distribusi dapat digunakan untuk manajemen persaingan dibawah asumsi bahwa semakin tinggi intensitas distribusi diterapkan, akan semakin kokoh kekuatan yang dimiliki dan semakin besar kemungkinan bahwa barang atau jasa yang ditawarkan dapat dijual pada pasar target tertentu.

## **2.5 Saluran Distribusi**

Kotler (1997) dalam bukunya menjelaskan saluran distribusi adalah organisasi – organisasi yang saling tergantung yang tercakup dalam proses membuat produk atau jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi. Dari definisi diatas dapat tergambar bahwa saluran distribusi merupakan suatu lembaga pemasaran baik itu milik produsen maupun bukan yang bertugas untuk menyalurkan produk baik ke konsumen maupun ke konsumen industri berdasarkan prinsip manajemen perusahaan yang telah ditetapkan.

**Universitas Indonesia**

Kedudukan saluran distribusi di dalam saluran pemasaran bahwa saluran distribusi merupakan bagian dari saluran pemasaran yang berfungsi dalam membantu produsen menyalurkan hasil produksinya untuk bisa ke tangan konsumen. Dimana tugasnya mencakup penyebaran promosi transportasi dan sebagainya. Fungsi Saluran distribusi mencakup beberapa hal, yaitu:

1. Informasi (*Information*)  
Yaitu sebagai pengumpul dan penyebar informasi riset pemasaran tentang potensi dan kemampuan pasar, pesaing, dan kekuatan – kekuatan lain dalam lingkungan pemasaran.
2. Promosi (*Promotion*)  
Yaitu sebagai pengembangan dan penyebaran komunikasi
3. Negosiasi (*Negotiation*)  
Yaitu usaha untuk mencapai persetujuan akhir mengenai harga dan hal – hal lain yang berhubungan dengan perpindahan hak milik.
4. Pemesanan (*Ordering*)  
Yaitu komunikasi saluran ke belakang mengenai minat membeli oleh anggota saluran pemasaran ke produsen
5. Pembiayaan (*Financing*)  
Yaitu permintaan dan penyebaran dana untuk menutup biaya saluran pemasaran tersebut.
6. Pengambilan Risiko (*Risk Taking*)  
Yaitu perkiraan besar resiko berkaitan dengan pelaksanaan pekerjaan saluran tersebut.
7. Kepemilikan Fisik (*Physical Possession*)  
Yaitu milik dari penyimpanan dan pergerakan barang secara fisik dari bahan mentah sampai ke konsumen akhir.
8. Pembayaran (*Payment*)  
Yaitu arus pembayaran atau uang kepada penjual atas jasa atau produk atau jasa yang telah diserahkan.
9. Kepemilikan (*Title*)  
Yaitu arus kepemilikan dari suatu lembaga pemasaran ke lembaga pemasaran lainnya.



### 2.5.1. Tingkat Saluran Distribusi

Stanton ( 1996 ) mengemukakan beberapa bentuk saluran distribusi yang biasanya digunakan untuk barang – barang konsumsi, sebagai berikut :

#### 1. Saluran Distribusi untuk barang konsumsi

##### a. Saluran 0 tingkat

Produsen → Konsumen

Tipe ini disebut juga sebagai saluran distribusi langsung (lebih pendek) dan sistem penjualan yang dilakukan untuk produsen bisa dengan cara *door to door* atau pasaran lewat pos (*mail order system*).

##### b. Saluran 1 tingkat

Produsen → Pedagang Eceran → Konsumen

Dalam hal ini pedagang eceran berfungsi sebagai wadah penyalur dari produsen yang dihasilkan produsen kepada konsumen akhir, dan juga secara tidak langsung membantu dalam proses pemasaran.

##### c. Saluran 2 tingkat

Produsen → Pedagang Besar → Pedagang Eceran → Konsumen

Tipe ini dikatakan pula sebagai saluran tradisional, bentuk saluran ini banyak digunakan oleh pengecer kecil dan produsen industri kecil karena dianggap paling ekonomis.

##### d. Saluran 3 tingkat

Produsen → Agen → Pedagang Besar → Pedagang Eceran → Konsumen

Merupakan bentuk yang terpanjang, karena dalam bentuk ini produsen berkeinginan untuk mencapai pengecer – pengecer kecil.

#### 2. Saluran Distribusi untuk barang industri

##### a. Saluran 0 tingkat

Produsen → Pemakai Industri

Biasanya hubungan langsung ini produk industrial yang disalurkan menggunakan nilai dolar yang lebih dominan. Bentuk saluran ini cocok untuk digunakan untuk produksi, instansi – instansi besar, kapal terbang, generator dan instalasi pemasaran.

b. Saluran 1 tingkat

Produsen → Distributor industrial → Konsumen

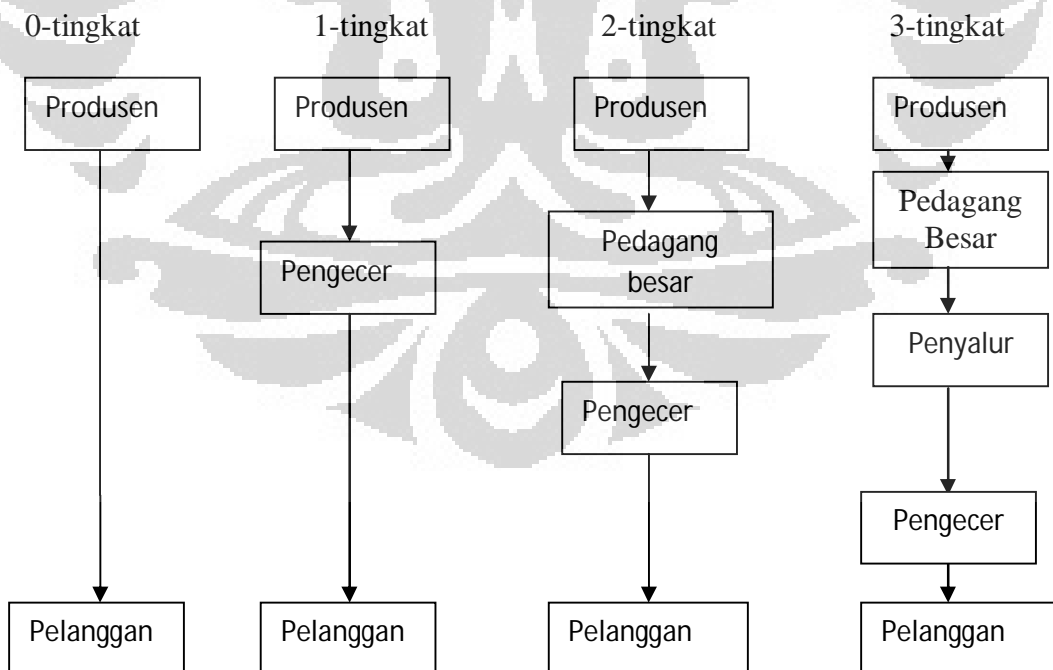
Biasanya digunakan untuk produsen yang memasarkan produk – produk seperti perlengkapan operasi peralatan, asesoris kecil, produk material bangunan, dan sebagainya. Untuk perusahaan yang tidak memiliki bagian pemasaran sendiri menganggap saluran ini penting untuk digunakan dan juga bagi perusahaan yang ingin memasuki pasaran baru.

c. Saluran 2 tingkat

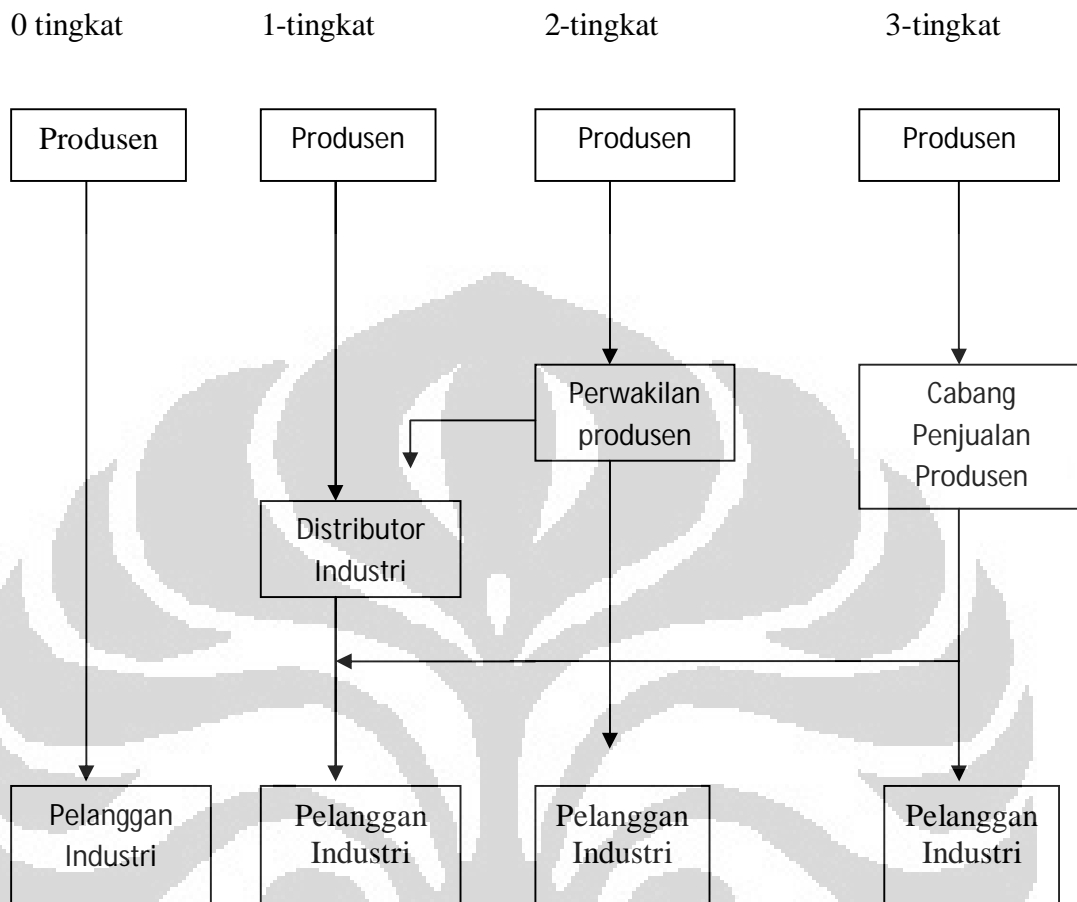
Produsen → Agen → Distributor Industrial → Pemakai

Jumlah persediaan produk di berbagai pasar perlu dikontrol agar bagi pemakai dapat dengan cepat tersedia barang yang dibutuhkannya. Dalam keadaan ini ada 2 pergudangan distributor industrial yang diperlukan.

Sedangkan Kotler ( 1997 ), menyatakan kegiatan saluran pemasaran terbagi menjadi 4 (empat) bagian, yaitu : *a zero level, a one level, a two level, three level*, serta jenisnya terbagi menjadi 2 (dua) bagian yaitu saluran pemasaran untuk konsumen akhir (*consumer marketing channels*) serta saluran pemasaran untuk konsumen industri/konsumen bisnis. Lebih lengkapnya dapat dilihat pada bagan di berikut :



Gambar II.1 : Saluran distribusi barang konsumsi



Gambar II.2 : Saluran distribusi barang industri

*Zero level* biasanya disebut *direct marketing channel* terdiri atas produsen yang menjual produknya secara langsung ke konsumen akhir. Contoh utamanya adalah penjualan *door to door*, *mail order*, telemarketing, penjualan lewat internet, tv media, demo alat rumah tangga, dan toko milik produsen.

*One level* terdiri atas satu perantara penjualan, seperti pengecer. *Two level* terdiri atas dua perantara, dalam pasar konsumen mereka memiliki tipe seperti grosir dan pengecer. *Three level* terdiri atas tiga perantara. Dalam industri pengemasan grosir menjual ke pedagang besar yang menjual ke pedagang kecil.

Bagan yang kedua, menunjukkan saluran pemasaran yang pada umumnya digunakan dalam pemasaran industri, atau biasanya menjualnya melalui distributor industrial, yang menjual produknya ke pelanggan industri, atau

produsen dapat pula menjualnya melalui cabang penjualan yang dimilikinya secara langsung ke konsumen industri atau secara tidak langsung ke pelanggan industrinya melalui saluran pemasaran yang sangat umum dalam pemasaran barang industri.

### **2.5.2. Perkembangan Saluran distribusi**

Stanton (1996) dalam bukunya menjelaskan perkembangan saluran distribusi adalah sebagai berikut :

1. Sistem Pemasaran Saluran Vertikal ( *Vertical Marketing System* )

Sistem pemasaran dengan saluran vertikal yaitu saluran sistem dimana produsen, grosir, dan pengecer bertindak dalam suatu keterpaduan. SPV bisa dikuasai oleh produsen, grosir, ataupun pengecer.

2. Sistem Pemasaran Saluran Horizontal

Disini ada kerja sama antara dua atau lebih perusahaan yang bergabung untuk memanfaatkan peluang pemasaran yang muncul.

3. Sistem Pemasaran Saluran Ganda

Menggunakan dua saluran untuk meraih satu atau dua segmen konsumen. Jadi, sistem pemasaran saluran ganda terjadi jika perusahaan mendirikan dua saluran pemasaran atau lebih untuk perusahaan satu segmen konsumen atau lebih.

4. Sistem pemasaran Multi Saluran

Apakah perusahaan menggunakan dua atau lebih saluran pemasaran untuk mencapai satu atau beberapa segmen pelanggan.

### **2.5.3. Konflik Dalam Saluran Distribusi**

Dari penjelasan Stanton (1996) konflik dapat terjadi jika produsen membentuk saluran vertikal yang terdiri atas pedagang besar dan pengecer. Produsen tersebut mengharapkan kerja sama saluran yang akan menghasilkan laba yang lebih besar bagi masing – masing anggota saluran. Namun, konflik vertikal, horizontal, dan multi saluran dapat terjadi.

Konflik saluran vertikal berarti konflik antara tingkat – tingkat yang berbeda dalam saluran yang sama. Misal Supermarket sekarang telah menampilkan atau menjual pula alat – alat kecantikan, obat – obatan, pakaian, majalah dan berbagai macam makanan lainnya. Akibatnya, para pengecer lain menjadi terjepit, sehingga timbullah konflik yang tidak diinginkan. Konflik bisa juga terjadi antara produsen dengan perantara. Perantara selalu berusaha menambah jenis barang baru untuk menarik pelanggan lebih banyak dan menambah laba, sedang produsen selalu berusaha menambah para penyalur atau perantara untuk memperluas pasar sasaran.

Konflik saluran horizontal adalah konflik antara anggota – anggota pada tingkat yang sama dalam saluran tersebut. Konflik multi saluran terjadi apabila produsen tersebut menciptakan dua atau lebih saluran yang melakukan penjualan ke pasar yang sama.

#### **2.5.4. Biaya Distribusi**

Stanton (1996) mengemukakan bahwa :”Biaya distribusi adalah jumlah total biaya saluran distribusi yang meliputi semua kegiatan yang berhubungan dengan usaha untuk menyampaikan barang – barang produksi ke suatu perusahaan dari produksi kepada para pembeli atau calon pembeli”. Saluran distribusi akan menghasilkan tingkat penjualan dan biaya yang berbeda, biasanya perusahaan mempunyai anggaran tersendiri setiap tahunnya untuk menyalurkan barangnya kepada konsumen. Untuk mendistribusikan produksinya perusahaan mengeluarkan banyak dana. Karena hal ini menyangkut pelayanan terhadap konsumen yang akan menimbulkan kepuasan konsumen. Semakin cepat produk sampai ke tangan konsumen maka akan semakin baik. Untuk mencapai semua itu, perusahaan harus mengeluarkan biaya yang tidak sedikit.

## **2. 6 Genteng Sokka**

Genteng merupakan bagian utama dari suatu bangunan sebagai penutup atap rumah. Fungsi utama genteng adalah menahan panas sinar matahari dan guyuran air hujan. Jenis genteng bermacam-macam, ada genteng beton, genteng tanah liat, genteng keramik, genteng seng dan genteng kayu (sirap). Keunggulan genteng

**Universitas Indonesia**

tanah liat (lempung) selain murah, bahan ini tahan segala cuaca, dan lebih ringan dibanding genteng beton. Sedangkan kelemahannya, genteng ini bisa pecah karena kejatuhan benda atau menerima beban tekanan yang besar melebihi kapasitasnya. Proses produksi atau pembuatan genteng tanah liat memiliki rangkaian tahapan proses yaitu :

1. Persiapan bahan baku

Pengambilan tanah liat dari sawah di pilih tanah yang tidak banyak mengandung batu atau kerikil. Tanah yang diambil biasanya sampai kedalaman 1,5 meter. Tanah digali dan kemudian diangkut ke lokasi industri, kemudian tanah dibiarkan selama 1 hari agar terjadi pelapukan.

2. Pengolahan bahan baku

Tanah yang telah di diamkan 1 hari, dicampur dengan sedikit pasir dengan perbandingan tertentu kemudian digiling untuk mendapatkan tanah yang halus. Tanah yang sudah halus kemudian di padatkan, pemadatan dilakukan untuk mengurangi pori-pori tanah agar genteng kedap terhadap air. Tanah yang telah menjadi adonan di anginakan dan diolesi dengan minyak bacin (biji jarak) agar tidak lengket pada saat pencetakan. Adonan dicetak kemudian di angin-anginkan selama beberapa hari tanpa terkena panas matahari langsung terlebih dahulu.

3. Pembakaran

Proses pembakaran merupakan proses yang paling menentukan dalam proses produksi, karena dalam tahap ini hasil produksi dapat ditentukan baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya. Karena itu proses pembakaran lebih memerlukan ketelitian daripada proses yang lain. Proses penataan genteng dalam tobong harus benar-benar rapat agar pembakaran yang terjadi dapat sempurna. Setelah genteng tertata didalam kemudian tobong atau tungku di tutup dengan bata atau tanah sehingga tidak ada celah sedikitpun..

4. Pembongkaran dan seleksi kualitas

Setelah api tungku padam genteng di dikeluarkan dari tobong dan di seleksi kualitasnya yang di lakukan berdasarkan warna, suara dan kesempurnaan

bentuk. Genteng yang diseleksi di pisah agar dapat menentukan KW 1, KW 2 dan KW 3.

## 2. 7 Penelitian terdahulu

Andrikas (2009) dalam penelitiannya mengenai distribusi pemasaran hasil budidaya belimbing (*averhoa carambola*) di Kota Depok. Dalam menjelaskan mengenai saluran distribusi pemasaran belimbing di Kota Depok menggunakan teori Losch dimana teori tersebut menyatakan bahwa semakin jauh dari tempat produksi harga akan semakin mahal. Selain itu, juga membahas lembaga distribusi yang terkait dengan jarak dan arah serta volume dan nilai distribusi dari belimbing, Saluran distribusi terbagi menjadi 3 bagian saluran yaitu :

- a. Petani penghasil-pedagang pengecer
- b. Petani penghasil-pedagang perantara ( tengkulak ) –pedagang pengecer
- c. Petani penghasil-pengumpul ( koperasi )-pedagang besar

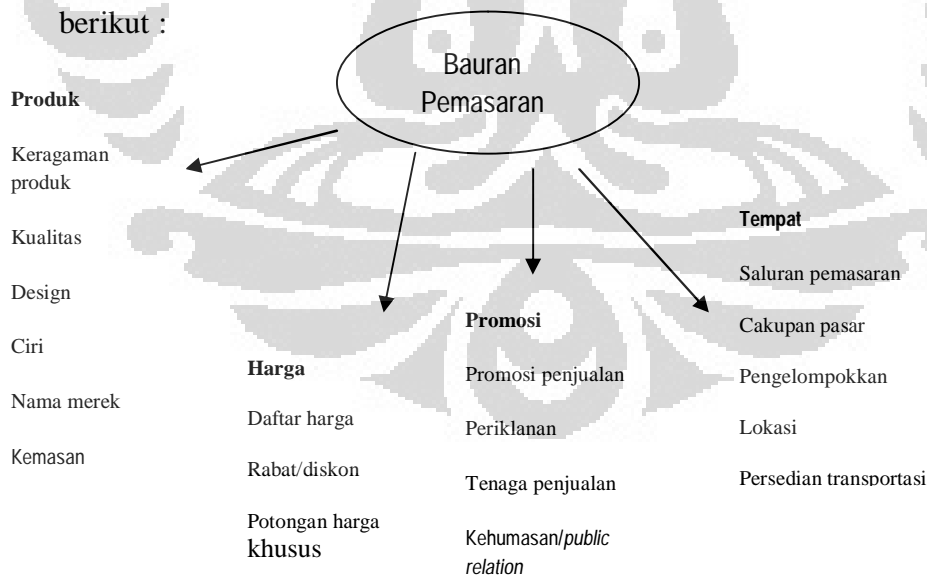
Sedangkan Gaol (2010) melakukan penelitian mengenai pola penyaluran produk kentang di Wonosobo. Dalam penelitiannya melakukan identifikasi saluran distribusi yang terjadi pada produk kentang dari Kabupaten Wonosobo sampai ke Pasar yang ada di Jakarta.

Berbeda dengan Andrikas dan Gaol yang menjelaskan mengenai distribusi hasil pertanian. Antokida (2005) meneliti mengenai Alur Distribusi Batik Cap di Kota Surakarta. Dalam penelitiannya disimpulkan produk yang memiliki ketahanan produk lama distribusi produk dapat menggunakan saluran distribusi yang lebih panjang dan kompleks, bisa produsen langsung ke agen, atau produsen langsung melakukan distribusi ke konsumen.

Untuk penelitian mengenai genteng sendiri ada beberapa tema yang dapat diteliti seperti yang dilakukan Komara ( 1985 ) yaitu mengenai Perkembangan Industri Genteng serta analisa pengaruhnya terhadap penggunaan dan mata pencaharian penduduk di kecamatan plered kabupaten purwakarta. Penelitian ini menekankan pada data yang sifatnya time series dan karakteristik jenis industri berdasarkan kriteria tertentu.

Sedangkan penelitian mengenai industri genteng sokka, yaitu Utami (2000) mengenai Analisis pengendalian kualitas produk akhir untuk meningkatkan kemampuan bersaing (studi kasus industri genteng KHM sokka). Dalam penelitiannya menganalisis produksi genteng mulai dari proses pembuatan, kerusakan atau hal yang dapat membuat kualitas genteng rusak atau menurun. Berbeda dengan Masturi (2008) yang melakukan penelitian dengan judul *Merk Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merk Bersama Untuk Mengurangi Tingkat Persaingan Usaha ( Study Kasus Genteng Merk Sokka )*. Penelitiannya menganalisis kondisi industri genteng terkait dengan merk, seperti hak kepemilikan intelektual merk, Perdagangan serta kendala yang terjadi di Industri genteng di Kebumen.

Untuk membedakan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, Penelitian ini akan membahas mengenai pola distribusi genteng di sentra industri genteng Sokka. Penelitian ini menggunakan salah satu teori yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan E. Jerome McCarthy yaitu mengenai bauran pemasaran (marketing mix) diantaranya produk, promotion, price dan place. Namun dalam penelitian ini hanya menggunakan 2 yaitu Produk (Variasi jenis, merk, Kapasitas, dan lamanya industri berdiri) dan lokasi. Seperti yang dijelaskan dalam bagan berikut :



Gambar 2.1 : Bauran Pemasaran

Sumber : Prinsip- Prinsip Pemasaran ( Kotler

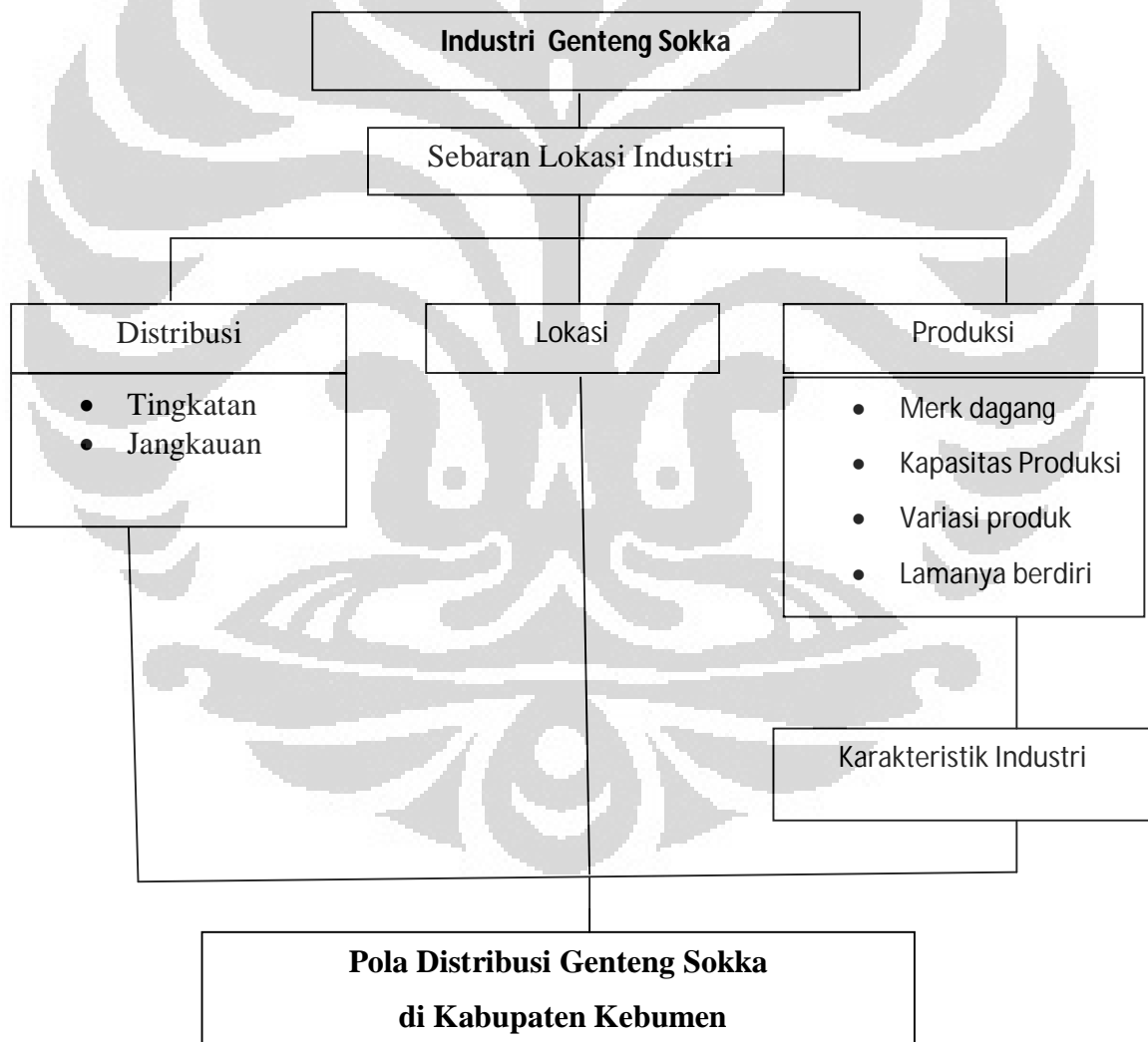


## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

Distribusi produk barang konsumsi dari industri terkait dengan lokasi dan karakteristik produk industri. Dari karakteristik produk industri maupun lokasi industri akan membentuk tingkatan saluran distribusi dan jangkauan distribusi yang berbeda. Dengan tingkat distribusi dan jangkauan distribusi yang berbeda akan membentuk pola dalam penyampaian hasil produksi ke konsumen (pola distribusi)

#### 3.1. Kerangka Penelitian



Gambar 3.1 : Kerangka Penelitian

### 3.2 Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan keruangan yaitu suatu metode untuk memahami gejala tertentu agar mempunyai pengetahuan yang lebih mendalam melalui media ruang (Sabari, 2010)

### 3.3 Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu tahapan pengumpulan data, Pengolahan data dan analisis data.

### 3.4 Variabel dan Data

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Place ( tempat ) dan karakteristik industri. Yang jika di jabarkan menjadi seperti dibawah ini.

a. Tempat ( place ) dilihat dari :

Persebaran lokasi industri genteng sokka untuk mendapatkan pola sebaran industri.

b. Industri

- Volume Produksi, yaitu berdasarkan volume pembakaran tiap bulanya. kurang dari 15000, 15000-30000, 30000-45000, 45000-60000, dan lebih dari 60000
- Variasi genteng yaitu Jenis genteng atau tipe-tipe genteng yang dibuat magas, plentong, morando dll.
- Status merk dagang, status merk kelompok, merk Individu dan keluarga.
- Lamanya industri genteng sokka berdiri.

### 3.5 Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data sekunder dan data primer. Data sekunder di peroleh melalui studi literatur baik dari instansi

pemerintah, maupun penelitian guna mendukung penelitian. Sedangkan data primer diperoleh dari survei lapang (plotting dan wawancara).

Data Primer yang di ambil adalah:

1. Lokasi industri genteng diperoleh dari plotting menggunakan GPS
2. Karakteristik produk genteng dan distribusi diperoleh dari wawancara dan questioner pada pelaku Industri.
3. Saluran distribusi di peroleh dari plotting lokasi (Pengumpul, atau toko khusus menjual genteng sokka) dan wawancara pelaku distribusi.

Teknik pengambilan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini :

1. Pelaku industri genteng di ambil secara acak sistematik. Sampel berjumlah 50 responden yang mewakili semua desa yang ada di sentra pembuatan genteng sokka
2. Pengumpul di ambil yang mewakili 3 tempat pemusatan industri genteng sokka

Data sekunder yang di kumpulkan

1. Peta administrasi di peroleh dari BAPPEDA
2. Peta jaringan jalan diperoleh dari BAPPEDA
3. Peta kondisi fisik Kebumen di peroleh dari BAPPEDA
4. Data pengusaha genteng Sokka diperoleh dari dinas Perindustrian 2010.
5. Profil Kabupaten kebumen 2010 di peroleh dari BAPPEDA
6. Data alamat ( persebaran ) lokasi industri genteng di peroleh dari Dinas Perindustrian tahun 2010.
7. Data perijinan pendirian industri dari KPPT tahun 2010.

### 3.6 Pengolahan Data

Dari data yang di peroleh maka dilakukan pengolahan data yaitu :

1. Data hasil plotting menggunakan GPS dimasukan ke dalam software Arcview 3.3, atau Arcgis menggunakan Map source.
2. Membuat peta-peta yang berkaitan dengan industri genteng di Kabupaten Kebumen
  - Membuat Peta Administrasi
  - Membuat Peta Sebaran lokasi Industri Genteng
  - Membuat Peta Sebaran Sampel
  - Membuat Peta Industri Berdasarkan Kapasitas Produksi
  - Membuat Peta Industri Berdasarkan Penggunaan Merk
  - Membuat Peta Industri Berdasarkan Variasi Produk
  - Membuat Peta Industri Berdasarkan Tingkatan Saluran Distribusi
  - Membuat Peta Industri Berdasarkan Jangkauan Distribusi.
  - Membuat Peta Jangkauan Distribusi
3. Mengolah data hasil wawancara questioner ( Tabulasi data ) menggunakan software excel.

### 3.7 Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah analisis secara deskriptif dimana metode yang digunakan adalah pendekatan keruangan. Dalam hal ini analisa yang menyangkut ruang menjadi prioritas yang di utamakan. Tahapan analisa yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjawab bagaimana persebaran lokasi, dilakukan dengan menggunakan anlisis tetangga terdekat.

$$T (\text{indeks persebaran tetangga terdekat}) = J_u / J_h$$

Keterangan :

Ju = Jarak rata – rata antara satu titik dengan titik tetangganya yang terdekat. (Total jumlah jarak antar tetangga terdekat / jumlah titik)

Jh = Jarak rata – rata yang diperoleh andai kata semua titik mempunyai pola random. ( $1 / \sqrt{P}$ )

P = Kepadatan titik dalam tiap kilometer persegi. (Jumlah titik N / Luas Wilayah A)

Nilai T berkisar antara 0 – 2,15. Jika  $T = 0 – 0,7$  pola persebarannya mengelompok (*cluster pattern*), apabila  $T = 0,7 – 1,4$  pola persebarannya acak (*random pattern*), dan apabila  $T = 1,4 – 2,1491$  pola persebarannya seragam (*dispersed pattern*) (Bintarto, 1979).

2. Membuat karakteristik industri
3. Analisis secara deskriptif mengenai tingkat saluran distribusi dan jangkauan distribusi genteng sokka yang dilakukan pihak produsen. Analisis deskriptif di lihat melalui overlay peta hasil quesioner.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM KABUPATEN KEBUMEN

#### 4.1 Administrasi Kabupaten Kebumen

Secara geografis Kabupaten Kebumen terletak pada  $7^{\circ}27'$ - $7^{\circ}50'$  lintang selatan dan  $109^{\circ}22'$ - $109^{\circ}50'$  Bujur Timur. Batas wilayah Kabupaten Kebumen :

Sebelah Timur	: Kabupaten Purworejo dan Kabupaten Wonosobo.
Sebelah Selatan	: Samudera Hindia
Sebelah Barat	: Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Cilacap
Sebelah Utara	: Kabupaten Banjarnegara

Kabupaten Kebumen terdiri atas 26 kecamatan, yang terbagi atas 449 desa dan 11 kelurahan dengan jumlah Rukun Warga (RW) sebanyak 1.930 dan 7027 Rukun Tetangga (RT). Pusat pemerintahan berada di kecamatan Kebumen. Berdasarkan administratif lokasi penelitian meliputi sentra genteng sokka yaitu kecamatan Pejagoan, Kebumen, Klirong dan Sruweng. Kecamatan dengan jumlah desa terbanyak yakni Kecamatan Ambal dengan 32 desa, dan Kecamatan Kebumen dengan 29 Desa. Sedangkan Kecamatan Sadang memiliki jumlah Desa paling sedikit yakni 7 Desa.

#### 4.2 Kondisi Fisik Kabupaten Kebumen

Kabupaten Kebumen mempunyai luas wilayah sebesar 128.111,50 ha atau 1.281,11 km<sup>2</sup>. Dengan kondisi wilayah sebagian merupakan daerah pantai, sebagian merupakan dataran rendah dan sebagian lagi merupakan dataran tinggi atau pegunungan. Bagian selatan Kabupaten Kebumen merupakan dataran rendah, sedangkan bagian utara berupa pegunungan, yang merupakan bagian dari rangkaian pegunungan Serayu. Terdapat rangkaian pegunungan kapur di selatan daerah Gombang yang membujur hingga pantai selatan, dikenal sebagai daerah Gombang Selatan.

Topografi Kabupaten Kebumen berada pada ketinggian 0–997,5 di atas permukaan laut (mdpl) dengan panjang garis pantai sekitar 57,5 km. Kemiringan tanahnya dapat dikelompokkan dalam 4 (empat) tingkatan, seperti terlihat dalam tabel 4.1.

Tabel 4.1 : Topografi Kabupaten Kebumen

No	Topografi	% Luas	Sebaran Lokasi
	Kemiringan:		
1.	0- 2% (datar)	52,26%	Wilayah Tengah & pesisir Selatan
2.	2-15% (bergelombang)	4,64%	
3.	15-40% (curam) dan	17,11%	Wilayah Tengah
	>40% (sangat curam)	25,99%	Wilayah bagian Utara dan sebagian Kecamatan Ayah

Sumber data : BAPPEDA Kebumen 2010

Jenis tanah yang terdapat di Kebumen ada Alluvial, Gleis, Latosol, Podzolik merah kuning dan regosol. Sedangkan tekstur tanahnya berupa lempung tersebar dibagian utara Kebumen, tekstur liat di daerah tengah, dan pasir di sepanjang pantai dan utara terdapat di sekitar Sempor. Tanah di sentra genteng berupa jenis tanah Gleis dan Podzolik merah kuning dengan tekstur lempung dan liat.

#### 4.3 Iklim

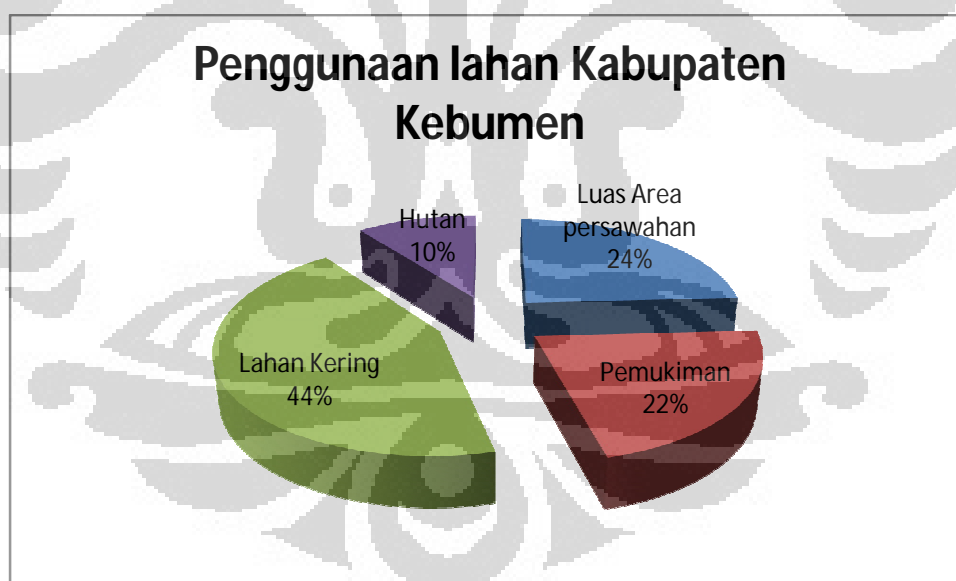
Pada tahun 2010 curah hujan dan hari hujan di Kabupaten Kebumen lebih tinggi dari tahun sebelumnya. Tercatat curah hujan selama tahun 2010 sebesar 4.100,21 mm lebih tinggi dari tahun sebelumnya sebesar 2,127,00 mm dan hari hujan sebanyak 172 hari lebih sering dari tahun sebelumnya sebanyak 107 hari. Suhu terendah yang terpantau di stasiun pemantauan Wadaslintang pada bulan Juli dengan suhu sekitar 23,20°C dan tertinggi 34,00°C pada bulan Februari dan Maret. Rata-rata kelembaban udara setahun 84,08% dan rata-rata kecepatan angin 0,94 meter/detik. Sedangkan pada stasiun pemantauan Sempor suhu terendah 21,16°C terjadi pada bulan Desember dan tertinggi 33,50°C pada bulan Februari.

Rata-rata kelembaban udara setahun 85,83% dan rata-rata kecepatan angin 1,59 meter/detik.

#### 4.4 Penggunaan Lahan

Kabupaten Kebumen bercorak agraris dengan penggunaan lahan yang dominan sebagai lahan persawahan, baik sebagai sawah irigasi teknis maupun tadah hujan. Penggunaan lahan untuk persawahan seluas 39.768 hektar atau 31,04% dari luas wilayah darat, yang terdiri dari lahan sawah teririgasi seluas 26.429 hektar dan lahan sawah tadah hujan seluas 13.339 hektar. Aliran irigasi berasal dari waduk Sempor dan waduk Wadaslintang.

Di wilayah-wilayah perkotaan dan pinggir jalan protokol setiap waktu terjadi alih fungsi lahan, yaitu dari lahan pertanian produktif ke lahan non pertanian. Sementara di beberapa wilayah lain juga terdapat alih fungsi lahan kering menjadi lahan sawah tadah hujan, sehingga secara total luas lahan persawahan relatif tetap yaitu sekitar 39.768 hektar.



Gambar 4.1 : Persentase penggunaan lahan  
Sumber : Pengolahan data Bappeda 2010

Dari luas wilayah Kabupaten Kebumen, pada tahun 2010 tercatat 39.768,00 hektar atau sekitar 31,04% merupakan lahan sawah dan 88.343,50 hektar atau 68,96% lahan kering. Menurut sistem irigasinya, sebagian besar lahan sawah beririgasi teknis (50,34%), dan hampir seluruhnya dapat ditanami dua kali



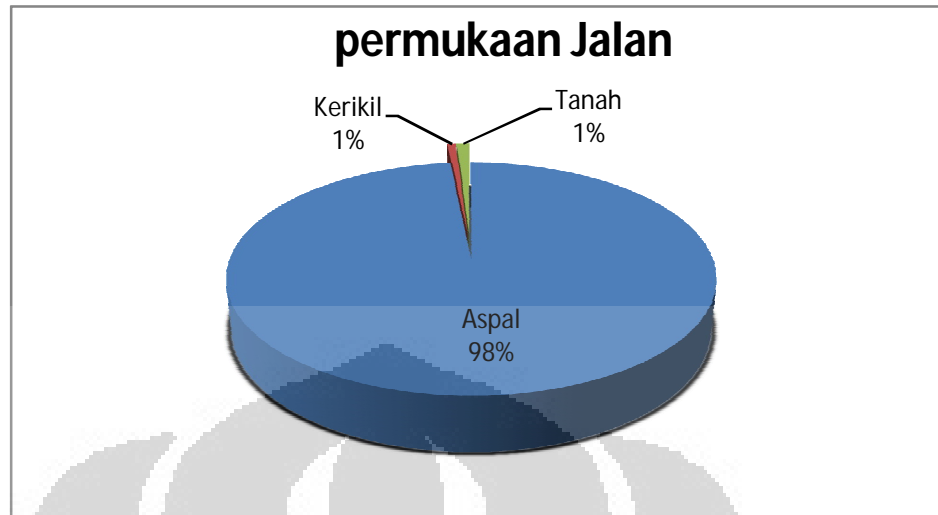
dalam setahun, beririgasi setengah teknis (9,23%), beririgasi sederhana (5,77%), beririgasi desa (2,65%) dan sebagian berupa sawah tadah hujan dan pasang surut (32,02%).

Penggunaan lahan kering (bukan sawah) dibagi menjadi untuk lahan pertanian sebesar 42.799,50 hektar (48,45%) dan bukan untuk pertanian sebesar 45.544,00 hektar (51,55%). Lahan kering untuk pertanian terbagi menjadi untuk tegal/kebun seluas 27.629,00 hektar, ladang/huma seluas 745,00 hektar, perkebunan seluas 1.159,00 hektar, hutan rakyat seluas 3.011,00 hektar, tambak seluas 24,00 hektar, kolam seluas 53,50 hektar, padang penggembalaan seluas 33,00 hektar, sementara tidak diusahakan seluas 231,00 hektar, dan lainnya seluas 9.914,00 hektar. Sedangkan lahan kering bukan untuk pertanian digunakan untuk bangunan seluas 26.021,00 hektar, hutan negara seluas 16.861,00 hektar, rawa-rawa seluas 12,00 hektar serta lainnya seluas 2.650 hektar.

#### **4.5 Kelas Jalan**

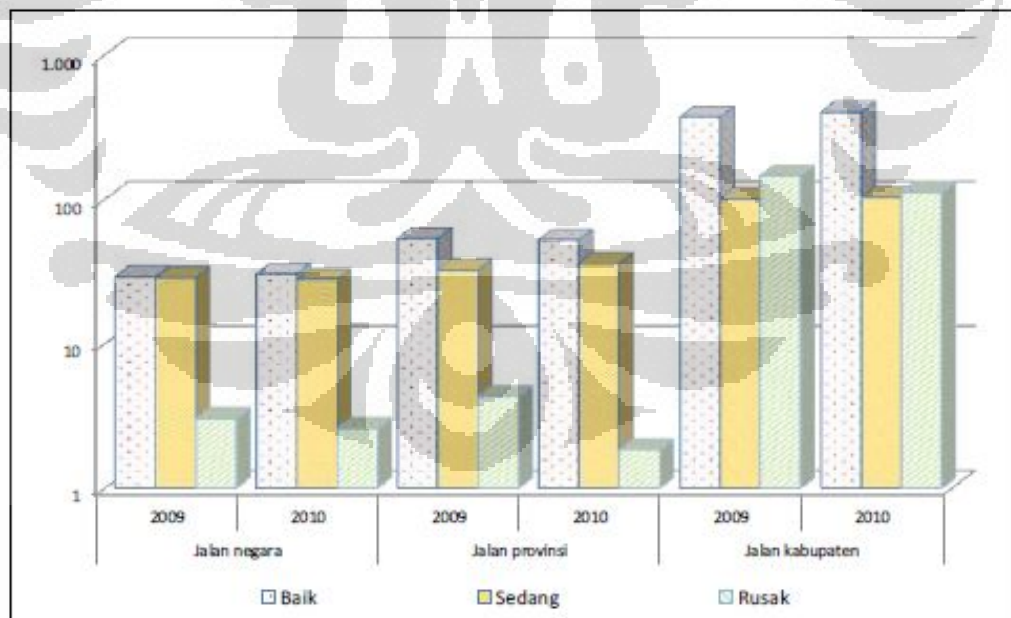
Data panjang jalan di Kabupaten Kebumen dapat dirinci menurut Keadaan (Jenis Permukaan, Kondisi dan Kelas Jalan) dan Status Jalan (Jalan Negara, Provinsi dan Kabupaten). Panjang jalan pada tahun 2010 adalah 756,803 Km terdiri dari 60,513 Km Jalan Negara, 90,090 Km Jalan Provinsi dan 615,200 Km Jalan Kabupaten.

Jika dilihat dari jenis permukaannya, keseluruhan Jalan Negara dan Jalan Provinsi sudah diaspal, sedangkan untuk Jalan Kabupaten 98,39% merupakan jalan yang sudah diaspal, dan 0,63% merupakan jalan yang sudah diperkeras dengan kerikil, sisanya 0,98% merupakan jalan tanah.



Gambar 4.2 : Persentase kelas jalan  
Sumber : Pengolahan Data Bappeda

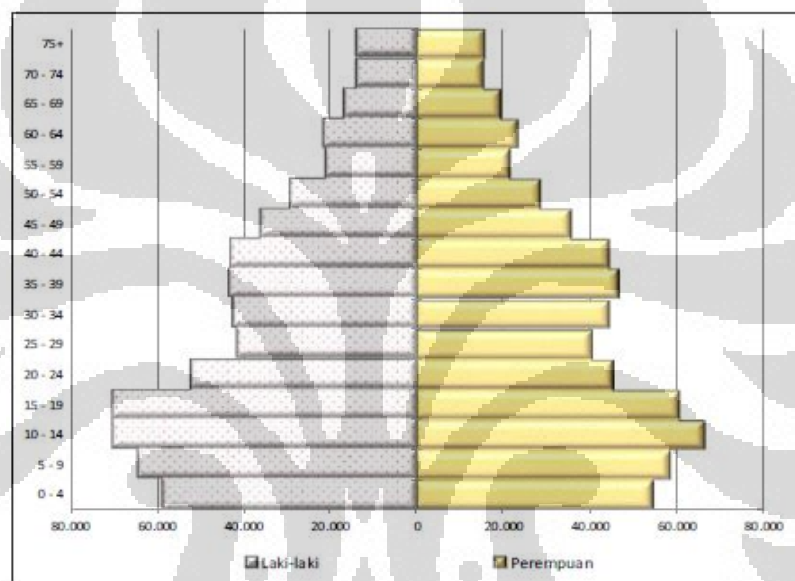
Dan jika dilihat dari kondisi jalannya, dapat dilihat bahwa untuk Jalan Negara 50,06% dalam kondisi baik dan sisanya dalam kondisi sedang dan rusak. Untuk Jalan Provinsi 58,07% dalam kondisi baik dan 39,89% dalam kondisi sedang, serta untuk Jalan Kabupaten 64,99% kondisi jalannya baik, jalan yang kondisinya sedang 16,75%, dan sisanya dalam kondisi rusak maupun rusak berat.



Gambar 4.3 : Kondisi jalan  
Sumber : Pengolahan Data Bappeda

#### 4.5 Kependudukan

Penduduk Kabupaten Kebumen pada tahun 2010 tercatat 1.258.947 jiwa, tumbuh sebesar 0,65% dari tahun sebelumnya, dengan jumlah rumah tangga sebanyak 304.460 rumah tangga sehingga rata-rata jumlah jiwa per rumah tangga sebesar 4 jiwa. Kepadatan penduduk Kabupaten Kebumen sebesar 983 jiwa/km<sup>2</sup>, dengan Kecamatan Kebumen merupakan daerah terpadat penduduknya dengan 2.959 jiwa/km<sup>2</sup> dan Kecamatan Sadang merupakan daerah terjarang penduduknya dengan 368 jiwa/km<sup>2</sup>.



Gambar 4.4 : Piramida penduduk Kebumen

Sumber : Pengolahan Data Bappeda

Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 635.584 jiwa dan perempuan sebanyak 623.363 jiwa sehingga sex rasionya sebesar 102. Ditinjau dari persebaran penduduknya, penduduk terbanyak di Kecamatan Kebumen, yaitu sebesar 9,88%, dan penduduk paling sedikit di kecamatan Padureso sebesar 1,15% dari seluruh penduduk Kabupaten Kebumen. Dilihat menurut kelompok umur, penduduk dibawah 15 tahun sebesar 29,52% (371.659 jiwa) dan penduduk 65 tahun keatas sebesar 7,65% (96.249 jiwa), sedang penduduk 15 – 64 tahun sebesar 62,83% (791.039 jiwa).

Keadaan tenaga kerja (penduduk 10 tahun keatas) yang pada tahun 2010 berjumlah 1.023.345 jiwa terlihat angkatan kerja sebesar 67,40% dan bukan angkatan kerja sebesar 32,60%. Dan dari penduduk angkatan kerja yang bekerja sebanyak 94,87% dan yang 5,13% merupakan pencari kerja. Dari jumlah penduduk yang bekerja, 52,56% diantaranya bekerja di sektor pertanian, 15,02% bekerja di sektor jasa-jasa, 9,60% bekerja di sektor perdagangan, hotel dan restoran, serta sisanya di sektor industri pengolahan, konstruksi, angkutan dan komunikasi, dan sektor lainnya.

Penduduk usia produktif (umur 15-64 tahun) selama tahun 2005-2010 meningkat rata-rata 4,66% per tahun, yaitu dari 750.880 jiwa (2005) menjadi 791.041 jiwa (2010). Selama kurun waktu itu, angka ketergantungan berkisar antara 61-62. Hal ini berarti, setiap 100 penduduk Kabupaten Kebumen yang berusia produktif (umur 15-64 tahun) harus menanggung antara 61-62 orang non produktif (umur 0-14 tahun dan 65 tahun ke atas).

Dilihat dari tatanan kesejahteraan keluarga, diketahui bahwa jumlah Keluarga Pra Sejahtera mengalami penurunan, yaitu dari 94.263 KK (27,87%) di tahun 2009 menjadi 91.839 KK (27,87%) di tahun 2010. Sedangkan persentase Keluarga Sejahtera (KS) I tahun 2009 sebesar 23,27% turun menjadi 22,65% (tahun 2010).

Tingkat pendidikan penduduk juga makin baik. Hal ini ditunjukkan antara lain dengan meningkatnya Angka Wajib Belajar (AWB). AWB, yaitu jumlah penduduk yang telah menyelesaikan pendidikan SD dan SLTP meningkat 2,04%, yaitu dari 807.545 orang (tahun 2004) menjadi 824.043 orang (tahun 2007). Angka Partisipasi Kasar (APK) untuk SD/ sederajat tahun 2010 sebesar 102,23%. Sedangkan APK SLTP/ sederajat meningkat 5,33%, yakni dari 90,06% (tahun 2005) menjadi 95,39% (tahun 2010). Kemudian APK SLTA/ sederajat meningkat 1,71% yaitu dari 56,04% (tahun 2005) menjadi 57,75% (tahun 2010).

#### 4.6 Perindustrian

Perusahaan Industri Menengah tercatat 7 perusahaan yang terdiri dari: 1 perusahaan Industri Makanan, Minuman dan Tembakau, 2 perusahaan Industri Kayu dan Barang dari Kayu, 1 perusahaan Industri Kertas dan Barang dari Kertas, 2 perusahaan Industri Kimia dan Barang dari Kimia, Batu Bara, Karet dan Plastik dan 1 Perusahaan Industri Barang dari Logam, Mesin dan Peralatannya.

Klasifikasi Industri Kecil dari 2.295 perusahaan yang ada, 1.151 perusahaan atau 50,15% diantaranya bergerak dalam Industri Barang Galian Bukan Logam kecuali Minyak Bumi dan Batu Bara, 224 perusahaan Industri Makanan, Minuman dan Tembakau, serta 90 perusahaan Industri Kimia dan Barang dari Kimia, Batu bara, Karet dan Plastik.

Jumlah tenaga kerja yang diserap oleh sektor industri sebanyak 96.743 orang pekerja yang didominasi oleh pekerja pada Industri Kerajinan Rumah Tangga yaitu sebanyak 74.405 orang pekerja (76,91%), 18.594 orang (19,22%) pada Industri Kecil, 2.984 orang (3,08%) pada Industri Besar dan sisanya sebanyak 760 orang bekerja pada Industri Menengah. Jadi rata-rata pekerja per perusahaan untuk Industri Besar sebanyak 746 orang, Industri Menengah sebanyak 109 orang, Industri Kecil 8 orang, dan Industri Kerajinan Rumah Tangga 2 orang.

UKM di Kabupaten Kebumen masih dihadapkan pada banyak kelemahan, antara lain, keterbatasan akses terhadap pasar, manajemen yang masih lemah, serta pemodalannya. Keterbatasan akses pasar lebih dipengaruhi oleh keterbatasan UKM dalam memahami informasi pasar potensial atas barang atau jasa yang dihasilkan. Kelemahan dalam memahami sifat dan perilaku konsumen menjadikan UKM sering gagal ketika menjajagi pasar ekspor. Ketika UKM memasuki pasaran ekspor, hampir selalu tidak dibarengi dengan profesionalitas yang diharapkan. Kasus yang sering terjadi, UKM kemudian tidak mampu menjaga kualitas dan kontinuitas produksi, kedisiplinan waktu penyerahan serta cedera janji atas materi yang disepakati.

Terkait dengan pendanaan, selain keterbatasan dana yang dimiliki UKM untuk mengembangkan usahanya, perbankan, maupun lembaga non bank, juga belum sepenuhnya berpihak pada UKM. Terbukti skala kredit bank yang disediakan kepada UKM relatif terbatas dan diperumit dengan prosedur kredit yang sulit. Misalnya, UKM harus mempunyai agunan yang memadai, baik berupa tanah atau yang lain.

Selain itu kendala juga terjadi akibat tumpang tindih dan lemahnya koordinasi dalam pembinaan UKM. Selain Departemen Koperasi dan UKM, masih ada beberapa departemen dan instansi yang memberikan pembinaan antara lain: Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Departemen Pertanian, Departemen Pariwisata dan Departemen Perhubungan serta Bank Indonesia.

#### **4.7 Genteng Sokka**

##### **a. Proses Pembuatan**

Proses pembuatan genteng diawali dengan pengolahan bahan mentah berupa tanah. Bagian lapisan paling atas dari tanah yaitu bunga tanah tidak digunakan sebagai bahan pembuat genteng, hal ini dikarenakan kandungan humus dan unsur hara yang sangat baik untuk tanaman. Pengambilan tanah dilakukan dengan cara menyingkirkan lapisan bunga tanah, dan tanah yang diambil adalah tanah dibagian bawah bunga tanah yaitu kurang lebih kedalaman 25 cm dari permukaan tanah. Proses selanjutnya adalah pembersihan tanah dari material-material pengotor seperti batu, plastik, sampah dll.

Setelah didapatkan tanah liat, proses selanjutnya adalah penggilingan. Tujuan dari proses ini adalah untuk memperoleh tanah liat yang homogen dengan partikel-partikel yang lebih halus dan merata. Proses penggilingan dilakukan dengan cara memasukkan tanah liat ke dalam mesin penggiling tanah atau lebih dikenal dengan nama molen, pada proses ini juga ditambahkan sedikit pasir laut. Tujuan penambahan pasir laut adalah supaya tanah tidak terlalu lembek sehingga mempermudah proses penggilingan. Penggilingan berlangsung dalam waktu yang singkat dengan output berupa tanah liat yang telah tercetak kotak-kotak sesuai dengan ukuran genteng yang akan dibuat. Kotak-kotak tanah liat ini biasa

dinamakan keweh. Keweh inilah yang pada nantinya merupakan bahan baku sebagai pembuatan genteng.

Proses selanjutnya adalah pencetakan genteng. Pencetakan genteng dilakukan dengan cara memasukkan keweh ke dalam mesin cetak berupa mesin press ulir. Sebelum dimasukkan, keweh di pipihkan dengan cara dipukul-pukul dengan kayu atau biasa dikenal dengan gebleg. Tujuan dari gebleg adalah mendapatkan keweh yang padat dan juga sesuai dengan ukuran mesin press. Output dari mesin press ini berupa genteng basah dengan bentuk yang masih belum rapi. Proses selanjutnya adalah perapihan dimana bagian tepi genteng diratakan dan dibersihkan dari sisa-sisa tanah liat yang masih menempel akibat proses pengepressan.

Beberapa tahap yang harus dilalui dalam proses pengeringan genteng. Pertama adalah proses pengeringan dengan cara diangin-anginkan. Dimana genteng hasil pengepressan diletakan di dalam rak dalam waktu 2 hari. Proses pengeringan selanjutnya adalah pengeringan dengan menggunakan sinar matahari. Pengeringan ini dilakukan dengan cara menjemur genteng secara langsung di bawah terik matahari selama kurang lebih 6 jam. Pengeringan genteng selanjutnya berlangsung di dalam tungku. Pengeringan dalam tungku berlangsung selama 2 hari atau 48 jam. Pengeringan dilakukan dengan cara memasukkan genteng ke dalam tungku kemudian dipanaskan dengan menggunakan bahan bakar berupa kayu. Pengeringan ini merupakan pengeringan tahap akhir. Pengeringan ini juga sebagai pra pembakaran. Proses selanjutnya adalah pembakaran. Pembakaran berlangsung selama 12 jam dimana suhu ditingkatkan sampai dengan kurang lebih 800 derajat celsius kemudian ditahan pada suhu tersebut.

#### b. Bentuk

Genteng Sokka Kebumen diproduksi dalam dua bentuk yaitu genteng natural dan glazur. Genteng Sokka natural dan glazur memiliki bentuk yang sama hanya berbeda, untuk genteng glazur terdapat lapisan keramik sehingga warnanya mengkilap dan tahan terhadap jamur. Dalam proses pembuatannya antara genteng natural dan glazur memiliki waktu dan proses yang berbeda, glazur memerlukan waktu yang lebih lama dibandingkan natural. Sehingga harga genteng Sokka

antara jenis glazur dan natural juga berbeda, harga glazur lebih mahal dibandingkan genteng Sokka yang natural. Hal ini disebabkan genteng Sokka glazur memiliki keindahan dan ketahanan terhadap jamur yang lebih baik dibandingkan genteng Sokka yang natural.

#### c. Kualitas

Genteng Sokka Kebumen sudah terkenal sebagai genteng yang kuat dan berkualitas baik. Kualitas genteng Sokka dibagi menjadi tiga yaitu kualitas 1 (KW1), kualitas 2 (KW2), dan Kualitas 3 ( KW 3 ).

KW 1 dalam proses pembakaran biasanya dihasilkan dari genteng yang ada di posisi tengah, warna merah kekuning-kuningan, KW 2 di peroleh dari posisi atas dan pinggir, warna genteng biasanya merah agak pudar. Doreng diperoleh dari posisi bawah, biasanya berwarna merah tua dan ada kehitaman tapi tidak merata.

#### d. Jenis

Jenis genteng yang diproduksi yaitu morando, milano, perdana magase, mantili, plentong bulat atau papak, dan kodok. Genteng kerpus yang diproduksi yaitu kerpus lancip, kerpus papak, dan kerpus bulat.

#### e. Bahan Baku

Secara internal Industri genteng Sokka juga mempunyai dampak negatif, karena penggalian tanah liat yang tanpa aturan akan merusak lingkungan. Lahan yang diambil tanah liatnya sebagian besar merupakan bekas sawah yang dijual pemiliknya seusai panen. Alih fungsi dari lahan sawah menjadi tanah galian itu membuat lahan rusak dan ada kemungkinan tidak dapat ditanami lagi.

Tanah yang diambil biasanya merupakan lapisan permukaan dari sawah yakni jenis tanah yang digunakan sebagai bahan pokok untuk industri genteng di Kebumen. Dari sumber asal bahan baku, tingkat ketinggian dari banyak sawah di daerah tersebut turun, dan sebagian sawah berlubang sedalam satu setengah meter. Hanya tanah dengan kandungan tanah liat tinggi yang bisa dipakai untuk membuat genteng dengan kualitas bagus merupakan bukti bahwa sawah merupakan sumber terbaik untuk bahan mentah industri.



Industri genteng di Kabupaten Kebumen memperoleh bahan baku tanah liat ada bermacam-macam cara. Industri memperoleh bahan baku ada yang mengolah tanah sawah sendiri untuk dijadikan adonan (sawah sendiri maupun sewa), membeli tanah tiap truk dan membeli adonan tanah yang telah siap di cetak.

Ditinjau dari asal bahan baku tanah liat berdasarkan kecamatan tempat pengambilan tanah liat. Sebagian besar industri mengambil bahan baku dari desa sekitar industri (kecamatan setempat) tapi ada beberapa industri yang mengambil tanah liat dari kecamatan lain. Seperti yang terjadi di desa Jatisari beberapa industri mengambil bahan baku tanah liat dari kecamatan Klirong.

Kecamatan Klirong menjadi tempat tujuan pengambilan bahan baku saat ini. Sentra di Jatisari mengambil bahan baku tanah berasal dari Klirong yang jaraknya cukup jauh dari lokasi industri. Untuk Bahan pembakaran (kayu bakar) biasanya di peroleh tidak selalu tetap karena dalam 1 bulan perusahaan genteng bisanya hanya melakukan 2 kali pembakaran. Untuk 1 tungku di butuhkan kayu sebanyak kurang lebih 5 truk ( Rp 5 juta ). Kayu-kayu berasal dari kabupaten Wonosobo, Banjarnegara dan Tasik.

#### **4.8 Tenaga Kerja**

Dengan banyaknya Industri Genteng Sokka asal Kebumen, bagi Pemerintah Daerah Kabupaten Kebumen berdampak positif bagi perekonomian masyarakat Kebumen. Industri Genteng Sokka mempunyai kontribusi yang banyak terhadap perekonomian masyarakat Kebumen. Industri genteng Sokka membantu Pemerintah daerah kabupaten yaitu mengurangi angka pengangguran karena Industri genteng Sokka banyak menyerap tenaga kerja-tenaga kerja masyarakat sekitarnya.

Dari 50 responden pengusaha genteng hasil wawancara, penyerapan tenaga kerja berasal dari Kabupaten Kebumen semua. Dari 50 pengusaha genteng mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 792 orang. Disaat musim penghujan, dimana produksi genteng tidak terlalu lancar, para buruh ada yang beralih mata pencaharian sebagai buruh tani dan menjadi buruh genteng lagi saat musim kemarau tiba.

Kebanyakan tenaga kerja yang bekerja di industri genteng adalah perempuan. Satu pabrik dengan 1 mesin biasanya akan di kerjakan oleh 6 orang pekerja dengan proporsi tenaga perempuan sebanyak 4 orang sedangkan laki-laki sebanyak 2 orang.

Dari data yang di peroleh jumlah pekerja perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Tenaga kerja perempuan sebanyak 509 orang, sedangkan tenaga kerja laki-laki sebanyak 283 orang atau 2 banding 1. Upah tenaga kerja perempuan lebih murah daripada tenaga kerja laki-laki, satu hari tenaga perempuan akan memperoleh upah sebesar Rp. 12.000 sedangkan laki-laki sebesar Rp 15.000 dengan jam kerja yang sama ( pukul 07.00 – 16.00 ). Kecilnya upah buruh yang bekerja menyebabkan tenaga kerja laki-laki enggan untuk bekerja di pabrik genteng, mereka lebih senang bekerja sebagai pengangkut tanah liat yang menggunakan system borongan karena di nilai akan mendapatkan upah yang lebih tinggi daripada jika bekerja di pabriknya.

Untuk industri kecil pembagian tugas pekerja sebatas menjalankan kegiatan produksi saja, yaitu pencetakan, pemadatan bahan baku, pengeringan dan merapikan. Untuk proses pembakaran biasanya dilakukan bersama-sama. Untuk pemasaran dan penjualan produk genteng dilakukan pemilik industri Sedangkan untuk industri dengan skala yang besar telah memiliki pembagian tugas yang cukup baik.

#### **4.9 Sentra Industri Genteng Sokka**

Asal mula nama genteng merek Sokka berasal dari kata Sokka yang merupakan nama daerah yang terdapat Pabrik Tebu yang merupakan peninggalan Penjajah Hindia Belanda yang ada dipertigaan Pejagoan dan Kedawung. Pengenalan industry genteng pertama kali di perkenalkan pemerintah Kolonial Belanda yaitu sekitar tahun 1920, saat itu pemerintah belanda melakukan pemetaan daerah-daerah yang bagus untuk dijadikan bahan atap bangunan. Pertama kali pendirian Industri genteng sokka di Pejagoan namun sekarang telah menjadi SMP N 1 pejagoan. Salah satu penggunaan genteng pada saat itu yaitu industry pabrik gula di prembun (saat ini menjadi Asrama Brimob).

Kecamatan Pejagoan identik dengan genteng Sokka karena menjadi sentra pembuatan genteng Sokka. Dari 13 desa yang terbagi dalam 64 RW dan 257 RT hampir semuanya berprofesi sebagai pengusaha genteng, maupun buruh pabrik genteng. Penduduk berjumlah 50.144 dengan sex ratio 105 dan tingkat kepadatan penduduk 1.450 jiwa/km<sup>2</sup>. Luas wilayah 3.458 hektar atau 2,70% dari luas wilayah total Kabupaten Kebumen ini

Luas lahan sawah hanya sekitar 19,14%. Sisanya berupa lahan kering yang selain dimanfaatkan sebagai bahan dasar pembuatan genteng juga ditanami berbagai macam tanaman ladang. Mata pencaharian penduduk yang bertumpu pada sektor pertanian juga cukup tinggi, disusul oleh sektor industri pengolahan.

Kedua sektor tersebut berjalan beriringan karena adanya 2 musim yang bergantian. Disaat musim penghujan, dimana produksi genteng tidak terlalu lancar, para buruh genteng beralih mata pencaharian sebagai buruh tani, dan kembali menjadi buruh genteng lagi saat musim kemarau tiba. Pilihan mata pencaharian tersebut menjadikan Kecamatan Pejagoan memiliki distribusi mata pencaharian yang cukup tinggi di dua sektor, yaitu Sektor Pertanian dan Sektor Industri. Meskipun demikian, Industri genteng tersebut masih perlu dikembangkan, karena sampai saat ini bentuk industri tersebut sebagian besar berupa industri kecil yang masih memiliki kesulitan dalam pemasarannya.

Selain kecamatan Pejagoan, kecamatan yang juga identik dengan produksi genteng adalah Kecamatan Sruweng. Secara geografis keduanya saling berbatasan. Kecamatan ini memiliki luas wilayah 4.368 hektar atau 3,41% dari keseluruhan luas wilayah Kabupaten Kebumen. Jumlah penduduk 59.9660 jiwa, dengan sex ratio 103 sebagian besar berprofesi sebagai pengrajin genteng. Luas lahan kering 68,70% dari luas kecamatan dengan kualitas tanah yang memang terbaik sebagai bahan dasar pembuatan genteng membuat usaha pembuatan genteng tetap dapat mempertahankan kualitas hasil akhir tinggi, meskipun dibebani biaya produksi yang juga semakin tinggi.

## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Hasil

##### 5.1.1. Persebaran Industri Genteng Sokka

Hasil sensus 2010 mengenai sebaran industri genteng sokka sebanyak 720 titik ( industri genteng ) yang di plotting, menunjukkan persebaran industri genteng mengelompok di sepanjang jalan arteri terutama yang melalui kecamatan Pejagoan, Kebumen, Klirong dan Sruweng. Meskipun, sensus yang dilakukan hampir lengkap, namun ada banyak kemungkinan terdapat beberapa perusahaan yang tidak terplotting oleh karena itu jumlah industri yang ada kemungkinan lebih tinggi dari hasil sensus.

Dari peta 2 dan 3 dapat terlihat persebaran industri genteng sokka mengelompok di sepanjang jalan arteri. Untuk memperjelas pola persebaran hasil plotting sebaran industri genteng sokka, kemudian di hitung menggunakan analisis tetangga terdekat ( NNA ). Dari perhitungan hasil yang di dapatkan menunjukkan angka 0,01 atau kurang dari 0,7. Angka tersebut dapat diartikan persebaran industri genteng sokka yang terdapat di Kabupaten Kebumen mengelompok ( kluster ). Jika di lihat dari peta 3 , Persebaran industri mengelompok mengikuti jaringan jalan arteri, di bagian timur ada di desa Jatisari, bagian tengah berada di jalan lingkar selatan kebumen kebanyakan berada di sebelah barat Sungai Lokulo, selatan jalan arteri mengelompok di Desa Murtirejo dan mengelompok di dekat simpang lima Kebumen.

Jaringan jalan berperan dalam hal proses pengangkutan bahan baku dan pemasaran produk genteng itu sendiri. Selain terkait dengan jalan persebaran industri genteng juga dipengaruhi faktor sejarah. Dimana sebarannya sebatas di beberapa kecamatan saja. Sejarah awal pendirian industri dimulai sejak jaman Kolonial Belanda, pada waktu pemerintah Belanda melakukan pemetaan daerah yang cocok untuk dijadikan industri atap rumah. Awal mula daerah yang

dijadikan tempat pendirian genteng di Sokka ( pertigaan Kedawung dan Pejagoan ). Pada akhirnya industri pembuatan genteng berkembang dan bertambah ke lokasi sekitarnya sampai sekarang. Industri genteng asal Kabupaten Kebumen kemudian terkenal dengan sebutan genteng sokka.

Sebaran sampel dapat dilihat di Peta 4, yaitu 50 sampel industri yang di harapkan akan dapat merepresentasikan kondisi industri genteng yang ada di Kabupaten Kebumen. Pengambilan sampel di lakukan secara acak merata, sehingga sebaran sampel merata di semua sentra. Lokasi industri tidak berpengaruh terhadap jangkauan dan saluran distribusi sehingga distribusi hanya dilihat dari karakteristik industri saja.

### 5.1.2. Produksi Genteng

#### 5.1.2.1. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi genteng terkait dengan jumlah industri yang di miliki dan jumlah mesin press yang ada dalam industri. Satu mesin press akan mampu menghasilkan kurang lebih 800 genteng tiap hari. Pada musim penghujan produksi genteng bisa menurun sampai  $\frac{1}{2}$  dari hasil produksi musim kemarau. Hal tersebut terkait dengan ketersediaan bahan baku tanah liat yang susah dan cuaca yang tidak mendukung untuk pengeringan ( sering hujan ). Dari industri kemudian dilihat kapasitas produksinya. Berikut tabel industri berdasarkan kapasitas produksi tiap bulan (< 15.000, 15.000–30.000, 30.000–45.000, 45.000–60.000, dan > 60.000 ).

Tabel 5.1 : Industri berdasarkan kapasitas produksi ( Musim kemarau )

Kapasitas produksi tiap bulan ( Buah )	Jumlah industri
Kurang dari 15.000 ( Buah )	6 %
15.000 – 30.000 ( Buah )	48 %
30.000 – 45.000 ( Buah )	8 %
45.000 – 60.000 ( Buah )	14 %
Lebih dari 60.000 ( Buah )	24 %

Sumber : Pengolahan data survei

Pada saat proses pembakaran dengan ukuran tobong kecil umumnya akan menghasilkan kurang lebih 15.000 genteng tiap pembakaran. Jika dilihat dari tabel 5.1 kebanyakan industri memproduksi genteng sebanyak 15.000 – 30.000 genteng tiap bulan. Sedangkan industri yang membuat dengan kapasitas kurang dari 15.000 tiap bulan hanya 6 % .



Gambar 5.1 : Industri kapasitas produksi < 15.000 genteng/ bulan ( Kanan )  
dan > 60.000 genteng/ bulan ( kiri )  
Sumber : Pengolahan data Survei

Dilihat dari Peta 5 sebaran industri dengan kapasitas produksi lebih dari 60.000 genteng tiap bulan industri berada di dekat jalan arteri dan ada di sebelah barat. Industri dengan kapasitas produksi 45.000 – 60.000 genteng/ bulan juga berada di sepanjang jalan arteri dan jalan kolektor. Industri dengan kapasitas produksi 15.000 – 30.000/ bulan sebarannya kebanyakan berada jauh dari jalan arteri. Industri dengan kapasitas tersebut paling banyak di Kedawung. Industri dengan kapasitas kurang dari 15.000 di temukan paling banyak di desa Jatisari (bagian timur).

#### 5.1.2.2. Variasi Jenis Genteng

Jenis genteng yang diproduksi di Kebumen bervariasi seperti morando, magase, mantili, plentong, kodok dan kerpus. Industri skala kecil dan menengah umumnya hanya memproduksi genteng jenis Plentong dan Magas saja. Karena genteng jenis tersebut banyak disukai konsumen dan permintaannya tinggi. Pengusaha industri skala kecil lebih memilih membuat genteng yang cepat laku meskipun dari harga cenderung paling murah. Variasi jenis genteng yang

dihasilkan industri dengan kapasitas kecil juga sebatas satu atau dua jenis genteng saja yang di produksi. Berikut persentase jumlah industri berdasarkan variasi jenis genteng yang di produksi.

Tabel 5.2. : Persentase Industri berdasarkan variasi jenis genteng yang diproduksi

variasi jenis genteng yang di produksi	Jumlah industri
1 Jenis	44%
2 Jenis	36%
3 Jenis	14 %
4 Jenis atau lebih	6 %

Sumber : Pengolahan data survei

Dari tabel 5.2 terlihat jumlah industri yang membuat genteng dengan banyak variasi jenis genteng cenderung sedikit. Kebanyakan industri hanya membuat satu atau dua jenis genteng saja. Sedangkan industri yang memproduksi genteng dengan variasi 3 jenis dan 4 jenis atau lebih hanya sedikit yaitu 14 % dan 6 % saja.



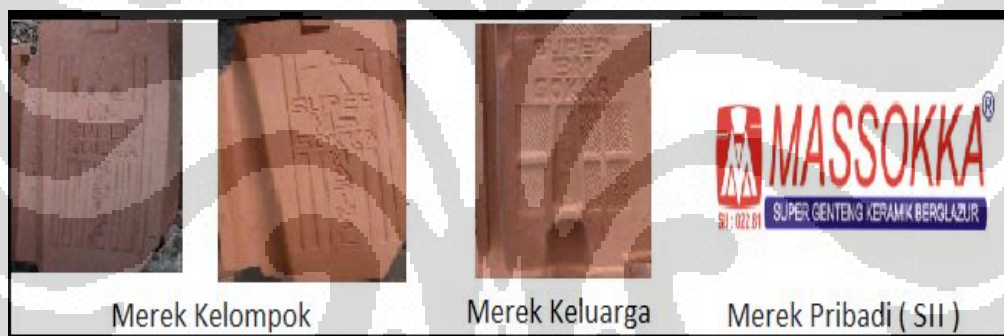
Gambar 5.2 : Jenis genteng sokka  
Sumber : Industri genteng Massokka

Di Lihat dari Peta 6, Industri dengan variasi produk lebih dari 4 jenis genteng hanya sebatas industri yang berada di jalan arteri saja, yaitu Massokka, Iman Supper dan MS Sokka. Industri dengan variasi produk 3 jenis, terletak di dekat jalan arteri ada satu industri letaknya jauh dari jalan arteri. Untuk jenis industri dengan variasi produk satu dan dua jenis genteng sebaran lokasinya

cenderung tersebar merata, baik di dekat jalan arteri ataupun jauh. Di bagian timur (Desa Jatisari) semua industri yang ada hanya memproduksi satu jenis genteng saja.

### 5.1.2.3. Merek

Jumlah perajin genteng sokka yang ada di Kabupaten Kebumen cukup banyak, dari yang hanya mempunyai satu industri sampai mereka yang mempunyai lebih dari sepuluh industri. Biasanya antar perajin akan mempunyai merek yang berbeda, kecuali perajin yang memiliki hubungan saudara biasanya mereka mempunyai merek yang sama (usaha warisan dari orang tua). Merek tersebut biasanya berupa inisial nama dari pemilik disamping terdapat kata sokka sebagai tanda genteng produksi asal Kabupaten Kebumen.



Gambar 5.3 : Penggunaan Merek  
Sumber : Survei Lapang

Penggunaan merek secara kolektif yang di kelola secara baik belum begitu diterapkan pada produk genteng sokka. Keberadaan koperasi yang seharusnya sebagai wadah dari perajin yang mampu membantu dalam proses modal maupun pemasaran. Koperasi yang ada rata-rata tidak dapat berjalan dan bertahan lama. Keberadaan koperasi seharusnya dapat mempersatukan merek yang berbeda-beda. Meskipun Merek genteng sokka bermacam-macam namun biasanya terdapat kata Sokka dalam merek sehingga dapat dijadikan pengenalan produk genteng asal Kabupaten Kebumen tersebut.



Dalam penelitian ini, penggunaan merek genteng sokka di Kebumen dibagi menjadi 3 yaitu merk kelompok, merk keluarga dan merk pribadi. Berikut Presentase penggunaan merek yang ada di kabupaten Kebumen :

Tabel 5.3 : Persentase Industri berdasarkan merk yang digunakan

MERЕК	Jumlah Industri
Pribadi	32 %
Keluarga	34 %
Kelompok	34 %

Sumber : Pengolahan data survei

Dari tabel 5.3 penggunaan merek genteng hampir sama persentasenya antara pengguna merek kelompok, merek keluarga dan merek pribadi . Semua pengrajin yang ada di desa Jatisari menggunakan merek kelompok. Dalam satu desa di Jatisari mereknya hanya ada 2 kelompok, yaitu merek pengumpul dan merek bersama. Sedangkan Wonosari dan Pekunden industri menggunakan merek pribadi. Merk kelompok yang biasanya digunakan adalah merek MS. Banyaknya penggunaan merek tersebut disebabkan dulunya terdapat koperasi genteng yang menggunakan satu merek dagang yaitu MS (Makmur Sejahtera). Namun sekarang koperasinya sudah tidak ada dan hanya tinggal pengrajinnya.

Penggunaan merek kelompok akan mempermudah pengrajin dalam memasarkan hasil produksi genteng. Dari merek kelompok didalamnya terdapat merek yang berasal dari juragan, pengumpul dan bersama ( namun tidak terorganisasi dengan baik ). Sedangkan merek keluarga biasanya terdiri dari beberapa orang yang masih ada hubungan kekeluargaan.

Penggunaan merek kelompok bersama dalam penelitian ini berarti satu merek digunakan oleh banyak pengusaha, namun tidak selalu terorganisasi dengan baik atau tidak ada hubungan keluarga antar perajin. Penyamaan merek dilakukan untuk mempermudah dalam pemasaran dan bisa saling melengkapi pasokan jika terjadi kekurangan. Sedangkan bagi pengumpul, mempermudah dalam memperoleh barang yang sama dan mempermudah waktu penjualan

kembali. Merek dari Juragan biasanya pengusaha akan menyetorkan hasil produksinya ke juragan karena mendapat stok bahan baku.

Tabel 5.4. Penggunaan Merek Kelompok

Merek Kelompok	Jumlah industri	Merek
Bersama	13	MS, JDN, CHM, SI, KM, RS dan THD
Merk pengumpul	1	JTS
Juragan	3	Malindo, HM dan YS

Sumber: Pengolahan data survei

Untuk genteng merek keluarga terdiri dari beberapa orang yang menggunakan merek yang sama. Biasanya karena masih memiliki hubungan kekeluargaan. Genteng merek keluarga biasanya penjualan maupun bahan baku akan saling melengkapi. Berikut tabel merek genteng yang menggunakan merek keluarga :

Tabel 5.5. Penggunaan Merek Keluarga

Merek	Jumlah Industri pemakai
HS, MI, SDN, SR	3
BM, SPR, KMS	4
MM, HM, Iman Super, SHN, SN, SAD	2
MHR, HAB	5

Sumber: Pengolahan Data Survei lapang

Satu merek keluarga biasanya akan digunakan oleh 2 sampai 5 pengusaha. Pemilik merek keluarga yang ada saat ini, biasanya merupakan generasi kedua dari pendiri industri genteng sebelumnya. Industri yang menggunakan merek keluarga akan lebih mempermudah dalam memperoleh bahan baku dan pemasaran produk genteng.

Dari Peta 7, industri berdasarkan merek yang digunakan terlihat penggunaan merek kelompok, keluarga maupun pribadi tersebar merata. Namun penggunaan merek pribadi lebih banyak berada di sepanjang jalan arteri, terutama yang berada di bagian barat. Penggunaan merek keluarga paling banyak berada di bagian tengah. Untuk bagian timur penggunaan merek keluarga tidak ada.

Penggunaan merek kelompok banyak terdapat di bagian barat sentra dan sebarannya merata baik di jalan arteri maupun jauh dari jalan arteri.

#### 5.1.2.4. Lamanya Industri Berdiri

Pembuatan genteng di Kabupaten Kebumen sudah ada sejak penjajah Hindia Belanda. Industri genteng yang pertama kali didirikan berada di pertigaan Pejagoan dan Kedawung yang kemudian menjadi pusat industri genteng. Setelah itu masyarakat sekitarnya mendirikan industri genteng sokka sampai sekarang. Keberadaan industri genteng sokka yang ada saat ini merupakan warisan dari pengusaha genteng terdahulu yang kebanyakan diturunkan secara turun temurun.

Meskipun pembuatan genteng telah berlangsung lama, namun penggunaan mesin press ( genteng press ) bermunculan setelah genteng non press di nilai tidak laku di pasaran. Kebagoran salah satu desa yang dahulunya sebagai sentra genteng ( non press ) saat ini pengusaha genteng telah beralih profesi menjadi pengrajin bata merah, karena genteng yang mereka hasilkan tidak laku di pasaran dan pengusaha tidak menggunakan mesin press seperti di desa-desa sentra industri genteng yang lain. Berikut persentase berdirinya industri berdasarkan lamanya berdiri :

Tabel 5.6 : Industri Berdasarkan lamanya berdiri

lamanya Berdiri	Jumlah Industri
< 10 Tahun	20%
10 - 20 Tahun	30%
20 - 30 Tahun	30%
> 30 Tahun	20%

Sumber: Pengolahan Data Survei

Berdasarkan tabel 5.6, jumlah industri yang ada di Kabupaten Kebumen relatif sama jumlahnya di lihat dari lamanya berdiri. Jumlah industri yang berdiri kurang dari sepuluh tahun juga cukup banyak ( 20 % ) artinya Industri genteng sokka masih terus berkembang sampai 10 tahun terakhir. Meskipun demikian industri yang ada lebih dari 30 tahun juga masih tetap eksis sampai sekarang. Hal tersebut terlihat dari jumlah industri yang berdiri lebih dari 30 tahun berjumlah 20 %.

Jika di lihat dari Peta 8, Industri yang telah berdiri lebih dari 30 tahun tersebar merata di semua sentra. Pada bagian barat sentra, industri terlihat bervariasi di lihat dari lamanya industri berdiri. Jumlah industri yang berdiri kurang dari 10 tahun banyak terdapat di bagian barat, hal tersebut menandakan pada bagian barat industri terus bertambah sampai 10 tahun terakhir. Kedawung (tengah) sebagai awal munculnya industri genteng kebanyakan industri yang ada telah berdiri 20 – 30 tahun. Sedangkan bagian timur dalam waktu 10 tahun terakhir tidak mengalami perkembangan industri. Hasil wawancara memperkuat bagaian timur industri justru semakin berkurang, sedangkan industri genteng yang dulu ada beralih menjadi industri bata.

### **5.1.3. Distribusi Genteng Sokka**

Dalam penelitian ini yang dilihat dari distribusi adalah tingkat saluran distribusi dan jangkauan distribusi dari genteng sokka. Saluran distribusi dilihat dari tingkatan distribusi yang digunakan produsen dalam menyampaikan produk genteng ke konsumen. Sedangkan jangkauan distribusi jarak terjauh distribusi dari industri dilihat dari tempat produksi ( Kebumen ).

#### **5.1.3.1. Saluran Distribusi**

Saluran distribusi yang terbentuk atau yang digunakan produsen dalam penyampaian hasil produksi genteng sokka di Kebumen adalah sebagai berikut yaitu :

##### **1. Saluran distribusi tingkat nol**

Pada saluran ini penjual akan menjual langsung hasil produksi ke konsumen atau pemakai. Saluran tingkat nol biasanya berupa penjualan genteng ke kontraktor yang telah menjadi langganan tetap bagi industri genteng. Selain itu, saluran distribusi tingkat nol juga sering di bantu oleh makelar. Makelar sifatnya hanya mempertemukan antara pembeli dan pemilik industri genteng. Makelar tidak melakukan distribusi genteng. Namun makelar akan meminta Upah untuk setiap transaksi yang terjadi antara konsumen dan produsen. Besarnya nominal umumnya berkisar antara Rp 100 – Rp 200 untuk tiap genteng.

Keberadaan makelar membantu sekaligus merugikan pengusaha genteng. Dikatakan membantu karena dapat mempertemukan pembeli, dikatakan merugikan karena menutup hubungan langsung antara produsen dan konsumen (pelanggan tetap) sehingga pengusaha genteng bergantung pada Makelar. Makelar banyak berkumpul di simpang lima Kebumen, umumnya mereka berprofesi ganda, sebagai makelar sekaligus sebagai tukang ojek. Industri yang penjualan melalui makelar pasar tujuannya tidak tetap dan berubah-ubah tergantung makelar yang akan mempertemukan dengan pembeli yang datang.

### 2. Saluran distribusi tingkat satu

Pada saluran tingkat satu ini produsen akan menjual hasil produksinya ke toko langganan. Pengecer atau toko akan datang untuk mengambil genteng dalam jumlah tertentu dalam jangka waktu tertentu secara rutin. Toko yang menjadi langganan berasal dari Kabupaten Wonosobo, Banjarnegara, Tasik, Purworejo, Magelang, Jogja, Semarang dll. Tapi kebanyakan industri menyeter hasil produksinya ke Kabupaten Tasikmalaya.

### 3. Saluran distribusi tingkat dua

Saluran distribusi pada tingkat dua industri akan menjual genteng sokka ke pengumpul atau juragan. Biasanya pengumpul telah memiliki langganan industri yang selalu menjual hasil produksinya. Setelah mengumpulkan genteng dari industri, pengumpul akan membawa genteng ke tempat pengumpul yang selanjutnya akan dijual ke pembeli lain.

Dari hasil wawancara responden pedagang pengumpul, mereka menjual genteng dengan 2 tipe yaitu pembeli datang ke tempat pengumpul dan yang kedua pengumpul akan mengantarkan ke tempat pembeli. Dengan ini transaksi harga terjadi di sesuaikan dengan tempat serah terima genteng. Persebaran tempat pedagang pengumpul berada di pinggir jalan arteri yang menghubungkan Kebumen dengan kota maupun kabupaten lain. Industri genteng di desa Jatisari menunjukan satu desa menjual genteng ke satu pengumpul (genteng merek JTS), bahkan ide dari penggunaan merek tersebut berasal dari pengumpul. Dengan adanya merek kolektif akan mempermudah pengumpul dalam memasarkan genteng.

#### 4. Kombinasi Saluran tingkat nol dan satu

Pada kombinasi ini selain industri menjual kepada konsumen langsung industri juga menjual hasil produksi genteng ke toko langganan. Industri menjual langsung ke konsumen kebanyakan kepada kontraktor bangunan.

#### 5. Kombinasi Saluran tingkat nol dan dua

Pada kombinasi saluran ini penjual menjual genteng ke konsumen langsung dan menjual genteng melalui pengumpul.

#### 6. Kombinasi Saluran tingkat satu dan dua

Pada kombinasi saluran ini produsen selain menjual ke toko langganan tetapi juga menjual genteng ke pengumpul.

Tabel 5.7 : Saluran yang digunakan industri

Tingkat saluran	Jumlah industri
Tingkat 0	12%
Tingkat 1	46%
Tingkat 2	14%
Kombinasi 0 & 1	16%
Kombinasi 0 & 2	6%
kombinasi 1 & 2	6%

Sumber: Pengolahan data survei

Saluran distribusi yang paling banyak adalah saluran tingkat 1 dimana industri menyetor genteng langsung ke toko langganan. Hampir setengah industri genteng sokka yang ada di Kabupaten Kebumen telah memiliki toko langganan tetap. Sedangkan untuk kombinasi tingkat 0 dan 1 ( 16 % industri ) biasanya untuk memenuhi kebutuhan kontraktor dan kebutuhan toko. Industri dengan tingkat 2 ( menjual ke pengumpul ) hanya 14 % saja dari industri genteng yang ada.

Jika di lihat dari Peta 9, saluran tingkat 0 lokasinya jaraknya jauh dari jalan arteri. Untuk saluran distribusi tingkat 1 lokasinya tersebar di semua sentra yang ada di Kabupaten Kebumen. Saluran tingkat 2 letaknya hanya berada di bagian barat dari sentra industri. Kombinasi tingkat 0 dan 1 berada di bagian barat dan letaknya dekat dengan jalan arteri. Sedangkan kombinasi 0 & 2 dan

kombinasi 1 & 2 terletak dibagian tengah sentra industri dan kebanyakan berada di bagian selatan jalan arteri.

### 5.1.3.2. Jangkauan Distribusi

Jangkauan distribusi yang dilihat dari tempat industri yang dibagi menjadi 3 klasifikasi < 100 Km, 100 – 200 Km, dan lebih dari 200 km Berikut persentase distribusi genteng dari tiap jarak :

Tabel 5.8 : Jangkauan distribusi genteng sokka

Jangkauan ( jarak dari industri )	Jumlah Industri
100 Km	38%
100 - 200 Km	54%
> 200 Km	8%

Sumber: Pengolahan data survei

Untuk Tujuan kota pada jangkauan 100 km dari Industri meliputi daerah sekitar Kabupaten Kebumen, seperti Purworejo, Magelang, Banjarnegara, Wonosobo, Temanggung, Cilacap dan Banyumas. Untuk jangkauan 100 – 200 Km dari lokasi industri meliputi kota Semarang, Solo, Jogjakarta, Brebes, Tegal, dan Tasik. Sedangkan untuk jangkauan lebih dari 200 Km dari lokasi industri mencakup Jakarta, Surabaya, Madiun, Kalimantan dan Bali.

Dari Tabel 5.8 kebanyakan industri jangkauan distribunya mencapai 200 Km dari lokasi industri ( 54 % ), sedangkan industri dengan jangkauan distribusi lebih dari 200 Km hanya 8 % saja. Jika di lihat dari Peta 10, jangkauan 100 Km dan 100 – 200 Km menyebar merata di semua sentra, namun untuk jangkauan distribusi 100 – 200 km paling banyak berada di bagian barat sentra. Sedangkan industri dengan jangkauan pemasaran > 200 Km hanya sebatas industri yang berada di jalan arteri saja.

## 5.2 Pembahasan

### 5.2.1. Saluran Distribusi

Dari tingkatan saluran distribusi yang terbentuk di lihat dari beberapa karakteristik industri yaitu : Kapasitas produksi, Penggunaan Merk dan Variasi jenis genteng yang di produksi industri. Sedangkan lokasi di lihat dari sebaran industri dari peta-peta tiap karakteristik.

#### 5.2.1.1. Kapasitas produksi terhadap saluran distribusi

Dari tingkatan saluran distribusi yang dilihat dari besarnya kapasitas produksi dari industri genteng adalah sebagai berikut :

Tabel 5.9 : Saluran distribusi berdasarkan kapasitas produksi

Tingkat saluran	Kapasitas Produksi Tiap Bulan ( buah )				
	< 15.000	15.000-30.000	30.000-45.000	45.000-60.000	> 60.000
Tingkat 0	2%	10%			
Tingkat 1	2%	22%	6%	6%	10%
Tingkat 2	2%	2%		10%	
Kombinasi 0 & 1				2%	14%
Kombinasi 0 & 2		4%	2%		
kombinasi 1 & 2		2%		4%	

Sumber: Pengolahan Data Survei

Dari tabel 5.9 saluran distribusi yang paling banyak di pakai produsen genteng sokka adalah pada saluran tingkat 1. Dimana produsen menjual genteng langsung ke pengecer dalam hal ini adalah toko bangunan. Pada saluran tingkat 1 kebanyakan pada industri dengan kapasitas produksi 15.000 – 30.000 genteng / bulan.

Pada industri dengan kapasitas kurang dari 15.000 genteng/ bulan. Tidak terbentuk kombinasi atau campuran saluran distribusi atau hanya menggunakan satu saluran distribusi. Industri dengan kapasitas produksi 15.000-30.000 genteng/ bulan. Hampir menggunakan semua saluran distribusi yang ada. Namun dalam kombinasi saluran 0 dan 1 tidak ditemukan dalam sampel industri.

Sedangkan industri dengan kapasitas lebih dari 60.000 genteng/ bulan saluran distribusi terbanyaknya adalah pada kombinasi antara saluran tingkat 0 dan saluran tingkat 1. Industri dengan saluran kombinasi ini melayani toko dan



konsumen secara langsung. Selain itu pada kapasitas lebih dari 60.000 genteng / bulan tidak melalui distribusi pengumpul atau saluran tingkat 2.

Jika di lihat dari peta 5 dan peta 9 industri dengan kapasitas lebih dari 60.000 genteng tiap bulan kebanyakan berada di sepanjang jalan nasional dan saluran distribusi yang digunakan adalah kombinasi saluran distribusi 0 dan 1. Untuk industri yang hanya menggunakan saluran tingkat nol saja jaraknya jauh dari jalan Nasional dan kapasitas produksi genteng tiap bulan kecil. Untuk industri yang menggunakan saluran distribusi tingkat satu, industrinya tersebar di semua sentra dengan kapasitas 15.000-30.000. Untuk industri yang menggunakan saluran distribusi tingkat 2 kebanyakan berada di bagaian barat dari sentra genteng yaitu Jabres dan Kebulusan. Sedangkan industri yang menggunakan kombinasi 0 dan 2 berada di selatan jalan arteri seperti Desa Murtirejo dan Keadongan.

#### 5.2.1.2. Variasi jenis genteng yang di produksi terhadap saluran distribusi

Setiap industri akan menghasilkan variasi jenis genteng yang berbeda, tapi umumnya variasi jenis genteng yang dibuat antara 1 dan 2 variasi jenis genteng. Berikut tabel saluran distribusi berdasarkan variasi jenis genteng yang di buat :

Tabel 5.10 : Saluran distribusi berdasarkan variasi jenis genteng

Tingkat saluran	Variasi jenis Genteng yang diproduksi			
	1	2	3	4
Tingkat 0	12%			
Tingkat 1	20%	20%	6%	
Tingkat 2	10%	4%		
Kombinasi 0 & 1		2%	8%	6%
Kombinasi 0 & 2		6%		
kombinasi 1 & 2	2%	4%		

Sumber: Pengolahan data survei

Dari tabel 5.10 terlihat pada industri yang mempunyai variasi jenis genteng 2 hampir ada di semua saluran tingkatan kecuali pada tingkatan nol. Industri dengan variasi jenis genteng 2 paling banyak menggunakan saluran

distribusi tingkat 1. Artinya industri yang memiliki 2 variasi jenis genteng kebanyakan menjual genteng langsung ke toko bangunan. Daripada ke pengumpul atau menggunakan kombinasi saluran distribusi.

Untuk saluran tingkat nol produsen ke konsumen langsung hanya dilakukan industri yang memiliki satu variasi jenis genteng. Meskipun demikian industri yang memiliki satu variasi jenis genteng ternyata juga banyak menjual langsung hasil produksinya ke toko bangunan ( pengecer ).

Sedangkan untuk industri dengan 3 dan 4 variasi genteng sokka lebih menggunakan saluran distribusi tingkat 1 dan kombinasi saluran tingkat 0 dan 1. Artinya, selain industri hanya melayani pengecer saja ( toko bangunan ) tetapi industri juga melayani toko pengecer dan konsumen langsung.

Jika di lihat dari Peta 6 dan 9, lokasi dari Industri yang memiliki Variasi produk banyak cenderung berada di sepanjang jalan arteri, variasi genteng yang di produksi berbanding lurus dengan kapasitas produksi. Jika di lihat dari peta variasi jenis genteng yang di produksi semakin sedikit dan saluran distribusi yang digunakan kebanyakan bukan berupa kombinasi jadi hanya menggunakan satu saluran saja terutama industri yang hanya memiliki variasi produk satu.

### 5.1.2.3. Penggunaan Merek Terhadap saluran distribusi

Dengan adanya beraneka ragam merek yang digunakan pengusaha industri genteng, diambil 3 kategori penggunaan merek yaitu merek kelompok, keluarga dan Pribadi. Berikut tabel saluran distribusi genteng sokka yang di lihat dari penggunaan merek genteng.

Tabel 5.11. : Saluran distribusi berdasarkan penggunaan merk

Tingkat saluran	Penggunaan Merek		
	Kelompok	Keluarga	Pribadi
Tingkat 0	8%	4%	
Tingkat 1	12%	16%	18%
Tingkat 2	12%		2%
Kombinasi 0 & 1		6%	10%
Kombinasi 0 & 2	2%	4%	
kombinasi 1 & 2		4%	2%

Sumber : Pengolahan Data Survei

Pada industri yang menggunakan Merek kelompok industri paling banyak menggunakan tingkat saluran distribusi 1 dan 2. Namun dari data sampel yang dimiliki pada penggunaan merk kelompok tidak terdapat kombinasi saluran distribusi 0-1 dan 1-2.

Industri yang menggunakan merek keluarga dan pribadi banyak yang dalam melakukan pemasaran produk genteng sokka saluran tingkat 1. Pada penggunaan merk pribadi, kombinasi antara saluran distribusi 0 dan 1 cukup banyak ( 10 % ). Industri yang menggunakan merk pribadi biasanya merupakan industri yang meiliki kapasitas produksi besar. Sedangkan merk kelompok digunakan oleh industri dengan kapasitas kecil dan sedang, yang di manfaatkan untuk mempermudah dalam memasarkan genteng yang di produksi.

Dari Peta 7 dan 9, industri merk pribadi yang menggunakan kombinasi saluran tingkat 0 & 1 hanya sebatas industri yang terletak di jalan arteri sedangkan pada bagian tengah sentra kebanyakan industri menggunakan saluran distribusi tingkat 1. Pada industri yang menggunakan merk keluarga pada bagian tengah kebanyakan menggunakan saluran distribusi tingkat 1. Sedangkan pada penggunaan merk kelompok pada bagian barat sentra kebanyakan menggunakan saluran distribusi tingkat 2 dan pada bagian tengah menggunakan saluran tingkat 1.

#### 5.1.2.4. Lamanya Berdiri Terhadap Saluran Distribusi

Karena industri genteng yang ada di kabupaten Kebumen kebanyakan telah berdiri cukup lama. Seharusnya industri yang telah berdiri lama akan memiliki pasar langganan tetap ( toko ), sedangkan industri yang baru berdiri akan kesulitan dalam memasarkan hasil produksi genteng (menggunakan pengumpul / makelar), berikut fakta yang di temukan di lapangan :

Tabel 5.12 : Tingkat Saluran distribusi berdasarkan lamanya industri berdiri

Tingkat saluran	Lamanya berdiri			
	< 10 tahun	10 - 20 tahun	20 - 30 tahun	> 30 tahun
Tingkat 0	2%	8%	2%	
Tingkat 1	8%	6%	20%	6%
Tingkat 2	8%	2%	2%	4%
Kombinasi 0 & 1		4%	4%	6%
Kombinasi 0 & 2		2%	4%	
kombinasi 1 & 2	2%			4%

Sumber : Pengolahan data survey lapang

Berdasarkan tabel 5.12, industri yang telah berdiri 10 – 30 tahun tidak ada yang menggunakan kombinasi saluran distribusi 1 & 2 hanya industri yang telah berdiri < dari 10 tahun dan yang telah berdiri lebih dari 30 tahun. Jika dilihat dari Peta 8 dan 9 dapat di diskripsikan industri yang berdiri kurang dari sepuluh tahun pada bagian barat banyak menggunakan saluran distribusi tingkat 2. Sedangkan industri yang telah berdiri lebih dari 30 tahun kebanyakan menggunakan saluran distribusi kombinasi 0 & 1.

### 5.2.2. Jangkauan Distribusi

Jangkauan distribusi di sini adalah jarak distribusi yang terbentuk dari saluran distribusi genteng sokka. Jangkauan di bagi menjadi 3 kelas yaitu 100 km, 200 km dan lebih dari 200 km dari lokasi industri. Berikut kaitan jangkauan pemasaran genteng sokka dengan karakteristik industri :

### 5.3 Kapasitas Produksi Terhadap Jangkauan Distribusi

Biasanya kapasitas produksi akan berpengaruh pada jangkauan pasar yang terbentuk. Semakin besar kapasitas produksi yang di hasilkan maka jangkauan pasar yang terbentuk juga akan semakin jauh. Berikut tabel kapasitas produksi genteng sokka terhadap jangkauan pasar.

Tabel 5.13. : Kapasitas produksi terhadap Jangkauan distribusi

Jangkauan Distribusi	Kapasitas produksi tiap bulan ( buah )				
	< 15.000	15.000 – 30.000	30.000 – 45.000	45.000-60.000	> 60.000
< 100 Km	4%	24%	2%	4%	4%
100 - 200 Km	2%	24%	6%	10%	12%
> 200 Km					8%

Sumber : Pengolahan data survei

Dari tabel 5.13. terlihat semakin besar kapasitas produksi genteng maka jangkauan distribusinya juga semakin jauh. Jangkauan distribusi untuk kapasitas 15.000-30.000 genteng/ bulan pada jarak 100 km dan 200 km dari industri relatif sama. Sedangkan untuk kapasitas produksi diatas 30.000 genteng / bulan Kapasitas berbanding lurus dengan jangkauan distribusi. Industri dengan

jangkauan pasar lebih dari 200 Km hanya terdapat pada industri dengan kapasitas lebih dari 60.000 genteng / bulan. Kapasitas produksi mempengaruhi jangkauan distribusi genteng Sokka. Untuk memperoleh jangkauan pasar yang luas (jauh) lebih dari 200 Km industri harus memiliki kapasitas produksi minimal 60.000 genteng tiap bulan.

Di lihat dari Peta 5 dan 10, Seperti pada kapasitas produksi terhadap saluran distribusi Industri yang memiliki kapasitas besar letaknya dekat dengan jalan arteri dan jangkauan distribusinya lebih jauh daripada industri yang terletak jauh dari jalan arteri. Industri yang melakukan distribusi sampai ke Bali dan Kalimantan atau Jangkauan lebih dari 200 km dari lokasi industri hanya industri yang berada di Jalan arteri.

#### 5.2.2.2. Variasi Produk Terhadap Jangkauan Distribusi

Seperti pada variasi produk terhadap saluran distribusi, variasi jenis disini di bagi menjadi 4 yang kemudian dilihat jangkauan pasar berdasarkan pada variasi jenis genteng yang di produksi. Berikut tabel variasi jenis genteng yang di produksi terhadap jangkauan pasarnya.

Tabel 5.14. : Variasi jenis genteng terhadap jangkauan distribusi

Jangkauan Distribusi	Variasi jenis Genteng yang diproduksi			
	1	2	3	4
< 100 Km	26%	6%	6%	
100 - 200 Km	18%	30%	6%	
> 200 Km			2%	6%

Sumber: Pengolahan data Survei

Dari tabel 5.14 terlihat jangkauan pasar untuk industri yang memiliki satu jenis variasi jangkauan pasarnya paling banyak berada di jangkauan 100 Km dan jangkauan distribusinya tidak sampai pada lebih dari 200 Km. untuk industri genteng yang memiliki dua variasi jenis genteng jangkauan pasar terbesarnya adalah pada jangkauan 200 Km, dan belum sampai pada jangkauan pasar lebih dari 200 Km. sedangkan untuk industri yang memiliki 3 atau 4 variasi produk jangkauan pemasarnya mencapai lebih dari 200 Km dari lokasi industri. Meskipun demikian industri tersebut juga melayani pembelian pada jangkauan 100 km maupun pada jangkauan 200 Km.

Semakin industri memiliki variasi jenis genteng yang banyak jangkauan distribusi pemasaran dari industri genteng juga semakin jauh. Variasi jenis genteng di sesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Hal tersebut sesuai dengan teori pemasaran Kotler ( 1997 ) untuk dapat menguasai pasar yang luas industri harus mampu memenuhi keinginan pasar. Untuk dapat menguasai pasar lebih dari 200 Km industri genteng harus memiliki variasi jenis genteng minimal 3 jenis genteng yang di produksi.

Di lihat dari Peta 6 dan 10, variasi jenis genteng yang di produksi semakin jauh dari jalan utama variasi produk yang dihasilkan cenderung sedikit. Jangkauan distribusi semakin banyak variasi produk yang dihasilkan semakin jauh jangkauan distribusi dari lokasi industri. Pada bagian barat industri yang memiliki variasi produk 1 atau 2 paling banyak jangkauan distribusinya sampai 100 – 200 Km, sedangkan pada bagian tengah jangkauan < 100 Km juga bnayak.

### 5.2.2.3. Penggunaan merek terhadap Jangkauan distribusi

Strategi penggunaan merek di lakukan pengusaha industri genteng untuk mempermudah dalam memasarkan genteng yang di poduksi. Penggunaan merk genteng di bagi 3 yaitu merek Kelompok, Keluarga dan Pribadi. Berikut tabel penggunaan merk terhadap jangkauan distribusi.

Tabel 5.15. Penggunaan merk terhadap jangkauan distribusi

Jangkauan Distribusi	Penggunaan Merek		
	Kelompok	Keluarga	Pribadi
< 100 Km	16%	16%	6%
100 - 200 Km	18%	16%	20%
> 200 Km		2%	6%

Sumber : Pengolahan data survei

Dari tabel 5.15 penggunaan merk kelompok jangkauan pasarnya hanya mencapai jangkauan 200 km dari lokasi industri. Sedangkan pada penggunaan merk keluarga dan pribadi jangkauan pasarnya mencakup lebih dari 200 Km dari lokasi industri. Baik dari penggunaan merk kelompok, keluarga maupun pribadi paling banyak jangkauan pasarnya berada pada cakupan 200 km dari lokasi industri.

Bagi industri dengan kapasitas maupun Variasi jenis genteng kecil untuk dapat bersaing, salah satu strateginya adalah penggunaan merek kelompok. Namun jika dilihat dari tabel 5.15 industri yang menggunakan merek kelompok belum mampu menguasai pasar yang jauh. Dilihat dari Peta 7 dan 10, pada bagian tengah penggunaan merek keluarga jangkauan distribusinya hanya sampai jangkauan 100 Km sedangkan pada bagian barat samapai 200 Km. Pada penggunaan merek kelompok jangkauan pasarnya banyak pada jangkauan 100 – 200 Km.

#### 5.2.2.4. Lamanya Berdiri terhadap Jngkauan distribusi

Jika mengabaikan faktor-faktor lain, industri yang telah berdiri lama seahrusnya akan memiliki jangkauan distribusi yang jauh. Karena industri yang telah berdiri lama mempunyai kesempatan mengenalkan produk dan membangun hubungan dengan konsumen lebih lama. Berikut tabel yang didapatkan dari hasil survey lapang mengenai lamnya industri berdiri bila dikaitkan dengan jangkauan saluran distribusi :

Tabel 5.16 : Lamanya berdiri terhadap jangkauan distribusi

Jangkauan distribusi	Lamanya berdiri			
	< 10 tahun	10 - 20 tahun	20 - 30 tahun	> 30 tahun
< 100 Km	6%	22%	6%	4%
100 - 200 Km	14%	6%	22%	12%
> 200 Km		2%	2%	4%

Sumber : pengolahan data survei

Dari tabel 5.16 terlihat industri yang berdiri kurang dari 10 tahun jangkauan distribusinya belum sampai pada jangkauan > 200 Km. pada industri yang telah berdiri selama 10 -20 tahun jangkauan distribusi terbanyak pada jangkauan < 100 km sedangkan yang telah berdiri 20 - 30 tahun industri banyak jangkauan distribusinya 100 – 200 Km.

Dilihat dari tabel 5.16 ada kecenderungan industri yang telah berdiri lama dapat menguasai pasar yang jauh. Untuk dapat mencapai jangkauan pasar lebih dari 200 Km Industri harus telah berdiri minimal lebih dari 10 tahun. Dilihat dari Peta 8 dan 10 industri yang telah berdiri lebih dari 30 tahun pada bagian tengah jangkauan distribusinya hanya sampai 100 Km begitu juga bagian timur ( Jatisari

) jangkauan distribusinya hanya sampai 100 Km. sedangkan industri yang baru berdiri kurang dari 10 tahun pada bagian barat jangkauan pemasarannya antara 100 – 200 Km.

#### 5.2.2.5. Saluran Distribusi Terhadap Jangkauan Distribusi

Pemilihan saluran distribusi yang digunakan akan mempengaruhi jangkauan pemasaran produk genteng Sokka. Saluran distribusi dapat mempengaruhi harga yang terbentuk di konsumen. Berikut saluran distribusi terhadap jangkauan distribusi :

Tabel 5.17 Saluran distribusi terhadap jangkauan distribusi

Tingkat saluran	Jangkauan dari lokasi industri		
	< 100 Km	100 – 200 Km	>200 Km
Tingkat 0	12%		
Tingkat 1	22 %	24 %	
Tingkat 2		14 %	
Kombinasi 0 & 1	4 %	4%	8%
Kombinasi 0 & 2		6%	
kombinasi 1 & 2		6%	

Sumber : Pengolahan data survey

Dilihat dari tabel 5.17 industri yang menggunakan saluran tingkat nol hanya mampu mencapai jangkauan pasar kurang dari 100 Km. Saluran distribusi pada tingkat yang lain rata-rata mencapai jangkauan pasar 100-200 km. sedangkan untuk jangkauan pemasaran > 200 Km hanya terjadi pada industri yang menggunakan kombinasi saluran tingkat nol dan satu. Untuk mencapai jangkauan pasar 100-200 Km industri jangan menggunakan saluran tingkat nol dan untuk mencapai jangkauan distribusi lebih dari 200 Km industri harus menggunakan kombinasi saluran distribusi tingkat nol dan satu.

Dilihat dari Peta 11, Industri yang dapat mencakup jangkauan pasar lebih dari 200 Km hanya industri yang menggunakan kombinasi saluran nol dan satu dan terletak di jalan arteri. Pada jangkauan 100 – 200 Km untuk saluran tingkat 1 paling banyak berada di sepanjang jalan arteri sedangkan pada saluran yang lain kebanyakan jauh dari jalan arteri. Industri yang hanya mampu mencapai jangkauan pemasaran sampai 100 Km letaknya jauh dari jalan arteri.



## BAB VI

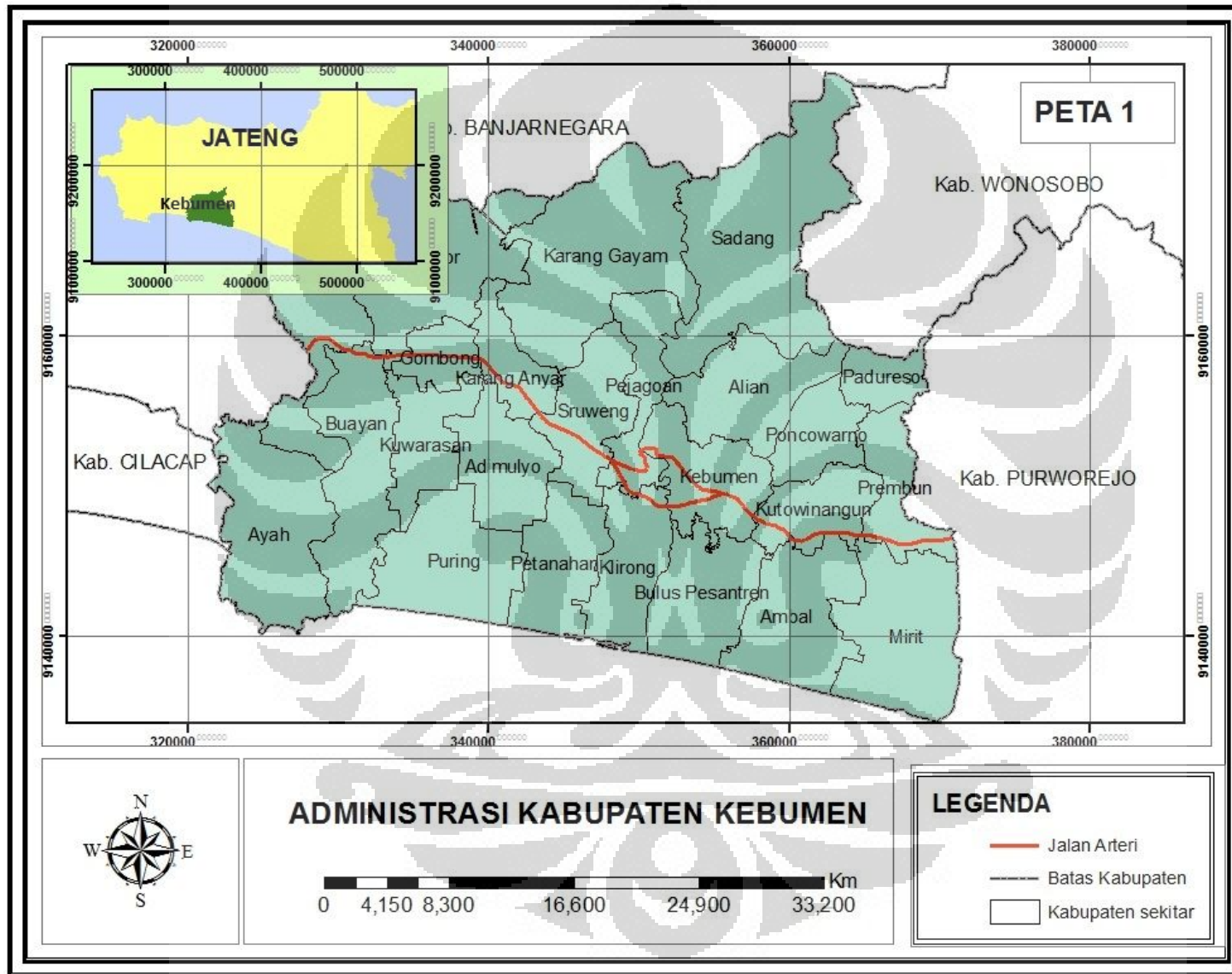
### KESIMPULAN

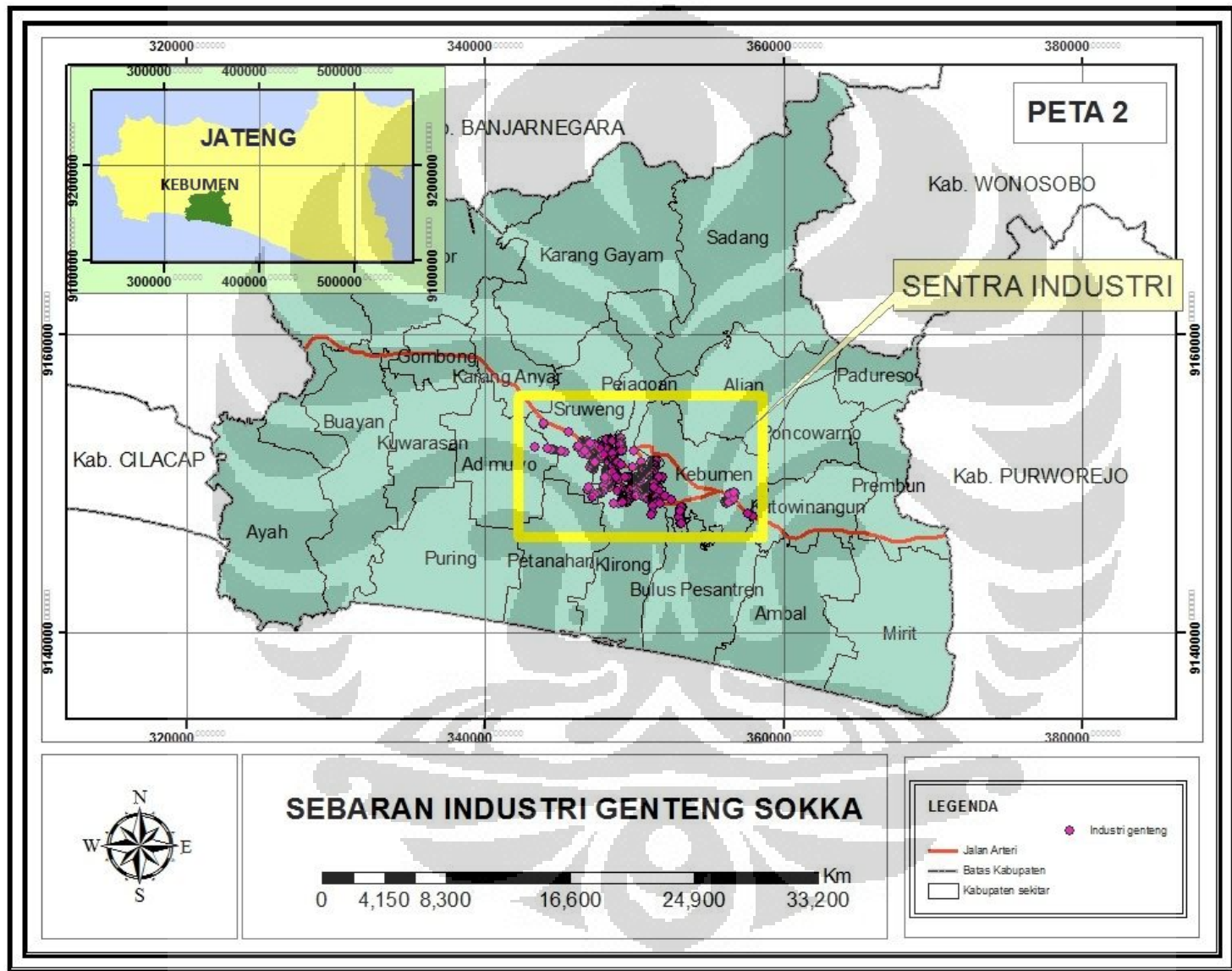
Saluran distribusi yang paling banyak di gunakan industri genteng sokka adalah tingkat satu sedangkan jangkauan distribusi paling banyak berada pada 100 – 200 Km dari lokasi Industri. Lokasi Industri mengelompok, sehingga tidak berpengaruh terhadap saluran distribusi dan jangkauan distribusi. Karakteritik industri ( kapasitas produksi, penggunaan merek, variasi jenis genteng, dan lamanya industri berdiri ) berpengaruh terhadap saluran dan jangkauan distribusi. Semakin besar kapasitas produksi saluran distribusi cenderung lebih pendek dan jangkauan distribusi cenderung semakin jauh. Semakin bervariasi jenis genteng yang dihasilkan saluran distribusi cenderung pendek dan jangkauan distribusi semakin jauh. Lamanya industri berdiri tidak mempengaruhi saluran distribusi tapi industri yang telah berdiri lama cenderung memiliki jangkauan distribusi jauh. Merek yang digunakan tidak berpengaruh terhadap saluran distribusi dan jangkauan distribusi. Kombinasi saluran distribusi dapat memperluas jangkauan distribusi genteng sokka.

## Daftar Pustaka

- Andrikas, Yuliarini.( 2009 ). Distribusi Pemasaran Budidaya Belimbing di Depok. Skripsi Geografi UI
- Antokida, Yulius.( 2005 ). Alur Distribusi Batik Cap di Kota Surakarta. Skripsi Geografi UI
- Bintarto, ( 1979 ). Metode Analisa Geografi. Jakarat : LP3ES
- Daldjoeni. ( 1998 ) . *Geografi Kota dan Desa*. Bandung : P.T. ALUMNI
- Djojodipuro M.( 1992). Teori lokasi. Jakarta : FE UI
- Ghalib, Rusli. ( 2005 ) . Ekonomi Regional. Bandung : Pustaka Ramadhan
- Gaol, Sukma.( 2010 ). Pola Penyaluran Produk Kentang di Wonosobo. Skripsi Geografi UI
- Indrajit, Richardus Eko.( 2002 ). Konsep Manajemen Supply Chain : Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang. Jakarta : PT Gramedia
- Indrawati, Rias.( 2009 ). Perkembangan Penggunaan Teori lokasi di Departemen Geografi UI. Skripsi Geografi UI
- Koestoer, R.H.( 1996 ). Penduduk dan aksesibilitas Kota. Jakarta. UI Press
- Koeswara, Sony .( 1995 ). *Pemasaran Industri ( Industrial Marketing )*. Jakarta : Djambatan
- Komara, Adang.( 1985 ). Perkembangan Industri Genteng Serta Analisa Pengaruhnya Terhadap Penggunaan dan Mata Pencaharian Penduduk di Kec Plered. Skripsi Geografi UI
- Kotler. 1997 . Prinsip-prinsip Pemasaran. Jakarta : Erlangga.

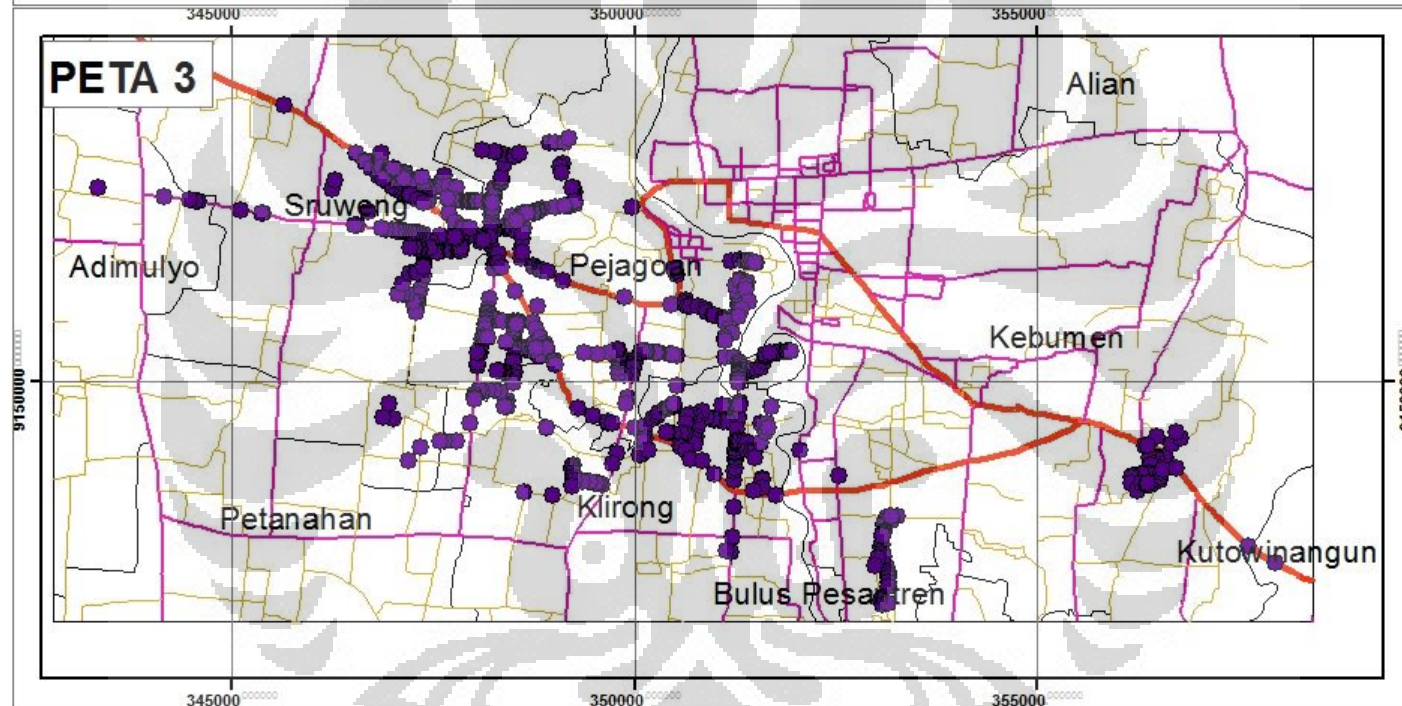
- Kuncoro, M. (2002). *Analisis Spasial dan Regional: Studi Aglomerasi dan Kluster Industri Indonesia*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- M. Carty, Jerome ( 2000 ). Prinsip – prinsip pemasaran. Jakarta : Erlangga
- Masturi.( 2008 ). Merk Kolektif Sebagai Alternatif Perlindungan Merk Bersama Untuk Mengurangi Tingkat Persaingan Usaha ( Study Kasus Genteng Merk Sokka ). Thesis Hukum Undip
- Porter, M. E. (1998). *Clusters and the New Economics of Competition*. Harvard Business Review, November-December(6), 77-91.
- Sabari, Hadi . ( 2010 ). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Jogjakarta: Pustaka Pelajar
- Saleh, I.A.( 1986 ). *Industri kecil sebuah Tinjauan dan perbandingan*.LP3ES, Jakarta
- Tambunan, Tulus ( 1999). *Perkembangan Industri skala kecil di Indonesia*. Jakarta : PT Mutiara Sumber Widya
- Tarigan, R.( 2004 ). *Ekonomi regional : Teori dan Aplikasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Tri Sambodo, Maxensius, dkk ( 2008 ). *Model dan strategi Peningkatan Daya Saing Industri Nasional*. Jakarta : LIPI
- Utami, Retna.( 2000 ). Analisis Pengendalian Kualitas Produk Akhir Untuk Meningkatkan Kemampuan Bersaing.( Study Kasus Genteng Merk KHM Sokka ). Thesis Manajemen Undip.
- Stanton .J. Wiliem, ( 1996 ). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga





# SEBARAN INDUSTRI GENTENG SOKKA

PETA 3



## LEGENDA

● Sebaran Industri

### KELAS JALAN

— JI. LOKAL

— JI. KOLEKTOR

— JI. ARTERI



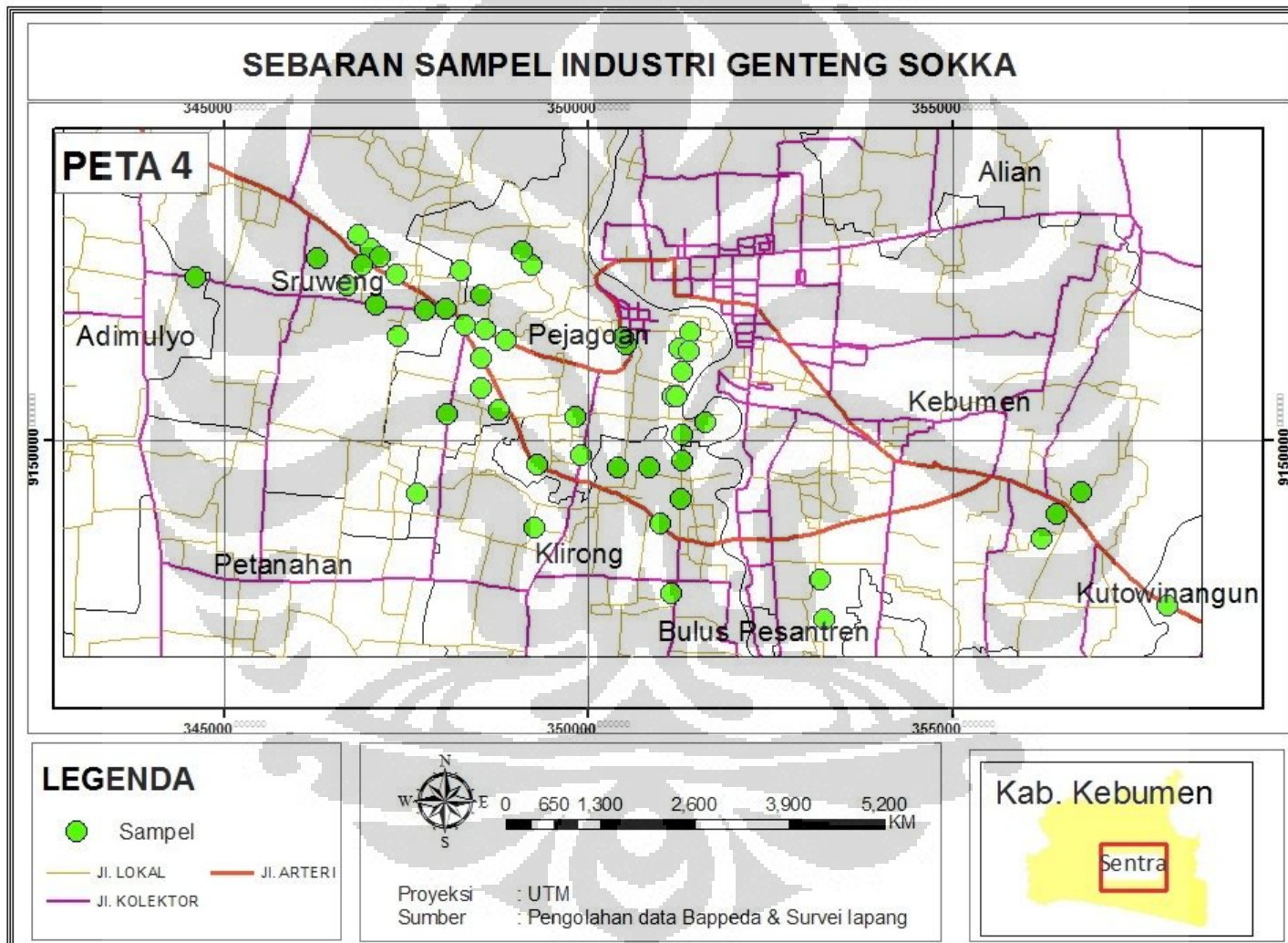
0 650 1,300 2,600 3,900 5,200 KM

Proyeksi : UTM

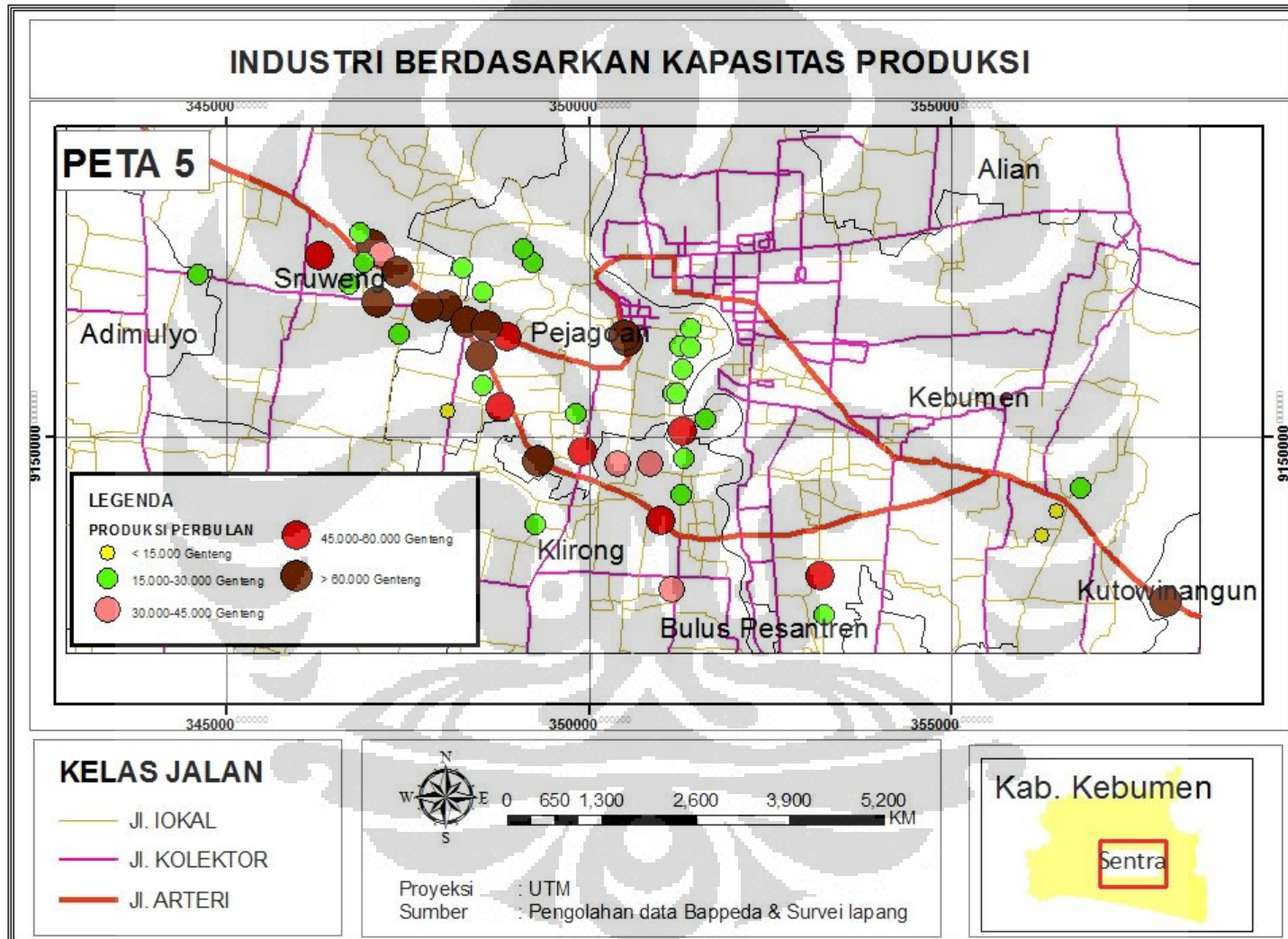
Sumber : Pengolahan data Bappeda & Survei lapang

Kab. Kebumen

Sentra

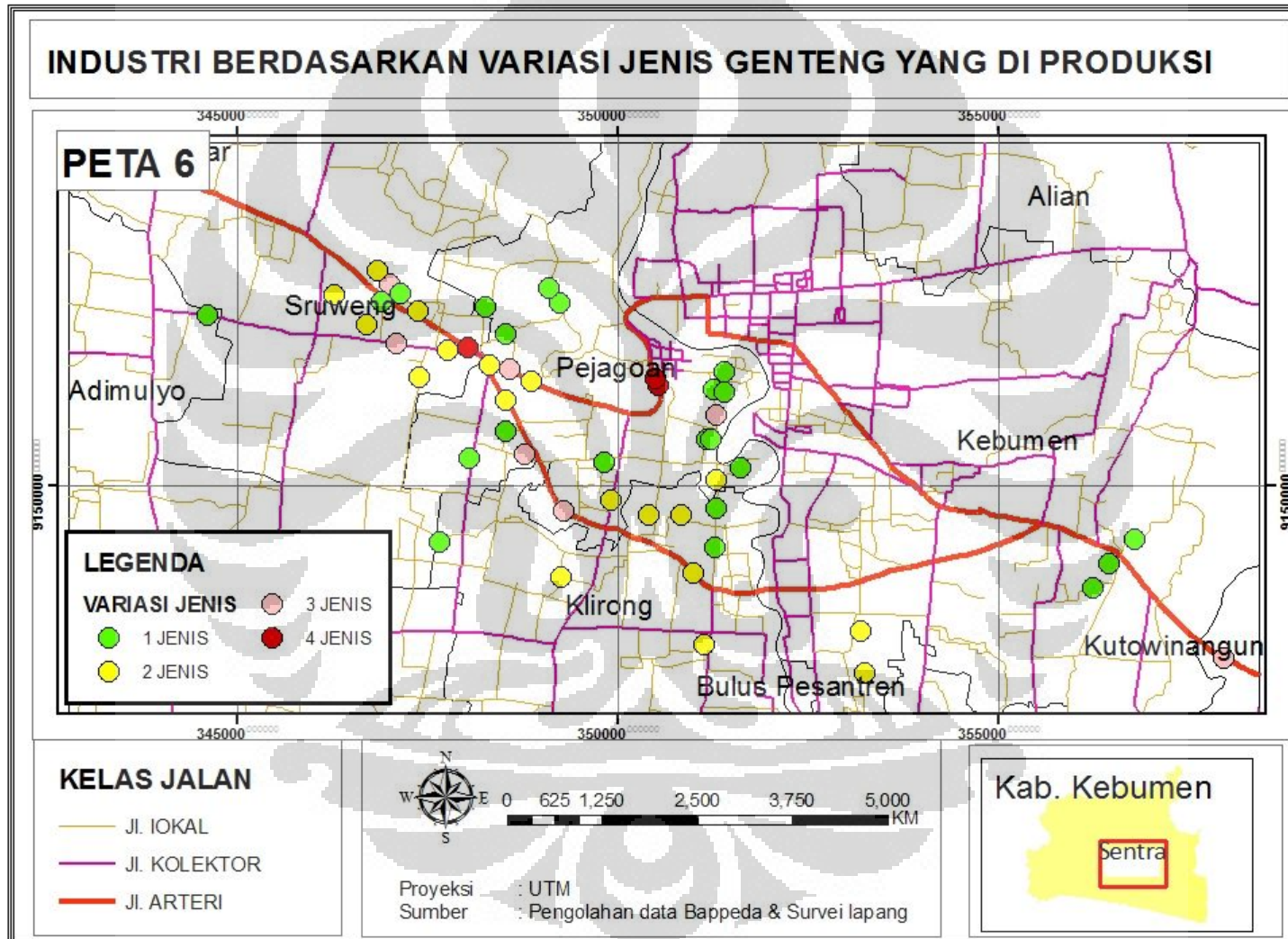


## INDUSTRI BERDASARKAN KAPASITAS PRODUKSI

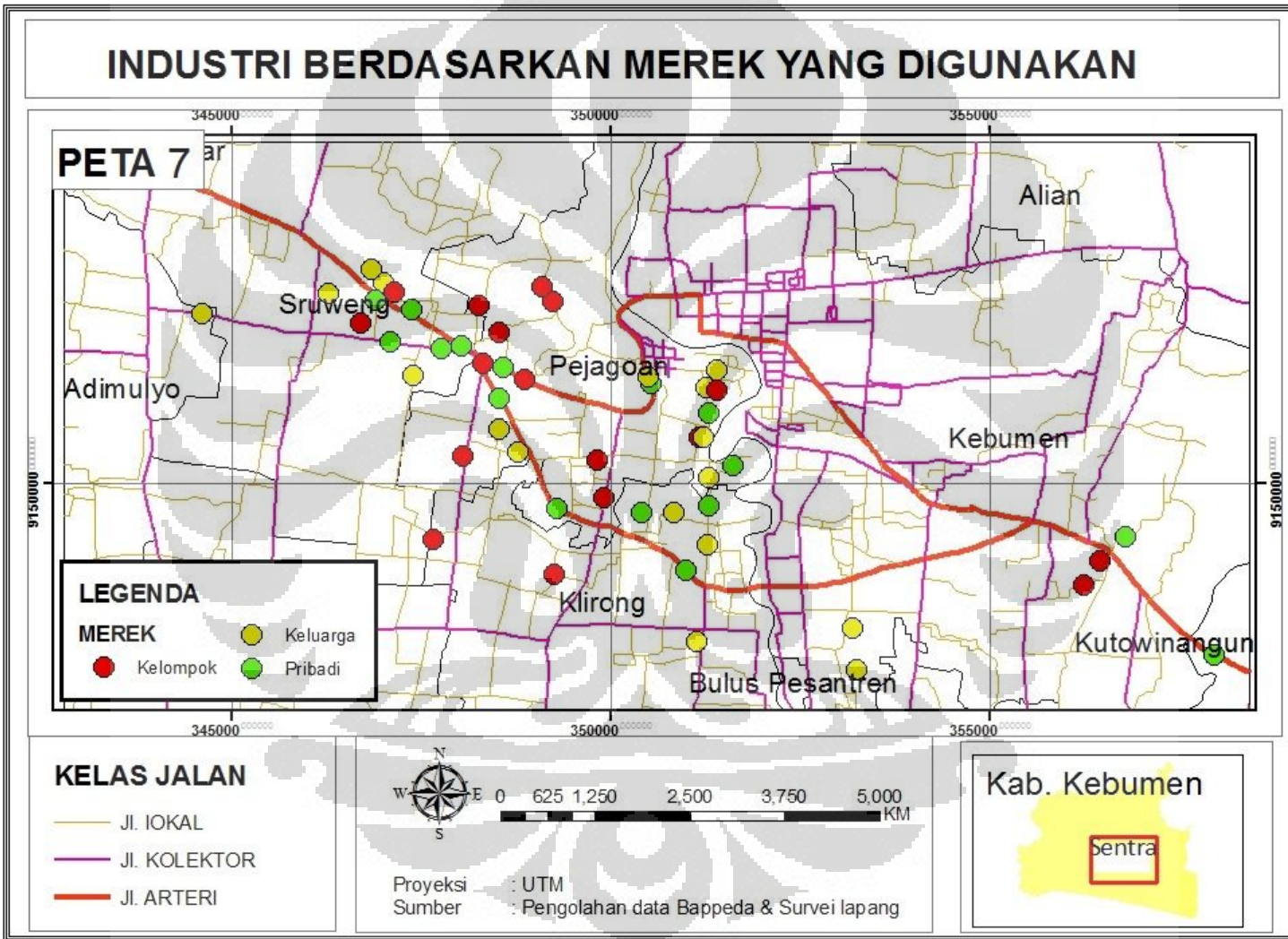




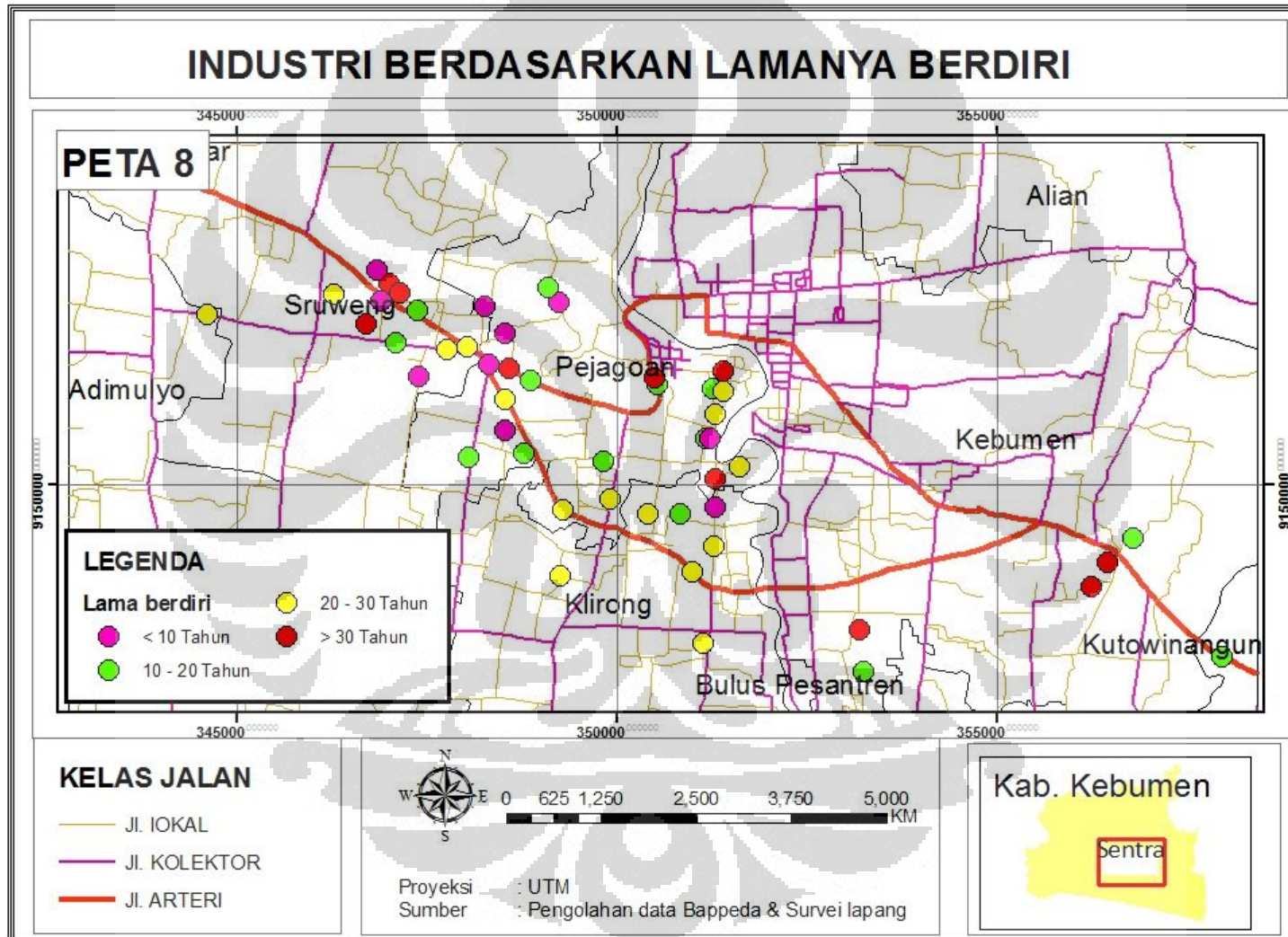
## INDUSTRI BERDASARKAN VARIASI JENIS GENTENG YANG DI PRODUKSI



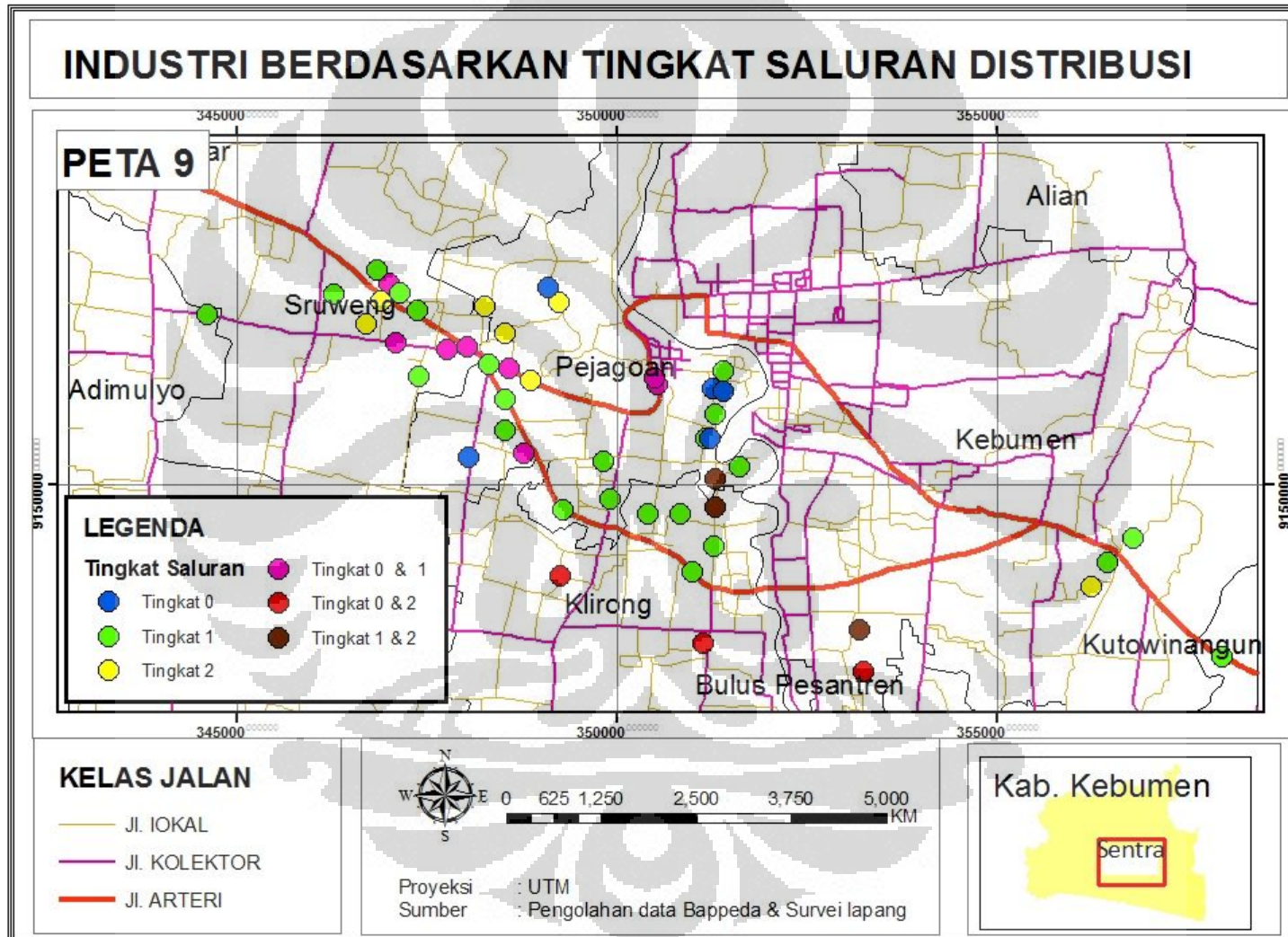
# INDUSTRI BERDASARKAN MEREK YANG DIGUNAKAN



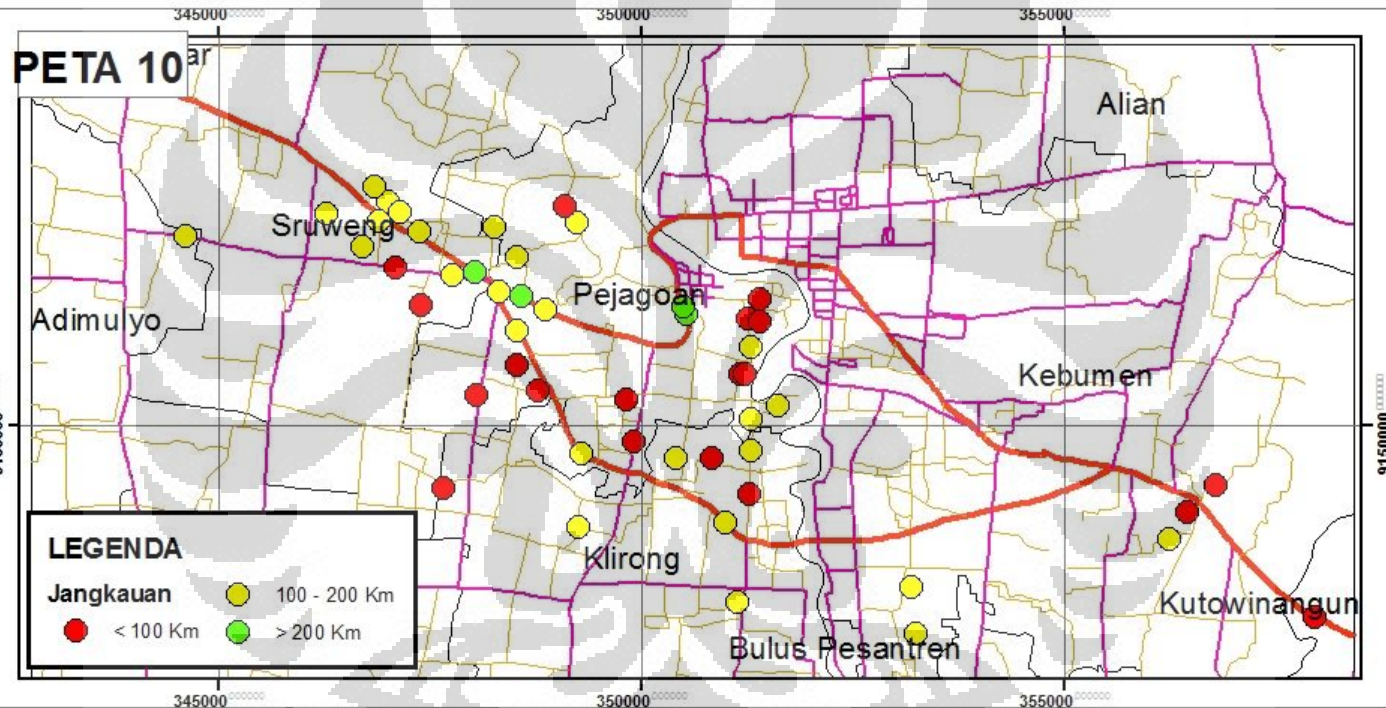
# INDUSTRI BERDASARKAN LAMANYA BERDIRI



# INDUSTRI BERDASARKAN TINGKAT SALURAN DISTRIBUSI



# INDUSTRI BERDASARKAN JANGKAUAN DISTRIBUSI



## KELAS JALAN

- JI. LOKAL
- JI. KOLEKTOR
- JI. ARTERI

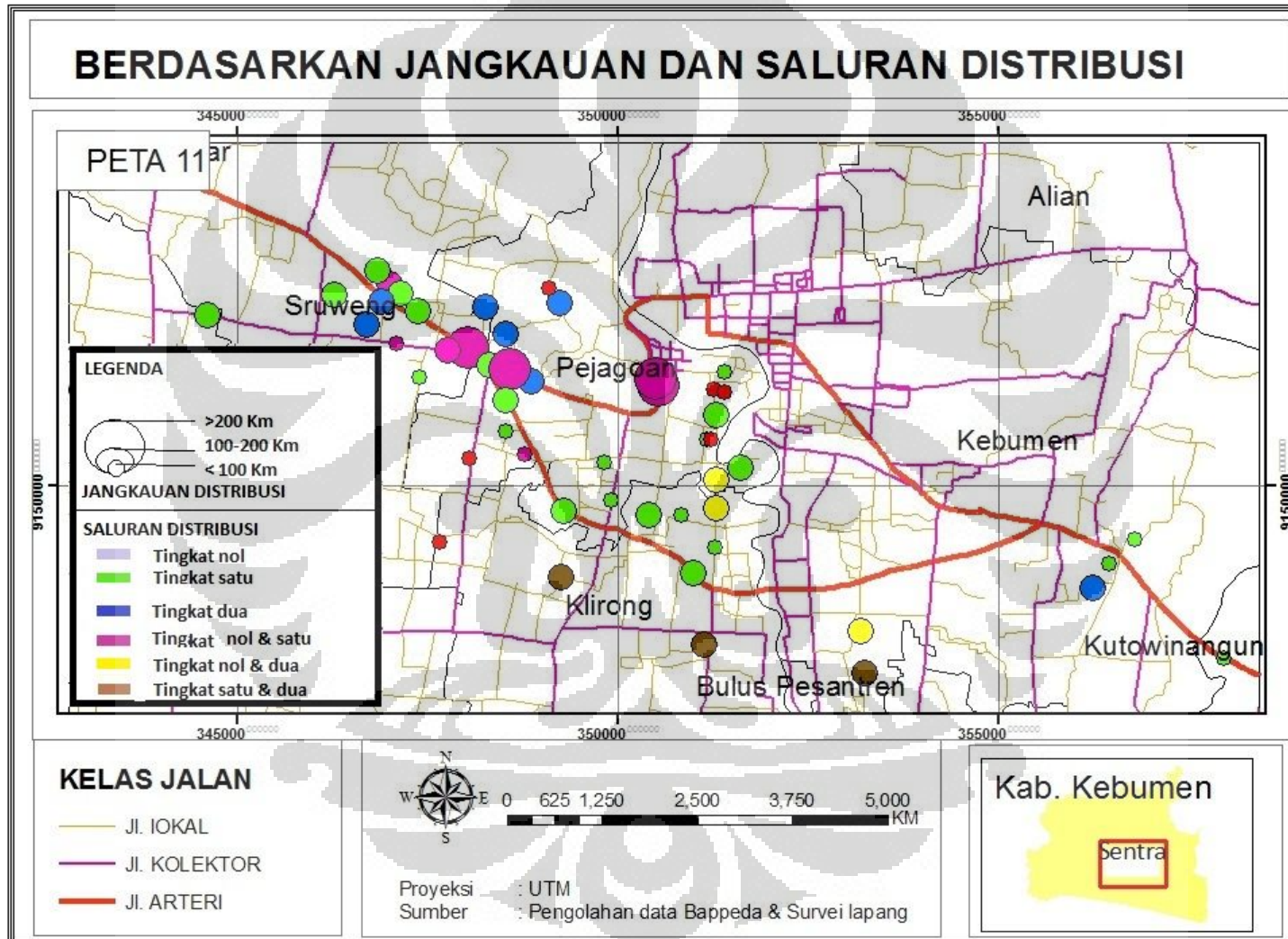


Proyeksi : UTM  
 Sumber : Pengolahan data Bappeda & Survei lapang

Kab. Kebumen



## BERDASARKAN JANGKAUAN DAN SALURAN DISTRIBUSI



### A. Foto bahan baku



Foto 1 : Pengambilan Tanah liat



Foto 2 : Pembongkaran tanah liat



Foto3 : Kueh ( adonan tanah )



Foto 4 : Kayu Bakar

### B. Foto proses pembuatan genteng



Foto 5 : Pengadukan tanah liat ( Molen )



Foto 6 : pencetakan genteng ( press)



Foto 7 : Pengerinan ( di anginakan )



Foto 8 : Penjemuran genteng



Foto 9 : Pembakaran Genteng



Foto 10 : Pembongkaran Genteng

### C. Pemasaran Genteng



Foto 11 : Pengangkutan Genteng



Foto 12 : Pengumpul genteng sokka





Foto 13 : Outlet Penjualan genteng



Foto 14 : Kantor Pemsaran Genteng

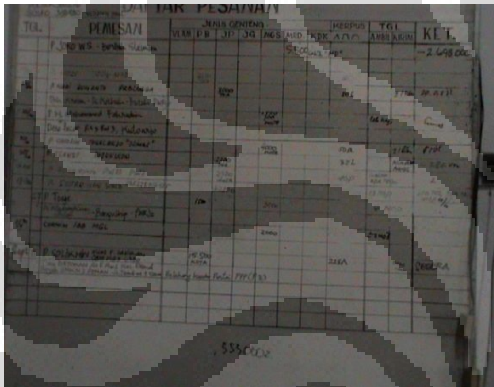


Foto 15 : Daftar pesanan genteng sokka

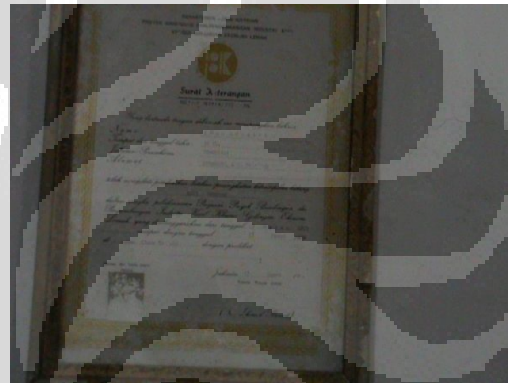


Foto 16 : Sertifikat SNI



Foto 17 : Kondisi Jalan Nasional



Foto 18 : Kondisi jalan Lokal

No	Nama	Koordinat		Lokasi		Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan
		X	Y	Desa	Kecamatan			
1	Maslah	365441	9148974	Jatisari	kebumen	40	Laki-laki	SD
2	Saringun	356239	9148647	Jatisari	kebumen	59	Laki-laki	SD
3	Mastur	356782	9149288	Wonosari	kebumen	45	Laki-laki	SD
4	Poniah	353182	9148087	Murtirejo	Kebumen	45	Perempuan	SLTP
5	Aksan	353073	9148087	Murtirejo	Kebumen	25	Laki-laki	S 1
6	Hasyim	351140	9147899	Kedungwinangun	Klirong	37	Laki-laki	SLTA
7	Bandi	351297	9149705	Kedungwinangun	Klirong	55	Laki-laki	SD
8	Muhasyim	348778	9150401	Logede	Pejagoan	42	Laki-laki	SLTA
9	Siti Jamroah	348527	9150705	Logede	Pejagoan	40	Perempuan	SLTP
10	Solichan	348053	9150351	Logede	Pejagoan	48	Laki-laki	SLTP
11	Dewi	348033	9251804	Jabres	Pejagoan	32	Perempuan	SLTA
12	Uminasehah	347384	9151420	Giwangretno	Sruweng	38	Perempuan	SLTP
13	Hj. Rumiati	347085	9151863	Giwangretno	Sruweng	42	Perempuan	SLTA
14	Asik Fauzuli	347762	9151777	Giwangretno	Sruweng	37	Laki-laki	SLTA
15	Drajat	347006	9152632	Jabres	Sruweng	31	Laki-laki	S 2
16	Hj. Jasiah	347142	9152512	Jabres	Sruweng	66	Perempuan	Tidak SD
17	Rahmat Hidayat	347368	9152277	Jabres	Sruweng	51	Laki-laki	SLTA
18	lim Nursimna	346846	9152810	Sruweng	Sruweng	35	Perempuan	SLTA
19	Ahmad Alifudin	346276	9152493	Sruweng	Sruweng	40	Perempuan	SLTP
20	Samuni	346894	915205	Sruweng	Sruweng	42	Laki-laki	Tidak SD
21	H. Suratmin	346693	9152109	Karanggedang	Sruweng	55	Laki-laki	SD
22	Sutrisno	349230	9152391	Kebulusan	Pejagoan	38	Laki-laki	SLTA
23	Waisul Khoroni	348310	9151572	Kebulusan	Pejagoan	32	Laki-laki	SD
24	Suparto	349096	9152590	Aditirto	Pejagoan	70	Laki-laki	SD
25	Sodiran	348254	9152332	Aditirto	Pejagoan	39	Laki-laki	SD
26	Sujono	348867	9151371	Kebulusan	Pejagoan	62	Laki-laki	SD
27	Subar Syamsu	348583	9151515	Kebulusan	Pejagoan	67	Laki-laki	S 1
28	H. Imam Qudori	348523	9151117	Kebulusan	Pejagoan	70	Laki-laki	SD

29	Masirun	348527	9151988	Kebulusan	Pejagoan	56	Laki-laki	D 2
30	H. Agus Subekti	350529	9151316	Kedawung	Pejagoan	50	Laki-laki	SLTA
31	Saefudin	351400	9151487	Pejagoan	Pejagoan	36	Laki-laki	SLTA
32	Suparjo	351253	9151253	Pejagoan	Pejagoan	42	Laki-laki	SLTP



No	Nama	Koordinat		Lokasi		Umur	Jenis Kelamin	Pendidikan
		X	Y	Desa	Kecamatan			
33	Yani	350492	9151401	Pejagoan	Pejagoan	46	Perempuan	SLTA
34	Turasno	351294	9150927	Kedawung	Pejagoan	54	Laki-laki	SD
35	Sonadi	351393	9151218	Kedawung	Pejagoan	70	Laki-laki	SD
36	Sayuti	351164	9150601	Kedawung	Pejagoan	70	Laki-laki	SD
37	Hamyani	351219	9150601	Kedawung	Pejagoan	41	Laki-laki	SLTP
38	Tudiman	351605	9150231	Kedawung	Pejagoan	60	Laki-laki	SD
39	Maskur	351284	9150066	Kedawung	Pejagoan	66	Laki-laki	SLTP
40	Subandi	349293	9149661	Kewayuhan	Pejagoan	57	Laki-laki	SD
41	Rahmat Basuki	349821	9150309	Kewayuhan	Pejagoan	43	Laki-laki	SLTP
42	Ahmad Mundir	349905	9149796	Kewayuhan	Pejagoan	47	Laki-laki	SD
43	Pijianto	350400	9149617	Podoluhur	Klirong	59	Laki-laki	SD
44	Karsono	350832	9149617	Podoluhur	Klirong	41	Laki-laki	SD
45	Jasman	350992	9148844	Podoluhur	Klirong	56	Laki-laki	SD
46	Suyono	344603	9152238	Karanggedang	Sruweng	51	Laki-laki	SLTP
47	Sumarno	347652	9149260	Bumiharjo	Klirong	42	Laki-laki	SD
48	Slamet Supriyadi	349236	9149189	Kedadongan	Klirong	57	Laki-laki	SLTA
49	Siti Masrofah	351269	9149189	Kedungwinangun	Klirong	61	Perempuan	SD
50	Mutaqin	357958	9147723	Pekunden	kebumen	51	Laki-laki	SLTP

Responden	Tahun berdiri	Jumlah Industri	Modal		Jumlah Alat		
			Sendiri	Pinjaman	Mesin press	Tobong	Molen
1	1970	1	V		2	1	Sewa
2	1970	1	V		1	Sewa	
3	1996	3	V		3	1	2
4	1970	1	V		1	1	Sewa
5	1990	3	V		3	1	1
6	1986	1	V		1	1	Sewa
7	2003	2	V		2	1	Sewa
8	1999	3	V		3	1	Sewa
9	2008	1	V		2	Sewa	Sewa
10	1990	1	V		1	1	Sewa
11	1984	3	V		10	3	1
12	2003	2	V		2	1	
13	1992	6	V		6	1	1
14	1989	10	V		10	3	
15	1975	1 ( lingkungan )	V		4	1	
16	1971	3	V		3	1	
17	1990	4	V		4	1	1
18	2009	1	V		1	Sewa	
19	1980	3	V		3	1	1
20	2005	1	V		2	1	Sewa
21	1973	1	V		3	1	1
22	2000	1		V	1	Sewa	
23	2005	2	V		2	Sewa	
24	1998	1	V		1	1	
25	2003	1		V	1	1	

26	1993	2	V		2	1	
27	1978		V		3	1	1
28	1987	4	V		4	1	
29	2000	1		V	1	1	
30	1998	15 (Satu Kompleks)	V		15	5	1
31	1960	1	V		2	1	1

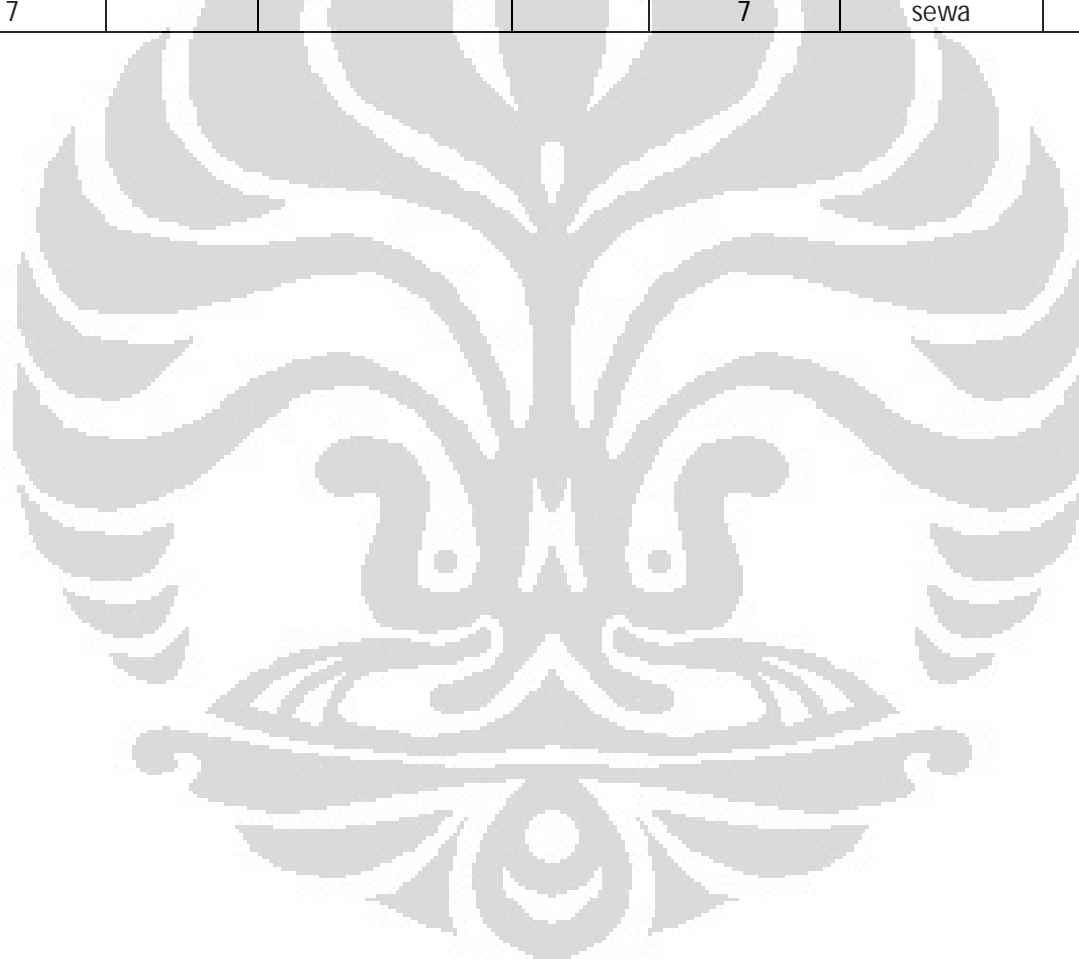


Responden	Tahun berdiri	Jumlah Industri	Modal		Jumlah Alat		
			Sendiri	Pinjaman	Mesin press	Tobong	Molen
32	1991	1	V		1	1	Sewa
33	1960	7	V		7	1	1
34	1985	3	V		3	1	
35	1982	1	V		1	1	
36	1992	1	V		1	1	
37	2010	1		V	1	1	
38	1988	1	V		2	1	
39	1966	4	V		2	1	
40	1982	7	V		15	1	1
41	1992	3	V		3	1	
42	1985	1	V		1	1	
43	1987	1	V		1	1	
44	1995	1	V		1	1	
45	1989	2	V		3	1	
46	1985	2	V		2	1	
47	1993	4	V		5	1	
48	1982	2	V		3	1	
49	1986	1	V		1	1	
50	1992	3	V		4	1	

Responden	Tenaga kerja					Bahan Baku Tanah / Adonan	
	asal			Gender		Harga 1 adonan	Asal
	warga desa	luar desa	luar kecamatan	Laki-laki	Perempuan		
1	10			4	6	120	Petanahan, Klirong
2	4			1	3	250	Dorowati
3	20	5		8	17	Sewa	Wonosari
4	6			2	4	140	Klirong
5	21			7	14	5000000/ truk	Bulus Pesantren & Klirong
6	7			3	4	120	Bocor
7	1	8		2	7	200	Klirong
8	8	2		3	7	180	Klirong
9	4		3	2	5	180	Kewayuhan
10	6			2	4	200	Klirong
11	5	10	15	6	24	sewa	Pejagoan
12	7			3	4	200	Karanggedang
13	30			4	26	180	Karanggedang
14	30	30		30	30	200	Sidoarjo
15	5	15		6	14	200	Pejagoan, Sruweng
16	2	5		2	5	200	Kebagoran
17		25		6	19	200	Sruweng
18		7		2	5	180	Sruweng
19		20		11	9	180	Sruweng
20	10	4		4	10	200	Sruweng
21	10			5	5	200	Sruweng
22	4			1	3	200	Sruweng
23	10			2	8	180	Sruweng
24	6			2	4	200	Petanahan
25	6			6		200	Adimulyo



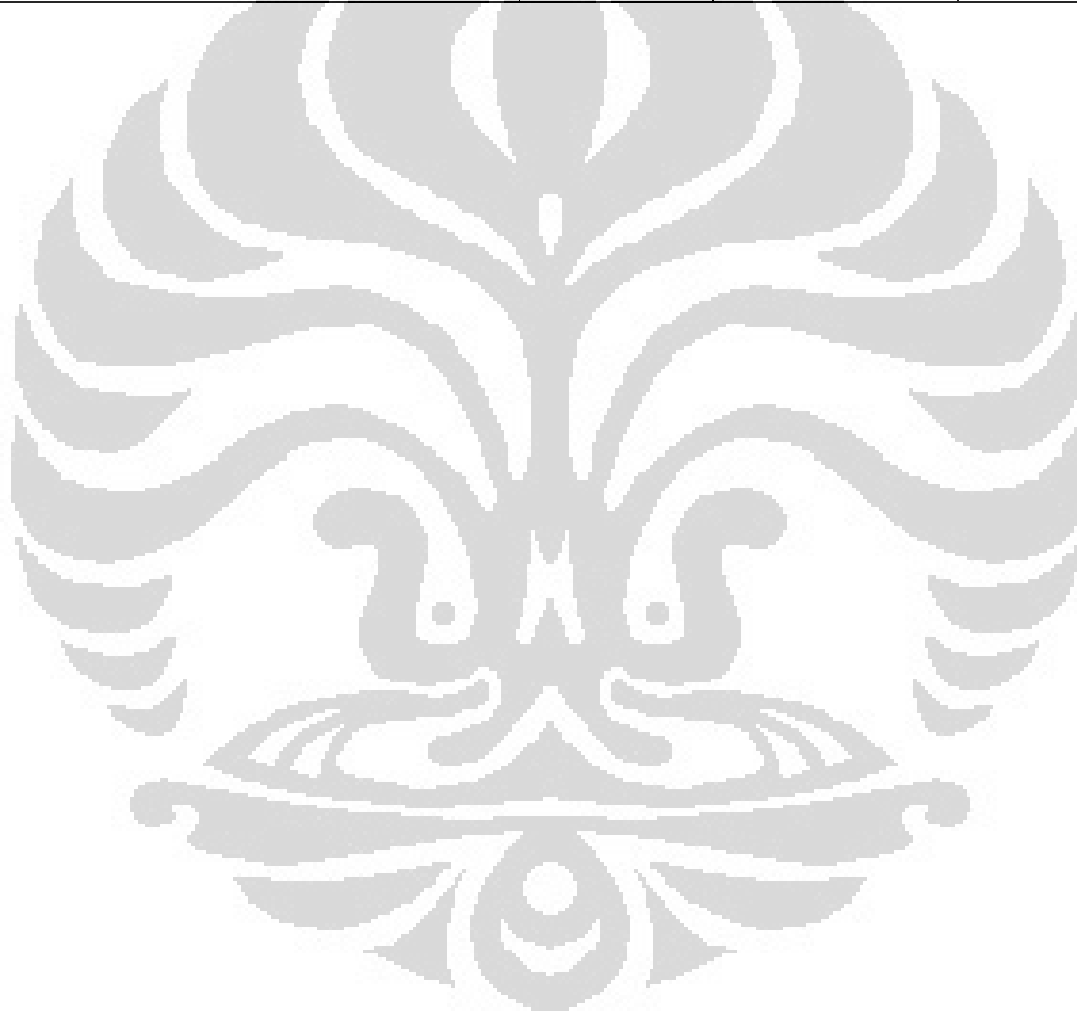
26	12			10	2	200	Kebagoran
27	6	8		3	11	Sewa	Pejagoan
28	24			8	16	200	Peniron
29	5				5	180	Sokka
30	45	45		45	45	Sewa	Pejagoan
31	7				7	sewa	Kedwaung



Responden	Tenaga kerja					Bahan Baku Tanah / Adonan	
	asal			Gender		Harga 1 adonan	Asal
	warga desa	luar desa	luar kecamatan	Laki-laki	Perempuan		
32	6			2	4	120	kemanguhan
33	15			4	11	tanah sendiri	Kedawung
34	3	1	4	2	6	200	Pejagoan
35	6			2	4	200	Pejagoan
36	6			2	4	200	Pejagoan
37	6			1	5	200	Pejagoan
38		6		2	4	Sewa	Pejagoan
39	15	15	30	20	40	tanah sendiri	Pejagoan
40	34	11		15	30	Sewa	Pejagoan
41	18			6	12	200	Pejagoan
42	6			2	4	200	Pejagoan
43	6			3	3	200	Pejagoan
44	7			1	6	200	Klirong
45	14			4	10	200	Klirong
46	16	2		8	10	200	Sruweng
47	15	3		6	12	180	Klirong
48	13			2	11	180	kklirong
49	4	1		3	2	180	Klirong
50	12	4		7	9	200	Bulus Pesantren & Klirong

Responden	Produk Genteng		KapasitasProduksi	Merk
	Jenis	Bentuk		
1	Plentong	Non Glazur	15000	MS
2	Plentong	Non Glazur	15000	JTS
3	Plentong	Non Glazur	30000	MHS
4	Plentong, Magas dan Kodok	Non Glazur	30000	HS
5	Plentong, Magas dan Kodok	Non Glazur	50000	BM
6	Plentong, Magas	Non Glazur	34000	BM
7	Plentong	Non Glazur	30000	SBD
8	Plentong, Magas dan Morando	Non Glazur	60000	MM
9	Plentong	Non Glazur	30000	SPR ( cabang )
10	Plentong	Non Glazur	15000	MS
11	Plentong, magas, morando, kerpus, kodok	Non & Glazur	600000	Massoka
12	Plentong, Magas	Non & Glazur	18000	MI ( Cabang )
13	Plentong, Magas dan Morando	Non & Glazur	180000	JDN
14	Plentong, Magas	Non & Glazur	300000	THP
15	Plentong, Magas dan Morando	Non Glazur	90000	HM
16	Plentong	Non Glazur	30000	MS
17	Plentong dan Magas	Non Glazur	120000	RHN
18	Kodok & Magas	Non Glazur	24000	MHR
19	Plentong dan Magas	Non Glazur	60000	HAB
20	plentong	Non Glazur	25000	MM
21	Kodok & Magas	Non Glazur	30000	MS
22	Plentong	Non Glazur	30000	HM
23	Plentong dan Magas	Non Glazur	90000	MS
24	Plentong	Non Glazur	24000	MS
25	Plentong	Non Glazur	30000	Malindo
26	Plentong	Non Glazur	50000	MS
27	Plentong, Magas dan Morando	Non & Glazur	90000	Malindo

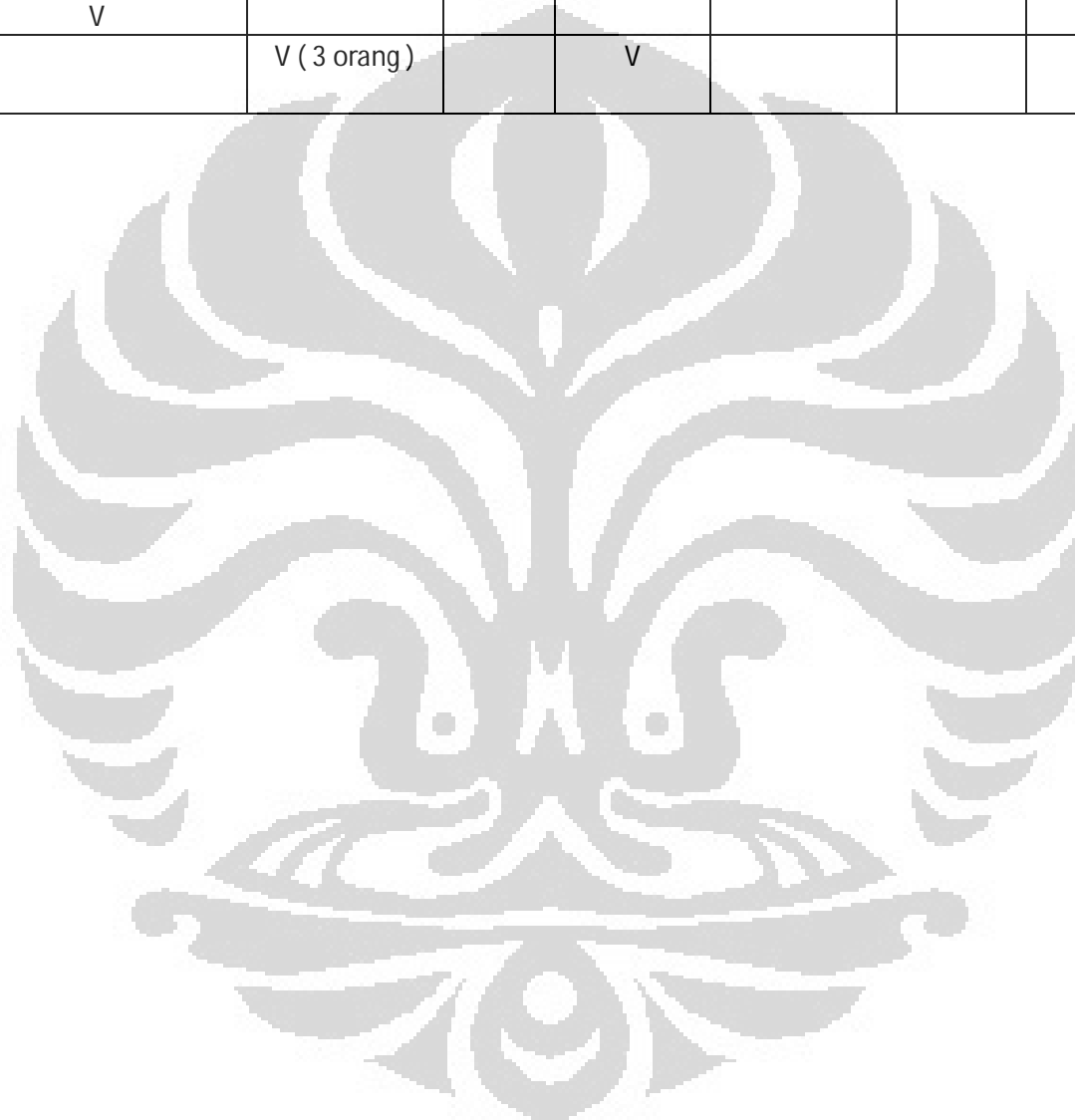
28	Plentong & Magas	Non Glazur	120000	CHM
29	Plentong	Non Glazur	24000	YS
30	Morando	Non & Glazur	4500000	MS
31	Plentong	Non Glazur	30000	SDN



Responden	Produk Genteng		KapasitasProduksi	Merk
	Jenis	Bentuk		
32	Plentong	Non Glazur	24000	SR
33	Plentong, magas, mrando, kerpus	Non & Glazur	300000	Iman Super
34	Plentong, magas, kerpus	Non Glazur	24000	SKN
35	Plentong	Non Glazur	18000	SI
36	Plentong	Non Glazur	30000	THD
37	Plentong	Non Glazur	24000	SHN
38	Plentong	Non Glazur	40000	SGT
39	Plentong, magas & Morando	Non Glazur	60000	KMS
40	Plentong, magas, & Morando	Non Glazur	150000	RGS
41	Plentong	Non Glazur	60000	RB
42	Plentong	Non Glazur	25000	KM
43	Plentong	Non Glazur	25000	SR
44	Plentong	Non Glazur	20000	KRS
45	Plentong	Non Glazur	30000	JS
46	Plentong	Non Glazur	25000	SAD
47	Plentong & Magas	Non Glazur	120000	HSM
48	Plentong & Magas	Non Glazur	80000	SLT
49	Plentong	Non Glazur	30000	YN
50	Plentong & Magas	Non Glazur	90000	RS

No Responden	Merk			Distribusi			
	Kelompok	Keluarga	Pribadi	Langsung	Pengumpul	Juragan	Makelar
1	7 ( pabrik )			V			
2	( Merk Pengumpul )				JTS		
3			V	V			
4		V ( 4 orang )			V		
5		V(4 orang)		50%			
6		V ( 3 orang )			V		
7			V	V			
8		V ( 2 orang )		V			
9		V ( 4 orang )		V			
10	V			V			
11			V	V			
12		V ( 3 orang )		V			
13	V			v			
14			V	V			
15		V ( 2 orang )		v			
16	V			V			
17			V	V			
18		V ( 5 Orang )		V			
19		V ( 5 Orang )					
20			V				
21	V					V	
22	V ( Juragan )					V	
23	V			V			
24	V						V
25	V ( Juragan )					V	
26	V			V			V
27			V				
28	V			V			

29	V (Juragan)					V	
30	V						
31		V (3 orang)		V			

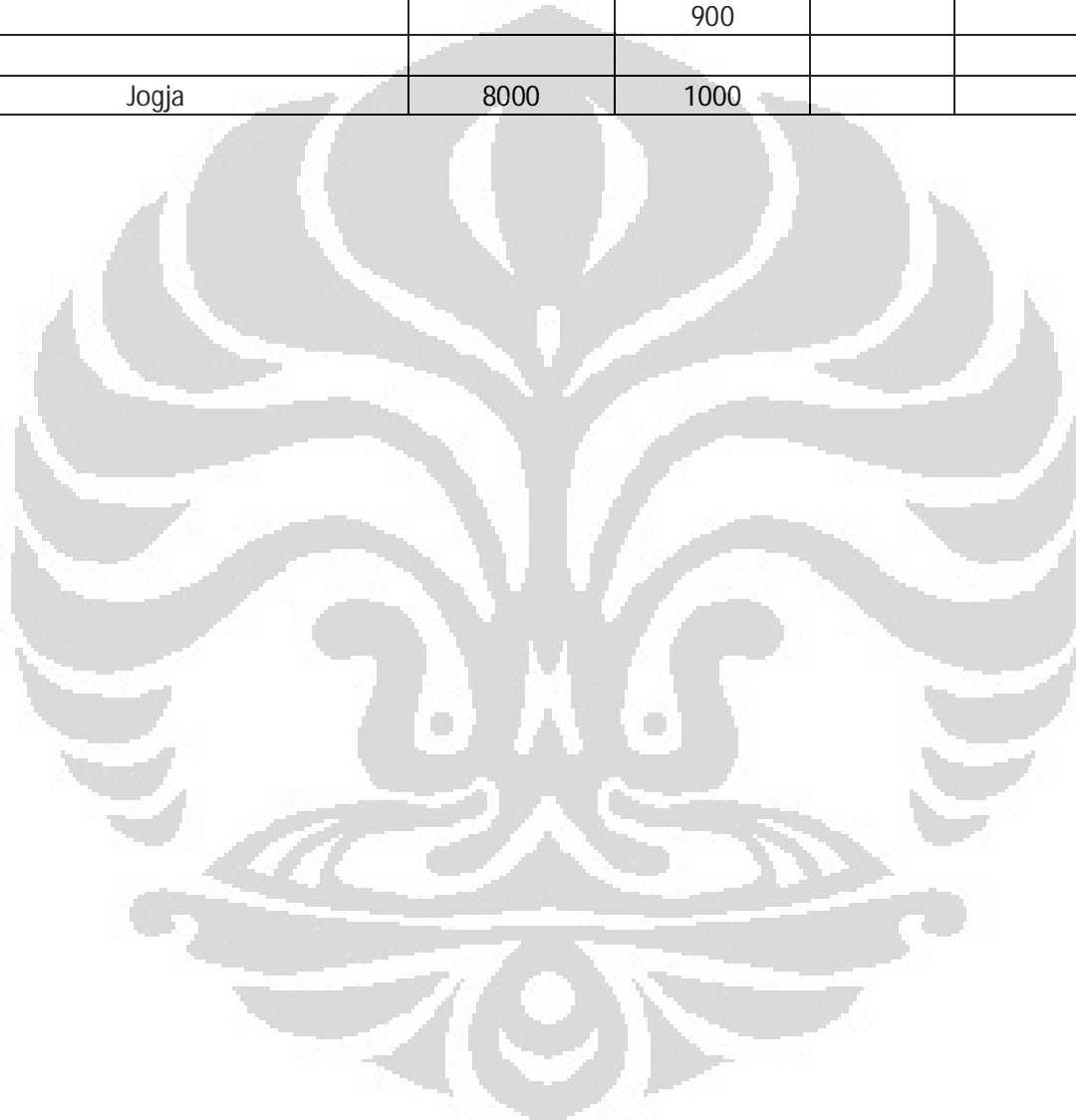


No Responden	Merk			Distribusi			
	Kelompok	Keluarga	Pribadi	Langsung	Pengumpul	Juragan	Makelar
32		V ( 3 Orang )					V
33		V ( 2 orang )		V			
34			V	V			
35	V						V
36	V			V			
37		V ( 2 orang )					V
38			V	V			
39		V ( 4 orang )	V				
40			V	V			
41	V			V			
42	V			V			
43			V		V		
44		v		V			
45			V	V			
46		V(2 orang )		V			
47	V		V	V			V
48	V		V		V		
49		V ( 2 orang )		V			
50	V			V			



No Responden	Pelanggan Tetap luar Kebumen		Harga per genteng			
	Asal	Jumlah Genteng	Plentong	Magas	Morando	kodok
1	Wonosobo	10000	1300			
2			850			
3	Kutoarjo	20000	900			
4	Tegal, Solo	20000	1050	1150		1150
5	Semarang	25000	1300			1150
6			1000	1200		
7	Tasik	20000	1000			
8	Magelang	14000	1000	1200	1700	
9	Banjarnegara	9000	1000			
10			1075			
11						
12	Banjarnegara	8000	1000	1150		
13			1000	1100	1700 & 3800	
14	Wonosobo, Banjarnegara & Purbalingga	24 X 4000	1050	1150		
15						
16	Brebes	8000	1000			
17	Cipari dan Cilacap	20000	1000	1100		
18	Solo	12000	1150			1150
19	Tasik, Jatijajar	16000	1000	1000		
20						
21			900			
22			900			
23	Magelang & Tegal	18000	1100	1200		
24			1000			
25			900			
26	Sidareja	9000	1000			
27						

28	Tegal, Brebes dan Majenang	9 X 4000	1000	1100		
29			900			
30						
31	Jogja	8000	1000			



No Responden	Pelanggan Tetap luar Kebumen		Harga per genteng			
	Asal	Jumlah Genteng	Plentong	Magas	Morando	kodok
32			1000			
33	Kedu		1100	1200		
34	Tasik ( 75 % )	20000	900			
35						
36	Banjarnegara	20000				
37						
38	Tasik	20000	900			
39	Tasik	20000	1000			
40	Tasik					
41	Cilacap					
42						
43	Jogja					
44						
45						
46	Tegal					
47	Brebes & Banjarnegara					
48						
49	Banjarnegar					
50	Jogja, Magelang					