

# STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL BATAKO DI KOTA PEKANBARU

**Firdha Ayu Hapsari<sup>1)</sup>, Hj.Rita Yani Iyan<sup>2)</sup>, Mardiana<sup>2)</sup>**

1) Mahasiswa Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email : [firdhaayuh@gmail.com](mailto:firdhaayuh@gmail.com)

*The Development Strategy Of Small Brick Industry In Pekanbaru City*

## ABSTRACT

*This research aims to know the strategy of small business development of brick in the future. The population is a total of 6 businesses with census methods. Variables in the research are raw materials, marketing, human resources and technology. Technical analysis of the data used is using SWOT analysis. In the results of the study showed small brick industry in Pekanbaru City is in the position of SWOT Matrix Quadrant 1 which means the right strategy for the brick industry in Pekanbaru City is a strategy to grow and build (Growth and Build) to produce the most precise strategy then further analyzed by using internal matrix and external matrix and the result of small brick industry in Pekanbaru City is in the intermediate position in cell 5 namely growth and stability so that the right strategy is the development of Product market and market penetration.*

*Keywords: strategy, SWOT analysis, brick industry.*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia memerlukan jangka waktu yang cukup panjang untuk mencapai target-target yang sudah disusun oleh pemerintah. Banyak cara pemerintah untuk membuat perekonomian Indonesia tumbuh antara lain pada periode terdahulu pemerintah mengutamakan dalam sektor pertanian karena Indonesia juga merupakan negara agraria yang besar. Akan tetapi untuk di zaman yang modern seperti pada saat ini pemerintah menekankan pada sektor industri sebagai pembangkit perekonomian ditambah lagi pada saat ini ekonomi industri kreatif yang sangat hangat diperbincangkan oleh

pemerintah dan diberikan wadah untuk berkembang terus berkembang.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh industri besar yang ada saat ini, akan tetapi industri kecil dan menengah yang ada di Indonesia juga merupakan salah satu pembangkit perekonomian disekitar wilayah industri tersebut karna industri kecil dan menengah juga banyak menyediakan kesempatan kerja sehingga dapat meratakan pendapatan daerah. Dengan demikian sektor industri kecil dan menengah juga mempunyai kontribusinya terhadap PDRB setiap daerah.

Pertumbuhan penduduk yang setiap tahunnya mengalami peningkatan juga merupakan salah satu peluang para pelaku usaha untuk

terus mengembangkan industrinya karena dapat dilihat banyaknya permintaan di pasar. Selain itu banyaknya penduduk juga mempermudah para pelaku industri untuk mendapatkan tenaga kerja yang dibutuhkan di industri tersebut. Sehingga banyaknya industri di suatu daerah secara tidak langsung dapat memberikan banyak lapangan pekerjaan dan membantu pemerintah untuk mengurangi angka pengangguran.

Kota Pekanbaru merupakan salah satu daerah yang terus mengalami perkembangan IKM yang sangat baik setiap tahunnya. Dalam perkembangannya IKM di Kota Pekanbaru tumbuh dan berkembang baik tidak hanya pada satu sektor industri akan tetapi tumbuh secara keseluruhan hanya saja persentasenya saja yang berbeda dan industri dari klasifikasi semen juga mengalami pertumbuhan.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru pada sektor industri pertambangan dan penggalian. Sektor industri yang dilihat perkembangannya tidak terlalu baik dibandingkan dengan sektor industri lainnya. Pada tahun 2013 industri pertambangan dan penggalian mengalami pertumbuhan yang mencapai angka tertinggi dibanding tahun sebelumnya yaitu 3.89%. akan tetapi industri pertambangan dan penggalian ini tidak selamanya berkembang dengan baik karena bergantung dengan kondisi alam. Sehingga pada tahun 2015 industri ini mengalami penurunan dengan angka 2.34% di tahun 2013 dan terus menurun setiap tahunnya ke arah negatif sehingga di tahun 2018 berada di angka -0.39%.

Sektor Industri Pertambangan terdiri dari banyak jenis pertambangan yang salah satunya yaitu industri semen. Di dalam industri semen juga banyak jenisnya salah satunya mencakup industri barang-barang dari semen seperti batako. Industri yang mengolah semen menjadi bentuk lain dan mempunyai nilai tambah dan kegunaannya.

Industri Kecil dan Menengah mempunyai peran yang positif untuk masyarakat disekeliling industri tersebut. Selain memberikan lapangan pekerjaan juga dapat menaikkan perekonomian di daerah tersebut. Sehingga terjadinya pemerataan perekonomian apabila berkurangnya jumlah pengangguran.

Perkembangan Industri Kecil dan Menengah di Kota Pekanbaru dapat dilihat pada tabel dibawah ini yaitu:

**Tabel 1 Perkembangan Jumlah Industri Kecil dan Menengah menurut Kecamatan di Kota Pekanbaru, Tahun 2016-2018**

No	Kecamatan	2016	2017	2018
1	Tampar	277	286	302
2	Payung Sekaki	354	370	393
3	Bukit Raya	207	211	221
4	Marpoyan Damai	233	238	250
5	Tenayan Raya	189	200	205
6	Limapuluh	186	89	92
7	Sail	45	46	46
8	Pekanbaru Kota	101	101	107
9	Sukajadi	237	242	246
10	Senapelan	120	122	130
11	Rumbai	92	92	94
12	Rumbai Pesisir	51	51	53
	<b>Jumlah Total</b>	<b>1992</b>	<b>2048</b>	<b>2139</b>

Sumber : Pekanbaru dalam angka, 2018

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 1 dapat kita lihat jumlah perkembangan industri kecil dan menengah di Kota Pekanbaru

setiap tahunnya mengalami peningkatan yang cukup baik walaupun ada di beberapa kecamatan yang peningkatan perkembangan industrinya tidak mengalami peningkatan. Dapat dilihat dari tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 91 unit usaha dari tahun sebelumnya. Kecamatan Payung Sekaki pada tahun 2018 memiliki jumlah unit usaha yang terbanyak yaitu 393 unit dibandingkan dengan kecamatan yang lainnya. Sedangkan di Kecamatan Limapuluh mengalami penurunan jumlah unit usaha yang sangat besar pada tahun 2016 berjumlah 186 unit usaha menjadi 89 unit usaha pada tahun 2017.

Dari data perkembangan industri kecil dan menengah salah satunya yaitu industri batako yang ada di Kota Pekanbaru. Batako merupakan salah satu bahan bangunan penyusun untuk dinding. Batako ini dibuat dengan campuran pasir, semen, kericak, air. Batako dicetak melalui proses pemadatan menjadi bentuk balok-balok dengan ukuran tertentu. Proses pengerasan batako tidak melalui pembakaran, dan batako dapat dipelihara dengan menempatkannya ditempat yang lembab atau tidak terkena matahari langsung dan hujan. Sehingga proses pembuatan dan perawatannya lebih mudah dibandingkan batu bata merah dari tanah liat yang harus melalui proses pembakaran dahulu.

Kota Pekanbaru juga mengalami peningkatan jumlah penduduk yang sangat tinggi pada tahun 2018 populasi penduduk di Kota Pekanbaru berjumlah 1.117.359 meningkat sangat cepat dalam 8 tahun terakhir sebesar 2.70% pada tahun 2018 dan yang terbanyak menyebar di Kecamatan Tampan, tidak heran

dapat kita lihat banyaknya jumlah perumahan-perumahan yang tersebar di Kecamatan Tampan.

**Tabel 2 Daftar Nama Usaha, Tenaga Kerja dan Jumlah Produksi Pada Industri Batako di Kota Pekanbaru Tahun 2018**

No	Nama Usaha	Tenaga Kerja (orang)	Jumlah Produksi (keping) / Bulan
1	Berkat Usaha	6	40000
2	Riau Beton	5	10000
3	Mutiara Berlian	7	30000
4	Imbalan Jasa	10	50000
5	Riau Jaya I	9	50000
6	Riau Jaya Paving	8	50000

**Sumber :** Dinas UMKM dan IUMK Kota Pekanbaru, 2018

Berdasarkan pra survey yang telah dilakukan pada Industri Batako di Kota Pekanbaru berbagai masalah yang dihadapi para pelaku usaha antara lain kemampuan berpromosi yang kurang, baik dalam kegiatannya maupun dengan penyebaran informasi. Kemudian permasalahan lainnya adalah masalah pembiayaan untuk modal bagi para IKM yang masih sulit didapat karena masih banyak bank yang menerapkan *low risk, high return*. Kapasitas produksi dimana sebagian besar industri rumah tangga dan industri kecil tidak berani memproduksi barang secara massal, mereka lebih cenderung melakukan produksi berdasarkan pesanan yang datang dari konsumen. Tidak / belum ada pesanan khusus dari konsumen maka proses produksi juga ikut terhenti. Sehingga tidak heran bila persediaan produk belum bisa stabil maka minat konsumen juga belum bisa terjaga. Permasalahan industri batako ini datang dari berbagai aspek, baik dari luar maupun dalam industri. Oleh

karena itu perlu adanya strategi pengembangan dari industri batako, agar kedepannya industri ini dapat bertahan dan dapat bersaing dengan industri lainnya.

## TINJAUAN PUSTAKA

Industri kecil di Indonesia memiliki berbagai jenis usaha. Keberadaan industri kecil di Indonesia telah memiliki peran yang penting di dalam perekonomian nasional, terutama dalam aspek peningkatan kesempatan kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi.

Tambunan (2007) mendefinisikan industri kecil merupakan kegiatan industri yang dikerjakan di rumah-rumah penduduk yang pekerjaannya merupakan anggota keluarga sendiri yang tidak terikat jam kerja dan tempat. Bahwa industri kecil adalah usaha produktif di luar usaha pertanian, baik itu merupakan mata pencaharian utama maupun sampingan.

Kendati beberapa definisi mengenai usaha kecil, namun agaknya industri kecil mempunyai karakteristik yang hampir seragam. Pertama, tidak adanya pembagian tugas yang jelas antara bidang administrasi dan operasi. Kebanyakan industri dikelola oleh perorangan yang merangkap sebagai pemilik sekaligus pengelola perusahaan serta memanfaatkan tenaga kerja dari keluarga dan kerabat dekatnya. Kedua, rendahnya akses industri kecil terhadap lembaga-lembaga kredit formal, sehingga mereka cenderung menggantungkan pembiayaan usahanya dari modal sendiri atau

sumber-sumber lain seperti keluarga, kerabat, pedagang perantara, dll. Ketiga, sebagian besar usaha kecil ditandai dengan belum memiliki status badan hukum. Keempat dilihat menurut golongan industri tampak bahwa hampir sepertiga bagian dari seluruh industri kecil bergerak pada kelompok usaha industri makanan, minuman, tembaku, lalu diikuti oleh kelompok industri barang galian bukan logam, industri tekstil, dan industri kayu, bambu, rotan, dll (Kuncoro, 2007).

### Pengertian Strategi

Menurut David (2011) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan. Berikut ini beberapa tipe strategi menurut David (2011) :

1. Strategi Integrasi Vertikal, memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan kontrol atas distributor, pemasok atau pesaing.
2. Strategi Intensif, strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan yang ada
3. Strategi Diversifikasi, strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk-produk baru.
4. Strategi Defensif, strategi bertahan ini bermaksud untuk melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari

kerugian yang besar (kebangkrutan).

### **Konsep Pengembangan Usaha**

Menurut Rangkuti (2015), Strategi dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) tipe strategi yaitu:

a. Strategi manajemen

Strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan strategi secara makro, misalnya strategi pengembangan produk, penerapan harga, akuisisi, pengembangan pasar dan sebagainya.

b. Strategi investasi

Strategi ini merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, misalnya perusahaan ingin melakukan strategi pertumbuhan yang agresif atau berusaha melakukan penetrasi pasar, strategi bertahan, strategi pembangunan kembali divisi baru dan sebagainya.

c. Strategi bisnis

Strategi ini sering disebut strategi bisnis secara fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen, misalnya strategi pemasaran, produksi atau operasional, distribusi, dan strategi yang berhubungan dengan keuangan.

Menurut Kartasmita (2002), Strategi pengembangan usaha merupakan upaya dalam mengantisipasi masalah-masalah yang timbul dan dapat memberikan arah kegiatan operasional dalam pelaksanaan kegiatan industri. Dalam strategi pengembangan usaha kecil harus ada strategi yang tepat, yang meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

1. Peningkatan akses kepada aset produktif, terutama modal, disamping juga teknologi,

manajemen, dan segi-segi lainnya yang penting.

2. Peningkatan akses pada pasar, yang meliputi suatu spektrum kegiatan yang luas mulai dari pencadangan usaha sampai pada informasi pasar, bantuan produksi dan prasarana serta pemasaran.
3. Kewirausahaan, dalam hal pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk berusaha teramat penting.
4. Kelembagaan ekonomi dalam arti luas adalah pasar. Memperkuat pasar adalah penting, tetapi harus disertai dengan pengendalian agar bekerjanya pasar tidak melenceng dan mengakibatkan melebarnya kesenjangan.
5. Kemitraan usaha merupakan jalur yang penting dan strategis bagi pengembangan usaha ekonomi rakyat.

Menurut Wibowo (2008), cara untuk memperluas dan memperbesar pasar yaitu dengan mengembangkan usaha yang sudah ada atau membeli perusahaan lain. Upaya-upaya tersebut harus dikaitkan dengan kemampuan perusahaan dan pengelola serta situasi pasar. Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya penetrasi pasar, perluasan pasar, divertifikasikan produk dan pengembangan produk.

a. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar dilakukan dengan menjual jenis produk lama dalam jumlah besar ke pasar yang lama, jika produksi ditingkatkan jumlahnya, produk tersebut dapat diserap oleh pasar yang ada. Jika permintaan pasar yang dapat diambil ternyata lebih besar dari produksi,

pengelola harus tanggap dan segera memanfaatkannya. Jika tidak, berarti akan memberi peluang bagi pesaing untuk memanfaatkan kesempatan tersebut. Maka dari itu, penelitian pasar perlu dilakukan secara terus-menerus dan teratur.

b. Perluasan pasar

Strategi perluasan pasar berarti harus mencari wilayah pasar yang baru untuk jenis produk yang lama. Perluasan pasar dapat merupakan upaya untuk memasarkan kelebihan hasil produksi yang tidak terserap oleh pasar yang lama. Perluasan pasar biasanya dimaksudkan untuk pengembangan perusahaan. Langkah pertama dalam perluasan pasar yaitu menjajaki wilayah pasar yang mungkin dapat dijangkau. Sementara itu semua system perusahaan dipersiapkan untuk mendukung strategi tersebut jika dilaksanakan.

c. Pengembangan produk

Strategi pengembangan produk akan menyangkut pasar dan produk secara langsung. Jika situasi pasar memungkinkan bagi produk yang baru, strategi pengembangan produk dapat dilakukan. Produk yang ditawarkan bukanlah produk yang lama tetapi produk baru atau produk yang diperbaharui. Dalam menetapkan strategi ini bukan perkembangan hasil penjualan dari tahun ke tahun yang digunakan untuk ramalan permintaan pasar karena termasuk jenis produk baru atau diperbaharui. Semua perkiraan permintaan pasar harus didasarkan atas informasi hasil penelitian pasar.

d. Diverifikasi produk

Diverifikasi produk dan pasar bagaikan mendirikan perusahaan baru, yaitu dengan produk dan pasar yang baru. Dalam strategi ini, perusahaan membuat produk baru yang berbeda dengan produk yang sudah ada. Dengan demikian perusahaan mempunyai jenis produk lebih dari satu, sehingga memerlukan perhatian sendiri terutama dalam system pemasarannya. Tidak setiap wilayah pasar mempunyai kedudukan dan informasi yang sama.

e. Perluasan tingkat nasional dan internasional

Bagi perusahaan kecil perluasan tingkat nasional jauh lebih mudah dari pada perluasan ke luar negeri, namun peluang pasar dalam negeri relative terbatas dan laju perkembangan pasar pun lebih lambat. Untuk menembus pasar luar negeri bukan hal yang mudah dan persyaratannya juga tidak sederhana, minimal harus ada jaminan kestabilan mutu yang tinggi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh tempat usaha yang menjual serta memproduksi batako yang ada di Kota Pekanbaru yaitu berjumlah 6 tempat usaha. Seluruh populasi diambil dengan menggunakan metode sensus. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder, Data primer diperoleh melalui pengisian kuisisioner yang dilakukan langsung kepada pelaku usaha Batako di Kota Pekanbaru sebagai responden. Data

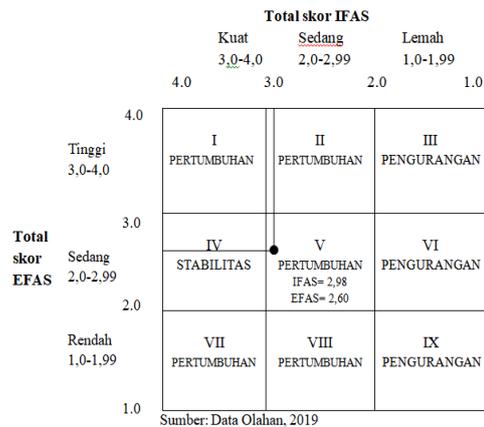
sekunder di peroleh dari Dinas UMKM dan IUKM Kota Pekanbaru, Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru, dan Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Kota Pekanbaru.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung pada penelitian dengan metode kuesioner dan dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan metode analisis SWOT. Melalui analisis SWOT ditentukan alternatif strategi yang paling tepat untuk diterapkan oleh industri. Adapun alat bantu analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi perusahaan adalah matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, matriks SWOT dan matriks *grand strategy*

## HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil analisis matriks IE yang disusun dengan cara memplotkan total skor dari matriks IFAS (2,98) pada sumbu x dan EFAS (2,60) pada sumbu y, didapatkan posisi industri batako di Kota Pekanbaru. Adapun posisi perusahaan berdasarkan matriks IE dapat dilihat pada gambar berikut.

**Gambar 2 Matriks IE**



Berdasarkan hasil analisis matriks IE dapat diketahui bahwa industri batako di Kota Pekanbaru berada pada kuadran V yang bersifat penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Matrik SWOT merupakan sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pelaku usaha mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (kekuatan peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST (kekuatan ancaman), dan strategi WT (kelemahan ancaman). Sedangkan diagram analisis SWOT digunakan untuk memilih salah satu dari ke empat jenis strategi tersebut berdasarkan kuadran posisi dari industri Batako di Kota Pekanbaru.

## Matriks Analisis SWOT

Faktor Eksternal	<b>Peluang (Opportunities)</b> 1. Adanya peningkatan pertumbuhan permukiman 2. Bahan bangunan batako yang sangat mudah dijumpai 3. Adanya perkembangan dalam bidang teknologi yang modern 4. Proses produksi dan perawatan yang mudah	<b>Ancaman (Threats)</b> 1. Kurang adanya minat dari pembeli terhadap pilihan batako 2. Pemahaman tentang produk yang kurang menyeluruh ke masyarakat 3. Produk pengganti yang masih sulit ditinggalkan masyarakat 4. Masih kurangnya peran pemerintah dalam mendukung para pelaku usaha
Faktor Internal	<b>Kekuatan (Strengths)</b> 1. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku 2. Adanya tenaga yang terampil dalam memproduksi 3. Produk yang sudah memiliki nilai lebih dibandingkan barang substitusi 4. Kualitas produk yang sesuai selera konsumen	<b>Strategi S-O</b> 1. Memanfaatkan bahan baku dan perkembangan teknologi yang semakin modern untuk terus menunjang kualitas produk. 2. Memanfaatkan produk yang memiliki nilai tambah dan kualitas produk yang sesuai konsumen dengan peluang lokasi batako yang strategis
	<b>Kelemahan (Weaknesses)</b> 1. Kurangnya promosi dalam menarik minat beli konsumen 2. Peralatan produksi menggunakan metode sederhana 3. Kurang adanya inovasi produk 4. Hanya memproduksi jika hanya ada pesanan konsumen	<b>Strategi S-T</b> 1. Dengan adanya tenaga kerja yang terampil akan menghasilkan produk yang berkualitas untuk merebut pangsa pasar dari pesaing dan produk pengganti batako
	<b>Strategi W-O</b> 1. Tetap melakukan produksi walaupun tidak adanya pesanan dari konsumen karna produksi dan perawatan batako yang tidak sulit 2. Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin modern yang akan menambah inovasi-inovasi produk yang lebih sesuai kebutuhan dan selera konsumen	<b>Strategi W-T</b> 1. Tetap meningkatkan promosi tidak hanya di sosial media agar masyarakat lebih mengenal batako sehingga dapat meningkatkan minat konsumen terhadap bahan bangunan batako 2. Melakukan kerjasama dengan pemerintah dalam penyuluhan pengenalan produk batako kepada masyarakat.

## Diagram Analisis SWOT

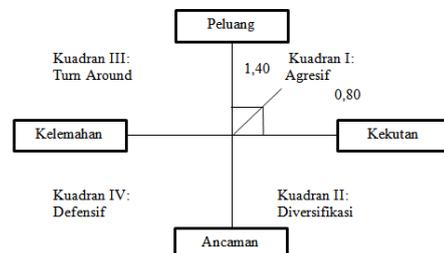
Untuk menentukan posisi industri dapat menggunakan hasil dari matriks IFAS dan matriks EFAS, yaitu sebagai berikut :

Koordinat analisis internal:  
 Kekuatan – kelemahan:  $2,19 - 0,79 = 1,40$

Koordinat analisis eksternal:  
 Peluang – ancaman:  $1,70 - 0,90 = 0,80$

Hasil perhitungan menunjukkan bahwasanya faktor kekuatan lebih besar dari pada faktor kelemahan dan pengaruh faktor peluang lebih besar dari pada faktor ancaman, sehingga industri batako di Kota Pekanbaru berada pada kuadran I yang berarti pada posisi Agresi.

**Gambar 3 Diagram Analisis SWOT**



Sumber : Data Olahan, 2020

Dari diagram analisis SWOT diketahui bahwa batako di Kota Pekanbaru berada pada posisi kuadran I yaitu posisi agresi, kekuatan lebih besar dari kelemahan dan peluang lebih kecil dari pada ancaman sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan pada industri batako di Kota Pekanbaru adalah strategi SO. Adapun strategi SO menurut matriks SWOT yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

## PEMBAHASAN

Hasil analisis IFAS bahwa kekuatan utama dari industri ini adalah produk yang memiliki nilai lebih dari barang substitusi dengan skor tertinggi 0,68. Pada bobot dan rating rata-rata tertinggi pada indikator kekuatan yang berarti faktor tersebut paling penting dibandingkan faktor yang lain di indikator kekuatan. Faktor kekuatan yang selanjutnya yaitu adanya proses produksi dan perawatan yang mudah dengan skor 0,66 kemudian tenaga kerja yang terampil dengan skor 0,47. Dan faktor kekuatan yang terakhir yaitu kemudahan dalam memperoleh bahan baku dengan skor 0,42.

Pada indikator kelemahan yang tertinggi yaitu faktor alat produksi yang masih sederhana dengan skor 0,37. Responden menganggap ini merupakan kelemahan yang penting dibandingkan dengan faktor kelemahan yang lainnya. Faktor indikator kelemahan selanjutnya yaitu kurangnya promosi dalam memikat minat konsumen dengan skor 0,18. Kemudian kelemahan yang lainnya yaitu kurang adanya inovasi produk dengan skor 0,18. Dan yang terakhir yaitu faktor memproduksi jika hanya adanya pesanan dengan skor 0,06.

Berdasarkan hasil analisis EFAS peluang utama pada industri batako di Kota Pekanbaru adalah meningkatnya pertumbuhan permukiman dengan skor 0,45 yang. Pada bobot dan rating rata-rata tertinggi pada indikator peluang yang berarti faktor tersebut paling penting dibandingkan faktor yang lain di indikator peluang lainnya. Faktor

peluang selanjutnya yaitu bahan bangunan yang mudah dijumpai dengan skor 0,45 kemudian faktor selanjutnya adanya perkembangan teknologi dengan skor 0,40. Dan faktor yang terakhir yaitu adanya kemajuan industri kecil dengan skor 0,40.

Pada indikator ancaman yang tertinggi yaitu faktor pemahaman tentang produk yang kurang menyeluruh dengan skor 0,36 yang dianggap para responden sangat penting dibandingkan dengan faktor pada indikator ancaman lainnya. Faktor yang selanjutnya yaitu faktor kurangnya minat konsumen dengan skor 0,23. Kemudian disusul dengan produk pengganti yang sulit ditinggalkan masyarakat dengan skor 0,17. Dan faktor yang terakhir adalah kurang adanya peran pemerintah dengan skor 0,14.

Matriks IE berada pada sel V yaitu pertumbuhan dan stabilitas di posisi menengah. Sehingga, strategi yang tepat untuk industri batako di Kota Pekanbaru adalah pengembangan pasar produk dan penetrasi pasar.

Diagram analisis SWOT yaitu untuk menentukan posisi industri dapat menggunakan hasil dari matriks IFAS dan EFAS diketahui bahwa batako di Kota Pekanbaru berada pada posisi kuadran I yaitu posisi agresif, kekuatan lebih besar dari kelemahan dan peluang lebih kecil dari pada ancaman sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan pada industri batako di Kota Pekanbaru adalah strategi SO. Berikut ini merupakan alternatif strategi yang dapat diberikan :

a. Memanfaatkan kemudahan dalam memperoleh bahan baku dan

teknologi yang semakin modern untuk terus menunjang kualitas produk.

b. Memanfaatkan adanya nilai tambah produk dan kualitas sesuai dengan selera konsumen dengan adanya peluang lokasi batako yang strategis dan tidak sulit dijumpai.

Hasil penelitian Hendriyani, Marini dan Putri (2018) yang juga meneliti tentang bata ringan di Kabupaten Panajam Paser Utara, Kalimantan Timur Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar ke instansi pemerintah, kontraktor dan took penyedia bata merah dan bata ringan didapatkan bahwa penggunaan bata merah di Kabupaten Panajam Paser Utara berada pada kuadran IV, yaitu pada posisi lemah karena menghadapi tantangan besar karena adanya penggunaan bata ringan. Sedangkan penggunaan bata ringan berada pada kuadran II. Posisi ini menandakan bahwa penggunaan bata ringan mulai banyak digunakan di daerah Panajam Paser Utara, dan mulai menggeser penggunaan bata merah.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

1. Kekuatan utama pada industri batako di Kota Pekanbaru yaitu produk yang memiliki nilai tambah. Kelemahan masih menggunakan alat produksi yang sederhana. peluang pada industri batako ini yaitu meningkatnya pertumbuhan permukiman dan yang terakhir yaitu ancaman yang dihadapi industri batako adalah kurangnya pemahaman produk kepada masyarakat..

2. Strategi yang perlu diterapkan pada industri batako di

Kota Pekanbaru yaitu SO (*strength-opportunity*) berupa :

a. Memanfaatkan kemudahan dalam memperoleh bahan baku dan teknologi yang semakin modern untuk terus menunjang kualitas produk.

b. Memanfaatkan adanya nilai tambah produk dan kualitas sesuai dengan selera konsumen dengan adanya peluang lokasi batako yang strategis dan tidak sulit dijumpai.

### **Saran**

1. Para pemilik usaha industri batako perlu terus melakukan promosi dengan menggunakan sosial media untuk menarik minat pelanggan tidak hanya mengandalkan relasi yang sudah ada akan tetapi mulai mencari pasar baru seperti mengajukan kerja sama dengan para pengembang perumahan yang ada di Kota Pekanbaru.

2. Perlu melakukan penyuluhan produk atau pengenalan batako secara menyeluruh agar masyarakat dapat mengetahui kualitas dan manfaat batako itu sendiri. Bahwasannya pada saat ini batako jauh lebih memiliki kualitas yang baik dibandingkan dulu yang memiliki citra buruk karena ketahanan dan kualitas yang mengecewakan para konsumen. sehingga pelanggannya meningkat dan usaha tersebut akan menjadi lebih maju dan berkembang.

3. Pelaku usaha perlu melakukan inovasi produk dan mempertahankan kualitas pada produk yang dihasilkan agar lebih menarik minat konsumen.

4. Bagi kegiatan penelitian selanjutnya dapat melakukan kajian yang lebih lanjut mengenai industri batako di Kota Pekanbaru dengan alat analisis yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2018 .  
*Pekanbaru Dalam Angka*. Kota  
Pekanbaru
- Badan Pusat Statistik (BPS). tentang  
Industri Kecil dan Menengah  
Website BPS:  
<https://pekanbarukota.bps.go.id>  
. Diunduh pada 20 Juli 2018.
- David, Fred R. 2012. *Strategic  
Management Concepts &  
Cases*. Pearson Academic; 14th  
edition
- Kartasasmita, Ginandjar. 2002.  
*Strategi Pengembangan Usaha  
Kecil Kesempatan dan  
Tantangan dalam Proses  
Transformasi Global dan  
Nasional*. Jakarta: Depdikbud.
- Kuncoro, Mudrajat. 2007. *Metode  
riset untuk Bisnis dan  
Ekonomi*. Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, Fredy. 2015. *Analysis  
SWOT: Teknik Membedah  
Kasus Bisnis*. Jakarta:  
Gramedia Pustaka Utama,  
Jakarta.
- Tambunan, Tulus T,H, 2007. *Usaha  
kecil dan menengah di  
Indonesia : beberapa isu  
penting*. Salemba Empat,  
Jakarta.
- Wibowo, Singgih dan Murdinah,  
2008. *Pedoman Mengelola  
Usaha Kecil*, PT. Penebar  
Swadaya, Jakarta