

ANALISIS STRATEGI DAYA SAING KLAS TER INDUSTRI PADA SENTRA BAKPIA MINO MINOMARTANI SLEMAN DAN SENTRA BAKPIA PATHUK KOTA YOGYAKARTA

THE ANALYSIS OF THE INDUSTRIAL CLUSTER COMPETING STRATEGIES AT BAKPIA MINO MINOMARTANI CENTER SLEMAN AND BAKPIA PATHUK CENTER

Oleh: Nitya Dewi Kusuma, Program Studi Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta, e-mail: 1012.nitya.senin.10@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: (1) Perbandingan faktor produksi dalam industri bakpia, (2) Hambatan dalam industri bakpia, (3) Upaya mengatasi hambatan, (4) Strategi bersaing dan strategi bertahan pada Sentra Bakpia Mino dan Sentra Bakpia Pathuk, (5) Persaingan Sentra Bakpia Mino dan Sentra Bakpia Pathuk berdasarkan konsep lima kekuatan persaingan dari Michael E. Porter.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini adalah penelitian populasi dengan responden sebanyak 71 pengusaha bakpia dari dua sentra: 21 pengusaha di Sentra Bakpia Mino dan 50 pengusaha di Sentra Bakpia Pathuk. Metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode pengolahan data menggunakan *editing*, *coding*, dan tabulasi. Metode analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif dengan tabel frekuensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Perbandingan faktor produksi: a. Modal awal di Sentra Bakpia Mino (66,67%) lebih besar dibandingkan Sentra Bakpia Pathuk (62,00%), b. Bahan baku Sentra Bakpia Mino (42,87%) lebih sedikit dibandingkan Sentra Bakpia Pathuk (44,00%), c. Tenaga kerja di Sentra Bakpia Mino (71,42%) lebih sedikit dibandingkan Sentra Bakpia Pathuk (76,00%), d. Wilayah pemasaran Sentra Bakpia Mino lebih sempit dibandingkan Sentra Bakpia Pathuk, e. Transportasi dengan sepeda motor Sentra Bakpia Mino (76,19%) lebih banyak dibandingkan Sentra Bakpia Pathuk (54,00%), f. Penggunaan gas sebagai bahan bakar Sentra Bakpia Mino (66,67%) lebih sedikit dibandingkan Sentra Bakpia Pathuk (68,00%). (2) Hambatan terbesar yang dialami pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Mino yaitu hambatan pemasaran (38,10%), diikuti hambatan bahan baku (23,81%), dan hambatan modal (14,29%). Sedangkan hambatan terbesar yang dialami pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Pathuk yaitu hambatan tenaga kerja (32,00%), diikuti hambatan bahan baku (28,00%), dan hambatan pemasaran (20,00%). (3) Upaya mengatasi hambatan: a. Modal: meminjam keluarga, menyimpan uang hasil penjualan sebelumnya, b. Bahan Baku: mengurangi ukuran produk, tidak membeli pada satu pemasok saja, c. Tenaga kerja: membuat sistem kontrak kerja, d. Pemasaran: lebih giat melakukan promosi, e. Transportasi: mengangkut bahan baku bolak-balik dengan sepeda motor, f. Sumber energi: menggunakan kayu bakar saat harga gas naik. (4) Strategi bersaing dan bertahan produsen bakpia yaitu harga yang terjangkau bagi konsumen dan kualitas produk yang baik. (5) Konsep lima kekuatan persaingan dari Michael E. Porter yaitu produsen bakpia mampu bersaing dengan harga, pengembangan produk, dan promosi.

Kata kunci: strategi daya saing, klaster industri, sentra bakpia

ABSTRACT

This research aims to determine: (1) The comparison of production factors in bakpia industry, (2) The obstacles in bakpia industry, (3) The effort to overcome the obstacles, (4) The competing and surviving strategies at Bakpia Mino Minomartani Center and Bakpia Pathuk Center based on five concepts of the competition power proposed by Michael E. Porter.

This research was a descriptive quantitative study. It was population research with the respondents were 71 bakpia entrepreneurs from two business centers: 21 entrepreneurs from Bakpia Mino Center and 50 entrepreneurs from Bakpia Pathuk Center. The data collection techniques used in this research were observation, interview and documentation. The data then were processed using editing, coding and tabulating. The data analysis used was descriptive quantitative and frequency table.

The results of this research show: (1) The comparisons of production factors are: a. The initial capital of Bakpia Mino Center (66.67%) are bigger than Bakpia Pathuk Center (62.00%), b. The materials in Bakpia Mino Center (42.87%) are lesser than Bakpia Pathuk Center (44.00%), c. The workers at Bakpia Mino Center (71.42%) are fewer than Bakpia Pathuk Center (76.00%), d. The marketing are of Bakpia Mino Center are narrower than Bakpia Pathuk Center, e. The transportation using motorcycle in Bakpia Mino Center (76.19%) are higher than Bakpia Pathuk Center (54.00%), f. The use of gas as fuel in Bakpia Mino Center (66.67%) is lower than Bakpia Pathuk Center (68.00%). (2) The biggest obstacles experienced by in Bakpia Mino Center are the marketing issue (38.10%) followed by material issue (23.81%) and the capital issue (14.29%) while the biggest obstacles experienced by the entrepreneurs in Bakpia Pathuk Center are the worker issue (32.00%) followed by the material issue (28.00%) and the marketing issue (20.00%). (3) The effort to overcome the obstacles: a. The capital: borrowing from family and/or saving the income from the previous sell, b. The materials: reducing the size of the products and/or not buying materials from only one supplier, c. The workers: making a work contract system, d. The marketing: increasing the promotion, e. The transportation: transporting the materials back and forth using motorcycles, f. The energy source: using firewood when the gas price is rising. (4) The competing and surviving strategies of bakpia producers are reasonable price and good quality products. (5) Five concepts of the competition power proposed by Michael E. Porter are the bakpia producers are able to compete with price, product development and promotion.

Keywords: *competing strategies, industrial cluster, bakpia centers*

PENDAHULUAN

Industri pengolahan makanan mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam hal kuantitas dan mendapat peluang yang besar untuk terus berkembang. Maka dari itu, industri makanan harus mempunyai strategi yang tepat dan melakukan inovasi agar bisa meningkatkan jumlah penjualan serta mampu mengatasi persaingan secara global.

Salah satu produk industri makanan yang sudah lama terkenal di Yogyakarta adalah bakpia. Perkembangan bakpia sebagai komoditi industri makanan terjadi seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berlibur ke Yogyakarta. Industri bakpia sebagai industri kuliner pun turut berkembang mengikuti permintaan konsumen yang semakin meningkat. Dampak positif dari perkembangan ini menyebabkan peningkatan jumlah industri kecil yang memproduksi bakpia.

Sentra bakpia yang terkenal di Yogyakarta diantaranya yaitu Sentra Bakpia Mino yang terletak di Desa Minomartani, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman dan Sentra Bakpia Pathuk yang terletak di Kelurahan Ngampilan, Kecamatan Ngampilan, Kota Yogyakarta. Pengembangan industri bakpia dipengaruhi oleh beberapa faktor produksi meliputi: modal, tenaga kerja,

bahan baku, pemasaran, transportasi, dan sumber energi. Faktor produksi mempunyai pengaruh dalam keberlangsungan industri bakpia, namun kondisinya tidak selalu stabil sehingga menjadi hambatan pada industri ini dan diperlukan upaya untuk mengatasi hambatan tersebut.

Analisis daya saing dilakukan karena adanya karakteristik yang berbeda diantara kedua sentra. Alasan mendasar dilakukan analisis daya saing ialah untuk mengetahui perbedaan strategi pada masing-masing sentra bakpia untuk bersaing satu dengan yang lain, sehingga dapat terjadi peningkatan usaha dalam kedua sentra. Semakin kuat daya saing yang tercipta dalam suatu usaha, maka semakin meningkat pula kreativitas sumberdaya manusia (SDM) dalam melakukan proses produksi (Joko Christanto, 2011: 47).

Hal yang berperan penting untuk membuat usaha menjadi maju adalah kemampuan bersaing. Seorang pengusaha harus lebih unggul diantara para pesaingnya. Untuk mencapai semua itu maka seorang pengusaha juga harus memahami strategi bersaing. Menurut Michael E. Porter (2007: 17), strategi bersaing ditentukan oleh lima faktor antara lain persaingan di antara perusahaan yang ada, ancaman produk atau

jasa pengganti, daya tawar menawar pembeli, daya tawar menawar pemasok, dan ancaman pendatang baru. Seorang pengusaha harus memperhatikan kelima faktor tersebut dalam menciptakan strategi bersaing terhadap persaingan pasar.

Penelitian ini menjadi perlu dikaji karena ada salah satu hal yang menarik di dalamnya yaitu mengenai strategi yang terjadi pada sentra industri bakpia Mino dan Pathuk di Yogyakarta yang belum diketahui. Fokus penelitian terletak di Desa Minomartani dan Kelurahan Ngampilan karena di kedua lokasi tersebut terdapat sentra industri bakpia. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Daya Saing Klaster Industri pada Sentra Bakpia Mino Minomartani Sleman dan Sentra Bakpia Pathuk Kota Yogyakarta**”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan keruangan dengan tema komparasi keruangan. Penelitian ini dilakukan di dua tempat berdasarkan lokasi keberadaan Sentra Bakpia Mino di Desa Minomartani, Kecamatan Ngaglik, Kabupaten Sleman dan Sentra Bakpia Pathuk di Kelurahan Ngampilan, Kecamatan Ngampilan, Kota

Yogyakarta. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan Desember 2016 sampai bulan Agustus 2017.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengusaha bakpia yang masih melakukan kegiatan produksi. Responden tersebar di Sentra Bakpia Mino (Paguyuban Anggrek Mekar) sebanyak 21 orang dan di Sentra Bakpia Pathuk (Paguyuban Sumekar) sebanyak 50 orang dengan jumlah total 71 orang pengusaha bakpia. Penelitian ini merupakan penelitian populasi karena jumlah responden kurang dari 100. Metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *editing*, *coding*, dan tabulasi. Metode analisis data menggunakan deskriptif kuantitatif dengan tabel frekuensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Daerah Penelitian

1. Letak, Luas, dan Batas Daerah Penelitian

a. Desa Minomartani

Letak astronomis Desa Minomartani berada pada $7^{\circ}43'56,3''$ LS - $110^{\circ}24'09,7''$ BT. Desa ini memiliki luas sekitar 153 Ha dengan ketinggian 213 mdpal. Batas administratif Desa Minomartani yaitu:

- 1) Sebelah Utara : Desa Sinduharjo
- 2) Sebelah Timur : Desa Wedomartani, Kecamatan Ngemplak
- 3) Sebelah Selatan : Desa Condong Catur, Kecamatan Depok
- 4) Sebelah Barat : Desa Sinduharjo dan Desa Condong Catur

b. Kelurahan Ngampilan

Kelurahan Ngampilan memiliki luas 45 Ha, secara astronomis Kelurahan Ngampilan berada pada 7°48'02,9" LS-110°21'28,9" BT dan berada di ketinggian 114 mdpal. Batas administratif Kelurahan Ngampilan yaitu:

- 1) Sebelah Utara : Kelurahan Pringgokusuman, Kecamatan Gedong Tengen
- 2) Sebelah Timur : Kelurahan Ngupasan, Kecamatan Gondomanan
- 3) Sebelah Selatan : Kelurahan Noto-prajan, Kecamatan Ngampilan
- 4) Sebelah Barat : Kelurahan Pakuncen, Kecamatan Wirobrajan dan Kelurahan Tegalrejo

2. Penggunaan Lahan di Desa Minomartani dan di Kelurahan Ngampilan

Penggunaan lahan terbesar di Desa Minomartani dan Kelurahan Ngampilan adalah permukiman sebesar 69,54% dan 77,04%. Desa Minomartani memiliki lahan yang lebih luas yaitu 153,00 ha dibandingkan dengan lahan di Kelurahan Ngampilan yang luasnya hanya 45,00 ha.

Desa Minomartani memiliki penggunaan lahan sawah sebesar 22,22%, tetapi Kelurahan Ngampilan tidak memiliki penggunaan lahan sawah.

3. Kondisi Demografi di Desa Minomartani dan Kelurahan Ngampilan

Jumlah penduduk Kelurahan Ngampilan lebih sedikit daripada Desa Minomartani masing-masing sebesar 10.481 jiwa dan 13.128 jiwa. Penduduk di Kelurahan Ngampilan yaitu 23.291 jiwa/km² lebih padat dibandingkan penduduk di Desa Minomartani yaitu 8.580 jiwa/km². *Sex ratio* Desa Minomartani lebih besar dibandingkan Kelurahan Ngampilan, masing-masing sebesar 99 dan 95 jiwa. Angka beban ketergantungan Desa Minomartani lebih tinggi daripada Kelurahan Ngampilan, masing-masing sebesar 49 jiwa dan 41 jiwa.

4. Kondisi Sosial Ekonomi di Desa Minomartani dan Kelurahan Ngampilan

Tingkat pendidikan penduduk yang terbanyak di Desa Minomartani dan Kelurahan Ngampilan adalah tamat SMA/ sederajat. Penduduk dengan tingkat pendidikan tamat SMA/ sederajat di Desa Minomartani lebih banyak yaitu 33,62% dibandingkan Kelurahan Ngampilan yaitu

31,90%. berjumlah 60 peserta didik. Mata pencaharian penduduk yang terbanyak di Desa Minomartani dan Kelurahan Ngampilan adalah karyawan swasta. Sebagian kecil penduduk di Kelurahan Ngampilan bermata pencaharian sebagai petani dan buruh tani di daerah Sewon Bantul karena di daerahnya tidak memiliki lahan sawah.

B. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Pengusaha Industri Bakpia

a. Status Perkawinan

Jumlah pengusaha bakpia yang berstatus kawin di Sentra Bakpia Mino sebesar 76,19% lebih banyak daripada jumlah pengusaha bakpia yang berstatus kawin di Sentra Bakpia Pathuk sebesar 76,00%.

b. Jenis Kelamin

Sebagian besar pengusaha bakpia di kedua sentra lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan 71,43% di Sentra Bakpia Mino dan 80% di Sentra Bakpia Pathuk. Pengusaha bakpia berjenis kelamin laki-laki lebih sedikit yaitu 28,57% di Sentra Bakpia Mino dan 20% di Sentra Bakpia Pathuk.

c. Umur

Pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Mino berumur produktif 25 – 64 tahun sebesar 100,00% dan di Sentra Bakpia Pathuk sebesar 96,00%. Pengusaha yang berumur tidak produktif ≥ 65 tahun di Sentra Bakpia Pathuk sebesar 4,00%.

d. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Mino dan Sentra Bakpia Pathuk yang terbanyak adalah tamat SMA dengan persentase masing-masing sebesar 47,62% dan sebesar 66,00%.

e. Lama Usaha

Pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Pathuk lebih lama mendirikan usaha dibandingkan dengan pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Mino. Sebanyak 42,00% pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Pathuk telah merintis usaha 21 – 30 tahun, sedangkan 61,90% pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Mino baru merintis usaha selama 11 – 20 tahun.

2. Perbandingan Faktor Produksi Industri Bakpia

a. Modal

Sebagian besar responden menggunakan modal awal yang berasal dari tabungan pribadi. Responden di Sentra Bakpia Mino menggunakan modal awal sebesar 66,67% sedangkan modal awal responden di Sentra Bakpia Pathuk sebesar 62,00%. Rata-rata modal awal responden di Sentra Bakpia Mino yaitu sebesar Rp 3.711.900 lebih tinggi dibandingkan Sentra Pathuk yaitu Rp 2.476.000.

b. Bahan Baku

Bahan baku bakpia diperoleh dengan dua cara yaitu membeli sendiri dan diantar pemasok. Responden di Sentra Bakpia Mino (42,87%) membeli bahan baku tepung terigu lebih sedikit dibandingkan dengan responden di Sentra Bakpia Pathuk (44,00%). Rata-rata biaya bahan baku yang harus dikeluarkan responden Sentra Bakpia Mino yaitu Rp 4.714.300 lebih rendah dibandingkan di Sentra Bakpia Pathuk Rp 5.700.100.

c. Tenaga Kerja

Tenaga kerja industri bakpia di Sentra Mino dan Sentra Pathuk berjumlah 2-8 orang dengan persentase di Sentra Bakpia Mino (71,42%) lebih sedikit dibandingkan Sentra Bakpia Pathuk (76,00%). Rata-rata upah yang diterima tenaga kerja di Sentra Bakpia Mino yaitu Rp 1.062.800 lebih besar daripada yang diterima tenaga kerja di Sentra Bakpia Pathuk yaitu Rp 972.500.

d. Pemasaran

Jangkauan pemasaran Sentra Bakpia Mino lebih sempit dibandingkan dengan pemasaran Sentra Bakpia Pathuk. Pemasaran bakpia Sentra Bakpia Mino hanya sebatas di dalam Daerah Istimewa Yogyakarta, sedangkan pemasaran Sentra Pathuk lebih bervariasi baik di dalam Daerah Istimewa Yogyakarta maupun di luar Daerah Istimewa Yogyakarta.

e. Transportasi

Alat transportasi yang digunakan oleh responden mayoritas adalah sepeda motor sebesar (76,19%) di Sentra Bakpia Mino lebih tinggi dibandingkan dengan responden di Sentra Bakpia Pathuk (54,00%). Rata-rata biaya transportasi yang dikeluarkan responden di Sentra Bakpia Mino Rp 119.300 lebih tinggi dibandingkan dengan responden di Sentra Bakpia Pathuk Rp 99.800.

f. Sumber Energi

Sumber energi yang banyak digunakan responden di kedua sentra yaitu gas. Jumlah responden Sentra Bakpia Mino lebih sedikit (66,67%) yang menggunakan gas sebagai bahan bakar proses produksi bakpia dibandingkan dengan responden Sentra Bakpia Pathuk (68,00%). Rata-rata biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan bakar di Sentra Bakpia Mino yaitu Rp 204.200 lebih rendah dibandingkan dengan di Sentra Bakpia Pathuk yaitu Rp 301.300.

3. Hambatan dalam Industri Bakpia

Hambatan-hambatan terbesar yang dialami pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Mino yaitu hambatan pemasaran (38,10%), diikuti hambatan bahan baku (23,81%), dan hambatan modal (14,29%). Sedangkan hambatan terbesar yang dialami pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Pathuk yaitu hambatan tenaga kerja (32,00%), diikuti hambatan bahan baku (28,00%), dan hambatan pemasaran (20,00%).

4. Upaya Mengatasi Hambatan dalam Industri Bakpia

- a. Upaya mengatasi hambatan modal yaitu meminjam bantuan modal kepada keluarga/kerabat serta berusaha menyimpan uang hasil penjualan periode sebelumnya untuk dijadikan modal pada periode selanjutnya.
- b. Upaya mengatasi hambatan bahan baku yaitu jika harga bahan baku naik maka pengusaha akan mengurangi ukuran produk bakpia agar tetap mendapatkan keuntungan dan jika bahan baku terbatas, maka pengusaha tidak hanya membeli bahan baku pada satu penjual/ pemasok saja,

- melainkan membeli juga ke penjual lain.
- c. Upaya mengatasi hambatan tenaga kerja yaitu membuat sistem kontrak kerja minimal 6 bulan atau setengah tahun sehingga tenaga kerja tidak boleh berhenti sebelum habis sistem kontrak. Responden juga harus memberikan pelatihan terlebih dahulu agar tenaga kerja benar-benar siap bekerja sesuai ketentuan.
 - d. Upaya mengatasi hambatan pemasaran yaitu lebih giat untuk mengadakan promosi baik secara langsung maupun melalui media internet, serta selalu menjaga kualitas produk dan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar mampu bersaing secara sehat.
 - e. Upaya mengatasi hambatan transportasi yaitu pengusaha melakukan pengangkutan bahan baku menggunakan sepeda motor dengan cara bolak-balik untuk mengatasi masalah kurang ketersediaan alat transportasi.
 - f. Upaya mengatasi hambatan sumber energi yaitu para pengusaha menggunakan kayu bakar dalam proses produksi untuk menyalahi kenaikan harga gas.

5. Strategi Bersaing dan Bertahan Sentra Bakpia Mino dan Sentra Bakpia Pathuk

a. Strategi Bersaing dikaji tentang:

1) Cara pemasaran produk

Responden yang membuka outlet/warung/toko sendiri pada Sentra Bakpia Mino (66,67%) lebih banyak dibandingkan responden di Sentra Bakpia Pthuk (46,00%).

2) Proses tawar menawar

Proses tawar menawar dengan pembeli pada responden di Sentra Bakpia Mino (28,57%) lebih sedikit yang memberikan diskon dibandingkan dengan responden di Sentra Bakpia Pathuk (52,00%).

3) Apabila pembeli menawar di bawah harga modal

Responden di Sentra Bakpia Mino (61,90%) lebih banyak yang tidak bersedia untuk menjual barang mereka dibandingkan dengan responden di Sentra Bakpia Pathuk (52,00%). Sebagian responden di Sentra Bakpia Mino (23,81%) lebih sedikit yang mau memberitahukan harga modal untuk menolak

konsumen dibandingkan dengan responden di Sentra Bakpia Pathuk (32,00%).

4) Strategi terhadap pesaing dengan produk yang sama

Responden di Sentra Bakpia Mino (38,10%) lebih sedikit yang menerapkan strategi mempertahankan kualitas produk dibandingkan dengan responden di Sentra Bakpia Pathuk (52,00%).

Jika kualitas produk berkurang maka kepercayaan konsumen akan turun sehingga konsumen akan berpindah ke tempat lain. Oleh karena itu, para produsen tetap mempertahankan kualitas produk agar mampu bersaing dengan produsen lain, sekaligus menjadi strategi bertahan dalam usaha mereka.

5) Pencatatan keuangan

Sebagian besar responden di Sentra Bakpia Mino dan Sentra Bakpia Pathuk tidak mencatat keuangan mengenai jumlah barang awal, jumlah barang keluar, dan jumlah barang tersisa yang terjadi setiap hari dengan persentase masing-masing 71,43% dan 62,00%.

b. Strategi Bertahan dikaji tentang:

1) Hal yang dilakukan oleh pengusaha apabila bahan baku mengalami kenaikan.

Strategi bertahan dalam menaikkan bahan baku menunjukkan bahwa ketika terjadi kenaikan harga bahan baku bakpia, 71,43% responden Sentra Bakpia Mino lebih besar daripada responden di Sentra Bakpia Pathuk (20,00%) tidak menaikkan harga jual bakpia.

2) Hal yang dilakukan oleh pengusaha apabila bahan bakar mengalami kenaikan.

Sebanyak 52,38% responden Sentra Bakpia Mino lebih sedikit yang memilih untuk menaikkan harga jual bakpia dibandingkan dengan 72,00% responden Sentra Bakpia Pathuk karena apabila tidak menaikkan harga mereka akan rugi.

3) Cara yang dilakukan untuk mengembangkan usaha.

Jumlah responden Sentra Bakpia Mino (66,67%) lebih kecil daripada responden di

Sentra Bakpia Pathuk (72,00%) yang memilih untuk mengembangkan usaha dengan menambah jenis barang dagangan di toko/kios.

6. Lima Kekuatan Persaingan dari Michael E.Porter (2007: 18)

a. Persaingan antar perusahaan

Pesaing para produsen industri kecil bakpia di Sentra Bakpia Mino dan Sentra Bakpia Pathuk adalah beberapa produsen bakpia yang besar, sebab produsen bakpia industri besar memiliki lokasi yang lebih strategis dibandingkan produsen industri kecil.

b. Ancaman dari pendatang baru (*potential entrants*)

Diperlukan strategi yang tepat dalam menghadapi pendatang baru yaitu adanya *merk* dagang, struktur modal, diferensiasi produk dan skala ekonomis.

c. Ancaman dari produk pengganti (*substitute products*)

Ancaman produk pengganti bakpia sampai saat ini belum ada. Para produsen bakpia harus melakukan inovasi agar dapat mengantisipasi ancaman produk pengganti.

d. Daya tawar pembeli (*buyer's power*)

Jumlah permintaan terhadap pembelian yang dilakukan oleh konsumen yang diperoleh produsen bakpia ini cukup besar.

e. Daya tawar pemasok (*supplier's power*)

Pemilihan bahan baku industri kecil bakpia ini lebih mengutamakan kualitas yang dimiliki oleh *supplier* bahan baku.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Faktor Produksi

Rata-rata modal awal responden di Sentra Bakpia Mino yaitu sebesar Rp 3.711.900 lebih tinggi dibandingkan Sentra Pathuk yaitu Rp 2.476.000. Rata-rata biaya bahan baku yang harus dikeluarkan responden Sentra Bakpia Mino yaitu Rp 4.714.300 lebih rendah dibandingkan di Sentra Bakpia Pathuk Rp 5.700.100. Rata-rata upah yang diterima tenaga kerja di Sentra Bakpia Mino yaitu Rp 1.062.800 lebih besar daripada yang diterima tenaga kerja di Sentra Bakpia Pathuk yaitu Rp 972.500. Pemasaran bakpia Sentra Bakpia Mino hanya sebatas di dalam DIY, sedangkan pemasaran Sentra

Pathuk lebih bervariasi baik didalam DIY maupun di luar DIY. Rata-rata biaya transportasi yang dikeluarkan responden di Sentra Bakpia Mino Rp 119.300 lebih tinggi dibandingkan dengan responden di Sentra Bakpia Pathuk Rp 99.800. Rata-rata biaya yang dikeluarkan untuk membeli bahan bakar di Sentra Bakpia Mino yaitu Rp 204.200 lebih rendah dibandingkan dengan di Sentra Bakpia Pathuk yaitu Rp 301.300.

2. Hambatan dalam industri bakpia

Hambatan terbesar pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Mino yaitu hambatan pemasaran (38,10%), diikuti hambatan bahan baku (23,81%), dan hambatan modal (14,29%). Sedangkan hambatan terbesar yang dialami pengusaha bakpia di Sentra Bakpia Pathuk yaitu hambatan tenaga kerja (32,00%), diikuti hambatan bahan baku (28,00%), dan hambatan pemasaran (20,00%).

3. Upaya Mengatasi Hambatan

Upaya mengatasi hambatan dalam industri bakpia yaitu meminjam bantuan modal kepada keluarga serta berusaha menyimpan uang hasil penjualan periode sebelumnya untuk dijadikan modal pada periode selanjutnya, mengurangi ukuran

produk bakpia agar tetap mendapatkan keuntungan dan jika bahan baku terbatas, maka pengusaha tidak hanya membeli bahan baku pada satu penjual/ pemasok saja, melainkan membeli juga ke penjual lain, membuat sistem kontrak kerja minimal 6 bulan sehingga tenaga kerja tidak boleh berhenti sebelum habis sistem kontrak, memberikan pelatihan agar tenaga kerja siap bekerja sesuai ketentuan, lebih giat untuk mengadakan promosi baik secara langsung maupun melalui media internet, selalu menjaga kualitas produk dan pelayanan yang baik kepada pelanggan agar mampu bersaing secara sehat, mengangkut bahan baku menggunakan sepeda motor secara bolak-balik, menggunakan kayu bakar dalam proses produksi untuk menyiasati kenaikan harga gas.

4. Strategi Bersaing dan Bertahan

Strategi bersaing dan bertahan produsen bakpia yaitu harga yang terjangkau bagi konsumen dan kualitas produk yang baik.

5. Lima Kekuatan Persaingan dari Michael E. Porter

yaitu produsen bakpia mampu bersaing dengan harga, pengembangan produk, dan promosi.

B. Saran

1. Bagi Pemerintah

a. Pemerintah Kab. Sleman

- 1) Mengenalkan keberadaan Sentra Bakpia Mino kepada masyarakat serta memberi pengarahan/pelatihan kewirausahaan pada produsen bakpia di Sentra Bakpia Mino.
- 2) Memberi pinjaman/bantuan alat/modal kepada pengusaha industri kecil bakpia agar dapat mengembangkan usahanya.

b. Pemerintah Kota Yogyakarta

Menjaga keberlanjutan peran pemerintah dalam memfasilitasi segala kepentingan pelaku usaha bakpia di Sentra Bakpia Pathuk.

2. Bagi Pengusaha Bakpia

- a. Memperluas pemasaran produk bakpia Mino hingga ke luar Sentra Bakpia Mino.
- b. Mencatatkan keuangan agar pengeluaran dan pendapatan diketahui dengan jelas.
- c. Pengusaha harus kreatif dan inovatif dalam memasarkan produknya, misalnya dengan memanfaatkan media *online* seperti *facebook* dan *instagram* yang saat ini banyak dipakai khalayak ramai.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. (2015). *Managemen Strategi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Badan Pusat Statistik. (2015). *Jumlah Perusahaan Industri Mikro Kecil di Indonesia Tahun 2013 – 2015*. Diunduh melalui www.bps.go.id pada tanggal 12 Februari 2016 pukul 20.30 WIB.
- Bintarto. (1977). *Geografi Sosial*. Yogyakarta: U.P Spring.
- Bintarto dan Surastopo Hadisumarno. (1979). *Metode Analisa Geografi*. Jakarta: LP3ES.
- Daldjoeni. (1992). *Geografi Baru: Organisasi Keruangan Dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Alumni.
- Defi Kusuma Octafira. (2015). Analisis dan Strategi Daya Saing Klaster Industri Sentra Gudeg Mbarek, Sleman dan Sentra Gudeg Wijilan, Kota Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Fitrah Sari Islami. (2014). Analisis Pola Klaster, Formasi Keterkaitan dan Orientasi Pasar. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadi Sabari Yunus. (2010). *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ida Bagoes Mantra. 2007. *Demografi Umum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Irsan Azhary Saleh. (1986). *Industri Kecil: Sebuah Tinjauan dan Perbandingan*. Jakarta: LP3ES
- Joan Margaretta. (2012). *Understanding Michael Porter Panduan Paling Penting Tentang Kompetisi dan Strategi*. (Diterjemahkan oleh Diana Kurnia Setialie). Yogyakarta: Andi.

- Joko Christanto. (2011). *Membangun Daya Saing Daerah Melalui Penciptaan Kompetensi Inti Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Margareta Ninda Arlita. (2014). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Batik Tulis Giriloyo untuk Mendukung Pembangunan Wilayah di Desa Wukirsari, Imogiri, Bantul. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Michael E. Porter. (2007). *Keunggulan Bersaing*. Terjemahan dari *Competitive Advantage*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Moh. Pabundu Tika. (2005). *Metode Penelitian Geografi*. Jakarta: Gramedia.
- Nur Vita Yulianti. (2015). Identifikasi Karakteristik Klaster pada Sentra Industri Batik Wijirejo dan Wukirsari Kabupaten Bantul. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Nursid Sumaatmadja. (1981). *Studi Geografi Suatu Pendekatan dan Analisa Keruangan*. Bandung: Alumni.
- Rr. Dewi Nursetyasari. (2012). *Daya Saing Kampung Wisata Dipowinatan Kota Yogyakarta*. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Sofjan Assauri. (2013). *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyono. (2005). *Dasar – Dasar Kajian Geografi Regional*. Semarang: Universitas Negeri Semarang Press.
- Suharyono dan Moch. Amien. (2013). *Pengantar Filsafat Geografi*. Yogyakarta: Ombak.
- Suharsimi Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. rev.ed. Jakarta: Rineka Cipta.