

## **BAB 6**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. a. **Faktor-faktor internal yang menjadi kekuatan dari UMKM keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung** adalah dari segi kemudahan dalam memperoleh bahan baku; Spesialisasi produk keripik yang beraneka rasa dan bermacam-macam jenis; Seringnya melakukan inovasi terhadap produk baik dari segi rasa, bentuk, ataupun kemasan; Jumlah tenaga kerja yang memadai; Adanya visi bersama antar pelaku usaha; Adanya pimpinan yang mewakili pelaku industri dalam kawasan; Kerjasama dan hubungan yang cukup baik antara sesama pelaku industri.
- b. **Faktor-faktor internal yang menjadi kelemahan dari UMKM keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung** adalah kurangnya sistem pengajaran keahlian yang mendorong tenaga kerja dan masyarakat untuk mendirikan usaha baru dan menjadikan industri keripik terus bertambah; Kurangnya tingkat pengetahuan dan keahlian tenaga kerja; Rendahnya antusiasme pengusaha terhadap pengembangan pengetahuan dan perluasan network; Struktur dan manajemen industri yang kurang mendukung pengembangan kapasitas SDM; Relatif kurangnya kebutuhan untuk permodalan bagi pengembangan usaha; Kurangnya pemahaman terhadap manajemen pengelolaan usaha yang baik pada industri kecil; Penggunaan peralatan produksi yang kurang memadai dalam mengolah produk; Tidak adanya standarisasi kualitas yang sama pada produk maupun kemasan; Tidak adanya spesifikasi kualitas produk untuk masing-masing segmentasi pasar agar dapat memperluas jangkauan pemasaran produk keripik olahan dari kawasan; Tidak adanya pusat pasar

yang menjadi lokasi sentra kawasan; Fasilitas dan infrastruktur kawasan yang kurang memadai baik lahan maupun bangunan/*outlet*; dan kurangnya media promosi dari pihak pengusaha di kawasan seperti leaflet, brosur atau bentuk promosi lainnya yang mengenalkan jenis, bentuk, maupun rasa produk keripik olahan dari kawasan yang membedakannya dari produk lain yang sejenis.

c. Sedangkan dari sisi eksternal, **faktor-faktor yang menjadi peluang UMKM keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung** adalah adanya dukungan dari lembaga pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan; Kemudahan birokrasi untuk memperoleh izin usaha dari pemerintah; Kondisi keamanan kawasan yang terjamin untuk mengelola usaha; Iklim kompetisi atau persaingan yang kondusif dan memacu peningkatan kualitas produk; Animo masyarakat yang cukup tinggi terhadap jajanan keripik; Adanya dukungan promosi dan pemasaran produk yang dihasilkan dalam kawasan industri.

d. **Faktor-faktor eksternal yang menjadi ancaman/hambatan UMKM keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung** adalah kurangnya dukungan dari lembaga penelitian dan pengembangan dalam melakukan riset pasar ataupun inovasi produk; Kurangnya dukungan dari pemerintah untuk mensertifikasi produk olahan dari kawasan; kurangnya peran lembaga asosiasi usaha di kawasan, dalam hal ini KUB Telo Rezeki dalam mengupayakan pengembangan kawasan industri; dan belum adanya bantuan berupa teknologi tepat guna bagi pengusaha UMKM di kawasan untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas produknya.

2. **Strategi yang diperlukan dalam mengembangkan Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung** berdasarkan hasil analisis SWOT berada pada upaya meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang-peluang yang ada. Alternatif strategi yang dirumuskan dalam analisis SWOT ini kemudian dibuat prioritas dengan menggunakan AHP melalui beberapa kriteria dan sub kriteria penentu prioritas strategi

pengembangan kawasan. Pada level 1 (kriteria utama), kriteria akses faktor produksi memiliki bobot tertinggi dalam menentukan prioritas alternatif strategi pengembangan kawasan. Sementara itu, pada tingkatan kriteria yang paling operasional atau paling menentukan susunan prioritas strategi pengembangan kawasan (level 2), diperoleh bahwa sub kriteria yang memiliki bobot global tinggi (di atas 0,10) adalah teknik produksi, keterkaitan antar sektor, keberadaan pusat pasar, bahan baku, modal, informasi/pengetahuan, jejaring kerja, saran dan prasarana, jaringan pasar dan riset pasar. Pada akhirnya, diperoleh susunan **prioritas alternatif strategi pengembangan Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung** sebagai berikut:

- 1) Membantu permodalan dan membangun lokasi yang menjadi sentra/pusat utama kawasan;
- 2) Meningkatkan cara pengolahan produk agar memiliki standar mutu yang sama;
- 3) Mendorong motivasi pengusaha untuk mengikuti pelatihan, seminar maupun membangun relasi/*network* dan meningkatkan pemahaman pengusaha dalam penerapan manajemen yang baik pada UMKM;
- 4) Membuat leaflet, brosur, ataupun media promosi lainnya melalui kerja sama dengan pemerintah termasuk dinas pariwisata dan perhotelan untuk memperkenalkan produk keripik olahan dari kawasan;
- 5) Meningkatkan fasilitas atau infrastruktur di kawasan termasuk lahan usaha maupun bangunan/ruko;
- 6) Membuat spesifikasi terhadap kualitas produk untuk meningkatkan jangkauan pasar.

## 6.2 Saran

Hasil dari studi ini menghasilkan beberapa saran baik bagi pengembangan Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung maupun saran untuk studi lanjutan yang berkaitan dengan pengembangan kawasan industri.

### 2.2.1 Saran Bagi Pengembangan UMKM di Kawasan

Adapun saran bagi pengembangan Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung:

1. Karena kriteria-kriteria yang berperan dalam menempatkan strategi membantu permodalan dan membangun pusat pasar sebagai prioritas pertama strategi pengembangan kawasan adalah kriteria keberadaan pusat pasar, riset pasar, sarana dan prasarana, dan keterkaitan antar sektor. Oleh karena itu, pemilihan terhadap strategi membangun pusat pasar dilakukan jika pembina dan pengusaha sebagai pengelola berfokus terhadap:
  - Keberadaan pusat pasar, yakni terkonsentrasinya UMKM pada satu titik/sentra yang terpadu untuk memudahkan pengunjung dalam membeli produk keripik di kawasan, dan mendukung pelaksanaan program riset pasar untuk mengukur akseptabilitas produk olahan dari kawasan dan inovasi yang dilakukannya untuk memperluas jangkauan pemasaran, serta membantu permodalan bagi pengembangan usaha UMKM di kawasan.
  - Mengoptimalkan fasilitas dan infrastruktur seperti lahan parkir yang memungkinkan pengunjung dalam jumlah besar. Karena lokasi outlet yang terpencar-pencar di pinggir jalan raya dan tiadanya lahan parkir di sepanjang kawasan, membuat pengunjung mengalami kesulitan untuk membeli keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung dan dapat menimbulkan kemacetan di jalan raya di sekitar kawasan.
2. Penelitian ini untuk lebih aplikatif, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui lokasi dan bentuk pusat pasar yang ideal berdasarkan tata ruang wilayah di kawasan yang merupakan wilayah pemukiman penduduk dan dilalui jalan raya agar tidak menimbulkan kemacetan, termasuk jenis teknologi yang dibutuhkan dalam menunjang operasional proses produksi, dan keahlian SDM apa yang perlu ditingkatkan lebih lanjut berdasarkan kebutuhan prioritas

pengusaha UMKM keripik di Kawasan Sentra Industri Keripik Kota Bandar Lampung.

### 2.2.2 Saran untuk Studi Lanjutan

Saran untuk studi lanjutan yang berkaitan dengan pengembangan kawasan untuk mengantisipasi kelemahan-kelemahan yang melekat dalam metode SWOT dan AHP yang digunakan dalam penelitian ini, maka ada beberapa saran yang perlu diperhatikan, yakni:

1. Supaya pemodelan AHP efisien maka untuk studi-studi tentang penentuan strategi pengembangan kawasan disarankan agar jumlah alternatif strategi yang diuji dengan model AHP tidak terlalu banyak. Oleh sebab itu, langkah pertama yang harus dilakukan adalah penyeleksian alternatif-alternatif tersebut sehingga yang tertinggal hanya beberapa alternatif saja yang dianggap relevan dengan tujuan studi.
2. Untuk meminimalisasi kemungkinan adanya distorsi dan informasi yang hilang sebagai akibat penyusunan faktor-faktor secara berhirarki maka jumlah hirarki (level) harus seefisien mungkin.
3. Kemungkinan subjektivitas dan distorsi penilaian oleh responden ahli dapat diminimalisasi dengan penentuan sampel responden yang akurat. Karena analisisnya menggunakan hasil penilaian responden ahli (*expert*) yang objektivitasnya sulit diukur. Disamping itu, penentuan responden ahli juga sangat subyektif, karena belum ada aturan mutlak atau baku yang dijadikan pedoman.
4. Untuk memfasilitasi diskusi yang lebih intensif di antara para responden ahli, maka konsensus pendapat terhadap penilaian kuesioner sebaiknya dilakukan secara langsung. Jika di antara responden tidak tercapai kesepakatan, maka penggabungan pendapat dalam AHP baru dapat dilakukan dengan cara perataan geometrik.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Anderson, Gary. (1994). *Industry clustering for economic development*. Economic Development Review. New York: Springer.
- Boar, Bernhard H. (1993). *Thale art of strategic planning for information technology, crafting strategy for the 90s*. New York: Johaln Wiley & Sons, Inc.
- David, Fred R. (2001). *Strategic management concepts*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal. (2003). *Model pengelolaan dan pengembangan keterkaitan program dalam pengembangan ekonomi daerah berbasis kawasan andalan*. Jakarta: Bappenas.
- Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal. (2004). *Tata cara pengembangan kawasan untuk percepatan pembangunan daerah*. Jakarta: Bappenas.
- Direktorat Pengembangan Kawasan Khusus dan Tertinggal. (2004). *Kajian strategi pengembangan kawasan dalam rangka mendukung akselerasi peningkatan daya saing daerah*. Jakarta: Bappenas.
- Doz, Yves L. & Prahalad, C.K. (1987). *The multinational mission*. New York: the Free Press.
- Freeman, Christopher, & Lundvall, Bength Ake. (1988). *Small countries facing the technological revolution*. New York: Printer Publisher.
- Grant, Robert M. (1991). Porter's 'competitive advantage of nations': An assessment. *Strategic Management Journal*, 12, 539.

- Hitt, Michael A., Ireland, R. Duane., Hoskisson, Robert E. (1995). *Strategic management: Competitiveness and globalization*. West Publishing Company
- Hutasoit, Donal. (2005). *Strategi pengelolaan Taman Nasional Kerinci Seblat dalam rangka mengurangi laju kerusakan hutan*. Jakarta: Magister Perencanaan dan Kebijakan Publik Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Irawan, Prasetya. (2006). *Penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk ilmu-ilmu sosial*. Jakarta: DIA FISIP UI.
- Jones, Peter T. & Teece, David J. (1988). *What we know and what we don't know about competitiveness*. Dalam Antonio Furino (Ed.). *Cooperation and competition in the global economy* (h. 284-285). Cambridge, MA: Ballinger Publishing.
- Kaynak, Erdener. (1986). *Marketing and Economic Development*. New York: Praeger
- Kementrian Negara Perencanaan Pembangunan Nasional. (2005). *Kajian strategi dan arah kebijakan untuk memaksimalkan potensi daya saing daerah*. Jakarta: Bappenas.
- Kerlinger, Fred N. (1990). *Asas-Asas Penelitian Behavioral* (edisi 3). Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Kotler, Philip., Jatusripitak, Somvid., dan Maesincee, Suvit. (1997). *The marketing of nations*. New York: The Free Press A Division Simon & Schuster Inc.
- Krugman, Paul R. (1987). Targeting industrial policies: Theory and evidence. Dalam Dominick Salvatore (Ed.). *The new protectionist threat to world welfare*. (h. 268-269). New York: North Holland.