

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peningkatan jumlah penduduk akan meningkatkan pula kebutuhan konsumsi penduduk yang bermukim pada suatu wilayah tertentu, baik berupa kebutuhan sandang dan kebutuhan pangan. Kebutuhan pangan meliputi kebutuhan konsumsi makanan berat seperti lauk pauk, sayur mayur, nasi, dan makanan ringan atau tambahan baik berupa makanan kering dan makanan basah. Sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektor lain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Oleh sebab itu industri merupakan salah satu sektor yang mempunyai andil besar dalam pertumbuhan ekonomi dalam suatu wilayah (Sukirno, 2002). Produk-produk industrial selalu memiliki ‘dasar tukar’ (*term of trade*) yang tinggi atau lebih menguntungkan serta menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan produk-produk sektor lain. Hal ini disebabkan karena sektor industri memiliki variasi produk yang beragam dan mampu memberikan manfaat marginal yang tinggi kepada para pemakainya (Dumairy, 1997).

Sektor industri tersebut diantaranya memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja dan mampu menciptakan nilai tambah (*value added*) yang lebih tinggi pada berbagai komoditas yang dihasilkan. Menurut Sukirno (2002), semakin tinggi kontribusi sektor industri terhadap pembangunan ekonomi maka

negara tersebut semakin maju proses pembangunan seringkali dikaitkan dengan proses industrialisasi. Proses industrialisasi dan pembangunan industri sebenarnya merupakan satu jalur kegiatan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dalam arti tingkat hidup yang lebih maju maupun taraf hidup yang lebih bermutu.

Tabel 1. Jumlah Industri di Provinsi Lampung pada tahun 2008-2013

No	Tahun	Jumlah Industri Besar	Jumlah Industri Kecil	Total Jumlah Industri
1	2008	2.105	55.482	57.587
2	2009	2.121	59.819	61.940
3	2010	2.130	60.093	62.223
4	2011	2.141	60.278	62.419
5	2012	2.165	62.508	64.673
6	2013	2.168	62.809	64.977

Sumber : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Lampung tahun 2013

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak kekayaan alam yang sangat potensial untuk dikembangkan. Indonesia terbagi menjadi banyak provinsi yang memiliki sumber daya dan keragaman yang berbeda-beda. Salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki kekayaan alam yang potensial dan berpotensi sebagai sentra industri adalah provinsi Lampung. Letak provinsi Lampung yang strategis yaitu sebagai jalur perdagangan antar pulau Sumatera dan Jawa sehingga Lampung berpotensi untuk mengembangkan perindustriannya baik industri besar, menengah maupun kecil, apalagi ditunjang dengan sarana dan prasarana yang memadai. Kemajuan perindustrian di provinsi Lampung akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi provinsi Lampung yang juga ikut mempengaruhi pertumbuhan ekonomi Indonesia (Dinas Perindustrian Provinsi Lampung, 2013).

Industri keripik merupakan salah satu wujud dari industri makanan yang tumbuh dan berkembang. Pengertian industri mikro adalah kumpulan dari berbagai perusahaan yang menghasilkan barang homogen atau sejenis, maupun barang yang memiliki sifat saling mengganti (Hasibuan, 1994).

Perusahaan-perusahaan yang memproduksi dan memasarkan produk yang sama (keripik), memiliki tujuan akhir yaitu untuk mencapai laba keuntungan yang sebesar besarnya. Upaya mencapai tujuan akhir perusahaan yang dimaksud, perusahaan secara bertahap berusaha mencapai tujuan antaranya yaitu untuk mencapai efisiensi dalam produksi, meningkatkan pangsa pasar dan berupaya untuk menjaga peningkatan volume penjualan. Pencapaian tujuan akhir maupun tujuan antara (memaksimalkan penjualan, efisiensi biaya dan memaksimalkan pangsa pasar) suatu perusahaan dalam suatu industri termasuk industri keripik, maka perusahaan akan selalu berupaya menerapkan kebijakan sebaik - baik, baik itu kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan promosi, kebijakan pelayanan dan kebijakan kerjasama dalam pengadaan modal dan faktor produksi. Jumlah industri di provinsi Lampung terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkat ini secara berkala menunjukan pertumbuhan prekonomian di provinsi Lampung itu sendiri. Meningkatnya jumlah industri maka lapangan kerja akan bertambah luas sehingga tingkat pengangguran dapat berkurang secara cepat. Bertambahnya jumlah industri secara mikro menyebabkan pendapatan rumah tangga bertambah karena banyak tenaga kerja yang dibutuhkan, sehingga rumah tangga mendapatkan penghasilan yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Pendapatan yang diperoleh menunjukan tingkat kesejahteraan masyarakat hal ini dikarenakan pendapatan tersebut digunakan untuk memenuhi

kebutuhan hidupnya seperti kebutuhan pokok, kesehatan dan pendidikan.

Sehingga perkembangan jumlah industri dalam suatu wilayah terus mengalami peningkatan, maka tingkat kesejahteraan akan meningkat.

Tabel 2. Jumlah Industri Per Kabupaten/ Kota Di Provinsi Lampung Pada Tahun 2013

No	Kabupaten / Kota	Jumlah Industri
1	Tulang Bawang Barat	2.549
2	Way Kanan	2.002
3	Pringsewu	3.236
4	Metro	4.292
5	Tulang Bawang	3.729
6	Lampung Utara	4.702
7	Lampung Selatan	6.625
8	Bandar Lampung	9.127
9	Pesawaran	3.549
10	Lampung Timur	6.382
11	Mesuji	1.794
12	Lampung Barat	5.065
13	Lampung Tengah	6.299
14	Tanggamus	3.461

Sumber : Dinas Perindustrian & Perdagangan di Provinsi Lampung ,2013

Menurut Hasibuan (2005), penggunaan strategi usaha yang tepat dapat memperluas pangsa pasar suatu industri. Strategi yang dimaksud ini adalah perilaku perusahaan dalam menetapkan kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan industri. Sedangkan menurut Kuncoro (2006:146), perilaku di dalam industri dapat diartikan bagaimana cara yang dilakukan oleh sebuah perusahaan agar mendapatkan pasar. Perilaku merupakan pola tanggapan dan penyesuaian berbagai perusahaan yang terdapat dalam suatu industri untuk mencapai tujuannya dan menghadapi persaingan. Pencapaian tujuan perusahaan yang dimaksud yaitu mencari keuntungan sebesar-besarnya, para pengusaha di industri keripik mencari

cara agar bagaimana produk keripik memiliki daya saing tinggi, tentunya agar usahanya bertahan dari persaingan yang terjadi maka para pengusaha harus menentukan strategi atau kebijakan yang tepat agar perusahaannya mampu meningkatkan kinerja usahanya. Perilaku dan kinerja usaha yang diterapkan pelaku usaha harus sesuai dengan struktur pasar yang dihadapi. Sebaik apapun produk yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen tanpa didukung oleh pengelolaan yang baik maka keberhasilan usaha semakin kecil (Kusumantoro, 2010). Perilaku yang tepat adalah bagaimana perusahaan menentukan harga jual, promosi produk atau periklanan (*advertizing*), koordinasi kegiatan dalam pasar misalnya berkolusi, kartel, dan sebagainya (Kuncoro, 2007).

Menerapkan kebijakan perusahaan dalam suatu industri, perusahaan-perusahaan sering menghadapi kendala baik dari internal perusahaan maupun dari segi eksternal perusahaan. Kendala internal yang sering di hadapi perusahaan antara lain adalah terbatasnya modal perusahaan, terbatasnya tenaga (SDM) yang memiliki kemampuan yang memadai, dan keterbatasan kemampuan manajer dalam mengelola usahanya. Kebijakan sebagai serangkaian tindakan atau kegiatan yang diusulkan oleh seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu (Agustino, 2008:7). Banyaknya kendala yang masih melekat dalam internal perusahaan, maka perusahaan akan menerapkan beberapa kebijakan guna mencapai tujuan perusahaan.

Tabel 3. Produsen Keripik di Sentra Industri Keripik Pagar Alam, Kedaton Tahun 2015

No	Produsen Kripik	Jumlah Cabang
1	Aneka Keripik Ali Baba	1
2	Aneka Keripik Askha Jaya	5
3	Aneka Keripik Singgah Pai	1
4	Aneka Keripik Firman	3
5	Oleh oleh Keripik Has Lampung	1
6	Toko Rojo Keripik	1
7	Aneka Keripik Nabila	1
8	Aneka Keripik Roy Yan	1
9	Aneka Keripik Puri Jaya	3
10	Toko Fathan Mandiri	1
11	Toko Enggal Jaya	1
12	Toko Karya Mandiri	2
13	Toko Arema Jaya	2
14	Toko Nyoto Roso	1
15	Aneka Keripik Dua Dara	2
16	Aneka Keripik Salam Family	1
17	Aneka Keripik Wisu	1
18	Aneka Keripik Ridho Jaya	1
19	Aneka Keripik Nisa	1
20	Toko Lateb Jaya	1
21	Toko Rizka	1
22	Toko Zom.Zom Family	1
23	Toko Ibu Mery	4
24	Toko Fino	3
25	Toko Keripik Rona Jaya	1
26	Toko Cesy Lia	2
27	Toko Wagiman	1
28	Toko Suhery	1
29	Toko Alinda	1
30	Toko Shinta	1
31	Toko Perman	1
32	Toko Keripik Yaya	1
	Jumlah Toko	49

Sumber : Data primer di olah tahun 2015

Kawasan sentra industri keripik Lampung berkembang tahun sejak 2006.

Namun, cikal-bakalnya sudah ada sejak tahun 1996, dahulu daerah ini dikenal produksi keripik singkong. Saat itu, perajin masih menjalankan keripik dengan

berkeliling kota. Lambat laun mereka menciptakan pasar sendiri dan mulai membuka toko, mengembangkan berbagai produk. Sentra industri keripik ini menjadi tempat yang menyajikan produk berupa makanan ringan dimana industri ini menjadi daya tarik bagi konsumen dan juga menjadi tempat penyerapan tenaga kerja dan ekonomi di Bandar Lampung.

Kebijakan perusahaan keripik dalam berproduksi menggunakan bahan baku utama dari petani yang selama ini telah menjadi mitra perusahaan. Proses produksi perusahaan pada umumnya sudah memahami proses produksi dengan baik, namun yang menjadi permasalahannya sering terjadi perbedaan kualitas bahan baku yang digunakan, sehingga akan menyebabkan kualitas produk yang beragam.

Perusahaan dalam menentukan harga pada umumnya mengacu pada biaya produksi atau mengacu pada harga pokok penjualan ditambah keuntungan perunit yang diharapkan dan juga memperhatikan harga perusahaan pesaing.

Perusahaan dalam memasarkan produk, melakukan promosi secara langsung kepada konsumen dan juga melakukan penjualan kepada para konsumen antara (konsumen yang membeli untuk dijual kembali) yang sudah menjadi mitra kerja perusahaan selama ini.

Perusahaan dalam memberikan kebijakan pelayanan kepada konsumen pada umumnya melayani konsumen dengan penuh keramahan, demikian juga dalam hal kecepatan dan kecermatan dalam melayani konsumen, penyediaan kemasan yang tepat untuk konsumen dan ketepatan dalam penimbangan produk yang akan dibeli oleh konsumen. Perusahaan dalam melakukan kebijakan kerjasama

pada umumnya dalam penyediaan bahan baku berkerjasama dengan petani yang sudah menjadi mitra perusahaan, dalam pengadaan modal usaha perusahaan industri ini pada umumnya berkerjasama dengan perusahaan – perusahaan besar atau meminjam modal pada instansi perbankan.

Tabel 4. Data Volume, Harga dan Nilai Penjualan Perusahaan Sampel Pada Industri Keripik

No	Nama Perusahaan Sampel	Volume (Kg/Hari)	Harga (Rp)	Nilai Penjualan (Rp/Hari)
1	Toko Ibu Mery	15	40.000	600.000
2	Toko Rizka	25	40.000	1.000.000
3	Toko Keripik Rona Jaya	16	44.000	700.000
4	Toko Arema Jaya	19	40.000	750.000
5	Toko Karya Mandiri	20	40.000	800.000
6	Keripik Yaya	31	40.000	1.250.000
7	Toko Fino	18	40.000	700.000
8	Toko Wagiman	20	40.000	800.000
9	Toko Shinta	21	38.000	800.000
10	Toko Keripik Enggal Jaya	13	40.000	500.000
	Jumlah	198	402.000	7.900.000
	Rata-Rata	19,8	40.200	790.000

Sumber : Data primer diolah tahun 2015

Data perusahaan ini menunjukkan bahwa volume penjualan produk keripik per satuan kilogram pada setiap harinya di perusahaan industri keripik sebesar 19,8 kg per hari, harga rata-rata penjualan keripik industri ini berkisaran sebesar Rp. 40.200 per kilogram dan pendapatan per hari yang didapat perusahaan keripik sebesar Rp. 790.000 per hari nya.

Perusahaan-perusahaan dalam industri keripik ini selalu berupaya untuk menerapkan kebijakan dalam mencapai tujuan perusahaan. Kondisi perusahaan akan sangat beragam, sehingga implementasi kebijakan yang diterapkan perusahaan jelas akan beragam pula. Oleh karena itu, upaya untuk

mengukur dan menjelaskan pengaruh implementasi kebijakan yang di terapkan oleh perusahaan baik itu implementasi kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan promosi, kebijakan pelayanan dan kebijakan kerjasama perlu dilakukan dalam penelitian ini. Selain itu, perlu pula dijelaskan sejauh mana pengaruh implementasi kebijakan yang di terapkan terhadap pencapaian kinerja perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang :

”Pengaruh Implementasi Kebijakan Perusahaan Dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Perusahaan Di Sentra Industri Keripik Pagar Alam Kedaton Bandar Lampung”.

1.2. Rumusan Masalah

Kebijakan produk, harga, promosi, pelayanan dan kerjasama yang di terapkan oleh perusahaan ini kurang, sehingga kinerja perusahaan tidak sesuai dengan yang diharapkan, hanya beberapa perusahaan saja yang telah mencapai kinerja cukup baik. Maka dari itu, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kebijakan produk yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah kebijakan harga yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
3. Apakah kebijakan promosi yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

4. Apakah kebijakan pelayanan yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
5. Apakah kebijakan kerjasama yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
6. Apakah implementasi kebijakan produk, harga, promosi, pelayanan dan kerjasama berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Mengetahui apakah kebijakan produk yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
2. Mengetahui apakah kebijakan harga yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
3. Mengetahui apakah kebijakan promosi yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
4. Mengetahui apakah kebijakan pelayanan yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
5. Mengetahui apakah kebijakan kerjasama yang diterapkan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.
6. Mengetahui apakah implementasi kebijakan produk, harga, promosi, pelayanan dan kerjasama berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis :
 - a. Memperoleh ilmu pengetahuan baik teori maupun praktik khususnya pada kualitas implementasi yang di terapkan pada suatu perusahaan.
 - b. Mengetahui implementasi kebijakan apa yang di ambil dalam suatu perusahaan.
2. Manfaat bagi perusahaan :

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menerapkan kebijakan produk ,kebijakan harga, kebijakan promosi, kebijakan pelayanan dan kebijakan kerjasama yang tepat bagi perusahaan.