

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEBERHASILAN BISNIS PADA INDUSTRI BORDIR /SULAMAN
(Studi pada Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota)**



**TAPM diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Magister Manajemen**

**Disusun Oleh:
Amri Darwis
NIM: 014275961**

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
2009**

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER MANAJEMEN**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul “Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis Pada Industri Bordir/Sulaman (Studi Pada Industri Kecil Dan Menengah Di Kabupaten Lima Puluh Kota)” adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (Plagiat) maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Jakarta, 29 Maret 2009

Yang menyatakan,



**AMRI DARWIS
NIM: 014275961**

LEMBAR PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis pada Industri Bordir /Sulaman (Studi pada Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota)

Penyusun TAPM: Amri Darwis
NIM : 014275961
Program Studi : Magister Manajemen
Hari/Tanggal : Senin / 27 April 2009

Menyetujui :

Pembimbing II

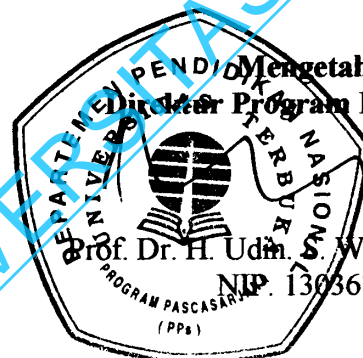


Dr. Suciati, M. Sc
NIP. 131467652

Pembimbing I



Dr. Mahyus Ekananda, S. MM, MSE
NIP. 0608050378



Mengetahui,
Direktur Program Pascasarjana

Prof. Dr. H. Uda S. Winata Putra, MA. ✓
NIP. 130367151

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

PENGESAHAN

Nama : Amri Darwis
NIM : 014275961
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis pada Industri Bordir /Sulaman (Studi pada Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota)

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada

Hari/Tanggal : Minggu / 29 Maret 2009
Waktu : 09. 00 – 14.00 WIB

Dan Telah Dinyatakan LULUS

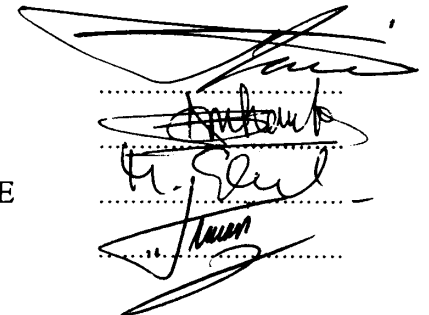
PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Komisi Penguji: Surachman Dimiyati, Ph.D

Penguji Ahli : Dr. Bambang Wiharto

Pembimbing I : Dr. Mahyus Ekananda. S. MM, MSE

Pembimbing II : Dr. Suciati, M.Sc



Handwritten signatures of the thesis committee members, including the Chairman and the two examiners, positioned to the right of the committee list.

KATA PENGANTAR

Puji syukur marilah kita panjatkan kehadiran Allah SWT karena berkat dan karuniaNya penulis akhirnya dapat menyelesaikan Tugas Akhir Program Magister (TAPM) ini. TAPM ini berisi studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota Propinsi Sumatera Barat. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah faktor tenaga kerja tetap, nilai investasi dan jaringan pembeli yang dimiliki.

Penulis berharap TAPM ini dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pengembangan industri bordir/sulaman baik yang berada di Kabupaten Lima Puluh Kota maupun di daerah lainnya.

Penulis menyadari bahwa TAPM ini memiliki banyak kelemahan dan keterbatasan. Diantaranya adalah jumlah sampel yang cukup kecil dan sampel yang kurang kooperatif sehingga sulit untuk mendapatkan data yang sangat pasti dari mereka.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian TAPM ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Mahyus Ekananda selaku pembimbing I
2. Ibu Dr. Suciati selaku Pembimbing II

3. Bapak Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka
4. Bapak Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka.
5. Rekan-rekan mahasiswa program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka angkatan 2007.
6. Seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian TAPM ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|-----------|
| Pernyataan | i |
| Lembar Persetujuan | ii |
| Lembar Pengesahan | iii |
| Kata Pengantar | iv |
| Daftar Isi | vi |
| Daftar Bagan | ix |
| Daftar Gambar | x |
| Daftar Tabel | xi |
| Abstract | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 9 |
| C. Tujuan Penelitian | 9 |
| D. Kegunaan Penelitian | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 11 |
| A. Kajian Teori | 11 |
| 1. Industri Kecil dan Menengah | 11 |
| a. Konsep Industri Kecil dan Menengah | 11 |
| b. Perkembangan Industri Kecil dan Menengah | 15 |
| c. Industri Tekstil dan Produk Tekstil | 16 |
| 2. Keberhasilan Bisnis | 18 |
| 3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan bisnis | 20 |
| a. Jumlah Tenaga Kerja | |
| b. Tingkat Pendidikan Pengusaha | |
| c. Keaktifan Promosi | |
| d. Jaringan Pembeli | |
| e. Umur Usaha | |
| 4. Beberapa Temuan tentang Industri Kecil dan Menengah | 24 |

| | |
|--|-----------|
| a. Aspek Permodalan | |
| b. Aspek Pemasaran | |
| c. Aspek Bahan Baku | |
| d. Aspek Teknologi | |
| e. Aspek Manajemen | |
| f. Aspek Birokrasi | |
| g. Aspek Infrastruktur | |
| h. Aspek Kemitraan | |
| B. Kerangka Berpikir | 27 |
| C. Definisi Operasional | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 32 |
| A. Desain Penelitian | 32 |
| B. Populasi dan Sampel | 32 |
| C. Instrumen Penelitian | 35 |
| D. Prosedur Pengumpulan Data | 38 |
| E. Metode Analisa | 40 |
| BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN | 42 |
| A. Temuan | 42 |
| 1. Gambaran Umum Perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota..... | 42 |
| 2. Peranan Sektor Industri dalam Perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota | 44 |
| 3 Peranan Industri Kecil dan Menengah dalam Perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota..... | 47 |
| 4. Industri Bordir dan Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 49 |
| 5. Kondisi Industri Bordir/Sulaman Berdasarkan Survei dan Wawancara | 53 |
| 6.Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 56 |
| B. Pembahasan | 77 |

| | |
|--|------------|
| 1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 77 |
| 2. Analisis Regresi Berganda terhadap Faktor Utama yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota..... | 94 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 97 |
| A. Simpulan | 97 |
| B. Saran | 99 |
| DAFTAR PUSTAKA | 102 |
| LAMPIRAN | |

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir Pengembangan Industri Bordir/Sulaman30

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar 4.1 Hubungan Antara Mitra Pembeli dengan Nilai Penjualan..... | 81 |
| Gambar 4.2 Hubungan Antara Tenaga Kerja Tidak tetap dengan Nilai Penjualan | 85 |
| Gambar 4.3 Hubungan Antara Tenaga Tidak tetap dengan Nilai Penjualan | 86 |
| Gambar 4.4 Hubungan Antara Umur Usaha dengan Nilai Penjualan | 91 |
| Gambar 4.5 Hubungan Antara Nilai Investasi dengan Nilai Penjualan..... | 92 |

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|---------|
| Tabel 1.1 Kontribusi Kelompok Industri Terhadap Industri Pengolahan di Sumatera Barat 1999 | 4 |
| Tabel 3.1 Daftar Nama Industri Bordir/Sulaman Yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2007 | 34 |
| Tabel 3.2 Variabel, Dimensi dan Indikator Panduan Wawancara | 37 |
| Tabel 4.1 Kondisi Industri Bordir/Sulaman dan Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2006/2007 | 50 |
| Tabel 4.2 Perbandingan Beberapa Indikator Penting dalam Industri Tahun 2006/2007 | 52 |
| Tabel 4.3 Nilai investasi, Jumlah Tenaga Kerja, dan Nilai Penjualan Pengusaha Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 54 |
| Tabel 4.4 Indikator Capaian Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 55 |
| Tabel 4.5 Kondisi Industri Bordir/Sulaman Menurut Status Perusahaan | 57 |
| Tabel 4.6 Kondisi Industri Bordir/Sulaman Menurut Tingkat Pendidikan Pengusaha | 58 |
| Tabel 4.7 Perbandingan Usia Pengusaha, Tingkat Pendidikan dan Lama Usaha ... | 59 |
| Tabel 4.8 Pelatihan yang diikuti oleh Pengusaha dan Pengrajin | 61 |
| Tabel 4.9 Kepemilikan Bapak Angkat | 62 |
| Tabel 4.10 Jaringan Pembeli yang dimiliki oleh Pengusaha Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 63 |
| Tabel 4.11 Jaringan Pemasok Bahan Baku dan Daerah Asal Bahan Baku Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 64 |
| Tabel 4.12 Cara Penjualan Produk Bordir/Sulaman oleh Pengusaha Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 66 |
| Tabel 4.13 Kerja sama yang dilakukan Pengusaha Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 67 |

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 4.14 | Teknologi dan Desain yang digunakan dalam Produksi Bordir/Sulaman | 69 |
| Tabel 4.15 | Promosi Produk Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota | 71 |
| Tabel 4.16 | Cara Pengiriman Barang ke Pembeli | 76 |
| Tabel 4.17 | Hubungan Antara Jaringan Pembeli dan Nilai Penjualan | 78 |
| Tabel 4.18 | Interpretasi Koefisien Korelasi | 81 |
| Tabel 4.19 | Hubungan antara Tenaga Kerja Tetap, Tenaga Kerja Tidak Tetap dengan Nilai Penjualan yang Dikeluarkan | 84 |
| Tabel 4.20 | Hubungan antara Tingkat Pendidikan, Umur Usaha dan Nilai Penjualan | 88 |
| Tabel 4.21 | Hubungan antara Nilai Investasi, Umur Usaha dan Nilai Penjualan | 90 |
| Tabel 4.22 | Hubungan antara Strategi Penetapan Harga Jual dan Nilai Penjualan | 93 |
| Tabel 4.23 | Hasil Regresi Beberapa Faktor dengan Nilai Penjualan | 94 |

ABSTRACT

Analysis of Factors which Influence the Success of Embroidery Industries (A study at Small and Medium Enterprises in Lima Puluh Kota Regency)

AMRI DARWIS

Key words: business success, small and medium enterprises

This study is aimed to investigate the factors which influence the success of embroidery industries in Lima Puluh Kota Regency. Embroidery industry is one of the industry which absorbs thousands people, either as handy craft makers or workers. Furthermore, this industry is also one of the sectors which support tourism in West Sumatra.

It is widely known that embroidery products of the industry in Lima Puluh Kota are also available in international market such as in Malaysia, Singapore and Brunei Darussalam instead of regional market such as Payakumbuh and Bukittinggi. Many people believe that this facts are the sign of the success of embroidery industry. In order to develop this industry into a sustainable industry, it is important to know which factors influence the success mostly. Hence this research tries to find out the key factors which possibly important to be developed in the future.

This research was conducted in Lima Puluh Kota Regency. There are 18 industries that can be considered as embroidery industry. This information was taken from the list given by The Industrial and Trade Office of Lima Puluh Kota. In the other words the populations are 28 enterprises. Then it was decided to use total sampling technique to collect the data. During the process of collecting the data, it was found that only 11 enterprises are ready and available to be interviewed. As the result, there are 11 samples are available.

The data were collected through guided interview. There were 38 questions given to the sample. These 38 questions were used as guided questions. During the interview, additional question were given in order to explore and sharpen the questions given.

The result of the interview then tabulated and analyzed. Finally, it is found that among the factors proposed as the key factors of the success of the embroidery industry, only two factors, namely, self employee, and investment have strong relations to the success of embroidery industry in Lima Puluh Kota while other factors just give weak influences.

However, due to a lot of limitation such as fewer numbers of samples, limited time and etc., this result cannot fully represent the findings. Hence, the writer suggested conducting such kind of research in other regions which have more embroidery industry.

B A B I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia. Pentingnya peranan industri kecil dan menengah ini setidaknya dilandasi oleh dua alasan, yaitu kemampuannya untuk menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan kemampuannya untuk mendorong ekspor non migas.

Secara umum, industri kecil dan menengah menyerap banyak tenaga kerja. Kecendrungan menyerap banyak tenaga kerja juga didukung oleh tingginya intensitas penggunaan sumber daya alam lokal. Karena lokasinya banyak di perdesaan, pertumbuhan industri kecil dan menengah akan menimbulkan dampak positif terhadap peningkatan jumlah penyerapan tenaga kerja, pengurangan jumlah kemiskinan, pemerataan dalam distribusi pendapatan, dan pembangunan ekonomi dipedesaan (Kuncoro, 1996).

Dari sisi kebijakan, industri kecil dan menengah jelas perlu mendapat perhatian karena tidak hanya memberikan penghasilan bagi sebagian besar angkatan kerja Indonesia, namun juga merupakan ujung tombak dalam upaya pengentasan kemiskinan. Di perdesaan, peranan penting industri kecil dan menengah sangat dirasakan karena mampu memberikan tambahan pendapatan Sandee (1994, dalam Riswido dan Susilo, 2007).

Industri kecil dan menengah yang ada di Indonesia memegang peranan penting dalam ekspor non migas. Kinerja perekonomian Indonesia yang diciptakan oleh usaha kecil dan menengah, pada tahun 2006 bila dibandingkan tahun sebelumnya seperti digambarkan di dalam angka Produk Domestik Bruto Usaha Kecil dan Menengah (PDB UKM) pertumbuhannya mencapai 5,4 persen. Bila dirinci menurut skala usaha, pada tahun 2006 kontribusi sektor Usaha Kecil sebesar 37,7 persen, Usaha Menengah sebesar 15,6 persen dan Usaha Besar sebesar 46,7 persen. Pada tahun 2006 jumlah populasi usaha kecil dan menengah mencapai 48,9 juta unit usaha, atau 99,98 persen terhadap total unit usaha di Indonesia. Sementara jumlah tenaga kerjanya mencapai 85,4 juta orang atau 96,18 persen terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia.

Walaupun peranannya cukup penting, namun perkembangan industri kecil dan menengah termasuk lamban, bahkan tidak jarang banyak yang gulung tikar. Menurut berbagai penelitian, salah satu kelemahan industri kecil dan menengah di Indonesia pada umumnya adalah rendahnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh pengusaha, terbatasnya bahan baku, lemahnya jaringan pemasaran, dan kurangnya tenaga kerja yang terampil.

Meskipun memiliki banyak kelemahan, industri kecil dan menengah mempunyai keunggulan dibandingkan dengan industri besar. Keunggulan tersebut antara lain (Marbun, 1986 dalam Dikmar, 2005):

1. mengalami pengalaman yang sederhana
2. tidak birokratis, sehingga pengambilan keputusan cepat

3. cepat tanggap dan fleksibel
4. cukup dinamis dan ulet

Dengan keunggulan dan kelemahan yang dimilikinya, maka industri kecil dan menengah memiliki peluang yang sangat terbuka untuk berkembang pesat. Salah satu industri kecil dan menengah yang tumbuh dan berkembang di Indonesia adalah industri tekstil dan produk tekstil (TPT). Industri tekstil dan produk tekstil ini diantaranya adalah industri tekstil, garmen, alas kaki, bordir/sulaman, pakaian jadi dan lain sebagainya.

Demikian juga dengan apa yang terjadi di Propinsi Sumatera Barat. Kenyataan menunjukkan bahwa industri pengolahan yang tergabung dalam industri tekstil dan produk tekstil industri mampu bertahan dan tetap memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian Sumatera Barat baik pada masa sebelum krisis ekonomi 1985-1996 maupun pada masa krisis (1997-1998), maupun pada masa pemulihan setelah krisis ekonomi (2000-2003).

Pada Tabel 1.1 di bawah ini disajikan data kontribusi berbagai kelompok industri terhadap industri pengolahan di Sumatera Barat pada tahun 1999, ketika krisis ekonomi mulai mereda. Disini terlihat bahwa komoditi tekstil, barang dari kulit dan alas kaki yang secara umum dikenal sebagai barang tekstil dan produk tekstil, mampu memberikan kontribusi sebesar 45,31% dengan distribusi nilai tambah sebesar 47,10%. Dengan output dan nilai tambah yang mendekati separo dari total output dan nilai tambah kelompok industri pengolahan di Sumatera Barat, maka industri TPT dapat dikategorikan sebagai salah satu komoditi industri yang terpenting di Sumatera Barat.

Tabel 1.1. Kontribusi Kelompok Industri terhadap Industri Pengolahan di Sumatera Barat tahun 1999

| Kode Sektor | Uraian komoditi | Output | Nilai Tambah |
|-------------|--|--------|--------------|
| 31 | Makanan dan minuman | 24.47 | 22.81 |
| 32 | Tekstil, barang dari kulit & alas kaki | 45.31 | 47.10 |
| 33 | Barang kayu dan hasil hutan | 3.27 | 3.92 |
| 34 | Kertas dan barang cetakan | 0.23 | 0.32 |
| 35 | Pupuk Kimia & barang dari Karet | 7.38 | 8.20 |
| 36 | Semen & Barang lain non logam | 17.93 | 15.32 |
| 38 | Alat angkutan mesin & peralatan | 1.27 | 2.23 |
| 39 | Barang lainnya | 0.15 | 0.09 |
| Jumlah | | 100.00 | 100.00 |

Sumber: BPS Sumbar (data diolah, 1999)

Bila melihat pada sumber daya yang ada seperti ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, dan pasar sebagai infrastruktur penunjang, maka industri tekstil dan produk tekstil merupakan industri yang sangat penting dalam perekonomian Sumatera Barat. Keberadaan pasar konveksi Aur Kuning di Bukittinggi sebagai tempat berlangsungnya transaksi perdagangan antar daerah dari produk-produk tekstil dan sejenisnya di kawasan Sumatera bagian tengah merupakan infrastruktur pendukung utama dari industri tekstil dan produk tekstil di Sumatera Barat.

Salah satu produk dari industri tekstil dan produk tekstil adalah bordir dan sulaman. Industri bordir/sulaman sudah lama tumbuh di Sumatera Barat. Walaupun

pertumbuhannya tidak secepat industri produk tekstil lainnya yang telah terlebih dahulu populer yakni industri pakaian jadi, industri bordir/sulaman tetap tumbuh dan eksis di Sumatera Barat. Hal ini dibuktikan dengan keberadaan Pasar Atas Bukittinggi sebagai sentra penjualan industri bordir/sulaman di Sumatera Barat yang saling mendukung dengan kegiatan pariwisata di Kota Bukittinggi sebagai daerah tujuan wisata utama di Sumatera Barat.

Salah satu daerah yang menjadi penyangga Bukittinggi sebagai sentra penjualan industri bordir/sulaman adalah Kabupaten Lima Puluh Kota. Banyak produk bordir/sulaman yang dihasilkan oleh industri kecil dan kerajinan di Kabupaten Lima Puluh Kota dipasarkan ke Kota Bukittinggi di samping Kota Payakumbuh. Kota Payakumbuh merupakan tempat pemasaran utama aneka produk industri Kabupaten Lima Puluh Kota, sedangkan Kota Bukittinggi merupakan pusat produksi dan perdagangan tekstil dan produk tekstil di Sumatera Barat. Disamping itu produk bordir/sulaman Kabupaten Lima Puluh Kota juga dipasarkan di luar daerah seperti Kota Pekanbaru di Propinsi Riau dan Kota Batam di Propinsi Kepulauan Riau bahkan sampai ke negara tetangga seperti Malaysia.

Berlakunya UU Nomor 22 tahun 1999 yang direvisi dengan UU Nomor 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan Daerah, dimana Pemerintah Daerah diharapkan mampu menyusun kebijakan perekonomiannya yang sesuai dengan situasi dan kondisi daerah masing-masing. Untuk membantu industri bordir/sulaman yang telah lama eksis di Kabupaten Lima Puluh Kota terus tumbuh dan berkembang, maka Pemerintah Daerah perlu mendorong pengusaha untuk terus mengembangkan usahanya sehingga

dapat bertahan dan berhasil dalam menjalankan usahanya. Hal ini tentunya terkait erat dengan berbagai hal sebagaimana dikemukakan di atas, seperti: peningkatan penyerapan tenaga kerja, penambahan pendapatan masyarakat dan juga kemungkinan peningkatan pendapatan asli daerah. Untuk dapat mengembangkan dan melahirkan wirausaha yang sukses dan berhasil perlu didukung dengan konsep pengembangan produk industri bordir/sulaman yang jelas dan terarah. Oleh karena itu perlu diketahui faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman khususnya mereka yang masuk pada kategori industri kecil dan menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota.

Ada beberapa faktor yang sering dianggap sebagai faktor penentu keberhasilan bisnis industri kecil dan menengah. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah: jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan pengusaha, keaktifan berpromosi, jaringan pembeli dan umur usaha (Widodo dan Susilo, 2007, Kuncoro dan Supomo 2003, Indarti dan Langenberg, 2002).

- **Jumlah tenaga kerja**, berdasarkan analisa ekonomi mikro, dengan menggunakan fungsi produksi Cobb-Douglas, dapat dijelaskan sebagai berikut. Fungsi produksi terdiri dari dua input yaitu tenaga kerja (L) dan modal (K). Sesuai dengan analisa tersebut maka apabila jumlah tenaga kerjanya banyak maka output yang dihasilkan semakin banyak. Dalam hal ini tenaga kerja merupakan variabel input sehingga dengan input yang lebih besar akan didapatkan output yang lebih banyak. Bila didukung dengan desain dan kualitas yang baik maka akan terbuka peluang bagi suatu produk

untuk memasuki dan diterima berbagai pasar, baik dalam maupun luar negeri. Mallet (1996), McMahon (1998), dan Kuncoro dan Supomo (2003) mengemukakan bahwa semakin banyak tenaga kerja sebagai bagian dari pengembangan usaha maka probabilitas industri kecil dan menengah untuk mengembangkan industri yang dikelolanya akan semakin besar.

- **Tingkat pendidikan pengusaha**, pendidikan merupakan salah satu variabel dari fungsi produksi, walaupun secara tidak langsung. Dengan pendidikan yang semakin tinggi kemampuan pengusaha untuk mengembangkan produksi dan cakupan pemasaran semakin tinggi pula. Pendidikan dan pengetahuan yang dimiliki akan mendorong pengusaha untuk mampu menggunakan berbagai hal sehingga mampu mendorong pengusaha menjadi wirausaha yang berhasil. Indarti dan Langenberg (2002) mengemukakan bahwa tingkat pendidikan pengusaha merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan seorang pengusaha. Dengan demikian tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seorang pengusaha akan menjadi faktor dominan dalam mendorong pengusaha untuk mengembangkan produk yang dihasilkannya.
- **Keaktifan promosi**, promosi merupakan salah satu konsep dari pemasaran, semakin sering mengikuti promosi, maka produk yang dihasilkan semakin dikenal di pasar. Bila dikenal secara luas di pasar minat pembeli untuk mendapatkan produk yang dihasilkan akan semakin besar. Bila sering berinteraksi dengan calon pembeli, maka desain produk yang akan

dihasilkan juga akan semakin bervariasi dan dapat memenuhi selera pasar. Kuncoro dan Supomo (2003) mengatakan bahwa aktifitas promosi yang dilakukan oleh pengusaha akan menstimulus pengusaha tersebut mengembangkan produk-produk yang dihasilkannya.

- **Jaringan pembeli**, permintaan pasar suatu produk merupakan penjumlahan dari permintaan individual. Dengan demikian, semakin banyak jumlah konsumen, dalam hal ini jaringan pembeli, permintaan pasar terhadap produk semakin banyak. Widodo dan Soesilo (2007) menemukan bahwa industri yang memiliki jaringan membeli akan memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk mengembangkan produk dan bisnis yang dikelolanya dibandingkan dengan industri yang tidak atau belum memiliki jaringan pembeli.
- **Umur usaha**, semakin lama umur usaha, semakin luas cakupan pengalaman yang dimiliki. Hal ini berarti semakin lama umur usaha, pengalaman, relasi, dan ketahanan terhadap berbagai krisis dan guncangan juga akan semakin meningkat. Selanjutnya dapat dipahami bahwa usia yang lebih tua juga memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan berbagai inovasi dan kreasi untuk dapat memenangkan persaingan dengan industri lainnya. Kuncoro dan Supomo (2003), dan Widodo dan Soesilo (2007) juga mengemukakan bahwa industri dengan umur yang lebih tua akan melakukan upaya untuk mengembangkan bisnis dan produk-produknya.

Sementara itu industri yang umumnya lebih muda cenderung untuk melakukan penetrasi di pasar domestik terlebih dahulu.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah di atas, maka pokok permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota.
2. Faktor-faktor mana yang lebih dominan dan signifikan secara teori yang berlaku diantara faktor-faktor yang diteliti.

C. Tujuan Penelitian

Upaya untuk mendorong keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota serta menciptakan iklim investasi yang lebih kondusif di masa yang akan datang memerlukan data dan informasi yang relevan dan akurat. Untuk itu penelitian ini mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut.

1. menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota.
2. mengidentifikasi dan menjelaskan faktor-faktor yang lebih dominan pengaruhnya di antara faktor-faktor yang diteliti.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi:

1. Pengusaha industri Sulaman/Bordir untuk melakukan perubahan-perubahan agar bisnis mereka lebih berhasil di masa yang akan datang.
2. Pemerintah Daerah Kabupaten Lima Puluh Kota, dalam rangka pengambilan kebijakan mendorong pertumbuhan dan perkembangan produk industri sulaman/bordir.
3. Pengusaha, investor yang tertarik untuk mengembangkan industri sulaman/bordir di Kabupaten Lima Puluh Kota.
4. Sebagai penambah khasanah dan kajian ilmu pengetahuan dalam pengembangan industri kecil dan rumah tangga.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Industri Kecil dan Menengah

a. Konsep Industri Kecil dan Menengah

Istilah industri kecil dan menengah itu sangat jarang digunakan. Istilah yang lebih sering digunakan adalah usaha kecil dan menengah (UKM). Namun demikian seiring dengan perkembangan zaman dan roda pemerintahan istilah tersebut terus berkembang dan disesuaikan dengan kebutuhan dan publikasi. Penggunaan istilah tersebut juga terkait dengan metode pengklasifikasian dan indikator yang digunakan seperti jumlah tenaga kerja, jumlah kepemilikan aset, dan sumber permodalan.

Berdasarkan jumlah tenaga kerja yang dimilikinya, Badan Pusat Statistik (BPS) mengkategorikan industri atas:

- 1) industri besar, industri besar adalah industri yang jumlah tenaga kerja yang dipekerjakannya berjumlah 100 orang atau lebih.
- 2) industri menengah, industri menengah adalah industri yang jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan berkisar antara 20-99 orang.
- 3) industri kecil, industri kecil adalah industri mempekerjakan tenaga kerja berkisar antara 5-19 orang.

- 4) industri rumah tangga, bila suatu unit usaha menggunakan tenaga kerja tenaga kerja 1-4 orang .

Sementara itu BPS juga mengelompokkan industri berdasarkan status penanaman modalnya. Berdasarkan pengelompokan ini, industri dibagi atas empat kelompok, yaitu:

- 1) Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu industri yang modalnya berasal dari pemerintah pusat.
- 2) Kelompok kedua adalah industri yang status pemodalannya dimiliki oleh swasta nasional.
- 3) Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), industri yang modalnya dimiliki oleh pemerintah daerah.
- 4) Kelompok yang keempat adalah industri yang modalnya dimiliki oleh pemodal asing (PMA).

Menurut Undang-Undang No.9 tahun 1995, kriteria industri dapat dilihat dari keuangan dan aset yang dimilikinya. Menurut kriteria ini industri dapat digolongkan sebagai berikut:

- 1) Industri kecil, industri yang memiliki kekayaan maksimal Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan penjualan maksimal Rp. 1 milyar pertahun.

- 2) Industri menengah, industri yang memiliki total aset paling banyak Rp.5 milyar tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha serta memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 3 milyar pertahun.

Penggunaan kekayaan dan nilai penjualan setiap tahun sebagai indikator pengelompokan industri ini sangat rentan terhadap berbagai perubahan seperti inflasi, kurs mata uang dan pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu sangat sulit untuk mengelompokkan suatu industri berdasarkan kriteria ini. Sebagai contoh, pada tahun 1999, Pemerintah mengeluarkan Inpres No. 10 tahun 1999 Inpres yang memberikan batasan tentang klasifikasi industri menengah dimana industri menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih antara Rp. 200 juta sampai dengan Rp. 10 milyar belum termasuk nilai tanah dan bangunan tempat usaha. Sementara itu, Tambunan (1999) dan Dikmar (2005) mengemukakan beberapa ciri dari industri rumah tangga dan industri kecil. Industri rumah tangga memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- 1) sebagian besar pekerjaannya adalah anggota keluarga (isteri dan anak)
- 2) proses produksi dilakukan secara manual dan kegiatan industri berada di rumah tempat kediaman
- 3) kegiatan produksi sangat musiman lebih mengikuti kegiatan produksi disektor pertanian

Beberapa ciri industri kecil antara lain:

- 1) proses produksi telah memakai tenaga mesin dan kegiatannya di tempat tersendiri (pabrik), biasanya berdekatan dengan rumah pemilik

- 2) sebagian besar tenaga kerja adalah tenaga kerja yang dibayar, termasuk keluarga
- 3) produk yang dibuat termasuk barang-barang yang cukup rumit
- 4) pimpinan industri adalah pemilik industri

Penggunaan ciri-ciri seperti ini untuk mengelompokkan industri dirasakan cukup rumit. Seringkali karena keterbatasan tempat dan karakteristik dari masing-masing industri yang cenderung berbeda satu sama lain, maka sulit mengklasifikasikannya. Dari berbagai indikator yang digunakan untuk mengklasifikasikan industri, faktor jumlah tenaga kerja yang sangat dominan dalam menentukan klasifikasi industri. Oleh karena itu berbagai publikasi memperlihatkan bahwa faktor yang dijadikan penentu pengelompokan industri ini adalah jumlah tenaga kerja.

Sensus ekonomi tahun 2006 yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) membagi industri atas dua kelompok. Kelompok pertama dikategorikan sebagai industri pengolahan mikro dan kecil. Sedangkan kelompok kedua disebut kelompok industri pengolahan menengah besar. Sementara itu dalam berbagai literatur ditemukan istilah SMEs (*small and medium enterprises*) yang bila diartikan secara harfiah akan berarti usaha kecil dan menengah.

Sementara itu, Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lima Puluh Kota mengelompokkan industri yang ada ke dalam industri kecil dan

menengah. Hal ini dapat dilihat pada data direktori perusahaan industri kecil dan menengah tahun 2006 dan 2007 yang dikeluarkan.

Variasi penggunaan istilah ini sangat memungkinkan dan bisa diterima sepanjang dapat dijelaskan maksud dan tujuannya. Pengelompokan utama dalam penamaan kelompok industri ini didasarkan pada jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh suatu industri. Penggunaan kata *small* hanya untuk industri kecil saja (5-19 orang tenaga kerja) dirasa kurang mewakili kondisi yang ada. Oleh karenanya pada kelompok ini dapat dimasukkan industri rumah tangga atau mikro yang memiliki 1-4 orang tenaga kerja. Dengan demikian kata industri kecil dapat diartikan sebagai industri rumah tangga/mikro dengan industri kecil. Sedangkan istilah industri menengah memang mengacu kepada istilah sebenarnya dimana jumlah tenaga kerja yang ada adalah sebanyak 20-99 orang.

Oleh karena itu industri kecil dan menengah yang dikaji dalam penelitian ini adalah industri yang memiliki tenaga kerja 1-19 orang untuk istilah industri kecil dan 20-99 orang untuk istilah industri menengah. Dengan demikian kajian tentang industri kecil dan menengah dalam tugas akhir program magister (TAPM) ini adalah industri yang memiliki tenaga kerja 1-99 orang.

b. Perkembangan Industri Kecil dan Menengah

Kinerja perekonomian Indonesia yang diciptakan oleh industri kecil dan menengah, pada tahun 2006 bila dibandingkan tahun sebelumnya seperti digambarkan di dalam angka Produk Domestik Bruto Usaha Kecil dan Menengah (PDB UKM) pertumbuhannya mencapai 5,4 persen. Pertumbuhan yang paling tinggi pada sektor

bangunan 8,2 persen, sektor jasa-jasa 8,1 persen, dan sektor pertambangan dan penggalian 7,9 persen. Sementara PDB Nasional tumbuh sebesar 5,5 persen. Pada tahun 2006 nilai PDB UKM atas dasar harga berlaku mencapai Rp. 1.778,7 triliun meningkat sebesar Rp.287,7 triliun dari tahun 2005 yang nilainya mencapai 53,5 persen. Bila dirinci menurut skala usaha, pada tahun 2006 kontribusi sektor Usaha Kecil sebesar 37,7 persen, Usaha menengah sebesar 15,6 persen dan Usaha Besar sebesar 46,7 persen.

Pada tahun 2006 jumlah populasi usaha kecil dan menengah mencapai 48,9 juta unit usaha, atau 99,98 persen terhadap total unit usaha di Indonesia. Sementara jumlah tenaga kerjanya mencapai 85,4 juta orang atau 96,18 persen terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia.

c. Industri Tekstil dan Produk Tekstil

Dalam hasil pendaftaran perusahaan/usaha berdasarkan hasil sensus ekonomi 2006 yang dikeluarkan oleh BPS, industri bordir/sulaman termasuk pada kelompok barang jadi tekstil dan permadani (*garments and carpets*) (Kode: 172) termasuk dalam kelompok industri tekstil (Kode:17). Dalam pengelompokan tersebut industri bordir/sulaman berada satu kelompok dengan industri pemintalan, pertenunan, pengolahan akhir tekstil, dan perajutan.

Dalam pengelompokan yang lain, berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia nomor 589/ MPP/ Kep/ 10/ 1999 tentang Penetapan Jenis-Jenis Industri Dalam Pembinaan masing-masing Direktorat Jenderal Dan Kewenangan Pemberian Izin Bidang Industri dan Perdagangan di

Lingkungan Departemen Perindustrian dan Perdagangan, industri tekstil merupakan kelompok industri yang terdiri dari industri pakaian jadi dari tekstil, industri pakaian jadi lainnya dari tekstil, industri pakaian jadi dari kulit, industri pakaian jadi lainnya dari kulit.

Terlepas dari pengelompokan yang dilakukan terhadap industri tekstil, Wu (2005) menjelaskan bahwa industri tekstil merupakan sektor yang mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Keberadaan industri ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang sangat besar. Selain itu, sektor ini juga mampu menghasilkan devisa yang sangat besar dibandingkan dengan sektor-sektor lain. Pada tahun 1997 devisa yang diperoleh dari produk tekstil berjumlah US\$ 6,5 milyar meningkat sangat besar bila dibandingkan dengan kondisi tahun 1985 yang hanya US\$ 559 juta. Puncak pencapaian industri tekstil dan pakaian jadi Indonesia terjadi pada tahun 2000. Pada tahun tersebut ekspor produk tekstil dan pakaian jadi Indonesia mencapai angka US\$ 8,9 milyar. Pada tahun tersebut Indonesia merupakan negara peringkat ke 10 dari negara-negara produsen produk tekstil terbesar di dunia. Akan tetapi, pada tahun 2001 ekspor produk tekstil dan pakaian jadi Indonesia turun menjadi US\$ 7,6 milyar, dan terus turun menjadi US\$ 7 milyar pada tahun 2002. Titik balik terjadi pada tahun 2003 dengan naik menjadi US\$ 7,03 milyar dan seterusnya meningkat menjadi US\$ 7,5 milyar di tahun 2004.

Berdasarkan data dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan sebagaimana yang disampaikan Wu (2005), pada tahun 2003 terdapat 3,5 juta orang yang bekerja pada industri tekstil dan pakaian jadi Indonesia baik secara langsung maupun tidak

langsung. Angka ini tentunya sangat besar dan memiliki dampak yang sangat luas terhadap perekonomian nasional.

Dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa industri tekstil merupakan industri strategis bagi perekonomian nasional karena mampu menghasilkan devisa dalam jumlah yang cukup besar serta mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak. Artinya pengembangan industri kecil sangat bermanfaat dalam rangka peningkatan nilai ekspor dan perluasan kesempatan kerja.

2. Keberhasilan Bisnis

Keberhasilan bisnis seringkali ditandai oleh beberapa hal seperti: usaha yang dijalankan telah memperoleh keuntungan, semakin besarnya skala usaha, dan terus meningkatnya angka penjualan. Untuk kasus industri kecil dan menengah, keberhasilan usaha sering kali diterjemahkan sebagai adanya laba dari usaha yang dijalankan sehingga pengusaha semakin bergairah untuk menjalankan usahanya. Sementara itu indikator keberhasilan bisnis yang bila ditinjau dari peningkatan skala industri, walaupun merupakan indikator yang cukup kuat dalam menggambarkan keberhasilan bisnis, seringkali sulit dijalankan oleh pengusaha industri kecil dan menengah. Hal ini disebabkan oleh sangat terbatasnya modal dan akses modal yang dimiliki oleh pengusaha. Sedangkan indikator berdasarkan terus meningkatnya angka penjualan yang signifikan juga dapat menjelaskan keberhasilan bisnis karena mencerminkan adanya peningkatan volume produksi yang kemudian diterjemahkan sebagai suatu keberhasilan bisnis.

Oleh karena itu indikator yang sering digunakan untuk menilai keberhasilan bisnis adalah laba yang diperoleh perusahaan. Besarnya laba yang diperoleh dapat menggambarkan keberhasilan pengusaha industri kecil dan menengah dalam menjalankan usahanya. Oleh karena itu laba yang diperoleh dapat mengindikasikan adanya keberhasilan bisnis yang dijalankan.

Disisi lain ada juga yang menilai keberhasilan bisnis dari sisi yang berbeda. Željko Bunić (2007) mengemukakan faktor-faktor yang dapat dijadikan sebagai indikator keberhasilan bisnis.

.....Economic performance of an organization is viewed as the function of some financial indicators such as return on sales (ROS), return on assets (ROA), sales growth, revenues/cost ratio. Therefore performance was measured via five objective indicators: three-year percentage change in sales, three year average of ROS, three year average of ROA, three year average of revenues/costs ratio and finally, three year average of sales/sales related costs ratio. (Željko Bunić)

..... Kinerja ekonomi suatu perusahaan sering dipandang sebagai fungsi dari indikator finansial seperti nilai penjualan, nilai pengembalian aset, pertumbuhan penjualan, penerimaan/rasio biaya. Oleh karenanya kinerja ekonomi diukur dengan menggunakan lima indikator: yaitu perubahan persentase dalam penjualan selama tiga tahun, rata-rata nilai penjualan dalam jangka waktu tiga tahun, rata-rata pengembalian nilai aset selama tiga tahun, rata-rata penerimaan/rasio biaya selama tiga tahun, dan rata-rata nilai penjualan/rasio biaya terkait dengan penjualan (Željko Bunić)

Kutipan yang diambil dari makalah yang disampaikan oleh Željko Bunić dalam *16th Edamba Summer Academy* menjelaskan bahwa penilain kinerja ekonomi dari suatu organisasi sering kali diukur dari beberapa indikator yang hampir seluruhnya terkait dengan nilai penjualan, aset, penerimaan dan biaya. Dari lima indikator yang

digunakan untuk mengukur kinerja ekonomi tersebut nilai penjualan merupakan faktor yang dijadikan sebagai alat ukur kinerja ekonomi suatu organisasi.

Bila organisasi ekonomi yang dimaksud dalam tulisan tersebut di atas adalah perusahaan (*firm*) maka kinerja ekonomi dimaksud adalah keberhasilan bisnis. Dengan demikian bila dikaji lebih jauh indikator yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan bisnis adalah total penjualan atau tepatnya nilai penjualan secara keseluruhan selama satu tahun.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis

Untuk menilai keberhasilan bisnis, ada hal-hal yang dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis seperti jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan pengusaha, keaktifan berpomosi, jaringan pembeli, umur usaha, dan harga jual. Lebih jauh hal tersebut diuraikan sebagai berikut:

a. Jumlah tenaga kerja

Dengan mengacu kepada analisa ekonomi mikro yaitu penggunaan fungsi produksi Cobb-Douglas, maka fungsi produksi terdiri dari dua input yaitu tenaga kerja dan modal. Sesuai dengan analisa tersebut maka apa bila jumlah tenaganya bertambah maka output yang dihasilkan akan semakin banyak. Dalam hal ini tenaga kerja merupakan input variabel sehingga dengan output yang banyak dan didukung dengan desain dan kualitas yang bersaing terbuka peluang untuk pemasaran baik dari dalam maupun luar negeri. Mallet (1996), McMahon (1998), dan Kuncoro dan Supomo (2003) mengemukakan bahwa semakin banyak tenaga kerja sebagai bagian dari

pengembangan usaha maka probabilitas industri kecil dan menengah untuk mengembangkan industri yang dikelolanya akan semakin besar.

Salah satu contoh pentingnya tenaga kerja sebagai pendorong keberhasilan bisnis adalah seperti apa yang dilakukan oleh perusahaan peralatan telekomunikasi terbesar Nokia. Haikio (2008) dalam buku *Nokia Raksasa Industri Ponsel Dunia* mengemukakan bahwa ketika bisnis elektronik meluas ke tingkat perusahaan industri dasar tradisional pada tahun 1980-an, Nokia menghadapi sebuah tantangan baru. Tantangan tersebut menurut Haikio diantaranya adalah penelitian dan tenaga kerja. Dengan fokus kepada pengembangan produk melalui penelitian dan peningkatan sumber daya manusia tenaga kerja Nokia sukses menjadi salah satu pemain industri telepon seluler terbesar. Dari kasus Nokia tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa faktor tenaga kerja sangat mempengaruhi pencapaian keberhasilan bisnis suatu industri.

b. Tingkat pendidikan pengusaha

Drucker (1997) mengemukakan bahwa ilmu pengetahuan dan keterampilan bukanlah jaminan untuk menjadi seorang yang sukses. Namun demikian tanpa ilmu pengetahuan dan keterampilan kegagalan sudah hampir pasti ada di depan mata. Ilmu pengetahuan dan keterampilan tersebut bisa didapatkan melalui berbagai cara. Tinggi rendahnya ilmu pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan yang diterima oleh seseorang.

Bila dikaji lebih jauh, pendidikan merupakan salah satu dari fungsi produksi walaupun secara tidak langsung karena dengan pendidikan yang semakin tinggi akan membuat kemampuan pengusaha untuk mengembangkan produksi dan pemasaran

semakin tinggi pula. Indarti dan Langenberg (2002) mengemukakan bahwa tingkat pendidikan pengusaha merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan seorang pengusaha. Dengan demikian tingkat pendidikan yang dimiliki oleh seorang pengusaha akan menjadi faktor dominan dalam mendorong pengusaha untuk mengembangkan produk yang dihasilkannya.

Sementara itu Kotter (1997) mengemukakan bahwa keberhasilan seorang profesional dapat disebabkan oleh dua hal: hasrat untuk bersaing dan keinginan untuk belajar seumur hidup. Disini jelas terlihat bahwa pendidikan yang diterima seseorang sangat berpengaruh dalam pencapaian tujuan yang hendak dicapainya. Oleh karenanya semakin tinggi tingkat pendidikan semakin besar peluang untuk memperoleh keberhasilan bisnis.

c. Keaktifan promosi

Promosi merupakan salah satu konsep dari pemasaran, semakin sering mengikuti promosi, maka produk yang dihasilkan semakin dikenal di pasar. Dengan aktif berpromosi akan semakin meningkatkan minat pasar untuk membeli. Kuncoro et. al (2003) mengatakan bahwa aktifitas promosi yang dilakukan oleh pengusaha akan menstimulus pengusaha tersebut mengembangkan produk-produk yang dihasilkannya.

Kottler (1994) mengemukakan bahwa promosi sudah menjadi hal yang dapat diterima secara luas sebagai alat untuk meningkatkan nilai penjualan. Bila nilai penjualan dianggap sebagai indikator keberhasilan bisnis maka keaktifan berpromosi menjadi indikator yang kuat sebagai penentu keberhasilan bisnis.

d. Jaringan pembeli

Permintaan pasar suatu produk merupakan penjumlahan dari permintaan individual. Dengan demikian, semakin banyak jumlah konsumen, dalam hal ini jaringan pembeli permintaan pasar terhadap produk semakin banyak. Riswido dan Soesilo (2007) menemukan bahwa industri yang memiliki jaringan membeli akan memiliki kemungkinan yang lebih besar untuk mengembangkan produk dan bisnis yang dikelolanya dibandingkan dengan industri yang tidak atau belum memiliki jaringan pembeli.

Hal menarik dari adanya jaringan pembeli ini adalah adanya ikatan emosional diantara pembeli dan pengusaha. Michelli (2007) mengemukakan bahwa kesuksesan Starbucks menunjukkan bahwa kesuksesan tersebut diperoleh berkat adanya sebuah hubungan emosional dengan pelanggan. Bila pelanggan sudah masuk dalam suatu rantai atau jaringan pembeli maka loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan akan semakin tinggi. Dengan sendirinya daya serap pasar terhadap produk yang dihasilkan akan meningkat.

e. Umur usaha

Semakin lama umur usaha dan dengan ditunjang pendidikan pengusaha dan pelatihan maka industri yang dijalankan semakin maju dan mempunyai kesempatan yang lebih besar untuk bisa sukses dibandingkan dengan pendatang baru. Kuncoro et.al (2003), Riswido et.al (2007) juga mengemukakan bahwa industri dengan umur yang lebih tua akan melakukan upaya untuk mengembangkan bisnis dan produk-produknya.

Sementara itu industri yang lebih umumnya lebih muda cenderung untuk melakukan penetrasi di pasar domestik terlebih dahulu.

4. Beberapa Temuan Tentang Industri Kecil dan Menengah

Kongres Ikatan Sarjana Ekonomi (ISEI) tahun 1997 yang dilaksanakan di Cipanas menghasilkan beberapa keputusan penting terhadap pengembangan industri kecil dan menengah di Indonesia. Ada beberapa hal menarik yang ditemukan terkait dengan pengembangan industri kecil dan menengah tersebut diantaranya menyangkut aspek- aspek seperti: permodalan, pemasaran, bahan baku, teknologi, manajemen, birokrasi, infrastruktur, dan kemitraan.

a. Aspek Permodalan

Dari aspek permodalan, industri kecil dan menengah menghadapi permasalahan seperti berikut:

- 1) suku bunga kredit sulit dijangkau sehingga kredit dianggap masih mahal
- 2) informasi sumber pembiayaan dari lembaga keuangan non bank misalnya dana penyisihan laba BUMN dan modal ventura masih kurang.
- 3) sistem prosedur kredit dari lembaga keuangan bank dan non bank rumit dan lama, disamping itu waktu tunggu pencairan kredit tidak pasti
- 4) perbankan kurang menginformasikan standar proposal pengajuan kredit sehingga pengusaha tidak mampu membuat proposalnya.
- 5) perbankan kurang memahami kriteria industri kecil dan menengah dalam menilai kelayakan suatu usaha

b. Aspek Pemasaran

Untuk aspek pemasaran terdapat beberapa kendala yang dihadapi seperti:

- 1) bargaining pengusaha kecil dalam berhadapan dengan pengusaha besar selalu lemah
- 2) asosiasi pengusaha atau profesi belum berperan secara maksimal
- 3) informasi untuk memasarkan produk di dalam maupun luar negeri masih kurang

c. Aspek Bahan Baku

Dari sisi bahan baku, permasalahan yang ada antara lain:

- 1) pasokan bahan baku kurang memadai dan berfluktuasi karena kebijakan yang berubah-ubah
- 2) harga bahan baku masih terlalu tinggi dan berfluktuasi karena struktur pasar yang monopolistik
- 3) kualitas bahan baku rendah karena tidak ada standarisasi
- 4) sistem pembelian bahan baku secara tunai menyulitkan, sementara penjualan produk pada umumnya tidak tunai

d. Aspek Teknologi

Dari sisi teknologi, terdapat permasalahan sebagai berikut:

- 1) tenaga terampil sulit diperoleh dan dipertahankan

- 2) akses dan informasi sumber teknologi masih kurang dan tidak merata
- 3) spesifikasi peralatan yang sesuai dengan kebutuhan sulit diperoleh
- 4) lembaga independen yang menawarkan teknologi kepada industri kecil belum ada
- 5) instansi terkait dengan pembinaan dan penggunaan pemakaian teknologi belum maksimal dalam menjalankan tugasnya

e. Aspek Manajemen

Dari aspek manajemen, permasalahan yang dihadapi antara lain,

- 1) sulit ditemukan pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan dan tahapan perkembangan
- 2) pemisahan antara manajemen keuangan keluarga dan keluarga tidak dilakukan sebagaimana mestinya
- 3) kemampuan mengorganisasi diri dan tenaga kerja masih lemah
- 4) pelatihan manajemen yang dilaksanakan masih kurang efektif
- 5) produktivitas tenaga kerja masih rendah

f. Aspek Birokrasi

Dari aspek birokrasi, permasalahan yang dihadapi antara lain:

- 1) perizinan tidak transparan, mahal dan berbelit-belit
- 2) penegakan dan pelaksanaan hukum masih kurang tegas

- 3) pengusaha dan asosiasi pengusaha kurang dilibatkan dalam perumusan kebijakan
- 4) banyak pungutan yang sering kali tidak disertai pelayanan yang memadai

g. Aspek Infrastruktur

Dari aspek infrastruktur pendukung, permasalahan yang dihadapi antara lain:

- 1) listrik dan telepon masih mahal
- 2) penanganan berbagai hal seperti jalan, listrik, telepon, air bersih belum dapat mendukung industri

h. Aspek Kemitraan

Permasalahan yang terkait dengan kemitraan, antara lain:

- 1) kemitraan dalam sistem pembayaran belum efektif
- 2) kemitraan dalam transfer teknologi masih kurang

Berdasarkan pembahasan di atas, berbagai indikator keberhasilan bisnis yang digunakan dalam penelitian ini mencakup: (1) Jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan, (2) Tingkat pendidikan pengusaha, (3) Keaktifan promosi (4) Jaringan pembeli, (5) Umur usaha.

B. Kerangka Berpikir

Untuk mencapai suatu tujuan diperlukan berbagai macam peralatan dan strategi agar tujuan yang telah ditetapkan dapat diwujudkan. Demikian juga dengan berbisnis. Untuk mencapai keberhasilan bisnis diperlukan strategi dan upaya yang komprehensif

dan terpadu agar kesuksesan bisa diraih. Guna dapat menyusun strategi sebagaimana yang diinginkan dibutuhkan pengetahuan tentang faktor-faktor apa saja yang dapat menunjang keberhasilan bisnis yang dijalankan.

Industri bordir/sulaman merupakan suatu kelompok industri yang unik yang memiliki kekhasan tersendiri. Sebagai industri yang berakar dari sebuah tradisi maka industri bordir/sulaman dalam perkembangannya sangat terkait erat dengan hal-hal yang telah melekat dan membudaya ditengah-ditengah masyarakat. Oleh karenanya seringkali sulit membedakan keberadaan bordir/sulaman sebagai produk sebuah industri dengan hasil kerajinan rakyat. Sebagai sebuah kerajinan produk bordir/sulaman lebih mengacu kepada upaya mempertahankan nilai-nilai budaya dan tradisi dari produk yang dihasilkan seperti motif, desain dan teknologi yang digunakan. Disisi lain, sebagai sebuah industri, keuntungan atau laba usaha, peningkatan skala usaha dan nilai penjualan merupakan indikator penting yang dijadikan sebagai acuan sebuah keberhasilan.

Untuk memperoleh keuntungan, peningkatan skala usaha, dan peningkatan nilai penjualan sebagaimana disebutkan di atas, industri bordir /sulaman membutuhkan beberapa faktor pendukung. Beberapa faktor yang dianggap sebagai pendukung pengembangan bisnis industri bordir/sulaman, diantaranya adalah:

- 1) jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh perusahaan
- 2) tingkat pendidikan pengusaha
- 3) keaktifan berpromosi

4) jaringan pembeli dan

5) umur usaha

Secara sederhana keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman yang ditentukan oleh faktor-faktor tersebut diatas dapat digambarkan pada skema sebagai berikut:

UNIVERSITAS TERBUKA



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Pengembangan Industri Bordir/Sulaman

Dari gambar di atas dapat dilihat suatu alur yang cukup jelas dimana bila produksi bordir /sulaman dikerjakan dengan menggunakan tenaga kerja dalam jumlah tertentu, yang dijalankan oleh pengusaha yang berpendidikan dan telah berlangsung dalam waktu yang cukup lama, disertai dengan adanya upaya pemasaran produksi melalui media promosi yang ada, dengan didukung oleh adanya jaringan pembeli serta strategi penetapan harga yang tepat, maka bordir/sulaman tersebut merupakan produksi dari suatu industri bordir/sulaman, yang dapat dikategorikan sebagai industri yang sukses.

Sementara itu bila kondisi yang ada memperlihatkan hal yang sebaliknya, dimana bordir tersebut hanya diproduksi oleh pengrajin tanpa membutuhkan tenaga kerja, jaringan pembeli, tidak mementingkan lama usaha, tingkat pendidikan, serta menjual tanpa memperhitungkan nilai ekonomis dari penjualan produk yang

dihasilkan, maka bordir dan sulaman tersebut dapat disebut sebagai produksi kerajinan rakyat, bukan oleh industri.

C. Definisi Operasional

1. **Keberhasilan Bisnis**, yang dimaksud dengan keberhasilan bisnis dalam TAPM ini adalah adanya keuntungan yang diperoleh dari usaha yang dilakukan
2. **Industri bordir/sulaman**, yang dimaksud dengan industri bordir/sulaman adalah suatu unit industri yang menghasilkan produk berupa barang baik pakaian, jibab, mukena dan lain sebagainya yang menggunakan sulaman/bordiran sebagai daya jual/hiasannya
3. **Industri kecil dan menengah** adalah penentuan kriteria industri dengan menggunakan kriteria tenaga kerja sebagai acuan. Dalam hal ini industri yang masuk dalam kriteria ini adalah industri yang menggunakan tenaga kerja 1-99 orang.
4. **Kabupaten Lima Puluh Kota**, adalah salah satu Kabupaten di Propinsi Sumatera Barat

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan metode eskploratori yaitu penelitian yang berupaya menemukan informasi yang bersumber dari data kuantitatif dan kualitatif untuk mendiagnosis situasi, memilih alternatif, dan menemukan ide-ide baru.

Data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data yang dapat mendukung dan memberikan informasi terhadap hasil yang ingin dicapai, berupa data primer dan data sekunder. Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yang bersumber dari Instansi/SKPD di daerah, BPS dan sumber lainnya yang mendukung. Data Primer, diperoleh melalui proses wawancara terstruktur.

B. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah seluruh industri sulaman/bordir yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota. Berdasarkan data yang ada pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lima Puluh Kota tahun 2007 terdapat 20 unit industri bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota. Dari data tersebut kemudian ditelusuri ke lapangan sehingga pada akhirnya terdapat 18 unit industri karena ada dua pengusaha yang mendaftarkan dua nama untuk industri yang dimilikinya, yaitu Bordir Widya YZ dan Bordir Widia yang dimiliki oleh Z. Dtk Marajo Indo dan Bordir Delima Jaya dan Bordir Monita yang dimiliki oleh Emita. Pendaftaran ini terpaksa dilakukan oleh

pemilik guna menghindari denda dari keterlambatan pengurusan izin serta bagian dari strategi untuk mendapatkan fasilitas program Bapak Angkat dari BUMN dan instansi lainnya.

Dalam perjalanannya, dari 18 unit industri yang ada tersebut, hanya 11 unit yang dapat diwawancarai dikarenakan beberapa sebab, seperti: 1 (satu) orang pemilik sudah meninggal yaitu Sulaman Gunung Bungsu, 3 (tiga) orang pemilik tidak berada di tempat karena sedang melaksanakan aktifitas promosi dan perdagangan di Malaysia dan lain sebagainya yaitu Bordir Atri, Cipta Sari, dan Bordir Yakin. Disamping itu ada 2 (dua) pengusaha bordir dan sulaman ini yang hanya berfungsi sebagai perantara, yaitu Bordir Putri Minang dan Bordir Indah Mumi. Mereka tidak memiliki unit produksi sendiri tetapi memanfaatkan pengrajin yang ada sebagai tenaga upahan untuk memproduksi bordir/sulaman yang dipesan oleh agen penjualan. Mereka ini tidak membeli bahan baku, tetapi menenun bahan baku dari agen pembeli yang lebih besar lagi. Dengan demikian nilai tambah yang mereka nikmati merupakan margin selisih upah yang mereka terima dengan upah yang mereka bayarkan kepada pengrajin. Disamping itu ada 1 (satu) unit usaha yang sudah tidak lagi memproduksi dan hanya fokus pada industri konveksi, yakni Ladies Konveksi.

Pada Tabel 3.1 dapat dilihat daftar nama-nama industri bordir/sulaman yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota berdasarkan data yang ada pada Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan pada tahun 2007.

Tabel 3.1. Daftar Nama Industri Bordir Sulaman Yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2007

| No. | Nama Perusahaan | Alamat | Kontak Person/ Pemiliki |
|-----|-----------------|---|----------------------------|
| 1 | Diana Bordir | Tabek Panjang Koto Tengah Simalanggang | Nini Kamingsih |
| 2 | Widya YZ | Guguak VII Koto | Z. Dtk. Marajo Indo |
| 3 | Harapan Ibu | Kubang | Hasnidar |
| 4 | M. Syahril | Situjuh Tungkar Situjuh Limo Nagari | M. Syahril |
| 5 | Putri Bungsu | Sarilamak Tanjung Pati Harau | Selmawati |
| 6 | Mareza | Koto Tuo Harau | Marfen |
| 7 | Cerah | Tambun Ijuak Koto Tengah Simalanggang | Hj. Azwami |
| 8 | Cipta | Koto Baru Simalanggang | Sri Hertuty |
| 9 | Monita | Balai Talang | Erita |
| 10 | Delima Jaya | Balai Talang | Erita |
| 11 | Dewi Putri | Koto Tengah Simalanggang | HJ. Ermawati |
| 12 | Putri Minang | Tanjung Pati | Nurijas |
| 13 | Bordir Atri | Simpang Kapuk | Darmises |
| 14 | Indah Mumi | Baruh Gunung | Nurjanah |
| 15 | Visi Bordir | III Koto Tanjung Pati | Masni Yulinda |
| 16 | Mutiara bordir | Lubuak Batingkok, Harau | Eka Renosari |
| 17 | Yakin | Baruh Gunung | Yusmaniar |
| 18 | Ladies Konveksi | Situjuh Tungkar | Afton S |
| 19 | Bunga Tanjung | Jopang Manganti | Irwati |
| 20 | Bordir Widia | Balai Talang | Z. Dtk. Marajo Indo |

Sumber: Dinas Koperindag Kabupaten Lima Puluh Kota (data diolah)

Oleh karena itu pada akhirnya proses pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total sampling* walaupun tidak seluruh populasi yang ada diwawancarai. Hal ini disebabkan karena sudah tidak memungkinkan lagi mewawancarai pengusaha yang ada tersebut.

C. Instrumen Penelitian

Pengumpulan data dilaksanakan melalui metode survei berdasarkan jawaban responden atas daftar pertanyaan yang berisi sejumlah pertanyaan. Data ini diperoleh dengan menggunakan panduan wawancara terstruktur, yang ditanyakan kepada pengusaha industri bordir/sulaman yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota. Untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan terarah dari kecenderungan yang diperoleh dari hasil pengisian kuisioner kemudian dilaksanakan wawancara terarah terhadap setiap narasumber. Wawancara ini dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang merupakan pendalaman pertanyaan – pertanyaan pada kuesioner.

Untuk dapat menetapkan indikator-indikator setiap variabel yang diteliti, maka perlu disusun matriks instrumen. Matriks tersebut berisi variabel, dimensi dan indikator dari setiap aspek yang hendak ditanyakan. Lebih jauh matriks instrumen tersebut dapat dilihat pada tabel 3.2. tentang panduan wawancara di bawah ini.

Tabel 3.2. Variabel, Dimensi dan Indikator Panduan Wawancara

| No | Variabel | Dimensi | Indikator |
|-----------|------------------------------|---|--|
| 1 | Tenaga Kerja | 1. Jumlah Tenaga Kerja 2. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja 3. Pernah Mengikuti Pelatihan | a. Orang b. SD, SMP, SMA, Diploma/Sarjana c. Pernah/Belum, Jenis Pelatihan |
| 2 | Tingkat Pendidikan Pengusaha | 1. Jenjang Pendidikan Yang ditamatkan 2. Pelatihan Yang Pernah diikuti | 1. SD, SMP, SMA, Diploma/Sarjana 2. Pernah/Belum, Jenis Pelatihan |
| 3 | Promosi | 1. Melakukan kerja sama dengan Pengusaha lain 2. Bentuk Promosi untuk mengenalkan produk 3. Tempat pengenalan dan penjualan produk 4. Aktivitas mengikuti pameran 5. Strategi memasarkan produksi | 1. Bekerja sama/ Tidak, asal pengusaha (dalam/luar daerah) 2. Pameran, booklet/pamflet/brosur, internet, lainnya 3. Toko/counter sendiri, Dititipkan di tempat lain 4. Pernah/ Tidak Pernah 5. Langsung ke pembeli, disetor ke pedagang, lainnya |

Tabel 3.2 Variabel, Dimensi dan Indikator Panduan Wawancara (lanjutan).

| No | Variabel | Dimensi | Indikator |
|----|-------------------------------|---|---|
| 4 | Jaringan Pembeli | <ol style="list-style-type: none"> 1. Jaringan pembeli yang dimiliki 2. Tujuan pemasaran 3. Cara pengiriman barang | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki, tidak punya, jumlah mitra 2. Payakumbuh, Bukittinggi, Lainnya (daerah tujuan) 3. Diantar langsung, lewat jasa pengiriman |
| 5 | Umur Usaha | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lama beroperasi 2. Tahun mulai usaha 3. Status Hukum Perusahaan 4. Kepemilikan Bapak angkat | <ol style="list-style-type: none"> 1. Tahun dan Bulan 2. Tahun 3. Sudah/ belum berdan hukum/ lainnya 4. Punya atau Tidak Memiliki Bapak angkat |
| 6 | Strategi Penentuan Harga Jual | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penentuan harga jual produk 2. Teknologi yang digunakan 3. Model yang dikembangkan 4. Perubahan model/ design 1 tahun terakhir 5. Pasokan Bahan Baku 6. Asal Pemasok bahan baku | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ongkos Produksi/ Asal untung/ perbandingan harga 2. Tradisional/ Sederhana/ Modern 3. Kreasi sendiri, pesanan, lainnya 4. Ya/ Tidak 5. Kuat/ Lemah/ Tidak Punya 6. Dalam/Luar Propinsi /lainnya (Kota/Negara) |
| 7 | Nilai Investasi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Investasi yg ditanamkan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Juta Rupiah |
| 8 | Nilai Penjualan | <ol style="list-style-type: none"> 2. Nilai penjualan per bulan | <ol style="list-style-type: none"> 1. Juta Rupiah |

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur, misalnya meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang digunakan untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid kalau untuk mengukur berat.

Uji validitas yang dilaksanakan adalah dengan pengujian validitas eksternal yaitu dengan cara membandingkan untuk mencari kesamaan antara kriteria yang ada pada instrumen dengan fakta-fakta empiris yang telah terjadi di lapangan. Penelitian mempunyai validitas eksternal bila hasil penelitian dapat digeneralisasikan atau diterapkan pada sampel lain dalam populasi yang diteliti.

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara internal dan eksternal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (*stability*), equivalen dan gabungan keduanya. Pengujian untuk penelitian ini dilakukan dengan cara mencobakan instrumen beberapa kali kepada responden. Jadi dalam hal ini respondennya sama, dan waktunya berbeda.

D. Prosedur Pengumpulan Data

Setelah mendapatkan data populasi industri bordir/sulaman yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota, kemudian ditetapkan jumlah sampel yang akan diambil. Karena jumlah populasi tidak terlalu besar yakni 18 unit industri bordir dan sulaman lalu diputuskan untuk menjadikan seluruh populasi sebagai responden sehingga seluruh industri yang ada akan diwawancarai.

Setelah jumlah sampel ditetapkan kemudian disusun daftar pertanyaan yang akan diajukan kepada responden. Penyusunan daftar pertanyaan dilakukan dengan mengelompokkan variabel yang akan ditanyakan dan kemudian ditetapkan dimensi apa dari variabel yang hendak ditanyakan. Selanjutnya juga ditetapkan indikator yang diperkirakan menjadi jawaban yang diberikan. Setelah itu disusun pertanyaan dalam bentuk daftar pertanyaan yang dapat berupa pertanyaan pilihan dan kemudian dieksplorasi dengan pertanyaan tambahan. Selain dari pada itu ada juga pertanyaan langsung yang harus dijawab responden.

Setelah daftar pertanyaan dibuat kemudian daftar pertanyaan tersebut dikonsultasikan dengan beberapa pihak yang berkompeten terutama dosen pembimbing guna dapat disempurnakan dan diperbaiki. Dengan demikian pertanyaan yang diajukan dapat digunakan untuk menggali berbagai kebutuhan informasi terhadap variabel yang dipertanyakan.

Setelah daftar pertanyaan selesai dibuat dan diperbaiki, kemudian diperbanyak dan siap untuk dilaksanakan wawancara terhadap 18 sampel yang ditetapkan. Daftar pertanyaan tersebut memiliki kesamaan dengan kuisiner lapangan yang dikemudian didalami dengan pertanyaan lanjutan.

Dalam pelaksanaan survei lapangan dan wawancara ternyata tidak seluruh sampel dapat diwawancarai. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal antara lain, adanya 1 (satu) pemilik usaha yang sudah meninggal dunia sehingga tidak lagi berproduksi, 3 (tiga) orang pemilik sedang tidak berada di tempat karena sedang berada di luar negeri untuk melaksanakan aktivitas perdagangan dengan mitra di luar negeri, 2 (dua) orang

pengusaha hanya berfungsi sebagai perantara atau agen pembuatan bordir bukan sebagai pengusaha bordir, dan 1 (satu) orang pengusaha yang tidak lagi melanjutkan usaha bordir/bordir yang dimilikinya dan hanya fokus pada usaha konveksi. Oleh karena itu pengusaha industri bordir yang dapat diwawancarai hanya 11 orang pengusaha.

Wawancara kemudian dilakukan pada 11 unit usaha bordir yang ada dan bersedia diwawancarai. Data dari hasil wawancara tersebut kemudian di tabulasi untuk diperoleh temuan terkait dengan tujuan penelitian ini.

E. Metode Analisis

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan secara ringkas tentang profil industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota. Data yang digunakan adalah Buku Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Lima Puluh Kota, Buku Kabupaten Lima Puluh Kota Dalam Angka, Tabel Input Output Kabupaten Lima Puluh Kota, Direktori Industri Kecil dan Menengah Kabupaten Lima Puluh Kota, dan beberapa data pendukung lainnya. Analisa ini akan menggambarkan tentang: (1) struktur perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota, (2) industri kecil dan menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota, (3) tingkat produktivitas, dan (4) posisi industri bordir/sulaman dalam sektor industri pengolahan di Kabupaten Lima Puluh Kota.

Untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota maka disajikan tabel dan grafik pendukung pada Bab IV.

2. Analisa Kuantitatif

Analisa kuantitatif digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian yang dieksplorasi melalui pertanyaan penelitian sehingga ditemukan fenomena-fenomena yang muncul. Melalui analisa kualitatif ini dapat ditemukan faktor-faktor yang dianggap menjadi penentu keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota.

Analisa kuantitatif dilakukan dengan melakukan analisis regresi terhadap masing masing variabel baik regresi tunggal maupun regresi berganda.

BAB IV

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan

1. Gambaran Umum Perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota

Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan salah satu dari 19 kabupaten/Kota yang berada di Propinsi Sumatera Barat. Secara geografis Kabupaten Lima Puluh Kota terletak antara $0^{\circ}25'28,71''$ LU dan $0^{\circ}22'11,452''$ LS serta $100^{\circ}15'44,10''$ - $10^{\circ}50'47,80''$ BT. Luas daratan mencapai $3.354,30 \text{ km}^2$ yang berarti 7,94 persen dari daratan Propinsi Sumatera Barat yang luasnya $42.229,64 \text{ km}^2$. Kabupaten Lima Puluh Kota diapit oleh 4 Kabupaten yang berada di Propinsi Sumatera Barat, dan beberapa Kabupaten yang berada di Propinsi Riau. Secara umum, Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan salah satu gerbang utama arus barang dari Propinsi Riau ke Propinsi Sumatera Barat.

Disamping itu Kabupaten Lima Puluh Kota juga berbatasan dengan Kota Payakumbuh. Kota Payakumbuh, dahulunya merupakan Ibu Kota Kabupaten Lima Puluh Kota. Sekarang ini Ibu Kota Kabupaten Lima Puluh Kota berada di Kota Sarilamak, yang berjarak sekitar 10 km dari Kota Payakumbuh. Dari sisi perekonomian masyarakat, Kota Payakumbuh masih merupakan urat nadi perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota. Sementara itu, Kota Sarilamak perlahan mulai tumbuh seiring dengan pemindahan aktivitas pusat pemerintahan yang sebelumnya berada di Kota Payakumbuh ke Kota Sarilamak.

Dampak dari semakin berkembangnya Kota Sarilamak dari sudut pandang ekonomi sudah mulai dirasakan. Hal ini terlihat dari semakin membaiknya capaian pertumbuhan ekonomi pada tahun 2007 yang mencapai 6,36 persen lebih tinggi dari pertumbuhan tahun 2006 (6,09 persen). Bila pada tahun 2006 pertumbuhan ekonomi Kabupaten Lima Puluh Kota masih berada di bawah pertumbuhan ekonomi Propinsi Sumatera Barat, pada tahun 2007 pertumbuhan ekonomi Kabupaten Lima Puluh Kota lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi propinsi Sumatera Barat.

Pendapatan perkapita, sebagai perwujudan kesejahteraan rakyat sebagai dampak dari pertumbuhan ekonomi yang dialami, juga terus mengalami peningkatan. Bila pada tahun 2001 PDRB Perkapita Kabupaten Lima Puluh Kota masih Rp. 5,98 juta pada tahun 2007 nilainya sudah mencapai Rp. 12,74 juta. Hal ini tentunya sangat menggembirakan walaupun peningkatan nilai tersebut disertai dengan inflasi sebagai dampak kenaikan harga berbagai komoditi.

Secara umum arah pertumbuhan ekonomi Kabupaten Lima Puluh Kota sangat ditentukan oleh sektor pertanian yang mampu tumbuh di atas 6 persen setiap tahunnya. Laju pertumbuhan sektor pertanian selama 5 tahun terakhir adalah sekitar 6,4 persen. Jauh lebih tinggi dari laju pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan yang berada pada kisaran 5,4 persen. Dominasi sektor pertanian ini jelas terlihat pada kontribusi nilai produk domestik regional bruto sektor pertanian yang selalu berada di atas 34 persen setiap tahunnya. Dengan laju pertumbuhan yang berada di atas laju pertumbuhan ekonomi tahunan, diperkirakan kontribusi sektor pertanian akan semakin besar

nantinya, walaupun terjadi penurunan kontribusi sektor kehutanan yang disertai dengan pertumbuhan minus setiap tahunnya.

Disamping sektor pertanian, sektor pertambangan juga mulai memperlihatkan perkembangan yang sangat menjanjikan. Bila pada tahun-tahun sebelumnya sektor ini bertumbuh sebesar 3-4 persen setiap tahunnya, pada tahun 2006 sektor ini mengalami pertumbuhan yang sangat berarti (6,47 persen) dan tahun 2007 tumbuh lagi menjadi 10,29 persen. Pertumbuhan yang sangat cepat ini dipacu oleh mulai beroperasinya tambang batu bara yang berada di Kecamatan Kapur IX pada tahun 2006. Diperkirakan pertumbuhan sektor pertambangan ini akan semakin besar dan berada di atas 15 persen setiap tahunnya akibat tingginya permintaan pasar internasional akan batu bara.

Sementara itu walaupun pertumbuhannya kecil dan berada di bawah pertumbuhan ekonomi Kabupaten Lima Puluh Kota, sektor industri khususnya industri bukan minyak dan gas memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota. Kontribusi sektor industri pengolahan terhadap perekonomian secara keseluruhan secara rata-rata berada di atas 10 persen. Hal ini tentunya sangat menggembirakan ditengah keterpurukan sektor industri akibat serbuan produk-produk murah yang berasal dari China.

2. Peranan Sektor Industri dalam Perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota

Kabupaten Lima Puluh Kota bahkan propinsi Sumatera Barat bukanlah daerah penghasil minyak dan gas di Indonesia. Oleh karena itu sektor industri yang ada dalam perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota hanyalah sektor industri pengolahan bukan migas. Berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Lima Puluh Kota

Tahun 2007, sektor industri pengolahan bukan migas tumbuh sebesar 4,34 persen. Walaupun pertumbuhannya relatif kecil kontribusi sektor industri pengolahan bukan migas terhadap perekonomian cukup besar yakni 10,09 persen pada tahun 2007.

Besarnya kontribusi sektor industri bukan migas ini didukung oleh keberadaan unit usaha industri yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota. Yang tercatat 8.877 unit yang terdiri dari industri hasil pertanian dan kehutanan, industri mesin, logam dan bahan kimia dan aneka industri dengan jumlah tenaga kerja yang terserap sebanyak 25.896. Industri terbanyak adalah industri Kimia Agro dan Hasil Hutan dengan unit usaha sebanyak 8.170 unit yang mampu menyerap 21.905 tenaga kerja. Sementara itu industri logam, mesin elektronika dan aneka industri berjumlah 707 unit dengan tenaga kerja sebanyak 3.991 orang.

Dari 8.877 unit usaha yang ada, nilai produksi yang dihasilkan mencapai lebih dari Rp. 360,09 milyar lebih dengan perincian Rp 334,07 milyar dihasilkan oleh industri kimia, agro dan hasil hutan dan sisanya Rp. 26,02 milyar dihasilkan oleh industri logam, mesin elektronika dan aneka industri. Dari data ini terlihat bahwa industri kimia agro dan hasil hutan merupakan industri yang sangat penting dalam perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota, baik dari sisi jumlah tenaga kerja yang diserap maupun dari sisi nilai produksi yang dihasilkan.

Sementara itu bila kita mengacu pada data yang ada pada tabel input output Kabupaten Lima Puluh Kota tahun 2007, yang mengelompokkan sektor industri atas 2 (dua) kelompok yaitu industri makanan dan minuman serta industri lainnya, ditemukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Kontribusi industri makanan dan minuman terhadap perekonomian Kabupaten Lima Puluh Kota hanyalah sebesar 0,81 persen dari total PDRB, sementara industri lainnya mencapai 9,28 persen.
- b. Distribusi PDRB sektor industri pengolahan ini adalah 25,3 persen untuk upah atau gaji tenaga kerja, 64,09 persen dalam bentuk surplus usaha, 6,30 persen penyusutan, dan 4,25 persen merupakan pajak tak langsung.
- c. Industri makanan dan minuman menerima persentase upah lebih besar (32,24 persen) dibandingkan sektor industri lainnya (24,75 persen) sedangkan persentase laba usaha yang diperoleh industri lainnya (64,46 persen) lebih besar dibandingkan laba usaha industri makanan dan minuman (59,96 persen).
- d. Bila dibandingkan dengan persentase rata-rata upah yang diterima seluruh sektor dalam perekonomian (33,31 persen), persentase rata-rata upah yang diterima sektor industri lebih rendah (25,35 persen).
- e. Sebaliknya persentase surplus usaha yang diterima sektor industri lebih besar bila dibandingkan dengan persentase surplus usaha yang gabungan seluruh sektor dalam perekonomian. Hal ini sangat dimungkinkan karena sektor industri merupakan sektor padat modal, sehingga bagian keuntungan yang diperoleh pengusaha atau investor tentunya juga besar.

Dari analisa yang dilakukan terhadap tabel input output Kabupaten Lima Puluh Kota tahun 2007, dapat disimpulkan bahwa sektor industri masih sangat menarik bagi

Investor. Besarnya peranan sektor industri dalam perekonomian serta kemungkinan lebih besarnya laba usaha yang diperoleh merupakan daya tarik utama yang dapat dipromosikan oleh Pemerintah Kabupaten Lima Puluh Kota dalam mengembangkan sektor industri dan menarik investor untuk berinvestasi di daerah ini.

3. Peranan Industri Kecil dan Menengah dalam Perekonomian Lima Puluh Kota

Berdasarkan Sensus Ekonomi 2006 di Kabupaten Lima Puluh Kota terdapat 7.702 unit usaha yang terdiri dari 7.681 unit industri mikro dan kecil, dan 21 unit industri pengolahan menengah besar. Jumlah tenaga kerja yang diserap sektor industri ini adalah sebanyak 13.474 orang dengan perincian 12.685 bekerja pada industri mikro dan kecil dan selebihnya 789 orang bekerja pada industri menengah dan besar. Dari hasil sensus tersebut juga didapatkan bahwa unit industri yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota mencapai 13,36 persen dari jumlah unit industri yang ada di Propinsi Sumatera Barat. Data ini juga menunjukkan bahwa industri mikro dan kecil Kabupaten Lima Puluh Kota memiliki peranan yang cukup besar dalam perekonomian Sumatera Barat karena mampu menyerap 9,91 persen dari total tenaga kerja yang ada pada sektor industri.

Penggerak utama sektor industri di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah industri mikro dan kecil. Lebih dari 94 persen tenaga kerja yang bekerja pada sektor industri adalah tenaga kerja industri mikro dan kecil. Namun demikian secara rata-rata setiap industri mikro dan kecil di Kabupaten Lima Puluh mampu menyerap 1,65 orang tenaga kerja. Angka ini lebih rendah dari penyerapan industri mikro dan kecil Sumatera Barat yang mencapai 2,2 orang tenaga kerja setiap unit industri. Demikian juga dengan

industri menengah dan besar. Penyerapan tenaga kerja dari industri menengah dan besar hanyalah sebesar 37,57 orang per unit industri. Angka penyerapan tenaga kerja ini hanya separo (54,52 persen) dari kemampuan industri menengah dan besar di Sumatera Barat.

Dari gambaran ini jelaslah kiranya bahwa dari 21 industri yang dikelompokkan sebagai industri menengah dan besar di Kabupaten Lima Puluh Kota, semuanya merupakan industri menengah.

Pada tahun 2007, dengan asumsi terjadi penambahan unit usaha sebanyak 0,47 persen (Kabupaten Lima Puluh Kota Dalam Angka 2007) maka diperkirakan jumlah unit industri kecil dan menengah yang ada adalah sebesar 7.738 unit. Kenaikan unit usaha tersebut, akan diikuti oleh peningkatan penyerapan tenaga kerja sebesar 2,38 persen. Dengan demikian jumlah tenaga kerja yang diserap oleh industri kecil dan menengah pada tahun 2007 adalah sebesar 13.794 orang.

Selanjutnya, bila kita merujuk kepada Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten Lima Puluh Kota tahun 2007 dan Tabel Input Output Kabupaten Lima Puluh Kota tahun 2007 ditemukan bahwa rata-rata upah tenaga kerja sektor industri pengolahan adalah sebesar Rp. 7,97 juta per orang pertahun atau Rp. 664 ribu per orang per bulan. Angka ini tentunya masih kecil bila dibandingkan upah minimum regional propinsi Sumatera Barat yang sudah berada di atas Rp. 800 ribu per bulan.

Data ini sekaligus juga menjelaskan bahwa walaupun upah yang diterima dari sektor industri lebih besar dari rata-rata gaji yang diterima seluruh sektor perekonomian di Kabupaten Lima Puluh Kota, namun data ini menggambarkan bahwa upah regional

di Kabupaten Lima Puluh Kota masih rendah dibandingkan dengan upah propinsi. Implikasinya adalah biaya hidup yang dikeluarkan oleh setiap individu di Kabupaten Lima Puluh Kota lebih rendah dibandingkan dengan biaya hidup di daerah lain. Hal ini tentunya bisa menjadi daya tarik tersendiri bagi investor untuk menanamkan modalnya di Kabupaten Lima Puluh Kota.

4. Industri Bordir dan Sulaman Di Kabupaten Lima Puluh Kota

Dengan mengacu kepada direktori industri kecil dan menengah Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2007 yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan (2007) terdapat 177 unit usaha industri kecil dan menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota. Dari 177 unit usaha tersebut 18 unit (10,17 persen) diantaranya merupakan industri bordir dan sulaman. Industri bordir/sulaman yang terdaftar dalam direktori industri kecil dan menengah tersebut mampu menyerap 718 orang tenaga kerja atau 29,27 persen dari total tenaga kerja yang diserap oleh seluruh industri yang terdaftar. Investasi yang dikeluarkan untuk industri bordir/sulaman tidaklah terlalu besar. Bila dibandingkan dengan nilai produksi yang dihasilkan. Investasi pada industri bordir dan sulaman hanyalah 7,19 persen dari total investasi pada industri kecil dan menengah Kabupaten Lima Puluh Kota. Sementara itu nilai produksi dari industri ini mencapai 51,18 persen dari total nilai produksi industri kecil dan menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota.

Pada tabel 4.1 di bawah ini dapat dilihat kondisi industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota dan perbandingannya dengan industri kecil dan menengah yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2006/2007. Tabel ini memuat

jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja, nilai investasi dan nilai produksi dari industri bordir/sulaman dan industri kecil dan Menengah.

Tabel 4.1: Kondisi Industri Bordir/Sulaman dan Industri Kecil dan Menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2006/2007

| No | Indikator | Industri/Bordir Sulaman (unit) | Total Industri Kecil dan Menengah (unit) |
|----|-----------------------------|--------------------------------|--|
| 1 | Jumlah Unit Usaha | 18 | 177 |
| 2 | Jumlah Tenaga Kerja (orang) | 718 | 2453 |
| 3 | Nilai Investasi (000) | 1.118.500 | 15.563.723 |
| 4 | Nilai Produksi (000) | 7.969.070 | 15.571.831 |

Sumber: Dinas Koperindag Kab Lima Puluh Kota (data diolah, 2006/2007)

Ditinjau dari sisi penyerapan tenaga kerja per unit usaha, industri kecil dan menengah Kabupaten Lima Puluh Kota secara rata-rata mampu menyerap 14 orang tenaga kerja per unit usaha. Sementara itu rata-rata kemampuan industri bordir/sulaman menyerap tenaga kerja hampir mencapai tiga kali lipat dari kemampuan industri kecil dan menengah secara keseluruhan yakni 39 orang per unit usaha. Dengan menggunakan kriteria jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan, maka secara umum industri yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota masih termasuk pada kategori industri kecil (5-19 orang tenaga kerja). Sementara itu industri bordir/sulaman bukan lagi industri kecil karena secara rata-rata industri ini secara rata-rata mampu menyerap 39,9 orang tenaga kerja. Angka rata-rata yang diperoleh mengindikasikan bahwa industri

bordir/sulaman secara rata-rata masuk pada industri menengah (20-99 orang tenaga kerja).

Disisi lain besarnya penyerapan tenaga kerja industri bordir ini mengindikasikan bahwa industri ini adalah industri yang *labor intensive*. Hal ini dapat dilihat pada lebih kecilnya rata-rata investasi pada industri bordir/sulaman dibandingkan rata-rata investasi pada industri secara keseluruhan. Untuk setiap unit usaha industri bordir dibutuhkan investasi sekitar Rp. 62 juta rupiah. Sementara itu untuk rata-rata industri yang ada, setiap unit usaha membutuhkan investasi hampir sebesar Rp. 88 juta rupiah. Hal ini menjadi jelas kiranya bahwa industri bordir/sulaman yang ada masihlah dalam bentuk kerajinan atau teknologi sederhana, belum dalam bentuk mekanisasi atau penggunaan alat dan mesin yang canggih yang memerlukan investasi besar tetapi membutuhkan tenaga kerja yang sedikit (*capital intensive*).

Pada tabel 4.2 dapat dilihat beberapa indikator yang dapat menggambarkan kondisi umum industri bordir/sulaman dan perbandingannya dengan kondisi industri kecil dan menengah di Kabupaten Lima Puluh Kota pada tahun 2007.

Dari sisi produktivitas tenaga kerja, tenaga kerja industri bordir/sulaman lebih produktif dibandingkan tenaga kerja pada industri secara keseluruhan. Seorang tenaga kerja pada industri bordir/sulaman diperkirakan bisa memproduksi bordir/sulaman setara dengan Rp. 11 juta pertahun. Sementara itu rata-rata tenaga kerja pada gabungan industri hanya mampu menghasilkan separuhnya, atau setara dengan Rp. 6,3 juta per pekerja pertahun.

Tabel 4.2: Perbandingan Beberapa Indikator Penting dalam Industri Tahun 2006/2007

| No | Indikator | Industri Bordir/ Sulaman | Industri Kecil dan Menengah |
|----|---|-----------------------------|--------------------------------|
| 1 | Tenaga kerja /unit usaha (orang/unit) | 39.9 | 13.9 |
| 2 | Investasi/unit usaha (juta/unit usaha) | 62.139 | 87.931 |
| 3 | Produktivitas menurut Tenaga Kerja (000/tahun) | 11.099 | 6.348 |
| 4 | Produktivitas menurut unit usaha (ribu/unit usaha) | 442.726 | 87.976 |

Sumber: Dinas Koperindag Kab. Lima Puluh Kota (data diolah, 2006/2007)

Demikian juga dengan produktivitas unit usaha. Industri bordir/sulaman lebih produktif dibandingkan dengan produktivitas industri secara keseluruhan. Setiap perusahaan mampu menghasilkan rata-rata sebesar Rp. 442 juta pertahunnya. Jauh di atas nilai produksi rata-rata industri yang hanya sekitar Rp. 88 juta pertahun.

Besarnya produktivitas tenaga kerja dan produktivitas unit usaha ini dapat dipahami karena nilai jual produk industri bordir/sulaman yang harga per unitnya mencapai ratusan ribu bahkan sampai jutaan rupiah. Sebagai produk industri yang sering dianggap sebagai kerajinan, produk bordir/sulaman dihargai cukup mahal. Terlebih lagi bagi produk yang dibuat dengan menggunakan teknologi sederhana dengan motif yang langka.

Dengan harga yang cukup tinggi, nilai produksi yang besar, dan tenaga kerja yang banyak tetapi hanya membutuhkan investasi yang relatif kecil, industri bordir dan sulaman yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota dapat dikategorikan sebagai sebuah industri yang memiliki prospek yang sangat bagus untuk dikembangkan dimasa mendatang.

5. Kondisi Industri Industri Bordir/Sulaman Berdasarkan Survei dan Wawancara

Berdasarkan survei dan wawancara yang dilakukan terhadap 11 pengusaha bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota dapat digambarkan kondisi terkini dari industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota

Pada tabel 4.3 di bawah diperlihatkan data yang berkaitan dengan jumlah investasi, jumlah tenaga kerja, dan nilai penjualan dari 11 industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota

Tabel 4.3. Nilai Investasi, Jumlah Tenaga Kerja dan Nilai Penjualan Pengusaha Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota

| No | Responden | Investasi (Juta Rupiah) | Tenaga Kerja (orang) | Penjualan (Rp. Juta/Tahun) | Ket. |
|----|----------------|-------------------------|----------------------|----------------------------|------|
| 1 | Diana Bordir | 30 | 25 | 40 | |
| 2 | Widya YZ | 48,4 | 23 | 56 | |
| 3 | Harapan Ibu | 50 | 10 | 100 | |
| 4 | Putri Bungsu | 450 | 22 | 200 | |
| 5 | Mareza | 40 | 27 | 16 | |
| 6 | Cerah | 100 | 50 | 50 | |
| 7 | Cipta | 25 | 128 | 40 | |
| 8 | Monita | 75 | 15 | 100 | |
| 9 | Dewi Putri | 100 | 50 | 50 | |
| 10 | Visi Bordir | 10 | 20 | 14,5 | |
| 11 | Mutiara bordir | 50 | 100 | 56 | |
| | Jumlah | 978,4 | 470 | 722,5 | |

Sumber: Hasil survei dan wawancara (2008)

Dari data tersebut di atas dapat diperoleh beberapa informasi menarik tentang kondisi terkini dari industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota. Namun demikian perlu terlebih dahulu di jelaskan bahwa terdapat perbedaan data antar hasil survei dengan data yang dirilis oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan. Perbedaan tersebut menyangkut antara lain dalam nilai produktivitas tenaga kerja, dan produktivitas unit usaha. Dalam penelitian ini digunakan data nilai penjualan dari setiap unit usaha bordir/sulaman, sementara itu dalam data yang dirilis oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan menggunakan data nilai produksi. Disamping itu inflasi

yang terjadi juga menyebabkan terjadinya perbedaan harga dari produk yang ditetapkan. Namun demikian, perbedaan tersebut kiranya tidak terlalu signifikan.

Tabel 4.4. Indikator Capaian Industri Bordir/Sulaman Di Kabupaten Lima Puluh Kota (satuan)

| No | Indikator | Satuan |
|----|---|--------|
| 1 | Tenaga kerja /unit usaha | 43 |
| 2 | Investasi/unit usaha (juta) | 88,94 |
| 3 | Produktivitas menurut Tenaga Kerja (juta/bulan) | 1,54 |
| 4 | Produktivitas menurut unit usaha (juta) | 65,68 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara (data diolah)

Dari kondisi tersebut, sebagaimana terlihat pada tabel 4.4 di atas, rata-rata jumlah tenaga kerja yang terserap untuk setiap unit usaha adalah sebanyak 43 orang. Angka ini lebih besar dari data yang dirilis oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan yang berada pada angka 40 orang per unit usaha.

Dari sisi investasi per unit usaha, rata-rata investasi yang dikeluarkan untuk menjalankan usaha ini adalah sebesar Rp. 88,94 juta. Nilai ini jauh lebih besar dari data yang dirilis oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan yang berada pada angka Rp. 62,14 juta.

Sementara itu produktivitas tenaga kerja juga mengalami perbedaan yang cukup berarti dimana pada penelitian ini diperoleh data bahwa produktivitas tenaga kerja adalah sebesar Rp. 1,54 juta per bulan. Sementara itu berdasarkan data yang

dikeluarkan Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan, produktivitas tenaga kerja adalah Rp. 11,1 juta per tahun. Atau dengan kata lain produktivitas tenaga kerja adalah Rp. 925 ribu per bulan. Dengan demikian terjadi perbedaan yang cukup besar dimana produktivitas tenaga berdasarkan survei nilainya hampir 2 kali lipat dari data yang dikeluarkan oleh Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan.

Sementara itu nilai produktivitas menurut unit usaha juga memperlihatkan perbedaan yang cukup signifikan. Pada data yang dirilis oleh Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan, rata-rata produktivitas unit usaha adalah Rp. 36,89 juta per bulan. Di sisi lain dalam penelitian ini diperoleh data sebanyak Rp. 65,68 juta per bulan.

Kedua data ini memperlihatkan bahwa memang industri bordir/sulaman memang merupakan industri yang cukup cerah perkembangannya dimasa depan bila ditinjau dari sisi penyerapan tenaga kerja, produktivitas tenaga kerja, dan produktivitas unit usaha. Dengan kemampuannya menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup besar industri ini membutuhkan nilai investasi yang cukup besar juga.

6. Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Bisnis Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota.

Berdasarkan survei yang dilaksanakan terhadap 11 pengusaha industri bordir dan sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota menyangkut beberapa aspek seperti jaringan pembeli, pendidikan pengusaha, tenaga kerja, pemasaran dan lain sebagainya terdapat beberapa temuan menarik mengenai kondisi industri bordir dan sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota. Ada dua belas (12) hal yang dibahas terkait dengan

kondisi industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota. Uraian mengenai kondisi masing-masing aspek akan dijelaskan secara komprehensif dalam Bab ini.

1. Status Perusahaan

Untuk aspek legal formal, 9 dari 11 pengusaha atau 81,82 persen pengusaha bordir sulaman sudah memiliki izin usaha, 1 unit usaha (9,09 persen) belum memiliki izin usaha dan 1 unit usaha lagi (9,09 persen) sedang mengurus izin usaha mereka. Izin usaha yang diperoleh tersebut dibuktikan dengan adanya izin HO yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah setempat. Dengan adanya izin usaha ini, pengusaha dapat memperoleh berbagai kemudahan dan fasilitas yang diberikan oleh pemerintah maupun pihak swasta lainnya. Izin usaha merupakan syarat bagi pengusaha untuk diusulkan memperoleh bapak angkat atau diikutkan dalam pameran, bazar atau expo yang dilaksanakan di berbagai daerah maupun di manca negara dengan bantuan dan fasilitas dari pemerintah kabupaten maupun propinsi.

Tabel 4.5. Kondisi Industri Bordir Menurut Status Perusahaan

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|---|-------------------|------------|
| I | Bagaimana status perusahaan/usaha anda? | | |
| | A. Sudah berbadan hukum | 9 | 81,82 |
| | B. Belum berbadan hukum | 1 | 9,09 |
| | C. Lainnya | 1 | 9,09 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

2. Tingkat Pendidikan Pengusaha

Sementara itu, mayoritas pengusaha industri bordir/sulaman ini adalah berpendidikan SMP. Hasil survei menunjukkan bahwa tidak ada pengusaha bordir dan sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota yang hanya berpendidikan SD, 4 dari 11 orang pengusaha (36,33 persen) berpendidikan SMP, sama hal dengan mereka yang berlatar belakang pendidikan SMA atau sederajat, dan 1 orang (9,09 persen) berpendidikan Diploma 3, dan 2 orang (18,18 persen) berlatar belakang pendidikan Sarjana S1.

Tabel 4.6. Kondisi Industri Bordir/Sulaman Menurut tingkat Pendidikan Pengusaha

| No | Pertanyaan | Frekuensi Jawaban | Persentase |
|----|---|-------------------|------------|
| 1 | Bagaimanakah tingkat pendidikan pemilik usaha | | |
| | A. Lulus SD | 0 | 0 |
| | B. Lulus SMP | 4 | 36,33 |
| | C. Lulus SMA | 4 | 36,33 |
| | D. Lulus D3 | 1 | 9,09 |
| | E. Lulus S1 | 2 | 18,18 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Mereka yang berlatar belakang pendidikan SMP pada umumnya sudah berumur di atas 50 tahun. Sedangkan pengusaha yang berpendidikan Sarjana D3 atau S1 pada umumnya berumur 40-50 tahun. Sedangkan yang berpendidikan SMA berumur antara

bervariasi 30-40 tahun dan 50-60 tahun. Pada tabel 4.6 di atas dapat dilihat hubungan antara usia dengan tingkat pendidikan dan umur usaha.

Secara rata-rata pengusaha bordir/sulaman ini memulai usahanya pada usia menjelang 35 tahun. Memulai usaha pada usia 35 tahunan barangkali bukanlah saat yang tepat karena dianggap sudah sedikit terlambat. Namun demikian, keinginan untuk memulai usaha pada usia ini disebabkan oleh keadaan dimana mereka sudah tidak memungkinkan lagi menjadi pekerja pengrajin yang menerima upah dari pengusaha yang berasal dari daerah lain.

Tabel 4.7. Perbandingan Usia Pengusaha, tingkat Pendidikan dan Lama Usaha

| No | Responden | Usia (Tahun) | Tingkat Pendidikan | Lama Usaha (Tahun) | Usia Mulai Usaha (Tahun) |
|----|----------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------------|
| 1 | Diana Bordir | 50 | SMU | 10 | 40 |
| 2 | Widya YZ | 50 | SMP | 12 | 38 |
| 3 | Harapan Ibu | 61 | SMP | 16 | 45 |
| 4 | Putri Bungsu | 46 | S1 | 11 | 35 |
| 5 | Mareza | 45 | S1 | 10 | 35 |
| 6 | Cerah | 61 | SMP | 25 | 36 |
| 7 | Cipta | 31 | D3 | 4 | 29 |
| 8 | Monita | 53 | SMP | 20 | 33 |
| 9 | Dewi Putri | 62 | SMU | 16 | 46 |
| 10 | Visi Bordir | 35 | SMU | 13 | 22 |
| 11 | Mutiara bordir | 30 | SMU | 4 | 26 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Bila ditinjau lebih lanjut, latar belakang pendidikan pengusaha industri bordir dan sulaman ini pun beragam. Ada yang terjun ke bisnis ini setelah lama menjadi pekerja pada usaha yang lain. Ada pula yang menekuni bisnis ini setelah menjadi agen pengumpul dari pengrajin yang ada. Dengan kata lain ada yang menjadi pengusaha bordir/sulaman karena memiliki keterampilan bordir/menyulam dan ada pula yang menggeluti bisnis ini karena memiliki modal dan relasi dengan pengusaha dan pengrajin.

3. Pelatihan

Dengan latar belakang pendidikan yang beragam tersebut, kemampuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan sering didukung oleh pelatihan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah. Pelatihan yang menyangkut aspek manajemen dan aspek teknis merupakan jenis pelatihan yang sering diterima oleh pengusaha. Dari survei yang ada ditemukan bahwa 7 orang (63,64 persen) pengusaha pernah mengikuti pelatihan. Akan tetapi pelatihan tersebut pada umumnya tidak diperoleh dalam kurun waktu satu tahun terakhir, akan tetapi bisa tiga atau lima tahun yang lalu.

Sementara itu pelatihan yang diberikan kepada pengrajin berupa pelatihan teknis tidak dinikmati oleh seluruh pengusaha. Hanya 3 dari 11 usaha yang pengrajinnya pernah mendapatkan pelatihan dari instansi terkait. Dengan kata lain hanya 27,27 persen dari pengrajin yang memperoleh pelatihan sementara 81,82 persen sisanya tidak mendapatkan kesempatan untuk mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh instansi terkait. Kebutuhan pengusaha industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota untuk mendapatkan pelatihan sangat besar. Pelatihan yang

sangat diminati adalah pelatihan tentang penggunaan teknologi terbaru dalam hal pemindahan motif ke kain, penggunaan mesin modern dan teknologi pengemasan produk.

Tabel 4.8. Pelatihan yang diikuti oleh Pengusaha dan Pengrajin

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|---|-------------------|------------|
| 1 | Pemahkan pengusaha mendapatkan pelatihan dari instansi terkait dalam satu tahun terakhir? | | |
| | A. Belum Pernah | | 36,36 |
| | B. Sudah Pernah | | 63,64 |
| 2 | Pemahkan pengrajin mendapatkan pelatihan dari instansi terkait dalam satu tahun terakhir? | | |
| | A. Belum Pernah | 9 | 81,82 |
| | B. Sudah Pernah | 3 | 27,27 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Sementara itu untuk usaha yang sudah cukup tua, proses regenerasi yang terjadi dalam internal perusahaan menyebabkan pengusaha lebih memilih untuk mendapatkan pelatihan yang bersifat teknis penggunaan teknologi, pemasaran dan manajemen usaha.

4. Bapak Angkat

Untuk meningkatkan produktifitas dan modal usaha, sering kali industri kecil yang ada di daerah mendapatkan bantuan dari industri besar berskala nasional dan internasional melalui program bapak angkat. Dari data yang ada ternyata baru sebagian

kecil 2 unit usaha (18,18 persen) industri bordir dan sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota yang (pemah) memiliki Bapak Angkat. Sementara 9 unit lagi (81,82 persen) tidak memiliki Bapak Angkat. Lebih Jauh tentang keberadaan Bapak Angkat ini dapat dilihat pada tabel 4.9 di bawah ini.

Seringkali program Bapak Angkat itu bersifat sporadis dan tidak berkelanjutan. Hal ini terutama sekali disebabkan oleh tujuan dari mengikuti program bapak angkat ini adalah untuk mendapatkan bantuan modal. Disamping itu kecilnya sentuhan Bapak angkat ini disebabkan oleh belum baiknya manajemen usaha yang dilaksanakan dan kurangnya sosialisasi serta dukungan dari instansi pembina maupun dari perusahaan yang akan menjadi bapak angkat.

Tabel 4.9. Kepemilikan Bapak Angkat

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|---|-------------------|------------|
| 1 | Apakah usaha yang dijalankan memiliki bapak angkat? | | |
| | A. Memiliki | 2 | 18,18 |
| | B. Tidak Memiliki | 9 | 81,82 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

5. Jaringan Pembeli

Untuk memasarkan hasil produksinya, seringkali industri memanfaatkan jaringan pemasaran atau jaringan pembeli. Dengan memiliki jaringan pembeli produk yang dihasilkan akan mudah menjangkau konsumen. Data yang ada menunjukkan bahwa sebagian besar atau 8 unit usaha (72,73 persen) industri bordir/sulaman di

Kabupaten Lima Puluh Kota yang memiliki jaringan pembeli. Hal ini dikarenakan Kabupaten Lima Puluh Kota bukanlah sebagai daerah sentra pemasaran industri bordir/sulaman di Sumatera Barat.

Sejauh ini produksi bordir/sulaman tersebut dijual kepada mitra pembeli yang berada di luar negeri, terutama yang berada di Malaysia. Disamping di jual kepada mitra yang berasal dari luar negeri, produksi bordir dan sulaman tersebut juga dijual kepada mitra yang berasal dari Kota Bukittinggi. Data di bawah ini memperlihatkan kondisi usaha bordir ditinjau dari jaringan pembeli yang dimiliki.

Tabel 4.10. Jaringan Pembeli yang dimiliki oleh pengusaha bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|---|-------------------|------------|
| 1 | Apakah perusahaan mempunyai jaringan pembeli? | | |
| | A. Memiliki | 8 | 72,73 |
| | B. Tidak Memiliki | 3 | 27,27 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

6. Bahan Baku

Untuk mendapatkan bahan baku industri bordir/sulaman tersebut pengusaha memiliki jaringan khusus dengan pemasok. Mayoritas pengusaha, 8 dari 11 pengusaha (72,73 persen), memiliki jaringan pemasok bahan baku yang kuat. Jaringan pemasok yang kuat ini memungkinkan pengusaha untuk memperoleh bahan baku sesuai dengan kebutuhan mereka.

Kuatnya jaringan pemasok ini disebabkan oleh jenis transaksi pembelian bahan baku yang bersifat *cash and carry*. Dengan demikian untuk memenuhi kebutuhannya pengusaha tidak kesulitan dalam mendapatkan bahan baku. Kesulitan utama mereka adalah kecilnya modal yang dimiliki sehingga pengusaha mengalami kesulitan untuk mendapatkan bahan baku dalam jumlah yang besar. Namun demikian bahan baku yang diperoleh masih dapat memenuhi kebutuhan produksi mereka.

Tabel 4.11. Jaringan Pemasok Bahan Baku dan Daerah Asal Bahan Baku Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|---|-------------------|------------|
| 1 | Bagaimanakah jaringan pemasok bahan baku? | | |
| | A. Kuat (>3 pemasok) | 8 | 72,73 |
| | B. Lemah (1-3 pemasok) | 3 | 27,27 |
| | C. Tidak Memiliki | 0 | 0 |
| 2 | Dari manakah pemasok bahan baku? | | |
| | A. Dari Dalam Propinsi | 9 | 81,82 |
| | B. Luar Propinsi | 1 | 9,09 |
| | C. Lainnya | 1 | 9,09 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Bahan baku utama industri bordir/sulaman adalah kain dan benang. Survei menunjukkan bahwa 9 dari 11 pengusaha (81,82 persen) mendapatkan bahan baku dari dalam propinsi dalam hal ini Kota Bukittinggi. Untuk memperoleh bahan baku

dimaksud pengusaha harus datang ke Bukittinggi. Sebagai sentra industri bordir/sulaman, di Kota Bukittinggi terdapat pemasok bahan baku dalam jumlah yang cukup besar. Disamping mendapatkan bahan baku dari pemasok yang berada di Kota Bukittinggi pengusaha juga memperoleh bahan baku dari sumber lain. 9,09 persen pengusaha memperoleh bahan baku dari pemasok yang berasal dari Jakarta (Luar Propinsi) dan 1 pengusaha memperoleh bahan baku dari sumber lainnya dalam hal ini Malaysia.

Bahan baku tersebut dibeli langsung dan dibawa ke Kabupaten Lima Puluh Kota. Cara pembelian langsung ke pemasok ini dianggap lebih menguntungkan karena biaya transportasi yang dikeluarkan lebih kecil karena pada saat yang bersamaan pengusaha juga mengantarkan produk mereka kepada mitra baik berupa jaringan pembeli maupun penjual/trader yang ada di Kota Bukittinggi maupun di Malaysia.

7. Metode Penjualan

Hasil produksi industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota baru sebagian kecil (13,18 persen) yang dipajang di toko/counter sendiri. Sebagian besar pedagang (81,82 persen) memilih untuk menitipkan produknya di tempat lain. Hal ini dianggap lebih efektif karena biaya investasi untuk menyewa toko/counter sendiri di daerah pemasaran seperti Bukittinggi sangat besar. Sedangkan untuk mendirikan toko/counter di wilayahnya dirasa sangat sulit karena letaknya yang jauh dari keramaian dan sulit untuk dijangkau sehingga dipandang tidak menguntungkan terkecuali bagi mereka yang berlokasi di sekitar jalan nasional atau jalan propinsi.

Seringkali toko/counter itu juga dijadikan sebagai pabrik atau tempat produksi bordir/sulaman. Namun demikian ada juga pengusaha yang membuka toko sendiri di luar negeri seperti di Brunei. Keberadaan toko sendiri dirasakan sangat bermanfaat karena lebih efektif dalam membidik pasar yang dituju.

Tabel 4.12. Cara Penjualan produk Bordir/Sulaman oleh pengusaha Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|--|-------------------|------------|
| 1 | Apakah barang yang dihasilkan dijual dengan dipajang di toko sendiri atau dititipkan di tempat lain. | | |
| | A. Dipajang di toko/counter sendiri | 2 | 18,18 |
| | B. Dititipkan di tempat lain | 9 | 81,82 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Untuk meningkatkan produksinya serta memenuhi pesanan (permintaan) pembeli, seringkali pengusaha bekerja sama dengan pengusaha lain. Hanya separo atau 6 pengusaha (54,55 persen) yang memilih untuk bekerja sama dengan pengusaha lain. Bentuk kerja sama ini dapat berupa kerja sama produksi barang sejenis tapi dengan kualitas mutu yang bervariasi ataupun kerja sama dalam produksi barang suplemen. Misalnya kerja sama pengusaha bordir/sulaman baju bekerja sama dengan pengusaha lain yang memproduksi mukena, jilbab maupun kopiah. Dengan cara ini pengusaha dapat memenuhi permintaan barang dari pengusaha luar negeri terutama dari Malaysia yang cenderung untuk memesan dalam jumlah besar.

Tabel 4.13. Kerja sama yang dilakukan pengusaha Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|---|-------------------|------------|
| 1 | Apakah pengusaha melakukan kerjasama dengan pengusaha lain? | | |
| | A. Bekerja sama dengan Pengusaha Lain | 6 | 54,55 |
| | B. Tidak Bekerja sama | 5 | 45,45 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Di samping itu untuk memenuhi skala ekonomis pemasaran yang dilaksanakan, ketika mengikuti pameran di luar negeri pengusaha harus membawa barang dalam partai besar sehingga membutuhkan barang pelengkap dimaksud. Dengan demikian kerja sama dengan pengusaha lain sangat dibutuhkan karena hal semacam ini dapat menguntungkan kedua belah pihak.

8. Teknologi Produksi

Untuk menghasilkan produk bordir/sulaman ada tiga jenis teknologi yang digunakan: tradisional, mesin sederhana, dan mesin dengan teknologi modern. Produk bordir/sulaman dengan menggunakan teknologi modern mulai menguasai pasaran. Dengan ongkos produksi yang relatif murah dan terjangkau pembeli dan pengusaha sekarang cenderung memilih bordir/sulaman yang diproduksi dengan teknologi modern. Namun demikian kecenderungan yang ada pada industri bordir/sulaman yang ada di Kabupaten Lima Puluh Kota menunjukkan bahwa pengusaha masih menggunakan mesin sederhana. Ada 10 pengusaha memilih menggunakan mesin

sederhana ini sementara hanya satu masih mempertahankan penggunaan mesin tradisional. Sementara itu tidak ada yang menggunakan teknologi modem dalam proses produksi.

Ada tiga alasan yang dikemukakan mengapa pengusaha memilih teknologi dengan mesin sederhana ini. Pertama, kualitas dan nilai bordir/sulaman yang dibuat dengan teknologi semacam ini lebih tinggi dibandingkan dengan bordir/sulaman yang dikerjakan dengan mesin yang menggunakan teknologi modem. Secara umum, produk semacam ini sangat digemari oleh konsumen dari kalangan menengah ke atas. Kedua, biaya investasi untuk penggunaan teknologi modem ini sangat besar. Keterbatasan modal yang dimiliki pengusaha bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota menyebabkan mereka enggan untuk menggunakan mesin dengan teknologi modem tersebut. Disamping itu biaya produksi yang bersumber dari upah pengrajin yang relatif rendah menyebabkan pengusaha cenderung memilih untuk menggunakan teknologi mesin sederhana ini.

Dalam produksinya bordir/sulaman yang dihasilkan terbagi atas dua kelompok, yaitu bordir dan sulaman yang menggunakan model hasil kreasi sendiri dan model yang dipesan oleh pedagang bordir/sulaman atau kombinasi keduanya. Secara umum pengusaha memilih untuk memproduksi model yang mereka desain sendiri. Pengusaha yang memilih untuk membuat produk berdasarkan kreasi sendiri berjumlah 7 orang atau sekitar 63,64 persen. Para pengusaha ini memilih menggunakan model yang mereka ciptakan/kembangkan sendiri. Keuntungan dari menghasilkan bordir/sulamman kreasi sendiri adalah adanya faktor kemudahan dalam proses produksi dan faktor

kepuasan pengusaha terhadap produk yang dihasilkannya. Skill dan keterampilan pengrajin yang sudah terbiasa memproduksi suatu model akan memudahkan mereka dalam memproduksi. Model yang dikembangkan sendiri merupakan salah satu pendorong pengusaha untuk tetap eksis dalam bisnis ini karena dalam model tersebut tersimpan di dalamnya jati diri pengusaha tersebut.

Tabel 4.14. Teknologi dan Desain yang digunakan dalam produksi Bordir/Sulaman

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|--|-------------------|------------|
| 1 | Bagaimanakah teknologi yang digunakan untuk membuat produk? | | |
| | A. Tradisional | 1 | 79,09 |
| | B. Mesin Sederhana | 10 | 90,91 |
| | C. Teknologi Modern | 0 | 0 |
| 2 | Bagaimanakah model yang dikembangkan untuk membuat produk? | | |
| | A. Kreasi Sendiri | 7 | 63,64 |
| | B. Berdasar Pesanan | 3 | 27,27 |
| | C. Lainnya | 1 | 9,09 |
| 3 | Apakah ada perubahan/perkembangan model/design produk pada 1 tahun terakhir? | | |
| | A. Ya | 7 | 63,64 |
| | B. Tidak | 4 | 36,36 |

Sumber: Hasil survei dan Wawancara

Sementara itu 27,27 persen pengusaha memilih untuk memproduksi model yang dipesan oleh berbagai pihak seperti konsumen, pengusaha lain maupun pedagang pemilik toko/counter tempat mereka menitipkan produknya. Hal ini tentunya akan memudahkan mereka memasarkan hasil produksinya disamping jumlah produk yang dihasilkan juga akan semakin besar karena model berdasarkan pesanan tersebut sangat terkait dengan tren yang terjadi di tengah masyarakat. Disamping itu ada 1 Pengusaha yang mengembangkan model berdasarkan kombinasi antara pesanan dengan kreasi sendiri. Dengan kata lain 9,09 persen pengusaha mengerjakan desain yang berasal dari keinginan pembeli tetapi dilengkapi dengan kreasi sendiri dari Pengusaha.

Model merupakan hal yang bersifat dinamis. Setiap tahun model bisanya mengalami perubahan baik dari sisi corak maupun warna. Sebagian besar pengusaha 7 pengusaha (63,64 persen) menyatakan bahwa model yang mereka kembangkan mengalami perubahan dalam satu tahun terakhir. Pengusaha yang mengembangkan modelnya dalam satu tahun terakhir pada umumnya adalah mereka yang membuat bordir/sulaman dengan menggunakan model kreasi sendiri. Sedangkan pengusaha yang membuat bordir/sulaman berdasarkan pesanan cenderung bervariasi. Ada yang mengalami perubahan model dan ada pula yang tetap memproduksi model yang sama. Hal ini dapat dimaklumi karena mereka hanya mengikuti pesanan saja.

9. Promosi

Untuk mengenalkan produk yang mereka hasilkan pengusaha memiliki berbagai macam jenis promosi. Namun demikian untuk pengusaha bordir/bordir

sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota, pada umumnya mereka memilih untuk mengenalkan produknya melalui pameran.

Tabel 4.15. Promosi Produk Industri Bordir/Sulaman Kabupaten Lima Puluh Kota

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|--|-------------------|------------|
| 1 | Untuk mengenalkan produk yang dihasilkan bagaimana jenis promosi yang dilakukan? | | |
| | A. Pameran | 6 | 54,55 |
| | B. Booklet/Pamflet/Brosur | 0 | 0 |
| | C. Internet | 0 | 0 |
| | D. Lainnya | 5 | 45,45 |
| 2 | Apakah pernah mengikuti pameran | | |
| | A. Ya, Pernah | 7 | 63,64 |
| | B. Tidak Pernah | 4 | 36,36 |
| 3 | Strategi yang digunakan untuk memasarkan produksi? | | |
| | A. Langsung ke Pembeli | 6 | 54,55 |
| | B. Disetor ke Pedagang/Trading | 5 | 45,45 |
| | C. Lainnya | 0 | 0 |
| 4 | Kemanakah produk yang dihasilkan dipasarkan? | | |
| | A. Payakumbuh | 1 | 9,09 |
| | B. Bukittinggi | 3 | 27,27 |
| | C. Pekanbaru | 0 | 0 |
| | D. Lainnya | 7 | 63,64 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Pada tabel 4.15 di atas dapat dilihat upaya yang dilakukan oleh pengusaha industri bordir/sulaman dalam mempromosikan produk yang dihasilkannya. Sekitar 54,55 persen pengusaha atau 6 dari 11 orang memilih menggunakan kesempatan untuk mengikuti pameran sebagai ajang promosi. Disamping itu, 5 pengusaha (45,45 persen) menggunakan media lainnya seperti promosi dari mulut ke mulut, mendatangi sendiri calon pembeli, atau membuka toko sendiri. Tidak ada pengusaha yang membuat pamflet/brosur untuk mengenalkan produknya. Ada juga pengusaha yang menggunakan atau pernah menggunakan 2 media sekaligus seperti pengenalan lewat pameran dan menggunakan jaringan internet. Untuk pengusaha yang menggunakan jaringan internet ini, karena keterbatasan pengetahuan mereka tidak dapat mengerti hal-hal yang diminta sebagai akibatnya mereka tidak dapat memenuhi pesanan yang diminta.

Pameran merupakan pilihan utama dari pengusaha bordir/sulaman. Melalui pameran mereka dapat mengenalkan produknya sekaligus menjual produknya kepada konsumen. Sekitar 63,64 persen atau 7 pengusaha menyatakan pernah mengikuti pameran. Rata-rata pameran yang diikuti hanya sekali setahun pada even-even besar yang dilaksanakan di dalam daerah. Namun pameran yang digemari adalah pameran yang dilaksanakan di luar negeri seperti di Malaysia atau Brunei. Untuk pengusaha yang tidak memiliki jaringan atau mitra di luar negeri pameran seperti ini biasanya diikuti atas koordinasi instansi terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi ataupun Kabupaten.

Pameran seperti ini memungkinkan pengusaha untuk mengenalkan produknya serta menjualnya dalam jumlah yang cukup besar. Sedangkan pengusaha yang sudah memiliki jaringan atau mitra di Malaysia atau Brunei, mereka dapat mengikuti pameran kapan saja. Hal ini dimungkinkan karena mereka secara rutin mengantarkan dan mengirimkan barang pesanan mitra yang berada di luar negeri.

Pemasaran sebagai langkah pasca produksi merupakan hal yang sangat penting. Seorang pengusaha harus memiliki strategi yang tepat untuk dapat memasarkan hasil produksinya. Secara umum strategi yang dapat dilaksanakan adalah dengan cara memasarkannya langsung ke pembeli, menyetorkannya pada pedagang atau trader dan cara-cara lainnya yang mungkin efektif. Sebanyak 6 dari 11 pengusaha industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota memilih strategi menyetorkannya langsung ke pembeli. Dengan demikian ada 54,55 persen pengusaha melakukan hal ini. Mereka lebih senang melakukan cara seperti ini dikarenakan waktu yang dibutuhkan untuk proses ini tidak terlalu lama.

Disamping itu ketiadaan toko/counter untuk memajang hasil produksi mereka menjadi penyebab kenapa strategi pemasaran dengan penyetoran kepada pedagang lebih efektif. Di sisi lain bagi pengusaha yang memilih memasarkannya sendiri kepada pembeli dengan membuka toko atau counter sendiri atau menggunakan pendekatan lain seperti bekerja sama dengan koperasi sekolah, koperasi pegawai negeri. Pendekatan seperti dilaksanakan dengan ketentuan barang dibawa oleh pengelola koperasi untuk dipasarkan kepada anggotanya selama satu minggu. Apabila setelah satu minggu barang tidak kembali berarti barang itu laku dan segera dibayar oleh koperasi tersebut.

10. Penentuan Harga

Strategi penentuan harga sangat berpengaruh dalam kelanjutan suatu usaha. Ada beberapa cara yang digunakan untuk menentukan harga jual produk yang dilakukan oleh pengusaha seperti: penentuan harga berdasarkan ongkos produksi, penentuan harga berdasarkan pada prinsip asal untung, dan penentuan harga dengan memperhatikan harga jual produk sejenis.

Seluruh pengusaha (100 persen) memilih penentuan harga berdasarkan ongkos produksi. Dalam penerapan strategi ini harga produk yang dihasilkan akan bervariasi. Bisa saja produk sejenis yang dihasilkan oleh pengusaha yang sama harganya berbeda, tergantung kepada kualitas barang yang dihasilkan. Kualitas barang ini sangat ditentukan jenis kain dan benang, jenis mesin atau peralatan yang digunakan serta keterampilan tenaga kerja dan pengrajin yang mengerjakannya.

11. Wilayah Pemasaran

Tidak dapat dipungkiri Kota Bukittinggi merupakan tempat pemasaran utama produk konveksi, pakaian jadi, bordir/sulaman di Sumatera Barat. Oleh karena itu tidak mengherankan bila sebagian besar orang beranggapan bahwa pengusaha bordir/sulaman memasarkan produknya ke kota ini. Namun demikian, kenyataan menunjukkan bahwa yang memasarkannya ke Kota Bukittinggi hanya 3 orang pengusaha (27,27 persen). Sebagian besar produk bordir/sulaman 63,64 persen produk industri bordir/sulaman Kabupaten Lima Puluh Kota dijual ke Malaysia.

Pilihan untuk memasarkan ke Malaysia ini didasarkan pada daya beli masyarakat di sana yang lebih tinggi sehingga mereka lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan dengan mesin/teknologi sederhana karena kualitasnya lebih baik sedangkan harganya hampir setara dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh negara lain yang menggunakan teknologi yang lebih modern namun kualitasnya biasa-biasa saja. Hal yang patut dicermati adalah hanya 1 pengusaha (9,09 persen) yang memasarkan produknya di Payakumbuh, walaupun Payakumbuh merupakan kota terdekat dengan Kabupaten Lima Puluh Kota.

12. Sistem Pengiriman Barang

Untuk pengiriman barang ke pedagang di dalam daerah khususnya di Bukittinggi, pengusaha cenderung untuk mengantarkannya langsung. Tidak hanya ke Bukittinggi, cara pengiriman barang dengan di antar langsung ini juga digunakan untuk memenuhi permintaan dari Malaysia. Secara umum pengiriman langsung ini digunakan oleh 4 orang pengusaha atau 36,36 persen pengusaha. Sementara itu, untuk memenuhi pesanan dari mitra dari luar negeri pengusaha memilih untuk mengantarkannya langsung bila barang yang dipesan jumlahnya tidak terlalu besar (tidak cukup satu kontainer).

Tabel 4.16. Cara Pengiriman Barang ke Pembeli

| No | Pertanyaan | Frekwensi Jawaban | Persentase |
|----|---|-------------------|------------|
| 1 | Bagaimana cara mengirimkan barang ke tempat tujuan? | | |
| | A. Diantar langsung | 4 | 36,36 |
| | B. Melalui Perusahaan Jasa Pengiriman | 7 | 63,64 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Namun demikian untuk pengiriman dalam jumlah yang cukup besar pengusaha memilih untuk menggunakan jasa pengiriman. Dengan cara ini pengusaha kemudian berangkat ke daerah tujuan untuk menyelesaikan transaksi. Dari cara seperti ini jelas terlihat bahwa pengiriman barang selalu dikawal oleh pengusaha. Tujuan dari cara ini, walaupun sedikit lebih mahal, adalah agar kepuasan pembeli dapat dipenuhi. Disamping itu kesempatan itu juga digunakan untuk mengetahui tren produk yang laku sehingga dapat dilakukan penyesuaian terhadap model yang dibuat. Hal ini sangat efektif karena pengusaha mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen maupun mitra yang ada. Berdasarkan data terakhir yang ada konsumen lebih menyukai produk bordir/sulaman siap pakai dan lengkap aksesorisnya. Dengan demikian pengusaha harus memadukan berbagai aspek seperti model, design, corak, warna dan lain sebagainya sehingga dapat memenuhi selera konsumen.

B. Pembahasan

1. Faktor-Faktor yang Menentukan Keberhasilan Bisnis Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota

Dari berbagai faktor yang dianggap sebagai faktor penentu keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota, ada beberapa ciri atau kesamaan yang dapat dijadikan acuan dalam menentukan suatu faktor sebagai faktor dominan.

a. Jaringan Pembeli

Keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman dapat diperoleh bila pengusaha memiliki jaringan pembeli yang luas dan jelas, baik di tingkat domestik/dalam daerah maupun di luar negeri. Pengusaha yang dikategorikan sebagai pengusaha yang sukses pada umumnya adalah pengusaha yang menjual langsung produknya ke luar negeri. Mereka secara kontinyu setiap bulan mengirim dan membawa sendiri produk mereka ke pembeli di luar negeri. Bila selama ini pasar produksi bordir/sulaman Kabupaten Lima Puluh Kota lebih banyak dipasarkan di Bukittinggi, mereka yang dikategorikan sebagai pengusaha yang berhasil menjual produk mereka ke negara-negara seperti Malaysia, Singapura, dan Brunei Darussalam.

Hal ini sangat terlihat jelas pada pengusaha sulaman/bordiran yang berkategori cukup besar seperti **Sulaman Putri Bungsu** dan **Sulaman Mareza**. Keduanya memiliki mitra atau jaringan pembeli yang pasti. **Sulaman Putri Bungsu** memiliki jaringan pembeli di Brunei sementara **Sulaman Mareza** memiliki jaringan pembeli di

Malaysia. Keduanya secara rutin mengirim dan mengantarkan barang yang diproduksinya setiap bulan.

Setiap bulan Sulaman Putri Bungsu mengirimkan barang yang mereka produksi sekitar 0,5 ton melalui jasa pengiriman cargo dan 2 kali pengiriman dengan peti kemas setiap tahun. Sementara itu, Sulaman Mareza dapat mengantarkan pesanan sulaman/bordiran sekitar 10-20 kodi setiap bulan, dengan jumlah meningkat 3 kali lipat pada saat menjelang lebaran dan imlek.

Tabel 4.17. Hubungan antara Jaringan Pembeli dengan Nilai Penjualan

| No | Responden | Mitra Pembeli (unit) | Penjualan (Rp. Juta/tahun) | Tujuan Pemasaran |
|----|----------------|----------------------|----------------------------|------------------|
| 1 | Diana Bordir | 5 | 40 | Malaysia |
| 2 | Widya YZ | 0 | 56 | Bukittinggi |
| 3 | Harapan Ibu | 12 | 100 | Malaysia |
| 4 | Putri Bungsu | 0 | 200 | Brunei |
| 5 | Mareza | 9 | 16 | Malaysia |
| 6 | Cerah | 5 | 50 | Malaysia |
| 7 | Cipta | 6 | 40 | Bukittinggi |
| 8 | Monita | 0 | 100 | Malaysia |
| 9 | Dewi Putri | 4 | 50 | Malaysia |
| 10 | Visi Bordir | 3 | 14,5 | Malaysia |
| 11 | Mutiara bordir | 6 | 56 | Malaysia |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Dengan adanya mitra tetap sebagai jaringan pembeli pengusaha dapat memperoleh berbagai keuntungan seperti pengetahuan akan jenis produk yang disukai konsumen, motif yang sedang digemari dan tentu saja harga yang layak untuk dijual ketika mengantarkan produknya kepada mitranya di luar negeri. Bila hal tersebut sudah dikuasai, pengusaha dapat mengembangkan produknya, dengan sendirinya nilai penjualan dan keuntungan yang diperoleh akan semakin besar. Dari hanya sekedar memiliki mitra atau jaringan pembeli di luar negeri, kemungkinan untuk membuka toko sendiri juga akan semakin besar. Sulaman Putri Bungsu selain memiliki jaringan pembeli sendiri di Brunei, juga memiliki sebuah toko untuk melayani mitra dan pembeli di Brunei dan beberapa negara bagian di Malaysia Timur.

Jaringan pembeli ini tidak hanya dimiliki oleh pengusaha yang berkategori besar. Bila pengusaha seperti Putri Bungsu dan Mareza menjual produk mereka, ada juga pengusaha yang menjual jasa bordir/sulaman. Mereka ini menjual jasa sebagai pengusaha produksi bordir. Maksudnya adalah mereka berperan sebagai agen pengrajin, dimana mereka memperoleh upah tertentu untuk setiap potong barang yang dihasilkan oleh pengrajin dan kemudian disetorkan kepada pengusaha dari Kota Bukittinggi atau Kota Payakumbuh untuk kemudian di jual maupun diekspor ke Malaysia maupun Singapura.

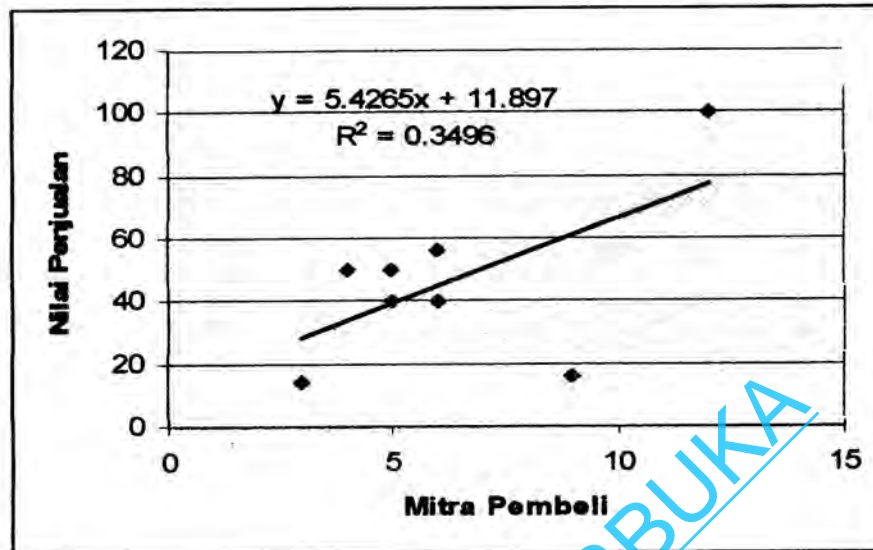
Walaupun mereka mengatakan bahwa produknya ada yang dijual ke Malaysia atau Singapura, produk yang dimaksud adalah bordiran/sulaman pada posisi dimana si pengusaha berperan sebagai agen atau menerima upah saja dengan ketentuan bahan baku berasal dari mitra atau "bos" yang memberikan order.

Bila mereka tidak memiliki jaringan pembeli baik pembeli produk bordir/sulaman maupun pembeli jasa bordir/sulaman, pengusaha tersebut sulit untuk berhasil. Dengan demikian faktor utama yang menjadi kunci keberhasilan bisnis industri bordir dan sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah jaringan pembeli: baik jaringan pembeli produk bordir/sulaman maupun jaringan pembeli jasa pembuatan bordir/sulaman.

Uraian statistik yang disampaikan disini hanya terdiri dari 11 observasi, sehingga tidak mencukupi pemenuhan hasil statistik yang tidak bias. Namun demikian regresi yang disampaikan disini hanya untuk membenarkan fenomena secara umum antara variabel yang ditinjau berdasarkan 11 obyek observasi yang diambil tanpa memperhatikan tingkat kepercayaan yang seharusnya dipertimbangkan dalam statistika. Hubungan antara nilai penjualan dengan jumlah mitra pembeli yang dimiliki dapat digambarkan dengan formula $y = 5,426x + 11,897$. Dari sini terlihat bahwa jika terjadi penambahan mitra pembeli maka diperkirakan akan terjadi peningkatan penjualan.

Gambar 4.1 di bawah ini memperlihatkan hubungan antara jumlah mitra pembeli yang dimiliki dengan nilai penjualan yang diperoleh oleh usaha bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota.

Gambar 4.1. Hubungan antara Mitra Pembeli dengan Nilai Penjualan



Dengan menggunakan regresi sederhana (satu variabel bebas) kita dapat melihat korelasi antara nilai penjualan dan mitra pembeli. Simpangan baku yang dihasilkan yaitu $r^2 = 0,3496$, berarti korelasi $r = 0,591$. Nilai korelasi ini menunjukkan hubungan antara nilai penjualan dan mitra pembeli rendah. Artinya bahwa tidak setiap nilai penjualan yang tinggi diikuti dengan tingginya mitra pembeli.

Tabel 4.18 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r

| Interval Koefisien (Nilai / Skor) | Kategori |
|-----------------------------------|---------------|
| 0,90 – 1,000 | Sangat Kuat |
| 0,80 – 0,89 | Kuat |
| 0,60 – 0,799 | Ragu – Ragu |
| 0,20 – 0,599 | Rendah |
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |

Guiford dalam Arikunto (2003:)

b. Faktor Promosi

Promosi atau kesempatan untuk berpromosi merupakan faktor penting lainnya dalam menentukan keberhasilan bisnis industri bordir dan sulaman. Promosi yang dilakukan dan yang sangat diminati oleh pengusaha adalah media pameran, bazar atau ekspo. Hampir semua pengusaha bordir dan sulaman dengan bergairah menyatakan bahwa kesempatan mereka untuk dapat mengikuti pameran, bazar dan ekspo terutama di luar negeri merupakan kunci untuk meraih keberhasilan.

Hampir seluruh pengusaha sepakat, keikutsertaan dalam pameran, bazar dan ekspo merupakan jaminan untuk peningkatan nilai penjualan produk mereka. Sulaman Harapan Ibu, Sulaman Bordir Cerah, sulaman Monita, Sulaman Mareza dan Sulaman Putri Bungsu sangat antusias untuk ikut serta dalam even promosi seperti pameran, bazar dan ekspo. Melalui media promosi seperti itu mereka dapat berkenalan langsung dengan calon pembeli maupun calon mitra sebagai jaringan pembeli. Kesempatan mengikuti pameran juga merupakan ajang untuk memperkenalkan produk-produk yang mereka ciptakan untuk kemudian dianalisa apakah sesuai dengan selera pasar atau tidak.

Sementara itu bagi pengusaha industri yang digolongkan sebagai pengusaha jasa bordir/sulaman, keikutsertaan dalam pameran, bazar ataupun ekspo bukanlah hal yang penting. Penjualan produk jasa membuat bordir/sulaman mereka tidak ditentukan oleh pameran, bazar atau ekspo yang mereka ikuti. Bagi mereka hal yang paling penting adalah adanya mitra pembeli tercepat yang dapat menyerap jasa produksi mereka.

c. Faktor Tenaga Kerja

Dari survei diperoleh informasi bahwa industri bordir/sulaman mempekerjakan banyak tenaga kerja dalam proses produksinya. Tenaga kerja yang banyak ini dalam kenyataannya bukanlah tenaga kerja yang bekerja pada satu unit pabrian sebagaimana yang terjadi pada industri lain. Pada industri bordir/sulaman ini, tenaga kerja yang dimaksud adalah para pengrajin yang mengambil upah dari pengusaha yang waktu penyelesaian tidak terikat. Pengrajin itu bukanlah buruh yang harus menyelesaikan sekian buah produk perhari, tetapi hanya sebagai pengrajin yang bebas memilih kapan mereka mau menyelesaikan suatu bordir/sulaman. Disamping itu tenaga kerja tersebut juga bebas memilih pesanan siapa yang akan terlebih dahulu dikerjakan atau diselesaikan.

Pada tabel 4.17. di bawah ini diperlihatkan data tentang hubungan antara jumlah tenaga kerja tetap, tenaga kerja tidak tetap dengan nilai penjualan yang dihasilkan.

Tabel 4.19. Hubungan antara Tenaga Kerja Tetap, Tenaga Kerja Tidak Tetap dengan Nilai Penjualan yang di Keluarkan.

| No | Responden | Tenaga Kerja Tetap | Tenaga Kerja Tidak Tetap | Penjualan (Juta) |
|----|----------------|--------------------|--------------------------|------------------|
| 1 | Diana Bordir | 0 | 25 | 40 |
| 2 | Widya YZ | 0 | 23 | 56 |
| 3 | Harapan Ibu | 3 | 7 | 100 |
| 4 | Putri Bungsu | 5 | 17 | 200 |
| 5 | Mareza | 2 | 25 | 16 |
| 6 | Cerah | 0 | 50 | 50 |
| 7 | Cipta | 0 | 128 | 40 |
| 8 | Monita | 3 | 12 | 100 |
| 9 | Dewi Putri | 0 | 50 | 50 |
| 10 | Visi Bordir | 0 | 20 | 14,5 |
| 11 | Mutiara bordir | 0 | 100 | 56 |

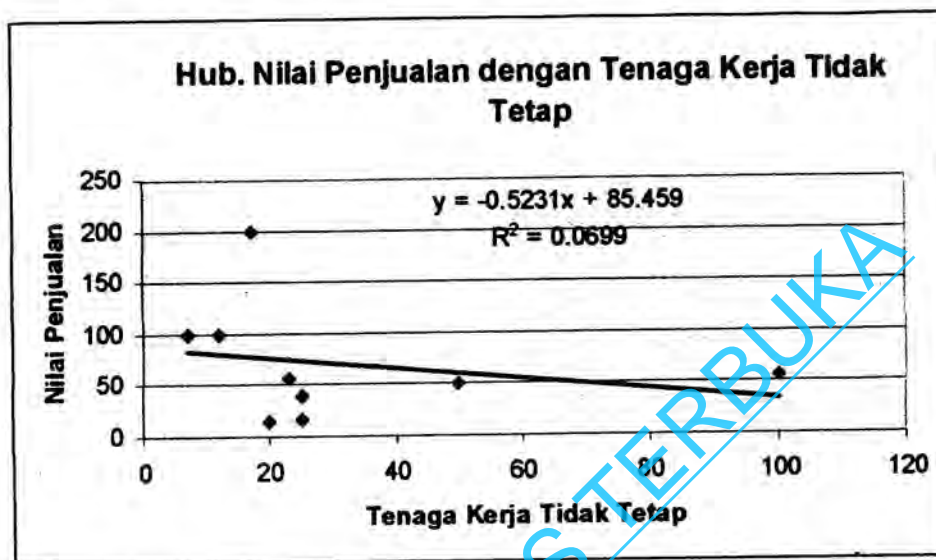
Sumber: Hasil survei dan wawancara

Beberapa industri bordir/sulaman yang mengirimkan produksinya keluar negeri seperti Sulaman Mareza, Sulaman Putri Bungsu, Sulaman Bonita memiliki tenaga kerja penuh waktu yang bekerja pada tempat usaha mereka. Mereka tidak dapat mengandalkan jasa upahan dari pengrajin maupun pengusaha jasa produksi bordir/sulaman.

Dari kondisi ini, terlihat bahwa industri bordir/sulaman yang mempekerjakan tenaga kerja tetap, dengan jumlah tenaga 2-20 orang lebih sering berhasil untuk menembus pasar luar negeri. Kemampuan mereka untuk memproduksi barang secara tepat waktu karena memiliki pekerja tetap akan menyebabkan mereka selalu dapat

memenuhi permintaan. Dampaknya adalah mereka selalu mendapatkan pesanan dalam jumlah yang signifikan yang disertai dengan jaminan kualitas barang yang dihasilkan.

Gambar 4.2. Hubungan Nilai Penjualan dengan Tenaga Kerja Tidak Tetap

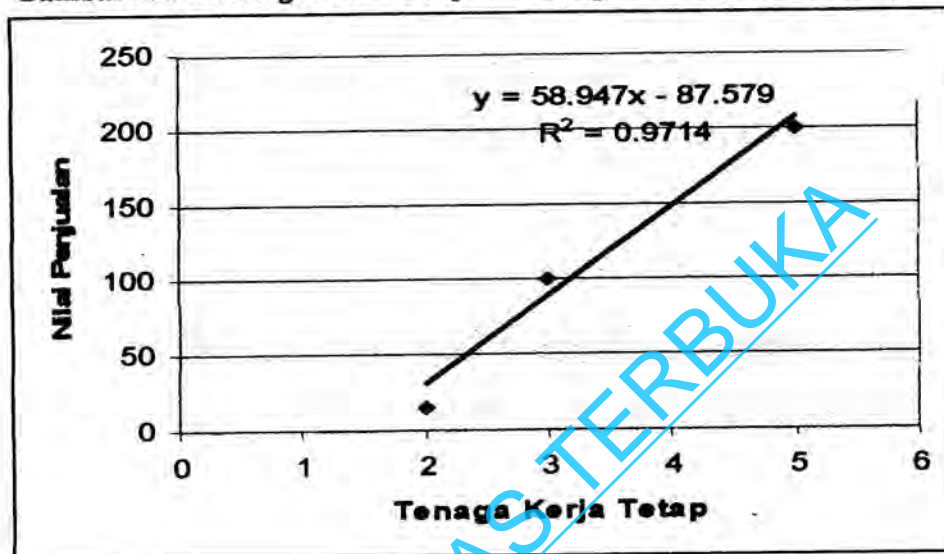


Dengan mencermati hasil regresi jumlah tenaga kerja tidak tetap terhadap nilai penjualan yang dimiliki oleh industri bordir/sulaman terlihat adanya kecenderungan penurunan nilai penjualan jika tenaga kerja tidak tetap meningkat. Sedangkan korelasi antara dua variabel tersebut sangat rendah (lihat tabel **Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r**). Hal ini mengindikasikan tidak ada pola yang umum adanya peningkatan penjualan serta merta menunjukkan peningkatan tenaga kerja tidak tetap.

Sementara itu, regresi yang dilakukan untuk melihat hubungan antara jumlah tenaga kerja tetap dengan nilai penjualan yang diperoleh memperlihatkan adanya tren positif yaitu bahwa jika terjadi peningkatan tenaga kerja tetap, diperkirakan akan terjadi peningkatan penjualan.

Sama dengan model statistika diatas, dengan menggunakan regresi sederhana (satu variabel bebas) kita dapat melihat korelasi antara nilai penjualan dan mitra pembeli.

Gambar 4.3. Hubungan Nilai Penjualan dengan Tenaga kerja Tetap



Simpangan baku yang dinasikan yaitu $r^2 = 0,9417$, berarti korelasi $r = 0,9704$. Nilai korelasi ini menunjukkan hubungan antara nilai penjualan dan mitra pembeli tinggi. Artinya bahwa setiap jumlah pegawai tetap yang banyak akan diikuti oleh tingkat penjualan yang tinggi juga.

Adanya perbedaan antara hubungan tenaga kerja tidak tetap dengan nilai penjualan dan hubungan tenaga kerja tetap dengan nilai penjualan merupakan fenomena yang sangat menarik. Tingginya kaitan antara peningkatan nilai penjualan dengan jumlah tenaga kerja tetap yang dimiliki disebabkan oleh adanya kontrol dari pengusaha terhadap produktivitas tenaga kerja tetap. Dengan adanya kontrol dari pengusaha kualitas barang yang dihasilkan juga dapat dijaga. Disamping itu, dengan

bekerja sebagai tenaga kerja tetap, upah yang diterima tenaga kerja dapat memenuhi kebutuhannya.

Sementara itu, rendahnya hubungan jumlah tenaga kerja tidak tetap dengan penjualan barangkali disebabkan oleh rendahnya kemampuan pengusaha untuk mengontrol produktivitas tenaga kerja sehingga tidak mampu mendorong pertumbuhan produksi serta peningkatan kualitas produk yang dihasilkan.

d. Tingkat Pendidikan Pengusaha

Sebagaimana dikemukakan di atas, pengusaha yang mampu membawa langsung produk yang dihasilkannya kepada pasar tujuan cenderung untuk berhasil dalam mengembangkan bisnis industri bordir/sulaman mereka. Untuk dapat menjual langsung produk yang dihasilkan kepada mitra pembeli di luar negeri pengusaha harus memiliki tenaga kerja tetap. Semakin besar jumlah tenaga kerja tetap yang dimiliki semakin besar kemungkinan untuk meraih kesuksesan. Hal penting lainnya untuk dapat menembus pasar luar negeri tersebut adalah tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan sangat terkait dengan wawasan yang dimiliki oleh pengusaha. Disamping itu, dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi seperti sarjana, rasa percaya diri pengusaha untuk berinteraksi dengan mitra di luar negeri juga akan semakin besar.

Kenyataan menunjukkan pengusaha yang menembus pasar luar negeri dengan pendidikan SMP hanya menjual produknya melalui pameran atau ekspo yang dilaksanakan di luar negeri. Pada saat pameran atau ekspo tersebut, pengusaha langsung menjual produknya kepada pembeli. Sedangkan pengusaha dengan pendidikan yang lebih tinggi lebih memilih untuk menjalin kemitraan dengan jaringan

pembeli di luar negeri. Dengan demikian mereka dapat secara rutin mengirimkan produknya ke daerah tujuan utama pemasaran produk mereka.

Tabel 4.20. Hubungan antara Tingkat Pendidikan, Umur Usaha dan Nilai Penjualan

| No | Responden | Tingkat Pendidikan | Umur Usaha | Penjualan (Juta) |
|----|----------------|--------------------|------------|------------------|
| 1 | Diana Bordir | SMU | 10 | 40 |
| 2 | Widya YZ | SMP | 12 | 56 |
| 3 | Harapan Ibu | SMP | 16 | 100 |
| 4 | Putri Bungsu | S1 | 11 | 200 |
| 5 | Mareza | S1 | 10 | 16 |
| 6 | Cerah | SMP | 25 | 50 |
| 7 | Cipta | D3 | 4 | 40 |
| 8 | Monita | SMP | 20 | 100 |
| 9 | Dewi Putri | SMU | 16 | 50 |
| 10 | Visi Bordir | SMU | 13 | 14,5 |
| 11 | Mutiara bordir | SMU | 4 | 56 |

Sumber: Hasil survei dan wawancara

Disamping itu, mereka juga dapat melakukan negosiasi dengan baik, sehingga mereka tidak menjadi bulan-bulanan mitranya di luar negeri yang sering melakukan *complaint* untuk menurunkan harga jual barang yang dikirim.

Walaupun dalam beberapa kasus tingkat pendidikan tenaga kerja merupakan hal yang cukup penting, pada industri bordir/sulaman tingkat pendidikan pengusaha yang lebih berperan. Pekerja hanya akan mengerjakan motif tertentu sesuai pesanan. Keahlian untuk membuat suatu motif akan meningkat seiring dengan semakin tingginya jam terbang seorang tenaga kerja. Sementara itu pengusaha dengan latar

belakang pendidikan yang lebih tinggi lebih baik dalam hal penciptaan dan pemanfaatan berbagai peluang, komunikasi dan interaksi dengan pihak lain.

Hal ini dapat dilihat pada apa yang dilakukan oleh pengusaha Sulaman Putri Bungsu dengan latar belakang pimpinan seorang sarjana (S1) dengan didampingi oleh suaminya yang pernah mengecap pendidikan S1. Hal yang sama berlaku bagi Sulaman Mareza. Sulaman ini digerakkan oleh pasangan suami istri dengan latar belakang pendidikan sarjana (S1).

Sementara itu Sulaman Harapan Ibu, Sulaman Monita, Sulaman/bordir Cerah yang rata-rata pemiliknya berpendidikan SMP lebih memilih untuk memasarkan sendiri produk bordir/sulamannya ke luar negeri. Mereka masih sangat kesulitan untuk mendapatkan mitra atau jaringan pembeli karena tidak mampu untuk meyakinkan calon mitra mereka dapat memenuhi permintaan secara tepat waktu dengan kualitas yang diinginkan.

e. Umur Usaha

Dalam berbagai kasus, pengalaman merupakan hal yang sangat penting dalam upaya mencapai keberhasilan. Pengalaman dapat ditandai dengan semakin lamanya umur usaha yang dilaksanakan. Pada kasus industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota, umur usaha ternyata bukanlah hal yang menjadi penentu keberhasilan bisnis. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.21. dibawah ini.

Tabel 4.21. Hubungan antara Nilai Investasi, Umur Usaha dan Nilai Penjualan

| No | Responden | Umur Usaha | Nilai Investasi (Rp.Juta) | Nilai Penjualan (Rp.Juta) |
|----|----------------|------------|---------------------------|---------------------------|
| 1 | Diana Bordir | 10 | 30 | 40 |
| 2 | Widya YZ | 12 | 48,4 | 56 |
| 3 | Harapan Ibu | 16 | 50 | 100 |
| 4 | Putri Bungsu | 11 | 450 | 200 |
| 5 | Mareza | 10 | 40 | 16 |
| 6 | Cerah | 25 | 100 | 50 |
| 7 | Cipta | 4 | 25 | 40 |
| 8 | Monita | 20 | 75 | 100 |
| 9 | Dewi Putri | 16 | 100 | 50 |
| 10 | Visi Bordir | 13 | 10 | 14,5 |
| 11 | Mutiara bordir | 4 | 50 | 56 |

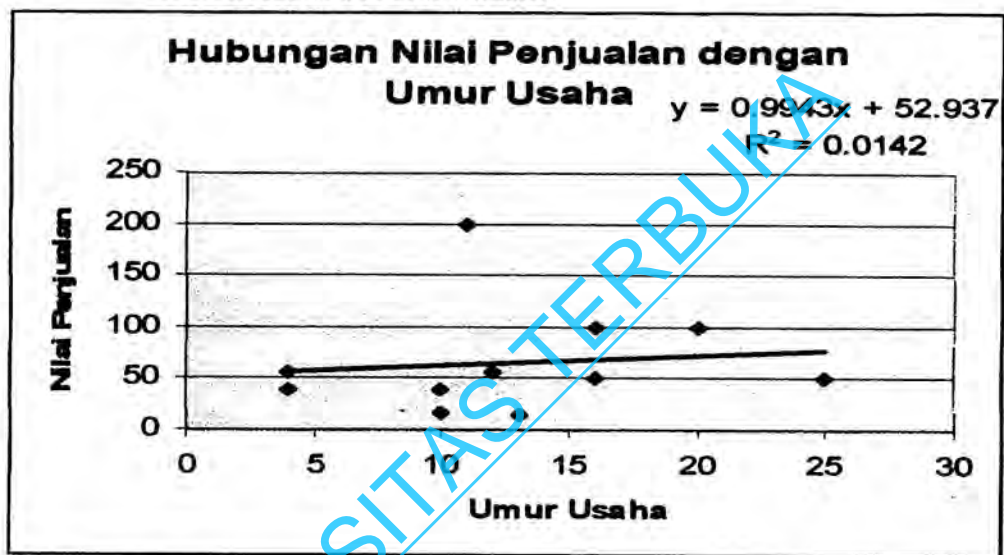
Sumber: Hasil survei dan wawancara

Berdasarkan tabel terlihat tidak ada perbedaan nilai penjualan antara usaha bordir/sulaman yang sudah berumur di atas 10 tahun dengan usaha yang berumur di bawah 10 tahun. Penentu keberhasilan bisnis yang ditinjau berdasarkan nilai penjualan ternyata lebih ditentukan oleh investasi yang ditanamkan. Akumulasi kapital sebagai dampak dari lamanya umur usaha akan membantu keberhasilan bisnis. Namun demikian dari data ini juga terlihat bahwa tanpa memiliki umur usaha yang besarpun, dan dengan didukung oleh kapital atau modal yang besar industri bordir/sulaman dapat sukses.

Dengan simpangan baku $r^2 = 0,0142$, berarti korelasi $r = 0,1192$ mengindikasikan bahwa hubungan antara umur usaha dengan nilai penjualan sangat rendah.

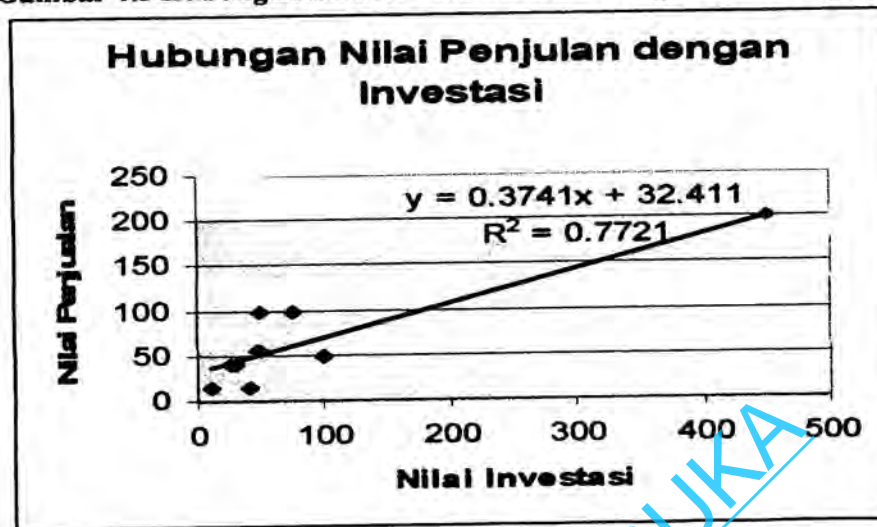
Ini berarti tidak setiap peningkatan umur usaha akan diikuti dengan peningkatan nilai penjualan. Oleh karena itu, usaha industri bordir yang telah lama beroperasi belum tentu akan menghasilkan nilai penjualan yang besar. Dengan demikian keberhasilan industri bordir tidak ditentukan oleh berapa lama industri tersebut beroperasi.

Gambar 4.4. Hubungan Nilai Penjualan dengan Umur Usaha yang dimiliki oleh Industri bordir/sulaman



Hubungan antara nilai investasi dengan nilai penjualan dapat dilihat pada gambar di bawah ini, dimana R^2 adalah 0,7721 dan $r = 0,879$. Dari sini juga terlihat bahwa hubungan antara nilai investasi dan nilai penjualan kuat. Dengan demikian bila investasi yang dikeluarkan semakin besar maka kemungkinan untuk memperoleh nilai penjualan yang lebih besar dapat diperoleh.

Gambar 4.5 Hubungan Antara Nilai Investasi dengan Nilai Penjualan



f. Penetapan Harga Jual

Strategi penetapan harga jual produk merupakan hal yang sangat penting dalam suatu usaha. Sering kali produk sejenis di jual dengan harga yang berbeda. Namun demikian dalam pencapaian keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota, strategi penetapan harga tidak berpengaruh. Dengan strategi penetapan harga jual yang sama, dimana setiap industri bordir/sulaman yang ada menetapkan harga jual dengan memperhitungkan ongkos produksi, ternyata nilai penjualan mereka sangat beragam. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.22. dibawah ini.

Tabel 4.22. Hubungan antara Strategi Penetapan Harga Jual dengan Nilai Penjualan

| No | Responden | Penetapan Harga Jual | Nilai Penjualan (Juta) |
|----|----------------|--|------------------------|
| 1 | Diana Bordir | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 40 |
| 2 | Widya YZ | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 56 |
| 3 | Harapan Ibu | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 100 |
| 4 | Putri Bungsu | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 200 |
| 5 | Mareza | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 16 |
| 6 | Cerah | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 50 |
| 7 | Cipta | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 40 |
| 8 | Monita | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 100 |
| 9 | Dewi Putri | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 50 |
| 10 | Visi Bordir | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 14,5 |
| 11 | Mutiara bordir | Dengan Memperhitungkan Ongkos Produksi | 56 |

Sumber : Survei dan Wawancara

Hubungan antara berbagai faktor yang dianggap mempengaruhi keberhasilan bisnis dengan nilai penjualan dapat digambarkan pada tabel 4.23 di bawah ini.

Tabel 4.23. Hasil Regresi Beberapa Faktor dengan Nilai Penjualan

| No | Hubungan | R^2 | r |
|----|--|--------|-------|
| 1 | Mitra Pembeli dengan Nilai Penjualan | 0,3496 | 0,591 |
| 2 | Tenaga Kerja Tidak Tetap dengan dengan Nilai Penjualan | 0,0699 | 0,264 |
| 3 | Tenaga Kerja Tetap dengan dengan Nilai Penjualan | 0,9714 | 0,986 |
| 4 | Umur Usaha dengan dengan Nilai Penjualan | 0,0142 | 0,119 |
| 5 | Nilai investasi dengan dengan Nilai Penjualan | 0,7721 | 0,879 |

2. Analisis Regresi Berganda terhadap Faktor Utama yang Mempengaruhi Keberhasilan Bisnis Industri Bordir/Sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota

Untuk melihat bagaimana pengaruh setiap variabel terhadap keberhasilan bisnis dilakukan analisis regresi berganda. Dengan menggunakan formula regresi linear $Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$ maka dirumuskan tersebut sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 NFLb + \beta_2 MP + \beta_3 FLb + \beta_4 Ages + \beta_5 Inv + \varepsilon$$

Dimana Y = nilai penjualan

α = konstanta

β = koefisien variabel bebas

$NFLb$ = jumlah tenaga kerja tidak tetap

MP = Mitra pembeli

FLb = jumlah tenaga kerja tidak tetap

Ages = Umur usaha

Inv = Nilai investasi

ε = Error Term

Hasil regresi berganda memperlihatkan hasil sebagai berikut:

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 20.457 | 34.112 | | .600 | .575 |
| | VAR00002 | .196 | .310 | .143 | .633 | .555 |
| | VAR00003 | -1.601 | 2.648 | -.116 | -.605 | .572 |
| | VAR00004 | 16.664 | 8.519 | .365 | 1.956 | .108 |
| | VAR00005 | .571 | 1.577 | .069 | .362 | .732 |
| | VAR00006 | .195 | .117 | .458 | 1.660 | .158 |

a. Dependent Variable: VAR00001

Bila dimasukkan ke dalam formula di atas maka, didapat formula

$$Y = 20,457 + 0,196NFLb + (-1,601)MP + 16.664FLb + 0,571Ages + 0,195Inv + \varepsilon$$

Dari sini terlihat bahwa faktor tenaga kerja tetap memiliki coefficient terkecil 0,108 disusul oleh faktor nilai investasi 0,158. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 80 persen maka kedua faktor ini dianggap sebagai faktor yang dapat memenuhi persyaratan sebagai faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota. Faktor-faktor lain memiliki derajat kepercayaan dibawah 50 persen. Dengan demikian nilai koefisien yang dihasilkan tidak dapat dijelaskan secara statistik walaupun koefisien β nya positif ataupun negatif.

Dari hasil regresi berganda ini dapat disimpulkan bahwa hanya dua faktor inilah yang secara statistik dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota. Sementara faktor lain tidak dapat diterima secara statistik karena tingkat kepercayaannya di bawah 50 persen.

Dengan demikian dari dua bentuk analisis yang dilakukan, baik analisis regresi tunggal terhadap masing-masing variabel, maupun analisis berganda dari seluruh variabel faktor tenaga kerja tetap dan nilai investasi mempengaruhi keberhasilan bisnis. Sementara itu faktor jaringan pembeli yang dimiliki, walaupun pada analisis regresi tunggal memiliki korelasi yang cukup baik, tetapi pada regresi berganda tingkat kepercayaan dari nilai β nya di bawah lima puluh persen.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.

Berdasarkan temuan pada Bab IV dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keberhasilan suatu industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota ditentukan oleh berbagai hal, antara lain:
 - a. Jumlah tenaga kerja tetap yang dan bekerja pada tempat usaha yang dimiliki, sehingga memudahkan untuk memacu kuantitas dan kualitas produksi sehingga dapat memenuhi permintaan dan pesanan pelanggan atau mitra yang dimiliki. Hal ini dapat dilihat pada nilai dari hasil regresi yang diperoleh dimana jumlah tenaga kerja berada pada kategori sangat kuat $r = 0,986$. Hal ini juga didukung oleh hasil regresi berganda yang dilakukan dimana tingkat kepercayaan dari β nya adalah 89,2 persen
 - b. Jumlah investasi yang ditanamkan pada industri bordir/sulaman merupakan faktor yang cukup menentukan dalam mencapai keberhasilan dalam industri/bordir sulaman. Hasil regresi memperlihatkan adanya hubungan yang kuat antara nilai investasi dan nilai penjualan $r = 0,879$. Nilai investasi yang semakin besar memungkinkan usaha bordir/sulaman untuk memiliki tenaga kerja tetap dan kesempatan untuk mengembangkan jaringan pembelinya di luar negeri. Dengan menggunakan hasil regresi berganda ternyata β nya juga cukup signifikan dengan tingkat kepercayaan sebesar 14,2 persen.

- c. Jaringan pembeli yang dimiliki oleh suatu usaha bordir/sulaman berupa mitra tetap di dalam dan luar negeri. Jaringan usaha yang luas akan memungkinkan pengusaha untuk berproduksi secara konstan dan meningkatkan nilai penjualannya. Walaupun hasil regresi memperlihatkan bahwa hubungan antara jaringan pembeli dengan nilai penjualan rendah ($r = 0,591$) namun hampir mendekati kategori sedang (ragu-ragu). Pada analisa regresi berganda, tingkat signifikansi β nya juga cenderung rendah 42,8 persen.
- d. Faktor tenaga kerja tidak tetap ternyata tidak memiliki pengaruh yang berarti terhadap keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman. Hal ini dibuktikan dengan rendahnya nilai korelasi dari regresi yang diperoleh $r = 0,264$. Hal ini juga didukung oleh hasil regresi berganda yang dilakukan dimana tingkat kepercayaan terhadap β nya hanyalah 44,5 persen.
- e. Umur usaha yang dimiliki tidak terlalu berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis yang dimiliki. Hubungan antara umur usaha dengan nilai penjualan ternyata sangat rendah. Hasil regresi yang diperoleh menunjukkan angka sangat rendah $r = 0,119$. Hasil ini juga didukung oleh hasil regresi berganda yang dilakukan dimana tingkat kepercayaan terhadap β nya sangat rendah hanya 26,7 persen. Oleh karenanya umur usaha bukanlah faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota.
- f. Keaktifan berpromosi melalui pameran, bazar dan ekspo yang dilaksanakan di dalam maupun luar negeri akan mendorong pengusaha untuk mendapatkan

mitra atau jaringan pembeli yang lebih luas serta memperoleh kesempatan memperkenalkan sekaligus menjual aneka bordiran yang dihasilkannya.

- g. Tingkat pendidikan pengusaha dapat mempengaruhi keberhasilan bisnis karena dengan tingkat pendidikan yang lebih baik (tinggi) seorang pengusaha akan memiliki daya tawar (*bargaining position*) yang lebih baik dari produk yang dihasilkannya.
 - h. Harga jual temyata tidak mempengaruhi keberhasilan bisnis karena hampir semua pengusaha menetapkan harga jual berdasarkan ongkos produksi.
2. Faktor utama yang menjadi penentu keberhasilan bisnis industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah jumlah tenaga tetap yang dimiliki dan nilai investasi yang ditanamkan.

B. Saran

1. Mendorong Pengusaha bordir/sulaman untuk menambah jumlah tenaga kerja tetap, mengingat tenaga kerja tetap dapat mendorong kesuksesan usaha mereka.
2. Pemerintah perlu memfasilitasi pengusaha bordir/sulaman untuk mendapatkan tambahan modal guna mengembangkan usaha mereka serta mencarikan mitra usaha untuk mereka.
3. Pemerintah Daerah perlu menciptakan iklim investasi yang kondusif guna meningkatkan minat investor menanamkan modalnya di Kabupaten Lima Puluh Kota, khususnya dibidang industri Bordir dan Sulaman, antara lain dengan mendirikan Kantor Pelayanan Terpadu yang dapat mempermudah Investor dalam mengurus perizinan yang diperlukan.

4. Untuk meningkatkan perekonomian masyarakat pemerintah dapat mendorong pengusaha untuk tetap mengembangkan industri bordir/sulaman di Kabupaten Lima Puluh Kota melalui fasilitasi kontak dagang dengan jaringan pembeli atau mitra yang berasal dari dalam dan luar negeri.
5. Pemerintah daerah dapat mengorganisir kemitraan antara pengusaha di daerah dengan mitra pembeli dari berbagai wilayah melalui pendekatan Pemerintah ke Pemerintah (*government to government*).
6. Pemerintah daerah perlu menjalin sinergi dengan pengusaha bordir/sulaman agar mereka dapat mengikuti pameran produk industri bordir/sulaman yang dilaksanakan di berbagai tempat.
7. Pemerintah Daerah mendorong dan memfasilitasi pengusaha untuk meningkatkan wawasan terutama yang bermanfaat bagi pengembangan usaha mereka.
8. Pemerintah perlu memberdayakan Balai Latihan Kerja untuk menciptakan tenaga kerja yang mau bekerja penuh waktu pada industri bordir/sulaman dan tidak hanya sebagai pengrajin.
9. Pemerintah daerah harus mampu memfasilitasi pengusaha untuk mematenkan aneka produk bordiran yang menjadi ciri khas daerah, sehingga dalam pemasarannya tidak mudah di klaim sebagai produk asing.
10. Pemerintah Daerah berusaha untuk mendorong terjadinya regenerasi pengusaha dari pendiri yang berpendidikan SMP kepada generasi berikutnya (anak, menantu, ponakan) yang berpendidikan lebih tinggi.

11. Perlu dilaksanakan studi lanjutan mengingat keterbatasan data (hanya 11 observasi) sehingga secara statistik tidak dapat memberikan arti signifikansi berdasarkan tingkat kepercayaan yang lazim digunakan dalam penelitian.
12. Kiranya dilaksanakan studi lanjutan pada daerah (kabupaten) lain mengingat keterbatasan data (hanya 11 observasi).

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik "Manufacturing Statistics: Concept and Definition"
http://www.bps.go.id/sector/manufacturing/index.html#concepts_2
- Badan Pusat Statistik Indonesia, (2007). "*Hasil Pendaftaran Perusahaan/Usaha Pertambangan, Pengalihan, Industri Pengolahan, Gas, Air dan Konstruksi*" Hasil Sensus Ekonomi 2006. Provinsi Sumatera Barat. Jakarta
- Badan Pusat Statistik Kab. Lima Puluh Kota, (2008). **Produk Domestik Regional Bruto Kab. Lima Puluh Kota Menurut Lapangan Usaha 2003-2007.** Sarilamak
- Badan Pusat Statistik Kab. Lima Puluh Kota, (2008). **Tabel Input Output Kab. Lima Puluh Kota Tahun 2007.** Sarilamak
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Lima Puluh Kota dan Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda) Kabupaten Lima Puluh Kota, (2008). **Kabupaten Lima Puluh Kota Dalam Angka 2007.** Sarilamak
- Badan Pusat Statistik Sumatera Barat 2005, (2005). **Produk Domestik Regional Bruto Sumatera Barat Menurut Kabupaten Kota 2000-2004.** Padang
- Boyd, Harper W., Jr et. al. (1998). **Marketing Management: A Strategic Approach With a Global Orientation.** McGraw-Hill.
- Dikmar, Drs., Msi, (2005) *Peranan Industri Kecil dalam Perekonomian Sumatera Barat. Laporan Penelitian.* Balitbang Propinsi Sumatera Barat.
- Dinas Koperasi, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lima Puluh Kota, (2007) *Direktori Industri Kecil dan Menengah Kabupaten Lima Puluh Kota Tahun 2007.* Payakumbuh
- Drucker, Peter F. (1997). **The Frontiers of Management: Manajemen Lintas Peluang .** Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Gujarati, D. (1995). **Basic Econometrics.** (4th Edition ed.) New York: McGraw Hill.
- Haikio, Martii. (2008) **Nokia: Raksasa Industri Ponsel Dunia.** Cetakan I. Jakarta: Ufuk Press (PT. Cahaya Insan Suci)
- Indarti, Nurul and Langenberg, Marja. 2006. **Factor Affecting Business Succes Among SMES: Empirical Evidences from Indonesia.** Delft Univeristy and Gajah Mada Univeristy.

- Kohli, Ajay, and Jarowski, Bernard. (1990) *Market Orientation: The construct Reserach Propositions and Managerial Implication. Journal of Marketing*, Vol.54, April 1990
- Kotler, Philip. (1994) **Marketing Management. Analysis, Planning and Control** Edisi ke empat
- Kotler, Philip. (1997). **Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol**. Edisi 9e. Jakarta : Prenhallindo.
- Kotter, John P. (1997) **The New Rules: How to Succeed in Today's Post Corporate World**. Jakarta: Prentice Hall Indo.
- Kuncoro, Mudrajad dan Supomo, Irwan Adi. (2003). *Analisis Formasi Keterkaitan, Pola Kluster dan Orientasi Pasar: Studi Kasus Sentra Industri Keramik di Kasongan Kabupaten Bantul, DI Yogyakarta. Jurnal Empirika*. Vol. 16. No.1, Juni 2003
- Mallet, Ted. (1997). **The Influences of Technology and Export Orientation on the Growth of small and Medium-sized Enterprises in Canada**, Willodale, Ontario, CAM2P2A6
- Martin, J H., Martin, B.A. and Grbac, B. (1998). *Employee involvement and market orientation in transition economy: importance, problems and a solution. Journal of Management Issues*. Winter 1998
- Mc.Cormack, Mark H. (1984) **Kiat Bisnis**. Surabaya: Penerbit Erlangga
- McMahon, Richard GP. (1997). **Development Orientation, and Business Growth and performance among Australian Manufacturing SMEs**, School of Commerce, Research Paper Series.
- Michelli, Joseph A. (2007) **The Starbucks Experience**. Surabaya: Penerbit Erlangga
- Nachrowi, DN dan Usman, Hardius. (2005). **Penggunaan Teknik Ekonometri**, Edisi Revisi, Rajawali Press.
- Narver, J.C. and Slater, S.F.(1990.) *The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. Journal of Marketing*. (October) 20-35
- Riswido, Heribertus dan Soesilo Nining I, (2007) **Faktor-faktor yang mempengaruhi orientasi pasar pengembangan usaha kecil dan menengah. Studi di Industri Kerajinan Tenun dan Anyaman Kecamatan Minggir dan Moyudan Kabupaten Sleman**. Makalah pada Seminar Indonesian Regional Science Association, 13 Desember 2007.

- Riswidodo, Heribertus. (2007) **Faktor-faktor yang mempengaruhi orientasi pasar pengembangan usaha kecil dan menengah.** Studi di Industri Kerajinan Tenun dan Anyaman Kecamatan Minggir dan Moyudan Kabupaten Sleman. Tesis. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Tambunan, Tulus. (1999). **Industri Skala Kecil di Indonesia.** Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Widagda, I gusti Ngurah Jaya Agung. (2006). *Analisis Orientasi Perusahaan dan Strategi Bauran Perusahaan Pemasaran Eksportir di Bali.* **Buletin Studi Ekonomi.** Vol 11 nomor 1 Tahun 2006
- Wu Chong Bo, (2005) "Indonesia Textile Garment Industri: Challenges and Prospects." **The Indonensian Quarterly**, Vol. 3. No.3 2005
- Željko Bunić, (2007). *Influence of Market Orientation on Business Performance.* 16th. EDAMBA Summer Academy. July 2007

UNIVERSITAS TERBUKA

LAMPIRAN
Formulir Kuisiener

UNIVERSITAS TERBUKA

Formulir Kuisisioner

Yth. Bapak/Ibu Pengusaha Bordir/sulaman

Industri bordir/sulaman Kabupaten Lima Puluh Kota merupakan usaha kebanggaan wilayah yang perlu dikembangkan. Untuk itu kami ingin mengumpulkan informasi tentang kondisi industri bordir untuk mencari usaha terobosan pemecahan masalah.

Untuk itu mohon kesediaan Bapak/Ibu pengusaha mengisi angket ini dengan lengkap, serta mengembalikannya kepada peneliti. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu membantu usaha ini kami sampaikan terimakasih.

Mohon diberi tanda (X) untuk jawaban yang sesuai, dan berilah penjelasan apabila jawaban yang tersedia kurang mewakili.

I. Informasi mengenai usaha/industri yang dijalankan

1. Bagaimanakah status perusahaan/usaha
 - a. Sudah berbadan hukum
 - b. Belum berbadan hukum
 - c. Lainnya
 Jelaskan
2. Sudah berapa tahun perusahaan beroperasi ? tahun..... bulan.
3. Bagaimanakah tingkat pendidikan pemilik usaha?
 - a. Lulus SD
 - b. Lulus SMP
 - c. Lulus SMU
 - d. Lulus D3
 - e. Lulus S1
4. Bagaimanakah tingkat pendidikan tenaga kerja yang dimiliki?

| Tingkat Pendidikan | Pria | Wanita |
|--------------------|------------|-------------|
| a. SD | orang | orang |
| b. SLTP | orang | orang |
| c. SLTA | orang | orang |
| d. Diploma/Sarjana | orang | orang |
5. Pernahkah pengusaha mendapatkan pelatihan dari instansi terkait dalam satu tahun terakhir
 - a. Belum pernah
 - b. Sudah pernah
 Apabila sudah, jelaskan pelatihan apa

6. Pernahkah pengrajin mendapatkan pelatihan dari instansi terkait dalam satu tahun terakhir?
- a. Belum pernah b. Sudah pernah
- Apabila sudah, jelaskan pelatihan apa
7. Apakah usaha yang dijalankan memiliki bapak angkat?
- a. Memiliki b. Tidak memiliki
- Jelaskan
8. Apakah perusahaan mempunyai jaringan pembeli?
- a. Mempunyai jaringan b. Tidak mempunyai jaringan
- Kalau tidak, jelaskan mengapa
- Kalau mempunyai, jelaskan berapa mitra pembeli, mitra.
9. Bagaimanakah jaringan dengan pemasok bahan baku?
- a. Kuat (>3 pemasok) b. Lemah (1-3 pemasok) c. Tidak memiliki
- Jelaskan
10. Dari manakah pemasok bahan baku?
- a. Dari dalam propinsi b. Luar propinsi c. Lainnya
- Sebutkan.....
11. Apakah barang yang dihasilkan dijual dengan dipajang di toko sendiri atau dititipkan di tempat lain.
- a. Dipajang di toko/counter sendiri b. Dititipkan di tempat lain
- Jelaskan
12. Apakah pengusaha melakukan kerjasama dengan pengusaha lain?
- a. Kerja sama dengan perusahaan lain b. Tidak melakukan kerjasama
- Jelaskan dengan pengusaha dalam wilayah yang sama atau di luar wilayah? Dan Mengapa
13. Bagaimanakah teknologi yang digunakan untuk membuat produk?
- a. Tradisional b. Mesin Sederhana c. Teknologi Modern
- Jelaskan
14. Bagaimanakah model yang dikembangkan untuk membuat produk?
- a. Kreasi sendiri b. Berdasar pesanan c. Lainnya

II. Data Responden

1. Nama Perusahaan :
2. Nama Pemilik :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :tahun, bulan
5. Tahun mulai usaha :
6. Jumlah tenaga kerja :
7. Berapa besar investasi : Rp.
8. Berapa besar nilai penjualan per bulan : Rp.
9. Alamat :

....., 2008

Responden

()

UNIVERSITAS TERBUKA