

BAB II

LANDASAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Geografi Industri

Menurut Abdurachmat (1983:2) industri mengandung pengertian luas dan sempit. Arti secara luas industri mencakup pengertian semua usaha dan kegiatan di bidang ekonomi yang produktif. Sedangkan dalam arti sempit industri mengandung arti segala usaha dan kegiatan yang sifatnya mengubah dan mengolah bahan mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi. Geografi industri menurut Abdurachmat (1983:3) adalah cabang Geografi, khususnya Geografi ekonomi, yang mengkhususkan diri mempelajari usaha dan aktivitas industri, terutama mempelajari lokasi dan persebaran industri serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dari kacamata geografi, industri sebagai suatu sistem, merupakan perpaduan subsistem fisis dengan subsistem manusia. Subsistem fisis yang mempengaruhi industri meliputi komponen-komponen lahan, bahan mentah atau bahan baku, sumber daya energi, iklim dengan segala proses alaminya. Sedangkan subsistem manusia yang mempengaruhi industri meliputi komponen-komponen tenaga kerja, kemampuan teknologi, tradisi, keadaan politik, keadaan pemerintah transportasi dan komunikasi, konsumen dan pasar dan lain sebagainya (Sumaatmadja, 1988:179).

2. Klasifikasi Industri

Setiap negara mempunyai klasifikasi industri yang berbeda-beda, hal ini tergantung pada sumber daya yang tersedia di wilayah tersebut. Klasifikasi industri bertujuan untuk mengelompokkan setiap kegiatan industri yang ada pada setiap daerah. Menurut Abdurachmat (1983:5) klasifikasi industri dapat dilihat berdasarkan berikut :

Klasifikasi industri berdasarkan macam dan usaha kegiatan industri dikelompokkan ke dalam empat kelompok yaitu :

- 1) Kelompok I yaitu aneka industri dan kerajinan yang terdiri dari
 - a. Industri makanan dan minuman
 - b. Industri kerajinan logam seperti emas, perak dan tembaga
 - c. Industri kerajinan bukan logam : anyaman, kulit dan tembikar.
- 2) Kelompok II yaitu industri logam dan elektronika yang terdiri dari:
 - a. Industri logam dasar : besi dan baja.
 - b. Industri mesin : kendaraan dan industri kapal.
 - c. Industri elektronika : radio dan televisi.
- 3) Kelompok III yaitu industri kimia, termasuk didalamnya yaitu :
 - a. Industri pupuk
 - b. Industri ban
 - c. Industri gas dan lain-lain.
- 4) Kelompok IV yaitu industri sandang dan tekstil yang terdiri dari:
 - 1) Industri serat sintetis
 - 2) Industri pemintalan dan pertenunan

- 3) Industri perajutan
- 4) Industri pakaian jadi

Pengklasifikasian industri berdasarkan luas dan kompleksitas kegiatan dan pengorganisasian terdiri dari :

1) Industri Besar (*Big industry*)

Industri dalam skala besar dengan kegiatan dan pengorganisasian yang kompleks. Proses produksi menggunakan mesin modern dengan jumlah tenaga kerja yang cukup banyak serta menempati area tanah yang luas.

2) Industri Kecil (*small industry*)

Industri yang berukuran kecil baik dilihat dari modalnya, kegiatan, pengorganisasian, produksi, maupun jumlah tenaga kerja dan teknologi, termasuk : industri rumahan (*home industry*) dan kerajinan.

Selain pengelompokan berdasarkan kompleksitas, pengelompokan industri juga ada yang berdasarkan jumlah dan besarnya kebutuhan bahan mentah, sifat produksi dan penggunaan mesin-mesin yang terdiri dari:

1) Industri Berat (*Heavy Industry*)

Industri berat adalah industri yang dalam kegiatan industrinya menggunakan mesin-mesin berat, mengolah bahan mentah dalam jumlah banyak dan produksinya berupa barang-barang kategori lama dan berat.

2) Industri Ringan (*Light Industry*)

Industri ringan adalah industri yang membutuhkan bahan mentah yang lebih sedikit dan menggunakan mesin-mesin yang relatif ringan.

Selanjutnya pengelompokan industri berdasarkan sifat bahan mentah dan sifat produksi terdiri dari :

- 1) Industri Primer, adalah industri yang mengolah bahan mentah hasil produksi sektor primer baik dari pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan maupun pertambangan.
- 3) Industri Sekunder, adalah industri yang mengolah lanjut hasil-hasil industri lain (*industry primer*) yang bahan bakunya adalah barang jadi atau barang setengah jadi yang diproduksi industri lain.

Klasifikasi industri berdasarkan daya serap (kemampuan tampung) tenaga kerja dan permodalan terdiri dari :

- 1) Industri Padat Karya (*Labor Intensive*), merupakan industri yang lebih banyak membutuhkan dan mempergunakan tenaga kerja manusia.
- 2) Industri Padat Modal (*Capital Intensive*), merupakan industri yang mempergunakan modal besar dan mesin-mesin modern.

Berdasarkan jumlah modal, tenaga kerja dan teknologinya. industri dapat diklasifikasikan atas :

- 1) Industri Besar, industri yang menggunakan modal yang cukup besar, jumlah tenaga kerja diatas 200 orang dan menggunakan mesin-mesin modern.
- 2) Industri Menengah, industri yang menggunakan modal yang tidak terlalu besar, jumlah tenaga kerja antara 50 - 200 orang dan masih menggunakan mesin sederhana.

- 3) Industri Kecil, industri yang menggunakan modal kecil, jumlah tenaga kerja kurang dari 50 orang dengan teknologi yang masih sangat sederhana.

Klasifikasi industri berdasarkan tempat kegiatan dan proses pengolahan serta penggunaan alat-alat terdiri atas :

- 1) Industri Rumah (*Home Industry*)
- 2) Industri Sistem Pabrik (*Manufacturer Industry*)
- 3) Industri yang mempergunakan tangan (*Hand Industry*)
- 4) Industri yang mempergunakan mesin (*Mechanized Industry*)

3. *Home Industry*

a) **Pengertian *Home Industry***

Menurut Abdurachmat (1983:7) industri kecil atau *home industry* adalah industri-industri yang berukuran kecil baik dilihat dari modalnya, kegiatan, pengorganisasiannya, produksinya maupun jumlah tenaga kerja dan teknologinya. *Home* berarti rumah, tempat tinggal ataupun kampung halaman. Sedangkan *industry* dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk, barang maupun perusahaan. Secara sederhana *home industry* dapat diartikan sebagai suatu aktivitas atau kegiatan industri yang aktivitas industrinya berada dan dilakukan di rumah.

Home industry juga termasuk jenis usaha mikro. Kriteria ini tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM Pasal 1 yang menyatakan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha

perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam Undang-undang. Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp. 50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp. 300 juta.

b) Pelaku *Home Industry*

Pada umumnya pelaku kegiatan ekonomi yang berbisnis di *home industry* adalah keluarga itu sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya itu dengan mengajak beberapa orang di sekitarnya sebagai karyawan. Meskipun dalam skala yang tidak terlalu besar, namun kegiatan ekonomi ini secara tidak langsung membuka lapangan pekerjaan untuk sanak saudara ataupun tetangga di kampung halamannya. *Home industry* ini dapat membantu program pemerintah dalam upaya penanggulangan pengangguran dan juga kemiskinan pun akan berangsur menurun. Karena mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan membuat masyarakat memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

c) Pusat Kegiatan *Home Industry*

Home industry pada umumnya memerlukan kegiatan di sebuah rumah tertentu dan biasanya para pekerja berdomisili di tempat produksi yang tidak jauh dari rumah produksi tersebut. Karena secara geografis dan psikologis hubungan mereka sangat dekat antara pemilik usaha dan karyawan, memungkinkan untuk menjalin komunikasi yang sangat mudah. Kemudahan dalam berkomunikasi dapat memicu etos kerja

yang tinggi dan baik, karena masing-masing merasa bahwa kegiatan ekonomi ini adalah milik keluarga, kerabat dan warga sekitar.

4. Modal

Dalam menjalankan suatu usaha tentu membutuhkan sumber dana atau modal sebagai penggerak dan mengembangkan usaha yang dijalankan baik itu modal berupa uang maupun modal tenaga (keahlian). Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha. Sedangkan modal keahlian adalah keahlian dan kemampuan seseorang untuk mengelola atau menjalankan suatu usaha (Kementerian Koperasi dan UKM Modul I, 2013 : 186). Modal adalah barang atau peralatan yang dapat digunakan untuk melakukan proses produksi.

Sumber modal dapat berasal dari :

1) Modal Sendiri (*internal*)

Modal Sendiri adalah modal yang diperoleh dari pemilik perusahaan itu sendiri dengan cara mengeluarkan saham. Modal sendiri berasal dari penggunaan tabungan dan aset berharga untuk dijual sebagai modal usaha untuk menunjang berkembangnya suatu usaha yang dijalankan.

2) Modal Asing (*eksternal*)

Modal asing atau modal pinjaman adalah modal yang diperoleh dari pihak luar perusahaan dan diperoleh dari pinjaman. Penggunaan modal pinjaman akan menimbulkan beban biaya bunga, biaya administrasi serta biaya komisi yang besarnya relatif.

5. Bahan Baku

Bahan baku atau bahan mentah untuk industri merupakan yang terpenting diantara faktor sumber daya. Bahan baku atau bahan mentah bisa berasal dari sektor primer yaitu hasil-hasil pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan pertambangan, bisa juga berupa produk industri-industri lain (industri *sekunder*). Demikian pentingnya bahan baku bagi perindustrian sehingga banyak usaha-usaha industri yang didirikan atau ditempatkan di daerah sumber bahan baku atau bahan mentah (umumnya industri-industri yang mengolah hasil-hasil pertanian dan pertambangan), atau berdekatan dengan industri lain yang produknya dijadikan sebagai bahan baku (Abdurachmat, 1983:18).

Selanjutnya menurut Banowati (2018:174) bahan baku adalah bahan mentah yang diolah maupun tidak diolah yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana produksi dalam industri. Sedangkan menurut UU No. 3 Tahun 2014 tentang perindustrian, bahan baku adalah bahan mentah, barang setengah jadi, atau barang jadi yang dapat diolah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang mempunyai nilai ekonomi yang lebih tinggi. Berdasarkan beberapa pengertian tersebut bahan baku merupakan bahan mentah yang menjadi dasar pembuatan suatu produk yang dapat diolah melalui proses tertentu untuk dijadikan wujud lain yang memiliki nilai ekonomis lebih.

6. Ketenagakerjaan

Menurut UU No. 13 tahun 2003 Bab I pasal 1 ayat 2 tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan

barang atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun memenuhi kebutuhan masyarakat. Secara garis besar penduduk suatu negara dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu kelompok tenaga kerja dan bukan tenaga kerja. Penduduk yang tergolong tenaga kerja jika penduduk tersebut telah memasuki usia kerja. Batas usia kerja yang berlaku di Indonesia yaitu penduduk yang berumur 15 - 64 tahun. Bekerja dapat diartikan sebagai melakukan suatu kegiatan untuk menghasilkan atau membantu menghasilkan barang atau jasa dengan maksud memperoleh penghasilan berupa uang atau barang dalam kurun waktu tertentu.

7. Produksi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) produksi merupakan proses mengeluarkan hasil pembuatan. Selain itu produksi merupakan segala kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan atau menambah guna atas suatu benda atau segala kegiatan yang bertujuan untuk memuaskan orang lain melalui pertukaran (Partadireja, dalam Kementerian Koperasi dan UKM Modul I, 2013:183).

Sementara proses diartikan sebagai cara, metode, ataupun teknik bagaimana produksi itu dilaksanakan. Sedangkan produksi adalah kegiatan untuk menciptakan dan menambah kegunaan (*utility*) suatu barang dan jasa. Jadi proses produksi adalah cara, metode ataupun teknik menambah kegunaan suatu barang dan jasa dengan menggunakan faktor produksi yang ada (Ahyari, dalam Kementerian Koperasi dan UKM Modul I , 2013:191).

8. Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan kunci keberhasilan bagi suatu usaha. Perubahan pasar yang sangat cepat dan persaingan yang kompleks menuntut adanya inovasi produk. Secara konvensional istilah inovasi diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk-produk baru. Pengembangan produk baru dapat berarti produk pengganti yang benar-benar berbeda dari produk yang ada, produk yang benar-benar inovatif dan benar-benar unik, produk yang menggunakan bahan baku baru sama sekali, bisa juga berarti produk yang baru bagi perusahaan tertentu, tapi bukan baru di dalam pasar (Saladin, 1999:92).

Menurut Saladin (1999:93) inovasi atau modifikasi produk yaitu memperbaiki produk yang sudah ada, yang meliputi *quality*, *feature* dan *style* yang tujuannya meningkatkan penjualan.

Modifikasi produk menciptakan 3 dimensi yaitu :

1. Perbaiki mutu (*quality improvement*)
2. Perbaiki ciri-ciri khas (*feature improvement*)
3. Perbaiki gaya (*style improvement*)

9. Pengemasan

a) Kemasan (*Package*)

Menurut Saladin (1999:106) kemasan adalah segala kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk. Kemudian menurut Hasan (2014:500) kemasan (*packaging*) merupakan

proses perancangan dan pembuatan bungkus suatu produk dengan tujuan :

- Sebagai pelindung isi (*protection*) dari kerusakan, kehilangan, berkurangnya kadar atau isi.
- Untuk memberikan kemudahan dalam penggunaan, misalnya tidak tumpah dan sebagainya.
- Kemudahan pemakaian ulang, misalnya diisi ulang atau tempat lainnya.
- Memberikan daya tarik artistik, warna, bentuk, maupun desainnya
- Sebagai identitas, *image* produk: kokoh-awet, lembut, atau mewah.
- Memberi informasi tentang isi, pemakaian, dan kualitas.
- Sebagai cerminan inovasi produk dengan kemajuan teknologi dan daur ulang.

b) Merek (*Brand*)

Menurut Saladin (1999:102) merek (*Brand*) adalah suatu nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau gabungan semua yang diharapkan mengidentifikasikan barang atau jasa dari seorang penjual atau sekelompok penjual, dan diharapkan akan membedakan barang atau jasa dari produk pesaing. Pemberian merek (*brand*) memiliki manfaat :

1. Nama merek memudahkan penjualan untuk mengolah pesanan-pesanan dan menekan permasalahan.

2. Nama merek dan tanda dagang secara hukum akan melindungi penjual dari pemalsuan ciri-ciri produk, karena bila tidak demikian, maka setiap pesaing akan meniru produk yang telah berhasil di pasaran.
3. Merek memberi penjual peluang kesetiaan konsumen pada produk.
4. Merek dapat membantu penjual dalam mengelompokkan pasar ke dalam segmen-segmen.
5. Citra perusahaan dapat dibina dengan adanya merek yang baik, dengan membawa nama perusahaan, mere
6. k ini sekaligus mengiklankan kualitas dan besarnya perusahaan.
7. Konsumen akan mendapatkan informasi tentang produk.
8. Bagi konsumen dapat membedakan produk tanpa harus memeriksa secara teliti.

c) Label (*Labeling*)

Menurut Saladin (1999:107) label (*labeling*) adalah bagian dari sebuah barang yang berupa keterangan-keterangan tentang produk tersebut. Label memiliki fungsi yaitu :

1. Label mengidentifikasikan produk atau merek.
2. Label berfungsi menggolongkan produk.
3. Menjelaskan beberapa hal mengenai produk, yaitu siapa yang membuat, dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, bagaimana harus digunakan, bagaimana cara menggunakan dengan aman.
4. Sebagai alat promosi.

Pelabelan pada suatu kemasan produk harus dibuat sedemikian rupa, sehingga tidak mudah lepas dari kemasannya, tidak mudah luntur atau rusak serta terletak pada bagian kemasan yang mudah untuk dilihat dan dibaca dengan jelas oleh konsumen.

10. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha, karena hal tersebut berkaitan dengan kemana dan bagaimana suatu produk akan dijual atau dipasarkan. Menurut Philip Kotler (1995) dalam Firdaus (2010:161) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Menurut Saladin (1999:1) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan. Selain itu, pemasaran juga merupakan upaya perusahaan dalam menjual serta mendistribusikan produk barang dan jasa kepada berbagai pihak dengan maksud tertentu.

11. Promosi

Menurut Ali Hasan (2014:603) promosi adalah suatu bentuk kegiatan komunikasi pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, mengingatkan pasar sasaran agar bersedia

menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Kegiatan promosi yang ideal adalah mengintegrasikan semua elemen promosi untuk menciptakan dialog interaktif (*conversation*) secara konsisten antara perusahaan dan pelanggan untuk mencapai berbagai tujuan secara maksimal berikut ini :

- Menciptakan atau meningkatkan *awareness* produk atau *brand*.
- Meningkatkan preferensi *brand* pada target pasar.
- Meningkatkan penjualan dan *market share*.
- Mendorong pembelian ulang merek yang sama.
- Memperkenalkan produk baru.
- Menarik pelanggan baru

Promosi juga merupakan upaya untuk memperkenalkan sebuah produk bisnis kepada konsumen sehingga dari yang sebelumnya tidak tahu menjadi tahu. Promosi berfokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target pelanggan atau calon pelanggan untuk mendorong terciptanya transaksi-pertukaran antara perusahaan dan pelanggan, dengan kata lain promosi merupakan bagaimana suatu produk akan dikenal ke pasar agar pelanggan tergerak untuk membelinya (Kementerian Koperasi dan UKM Modul III, 2013:160).

12. Makanan Ringan Rengginang

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) makanan ringan merupakan makanan yang bukan berupa nasi (seperti kue-kue) sebagai makanan selingan di antara waktu makan. Makanan ringan atau yang

dikenal dengan istilah *snack food* adalah makanan yang dikonsumsi selain atau antara waktu makan utama. Jadi makanan ringan bukan merupakan menu utama dan hanya dapat mengobati rasa lapar dan memberikan suplai makanan untuk tubuh. Makanan ringan dikonsumsi untuk menghilangkan rasa lapar sementara waktu.

Rengginang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) merupakan panganan yang dibuat dari beras ketan yang ditanak dibentuk lempeng bulat dikeringkan, lalu digoreng. Lebih lanjut rengginang merupakan salah satu makanan ringan tradisional khas Indonesia yang dibuat dari bahan beras ketan putih atau hitam, umumnya berbentuk lingkaran dengan ukuran tertentu, berasa manis atau gurih, dan mempunyai tekstur renyah.

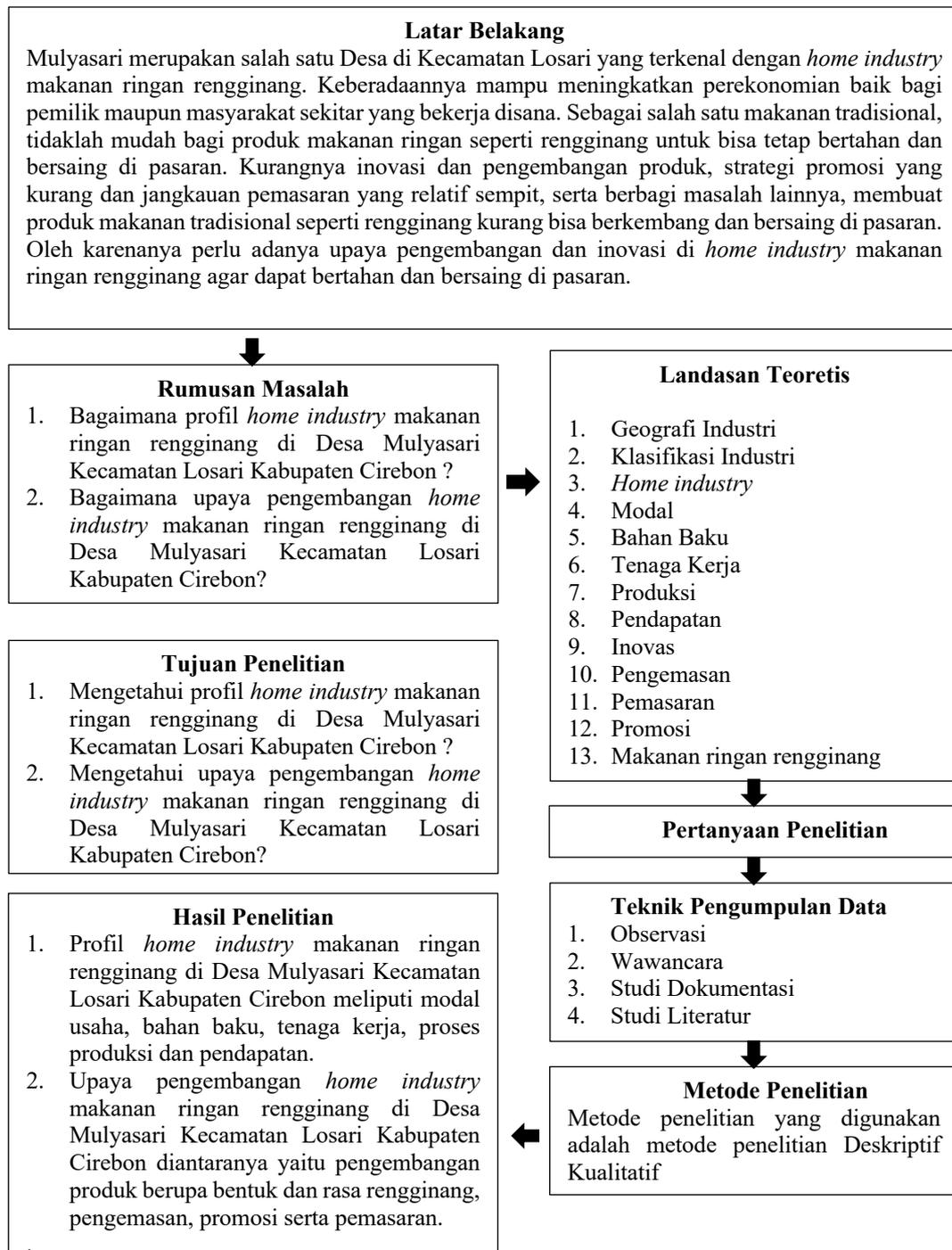
B. Penelitian Relevan

Tabel 2.1
Penelitian yang Relevan

Aspek	Elis Haryatisyah (2017)	Muhammad Ibnu Aunillah (2020)
Judul	Karakteristik <i>Home Industry</i> Sale Pisang di Desa Cibanteng Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya.	Profil <i>Home Industry</i> makanan Ringan Rengginang di Desa Mulyasari Kecamatan Losari Kabupaten Cirebon.
Rumusan Masalah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana karakteristik <i>home industry</i> sale pisang di Desa Cibanteng Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya. 2. Bagaimana <i>home industry</i> Sale Pisang dapat menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan pengrajin di Desa Cibanteng Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana profil <i>home industry</i> makanan ringan Rengginang di Desa Mulyasari Kecamatan Losari Kabupaten Cirebon? 2. Bagaimana upaya pengembangan <i>home Industry</i> makanan ringan Rengginang di Desa Mulyasari Kecamatan Losari Kabupaten Cirebon?
Metode Penelitian	Deskriptif Kuantitatif	Deskriptif Kualitatif
Lokasi Penelitian	Desa Cibanteng Kecamatan Parungponteng Kabupaten Tasikmalaya.	Desa Mulyasari Kecamatan Losari Kabupaten Cirebon

Sumber : Pengolahan data penelitian (2020)

C. Kerangka Penelitian



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

D. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian merupakan pengembangan dari rumusan masalah.

Adapun pertanyaan penelitian yang peneliti siapkan adalah sebagai berikut :

1. Profil *Home Industry* Makanan Ringan Rengginang di Desa Mulyasari Kecamatan Losari Kabupaten Cirebon.
 - a. Sejak kapan anda mulai mendirikan *home Industry* makanan ringan rengginang ?
 - b. Bagaimana latar belakang berdirinya *home industry* makanan ringan rengginang yang anda miliki ?
 - c. Mengapa anda lebih memilih membuka usaha makanan ringan rengginang ?
 - d. Apakah usaha *home industry* makanan ringan rengginang ini merupakan pekerjaan utama/sampingan anda ?
2. Upaya Pengembangan di *Home Industry* Makanan Ringan Rengginang di Desa Mulyasari Kecamatan Losari Kabupaten Cirebon.
 - a. Bagaimana upaya pengembangan/inovasi produk makanan ringan rengginang di *home industry* yang anda produksi ?
 - b. Bagaimana upaya pengembangan pemasaran makanan ringan rengginang di *home industry* yang anda produksi ?
 - c. Ke daerah mana saja hasil produksi makanan ringan rengginang di pasarkan ?
 - d. Bagaimana proses pengiriman/pendistribusian hasil produksi makanan ringan rengginang ?