

**VALUE CHAIN ANALYSIS OF THE EXHAUST INDUSTRY
IN PURBALINGGA SUBDISTRICT, PURBALINGGA REGENCY,
JAWA TENGAH**

by:

Yanuar Tia Saputra
13/347430/GE/07529

Abstract

The exhaust industry is the seed in Purbalingga Regency where the process doing manually. Their exhaust industry to be a blessing for business people who are involved in it. Consistency the exhaust industry depend to business people in accordance with its function. Value chain activity from start until the end is very interesting to study. Overall, this study aims to (1) determine how exhaust craftsmen obtain raw materials and tricks get it, (2) identify scheme of exhaust product marketing, and (3) know value chain exhaust industry.

This study is explorative basis of the findings obtained in the field. The reseach location is located in Purbalingga Subdistrict, Purbalingga Regency, Jawa Tengah. Data collection techniques performed with structured interview using a questionnaire. Process collecting data does not use sampling method but with census method. Totally of the craftsmen exhaust in the study area is 30 people. Technique analysis used descriptive analysis to explain the phenomenon's that occurred in area study.

Based on the results it can be seen that the raw materials obtained from various areas such as Tegal, Jakarta, Cilegon, Cikarang, Surabaya, as well as some local areas as Kembaran Kulon and Purbalingga Lor. Exhaust product marketing spatially has spread to five major islands in Indonesia such as Jawa, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, and Papua. Scheme of marketing commonly used is by selling products directly to the final customer, using services of sales/agents, and selling products by online. Value chain activity of exhaust industry generally contain three major activity such as process of acquiring the materials, process producing exhaust, and process marketing exhaust products until to the final consumer.

Keywords: *exhaust industry, the craftsmen exhaust, marketing, value chain*

**KAJIAN VALUE CHAIN PADA INDUSTRI KNALPOT
DI KECAMATAN PURBALINGGA, KABUPATEN PURBALINGGA,
JAWA TENGAH**

oleh:

Yanuar Tia Saputra
13/347430/GE/07529

Intisari

Industri knalpot merupakan industri unggulan di Purbalingga yang pengerjaannya masih dikerjakan secara manual. Adanya industri knalpot menjadi berkah bagi para pelaku usaha yang terlibat di dalamnya. Konsistensi industri knalpot secara keseluruhan bergantung dari para pelaku usaha yang ada didalamnya sesuai dengan fungsinya. Aktifitas-aktifitas dari para pelaku usaha yang terlibat dalam industri knalpot akan membentuk suatu rantai nilai. Aktifitas rantai nilai dari awal sampai akhir menjadi sangat menarik untuk diteliti, khususnya industri knalpot yang ada di Purbalingga. Secara keseluruhan penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui cara pengrajin knalpot memperoleh bahan baku dan asal perolehannya, (2) mengetahui pola pemasaran produk knalpot, serta (3) mengetahui *value chain* (rantai nilai) industri knalpot.

Penelitian ini lebih bersifat eksploratif berdasarkan temuan-temuan yang diperoleh langsung di lapangan. Lokasi penelitian berada di Kecamatan Purbalingga, Kabupaten Purbalingga, Jawa Tengah. Teknik pengambilan data dilakukan dengan wawancara terstruktur menggunakan alat berupa kuesioner. Proses pengumpulan data tidak menggunakan metode sampling melainkan dengan metode sensus. Jumlah populasi pengrajin knalpot di daerah kajian berjumlah 30 orang. Teknik analisis memakai cara analisis deskriptif untuk menjelaskan kejadian yang terjadi di lapangan sesuai dengan tujuan awal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahan baku pembuatan knalpot diperoleh dari berbagai daerah seperti Tegal, Jakarta, Cilegon, Cikarang, Surabaya, serta beberapa daerah lokal seperti di Kembaran Kulon dan Purbalingga Lor. Pemasaran produk knalpot sudah tersebar ke lima pulau besar di Indonesia seperti Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Papua. Cara pemasaran yang umum dipakai oleh para pengrajin knalpot yaitu dengan penjualan produk langsung ke konsumen akhir, menggunakan jasa sales/agen, dan penjualan secara *online*. Aktifitas rantai nilai industri knalpot berlangsung cukup panjang dengan tiga aktifitas utama yaitu proses perolehan bahan pembuat knalpot, proses produksi knalpot, dan proses pemasaran produk knalpot sampai ke konsumen akhir.

Kata Kunci: industri knalpot, pengrajin knalpot, pemasaran, *value chain* (rantai nilai)