

**ANALISIS INDUSTRI BATIK TULIS DI
KELURAHAN KALINYAMAT WETAN DAN
KELURAHAN BANDUNG KOTA TEGAL**
(PENDEKATAN STRUKTUR – PERILAKU – KINERJA)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

TEGUH ADI WURYANTO

NIM. C2B607056

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2011

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Teguh Adi Wuryanto
Nomor Induk Mahasiswa : C2B 607 056
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/IESP
Judul Skripsi : **ANALISIS INDUSTRI BATIK TULIS DI
KELURAHAN KALINYAMAT WETAN
DAN BANDUNG KOTA TEGAL
(PENDEKATAN STRUKTUR-PERILAKU-
KINERJA)**

Dosen Pembimbing : Maruto Umar Basuki, S.E.,M.Si

Semarang, 14 Desember 2011

Dosen Pembimbing,

(Maruto Umar Basuki, S.E., M.Si.)
NIP. 19621028 199203 1009

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Teguh Adi Wuryanto
Nomor Induk Mahasiswa : C2B607056
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / IESP
Judul Skripsi : **ANALISIS INDUSTRI BATIK TULIS DI
KELURAHAN KALINYAMAT WETAN DAN
KELURAHAN BANDUNG KOTA TEGAL
(PENDEKATAN STRUKTUR-PERILAKU-
KINERJA)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 22 Desember 2011

Tim Penguji :

1. Maruto Umar Basuki, SE.,M.Si (.....)
2. Dr. Dwisetia Poerwono, M.Sc (.....)
3. Banatul Hayati, SE.,M.Si (.....)

Mengetahui,
a.n. Dekan,
Pembantu Dekan I

Anis Chariri, SE, M.Com, PhD.Akt
NIP. 196708091992031001

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Teguh Adi Wuryanto bahwa skripsi dengan judul: **Analisis Industri Batik Tulis Di Kelurahan Kalinyamat Wetan dan Bandung Kota Tegal Dengan Pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 14 Desember 2011

Yang membuat pernyataan,

(Teguh Adi Wuryanto)
NIM. C2B607056

ABSTRACT

This research aims to analyze the condition of traditional batik industry in Tegal city. Structure – Conduct – Performance approach is used to analyze the phenomenon on traditional batik industry. Effect of structure industry to enterpriser conduct and to analyze relation of structure, conduct and performance on traditional batik industry in Tegal city with 35 enterpriser as sampel.

Using primery data from interview and quesioneer on enterpriser traditional batik in Tegal city, research is analyzed by regression.. The independent variables that include on this research are : Market Share (MS) as the measurement of structure, Capital Labour Ratio (CLR) as the measurement of conduct, and x-efficiency as the measurement of performance. The dependent variable is Price-Cost Margin (PCM) as the proxy of profitability.

The result of this research shows that Market Share (MS) and Capital Labour Ratio (CLR) variables are positive and not significant to price-cost margin variablle. X-effeciency variable are positive and significant to price-cost margin. traditional batik industry is labour intensive industry. From the analysis its concluded that market structure is on the monopolistic competition. It is because there are many producers on the industry, low entry to barrier, there are heterogeneity on the product, and low market share.

Keywords : Struktire-Conduct-Performance paradigm, Market Share (MS), Capital to Labour Ratio (CLR), Price Cost Margin (PCM), x – efficiency, monopolistic competition.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan antara lain untuk menganalisis industri batik tulis di kota Tegal. Pendekatan Struktur – Perilaku – Kinerja digunakan dalam analisis ini untuk melihat fenomena yang terjadi pada industri batik tulis. Pengaruh struktur industri terhadap perilaku perusahaan dan menganalisis hubungan struktur, perilaku dan kinerja dalam industri batik tulis di kota Tegal dengan 35 pengusaha sebagai sampel.

Penelitian dilakukan dengan melakukan analisis terhadap data primer, yang didapat dari wawancara dan kuesioner terhadap pengusaha batik tulis yang ada di kota Tegal, Analisis data dilakukan dengan regresi. Variabel-variabel bebas yang digunakan antara lain : Pangsa Pasar (MS) untuk mewakili struktur, Rasio Modal dan Tenaga Kerja (CLR) untuk mewakili perilaku, dan x-efisiensi untuk mewakili kinerja. Sedangkan variabel terikat adalah ukuran dari keuntungan yang diproksi dengan menggunakan Price-Cost Margin (PCM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pangsa Pasar (MS) dan Rasio Modal dan Tenaga Kerja (CLR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel Price-Cost Margin (PCM), sedangkan variabel X-efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel PCM. Industri batik tulis adalah industri yang padat karya. Dari hasil analisis ini kemudian dapat dideteksi bahwa struktur pasar yang ada pada industri batik tulis di kota Tegal merupakan tipe pasar persaingan monopolistis. Hal ini dapat dilihat dari rendahnya nilai pangsa pasar yang ditunjukkan dengan banyaknya jumlah produsen secara relatif terhadap ukuran pasar, rendahnya pangsa pasar dan jenis barang yang heterogen.

Kata Kunci : Paradigma Struktur-Perilaku-Kinerja, Pangsa Pasar (MS), *Capital to Labour Ratio (CLR)*, *Price Cost Margin (PCM)*, x- efisiensi, pasar persaingan monopolistis.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur dan terima kasih selalu dipanjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya dan shalawat kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi inspirasi dan suri tauladan kami, sehingga atas terselesaikannya Skripsi yang berjudul **“ANALISIS INDUSTRI BATIK TULIS DI KELURAHAN KALINYAMAT WETAN DAN BANDUNG KOTA TEGAL DENGAN PENDEKATAN STRUKTUR-PERILAKU-KINERJA”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Universitas Diponegoro Semarang.

Terima kasih atas segala bimbingan, saran dan kerja sama dari banyak pihak selama pengerjaan skripsi ini. Sebelumnya, tidak lupa ucapan maaf yang sedalam-dalamnya jika terdapat kesalahan selama proses penelitian, baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Melalui tulisan yang sederhana jni, ucapan terima kasih ditujukan kepada :

1. Bapakku terhormat Purwadi Hadi Siswoyo S.I.P yang selama ini telah mencukupi segala kebutuhan pendidikan. Buat ibuku tercinta Salamah yang selalu mendoakan dan membimbing saya agar tetap di jalan yang benar. Doa dan dukungan kalian adalah anugerah yang terindah yang pernah aku miliki dalam menjalani kehidupan ini.
2. Bapak Prof.. Drs. Mohamad Nasir, M. Si, Akt., Ph.D selaku dekan fakultas ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Prof.Drs. H. Waridin Ms., Ph.D selaku Dosen Wali IESP angkatan 2007.
4. Bapak Maruto Umar Basuki, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan yang bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, khususnya Jurusan IESP atas bimbingan dan pengajaran yang diberikan dalam masa studi penulis. Seluruh staf, karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu memberikan informasi yang dibutuhkan dan pelayanan yang baik.
6. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA), yang telah berkenan memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian di Kota Tegal.
7. BPS Jawa Tengah, dan BPS kota Tegal yang telah memberikan data sebagai masukan dalam penyelesaian penulisan ini.
8. Kedua Kakakku Sari Ika Priyatin, SE dan Sri Rojab Probawati, AMKg serta adikku tersayang Satrio Wicaksono yang telah menjadi motivator agar saya bisa lebih baik lagi. Semangat dan dukunganmu sangat berharga bagi penulis, maka jangan pernah putus asa untuk terus berusaha membahagiakan orang tua kita tercinta.
9. Laeli Zakiyah, AMG terima kasih atas cinta, kasih sayangmu, dukungannya, bantuan, masukan, ide, dan doanya selama ini.
10. Terima kasih untuk mas Aziz yang telah membantu penulis ketika butuh bantuan mendadak di kampus FE UNDIP Tembalang.
11. Teman-teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsi: Azumar, Fais, Yoga, Suheal, Betti dan Ari atas bantuannya dalam berdiskusi.
12. Teman-teman kontrakan dinar elok : Wahyu (Man), Dion (Akt), Egi (Akt), Didik (Akt) dan Krisna (Iesp) atas kekompakkan dalam menjaga kontrakan tetap bersih dan nyaman sehingga penulis merasa nyaman dalam penulisan skripsi.
13. Teman-teman IESP 2007: Habib, Franki, Nugroho, Darmo, Kudus, Pati, Adit Ucil, Brambut, Talita, Mba Ulfa, Mba Beti, Margin, Diana dan teman-teman seangkatan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas kebersamaan dan semangat.
14. Teman-teman senior : Mas Rizal zulmi, Mas Rido, Mas Cahyo, Mas Kiki dan lainnya atas saran, dan informasinya.

15. Teman-teman Latembang Resto : mas Gon, mas Dob, mas Ben, dan Otong yang selalu menemani penulis begadang dan menyediakan makan di tengah malam.
16. Teman KKN Desa Kesongo atas bantuan dan dukungannya selama ini.
17. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penulisan Skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 14 Desember 2011

Penulis

Teguh Adi Wuryanto

NIM. C2B607056

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pengertian Usaha Mikro, Peran dan Permasalahannya ..	12
2.1.1.1 Pengertian Usaha Mikro.....	12
2.1.1.2 Peran Usaha Mikro.....	15
2.1.1.3 Permasalahan Usaha Mikro	20
2.1.2 Pengertian Industri.....	25
2.1.2.1 Pengertian Industri Batik	25
2.1.3 Pendekatan Struktur-Perilaku-Kinerja.....	27
2.1.4 Struktur Pasar	30
2.1.4.1 Pangsa Pasar.....	33
2.1.4.2 Konsentrasi Industri	33
2.1.4.3 Hambatan Masuk	34
2.1.4.4 Pasar Persaingan Monopolistik.....	35
2.1.5 Perilaku Pasar	37
2.1.5.1 Differensiasi Produk	38
2.1.5.2 Capital Labour Ratio	39
2.1.6 Kinerja Pasar	41
2.2 Penelitian Terdahulu.....	42
2.3 Kerangka Pemikiran	44
2.4 Hipotesis	46

BABA III METODE PENELITIAN	47
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	47
3.1.1 Struktur Pasar	47
3.1.1.1 Pangsa Pasar.....	47
3.1.1.2 Konsentrasi Pasar.....	47
3.1.2 Perilaku Pasar	48
3.1.3 Kinerja Pasar	48
3.2 Populasi dan Sampel.....	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel	51
3.3 Jenis dan Sumber Data	51
3.4 Metode Pengumpulan Data	52
3.4.1 Metode Wawancara.....	52
3.4.2 Dokumentasi.....	52
3.5 Metode Analisis.....	52
3.5.1 Hubungan Antar Variabel.....	52
3.5.2 Uji Statistik dan Ekonometrika	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	62
4.1.1 Kondisi Umum Kota Tegal	62
4.1.2 Kondisi Umum Industri Batik Tulis Kota Tegal	64
4.2 Analisis Data	74
4.2.1 Struktur Pasar	74
4.2.1.1 Pangsa Pasar.....	74
4.2.2 Perilaku Pasar	78
4.2.2.1 Strategi Harga dan Diferensiasi Produk.....	78
4.2.2.2 Capital Labour Ratio.....	79
4.2.3 Kinerja Pasar	81
4.3 Hubungan Antar Variabel Dalam Penelitian	85
4.4 Interpretasi Hasil.....	91
4.4.1 Pengaruh Pangsa Pasar (MS).....	91
4.4.2 Pengaruh <i>Capital Labour Ratio</i> (CLR).....	92
4.4.3 Pengaruh X-Efisiensi.....	94
BAB V PENUTUP.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Keterbatasan Penelitian	97
5.3 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Unit Usaha dan Tenaga Kerja IMK dan IMB di Indonesia Tahun 2005-2009.....	2
Tabel 1.2 Kontribusi Ekonomi Industri Kerajinan Tahun 2002-2006.....	4
Tabel 1.3 Banyak Perusahaan atau Usaha Kecil Kota / Kabupaten Karesidenan Pekalongan Tahun 2005-2008	5
Tabel 2.1 Ragam Pengertian Umum Usaha Mikro	14
Tabel 2.2 Ciri-Ciri Tipe Pasar	31
Tabel 4.1 Nilai Pangsa Pasar Industri Batik Tulis di Kelurahan Kalinyamat Wetan dan Kelurahan Bandung Kota Tegal	76
Tabel 4.2 Nilai CLR Industri Batik Tulis di Kelurahan Kalinyamat Wetan dan Kelurahan Bandung Kota Tegal	80
Tabel 4.3 Nilai PCM Industri Batik Tulis di Kelurahan Kalinyamat Wetan dan Kelurahan Bandung Kota Tegal	82
Tabel 4.4 Nilai Efisiensi Industri Batik Tulis di Kelurahan Kalinyamat Wetan dan Kelurahan Bandung Kota Tegal	84
Tabel 4.5 Hasil Estimasi Persamaan PCM Industri Batik Tulis di Kelurahan Kalinyamat Wetan dan Kelurahan Bandung Kota Tegal	86
Tabel 4.6 Hasil Regresi Auxiliary (Deteksi Multikolinearitas)	88
Tabel 4.7 Hasil Dekteksi White (Deteksi Heteroskedastisitas)	88
Tabel 4.8 Nilai t-Statistik dan Koefisien Pangsa Pasar, CLR, dan X-Efisiensi	90

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Produksi Batik Tulis	27
Gambar 2.2 Hubungan Keterkaitan Struktur-Perilaku-Kinerja (S-C-P).....	29
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	45
Gambar 4.1 Tingkat Usia Pengrajin atau Pengusaha Industri Batik Tulis di Kelurahan kalinyamat Wetan dan Kelurahan Bandung Kota Tegal.....	66
Gambar 4.2 Tingkat Pendidikan Pengrajin atau Pengusaha Industri Batik Tulis di Kelurahan Kalinyamat Wetan dan Kelurahan Bandung Kota Tegal.....	67
Gambar 4.3 Rantai Produksi dan Distribusi Batik Tulis Kelurahan Kalinyamat Wetan dan Kelurahan Bandung Kota Tegal.....	70
Gambar 4.4 Hasil Deteksi Normalitas (Uji Jarque Bera).....	87

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Quesioner Penelitian	104
Lampiran B. Data Industri Batik Tulis Di Kelurahan Kalinyamat Wetan Dan Bandung Kota Tegal	109
Lampiran C. Nilai Variabel Industri Batik Tulis Di Kelurahan Kalinyamat Wetan dan Kelurahan Bandung	110
Lampiran D. Hasil Regresi Persamaan Model	111
Lampiran E. Hasil Deteksi Normalitas	112
Lampiran F. Hasil Deteksi Multikolinearitas	113
Lampiran G. Hasil Deteksi Autokorelasi (Breusch-Godfrey Test).....	115
Lampiran H. Hasil Deteksi Heteroskedastisitas (White Test)	116
Lampiran I. Hasil Deteksi Statistik	117

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) di negara-negara sedang berkembang seringkali lebih dikaitkan dengan upaya pemerintah untuk mengatasi berbagai masalah ekonomi maupun sosial yaitu : mengurangi pengangguran, pemberantasan kemiskinan, dan pemerataan pendapatan (Sulistiastuti, 2004).

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia sangat strategis dalam rangka peningkatan perekonomian. Hal ini terlihat ketangguhan UMKM telah terbukti sebagai jaring pengaman perekonomian di saat perusahaan besar banyak yang gulung tikar pada saat krisis ekonomi melanda Indonesia. Bahkan UMKM mampu memberikan sumbangan dalam penyembuhan perekonomian nasional (*National Economic Recovery*) (Sulistiastuti, 2004).

Menurut Urata (2000), ada beberapa peran UMKM di Indonesia yaitu : UMKM merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia, UMKM sebagai penyedia kesempatan kerja, UMKM sebagai pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat, UMKM sebagai pencipta pasar dan inovasi melalui fleksibilitas dan sensitivitasnya serta keterkaitan dinamis antar kegiatan perusahaan, UMKM juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas dan UMKM dapat mereduksi ketimpangan pendapatan.

Tabel 1.1
Unit Usaha dan Tenaga Kerja IMK dan IMB di Indonesia
Selama Tahun 2005-2008

	2005	2006	2007	2008
Unit Usaha (unit)				
IMK	2.916.025	3.194.461	3.218.597	3.142.233
	99 %	99 %	99 %	99 %
IMB	20.729	29.468	27.998	27.808
	1 %	1 %	1 %	1 %
Tenaga Kerja (orang)				
IMK	6.856.043	7.479.898	7.817.110	7.289.726
	62 %	62 %	68 %	68 %
IMB	4.226.572	4.755.703	4.624.937	4.550.277
	38 %	38 %	38 %	38 %

Sumber : BPS Jawa Tengah

Keterangan : IMK = Industri Mikro dan Kecil

IMB = Industri Menengah dan Besar

Pada data Tabel 1.1 menunjukkan bahwa ada dua hal yang perlu digaris bawahi. Pertama, struktur industri di Indonesia masih didominasi oleh IMK. Hal ini dapat dilihat dari jumlah unit usaha IMK dibanding IMB dari tahun ke tahun secara konsisten yaitu 99%. Kedua, IMK sangat penting sebagai penyedia lapangan kerja di Indonesia. IMK mampu menyerap 62% tenaga kerja di Indonesia. Ini membuktikan peran IMK yang sangat penting dalam penciptaan kesempatan kerja.

Setidaknya ada empat alasan yang menjelaskan posisi strategis UMKM di Indonesia. Pertama, aspek permodalan. UMKM tidak memerlukan modal yang besar sehingga pembentukan usaha ini tidak sesulit perusahaan besar. Kedua, aspek tenaga kerja. Tenaga kerja yang diperlukan tidak menuntut pendidikan formal atau pendidikan tinggi tertentu (Tambunan, 2000). Sebagian besar tenaga kerja yang diperlukan oleh industri kecil didasarkan atas pengalaman (*learning by*

doing) yang terkait dengan faktor historis (*path dependence*). Hal ini sering ditemui pada industri kerajinan, seperti industri batik. Ketiga aspek lokasi. Sebagian besar industri kecil berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar. Keempat, aspek ketahanan. Peranan industri kecil memiliki ketahanan yang kuat ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi.

Sejalan dengan era desentralisasi dan pengembangan ekonomi regional maka peranan dan posisi UMKM yang strategis tersebut tentu sangat relevan bagi keberhasilan implementasi kebijakan desentralisasi. Dengan diberlakukannya otonomi daerah, UMKM di daerah tentunya sangat diperlukan untuk menciptakan iklim berusaha atau bersaing di daerah. Relevansi pengembangan UMKM dalam pembangunan ekonomi bertujuan untuk mengatasi kemiskinan, ketimpangan dan pengangguran.

Di Indonesia, industri kerajinan merupakan industri yang banyak dilakukan oleh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Hal ini karena potensi pasar industri kerajinan yang luas dan beragam membuat industri ini mampu terus bertahan dan tumbuh di saat kondisi perekonomian tidak stabil. Faktor lain yang membuat industri kerajinan menarik dicermati adalah kebanyakan industri ini dilandasi hobi serta unsur tradisi dan budaya. Indonesia memiliki budaya yang sangat beragam sehingga dapat menjadi tempat tumbuh dan berkembangnya industri kerajinan (Departemen Perdagangan, 2007).

Departemen Perdagangan (2007), mendefinisikan Industri Kerajinan yang merupakan bagian dari Industri Kreatif sebagai kegiatan yang berkaitan dengan

kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.

Produk industri kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi *massal*). Volume produksi yang dihasilkan oleh industri kerajinan ini sangat bergantung pada jumlah dan keahlian tenaga pengrajin yang tersedia, sehingga kelompok industri ini dapat dikategorikan sebagai industri padat karya.

Tabel 1.2
Kontribusi Ekonomi Industri Kerajinan Tahun 2002-2006

Indikator	Satuan	Tahun					Rata-rata
		2002	2003	2004	2005*	2006*	
Nilai Tambah	Miliar Rupiah	30.680	29.730	29.936	27971	26.731	29.009
Nilai Tambah terhadap Total PDB	Persen	2,04	1,89	1,81	1,60	1,45	1,76
Jumlah Tenaga Kerja	Orang	2.088.227	1.812.472	1.936.350	1.668.473	1.523.059	1.805.716
Tingkat Partisipasi	Persen	2,28	2,00	2,07	1,76	1,60	1,94
Produktivitas Tenaga Kerja	Ribu Rupiah/pekerja/tahun	14.692	16.403	15.460	16.764	17.551	16.174
Nilai Ekspor	Miliar Rupiah	22.412	21.608	24.405	26.059	26.414	24.180
Nilai Ekspor terhadap Total Ekspor	Persen	4,42	4,26	3,68	3,29	2,96	3,27

Sumber : Departemen Perdagangan , 2007

Berdasarkan Tabel 1.2, nilai tambah industri kerajinan terhadap PDB dalam periode 2002-2006 mencapai Rp 29 triliun. Ini berarti bahwa industri kerajinan memberi kontribusi PDB sebesar 1,76 persen terhadap total PDB nasional pada periode tersebut. Dalam periode yang sama, sumbangan industri

kerajinan untuk lapangan pekerjaan yang dihasilkan juga besar yakni mencapai 1,8 juta pekerja. Produktivitas tenaga kerja mencapai rata-rata 16,1 juta rupiah per pekerja per tahun. Selain PDB dan penyerapan tenaga kerja, industri kerajinan juga memiliki kontribusi terhadap ekspor. Nilai ekspor dalam industri ini mencapai rata-rata 24,18 triliun rupiah, yaitu menyumbang 3,72 persen dari seluruh ekspor yang dilakukan Indonesia dalam periode tersebut. Hal ini berarti bahwa industri kerajinan memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia.

Industri batik termasuk dalam klasifikasi Industri kerajinan Indonesia menurut KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan usaha Indonesia) dengan kode 5 digit yaitu 17124. Batik Indonesia telah ditetapkan oleh UNESCO sebagai warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan non-bendawi pada tanggal 2 Oktober 2009. Pengakuan UNESCO ini meliputi teknik, teknologi serta motif **Batik Indonesia**.

Tabel 1.3
Banyaknya perusahaan atau Usaha Kecil Kota / Kab. Karesidenan
Pekalongan Tahun 2005-2008

No.	Nama Kota/ Kab.	Jumlah Usaha kecil (unit)			
		Tahun 2005	Tahun 2006	Tahun 2007	Tahun 2008
1.	Kabupaten Tegal	28.464	28.509	34.225	34.225
2.	Kabupaten Batang	9.811	9.866	9.907	9.945
3.	Kabupaten Pekalongan	8.617	8.728	8.755	8.788
4.	Kabupaten Pemalang	6.946	7.021	7.295	7.859
5.	Kabupaten Brebes	2.163	3.670	4.234	4.284
6.	kota Pekalongan	3.556	3.583	2.692	2.844
7.	Kota Tegal	2.372	2.492	2.492	2.526

Sumber : BPS Jawa Tengah

Ket : Banyaknya Perusahaan atau Usaha per unit.

Sebagaimana terlihat pada Tabel 1.3, bahwa kota Tegal adalah kota/kabupaten yang memiliki jumlah usaha kecil paling sedikit di antara kota/kabupaten se-Karesidenan Pekalongan. Hal ini membuktikan kalau di kota Tegal perlu dikembangkan lebih lanjut usaha kecil sehingga dapat bersaing dengan kota/kabupaten yang lain se-Karesidenan Pekalongan. Untuk itu mengingat jumlah Usaha Kecil yang ada di kota Tegal paling sedikit maka penelitian di kota Tegal akan menarik karena bisa mengetahui masalah yang terjadi di kota Tegal. Contoh Usaha Kecil yang akan diambil dalam penelitian ini adalah Usaha Batik Tulis di kota Tegal.

Industri batik hampir terdapat di seluruh kota yang ada di Indonesia pada umumnya dan di Jawa Tengah pada khususnya. Banyak yang mengatakan kalau batik hanya ada di kota Pekalongan, tetapi untuk saat ini industri batik sudah menyebar di seluruh kota yang ada di propinsi Jawa Tengah. Salah satu kota di provinsi Jawa Tengah yang memiliki industri batik adalah kota Tegal. Industri batik tulis di kota Tegal memiliki karakteristik tenaga kerja yang unik. Tenaga kerja rata-rata ibu rumah tangga, dimana sebagian besar remaja (terutama remaja putri) yang lebih memilih bekerja pada subsektor lain.

Menurut BPS kegiatan industri dibedakan menjadi empat kelompok berdasarkan jumlah tenaga kerjanya, yaitu industri Rumah Tangga (*Home Industri*) dengan tenaga kerja 1-4 orang, industri kecil dengan tenaga kerja 5-19 orang, industri sedang dengan tenaga kerja 20-99 orang, dan industri besar dengan tenaga kerja 100 orang atau lebih. Berdasarkan observasi peneliti, Industri batik terutama batik tulis merupakan industri Rumah Tangga (*Home Industri*).

Pada saat ini pemerintah mewajibkan pegawainya untuk mengenakan batik pada hari tertentu sebagai simbolis rasa bangga terhadap batik sebagai budaya Indonesia. Salah satu pemerintah yang mewajibkan pegawainya mengenakan batik adalah pemerintah kota Tegal. Dengan hal ini maka akan menimbulkan tumbuhnya industri batik di kota Tegal.

Berdasarkan informasi yang ada, pada tahun 2010 terjadi suatu permasalahan yaitu melonjaknya harga bahan baku batik. Bahan baku batik tersebut kain mori, lilin atau malam, dan pewarna. Kain mori mengalami kenaikan dari harga Rp.19.000 menjadi Rp.35.000 perpotong atau sebesar 85 persen, lilin atau malam mengalami kenaikan dari harga Rp.15.000 menjadi Rp.30.000 perKg atau sebesar 100 persen dan pewarna mengalami kenaikan dari harga Rp.3000 menjadi Rp.5000 perpaket atau sebesar 67 persen. Hal ini membuat hampir seluruh industri batik yang ada di Indonesia mendapatkan tekanan yang berat. Melonjaknya harga bahan baku menyebabkan biaya produksi naik yang pada akhirnya membuat keuntungan yang merupakan indikator dari kinerja industri batik mengalami penurunan sehingga untuk dapat bertahan dalam pasar maka perusahaan akan melakukan beberapa perilaku.

Berdasarkan pada situasi yang tengah dihadapi oleh Industri batik yang berpotensi sangat besar dalam penyerapan tenaga kerja serta untuk dikembangkan lebih lanjut di masa yang akan datang, maka menurut penulis, industri Batik di Jawa Tengah merupakan topik yang menarik untuk diteliti. Penulis tertarik untuk menganalisis karakteristik industri batik di Jawa Tengah dengan studi kasus pada Klaster Kota Tegal melalui pendekatan Struktur-Perilaku- Kinerja industri.

1.2 Rumusan Masalah

Pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO (United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization) mendeklarasikan Batik Tulis Indonesia sebagai warisan budaya dunia. Momentum tersebut mestinya dimaknai oleh segenap negeri ini untuk meningkatkan harkat hidup para pengrajin dan buruh batik tradisional. Selain menjadi warisan budaya yang termashur batik juga harus bisa menjadi leverage (daya ungkit) ekonomi kerakyatan (Harjoko, 2010). Apalagi banyak daerah yang mulai mengembangkan industri Batik dengan motif khas daerahnya terutama Kota Tegal. Dengan banyaknya daerah yang mengembangkan industri Batik dengan motif khas daerahnya akan semakin meningkatkan jumlah perusahaan-perusahaan Batik Tulis. Meningkatnya jumlah perusahaan-perusahaan Batik Tulis akan mengakibatkan ketatnya persaingan yang terjadi pada industri ini. Ketatnya persaingan yang terjadi akan mempengaruhi pangsa pasar suatu perusahaan.

Berdasarkan observasi oleh peneliti, ditemukan banyak pengrajin batik tulis di kota Tegal gulung tikar akibat harga bahan baku yang tinggi. Tingginya harga bahan baku batik tulis disebabkan adanya monopoli pada pasar input. Bahan baku batik tulis tersebut seperti kain mori, malam atau wax, dan pewarna batik. Naiknya harga bahan baku tersebut membuat biaya produksi industri batik tulis meningkat. Biaya produksi yang tinggi menimbulkan keuntungan berkurang.

Industri batik terutama industri batik tulis merupakan industri padat karya yang mampu menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan observasi oleh peneliti, tenaga kerja pada industri batik tulis di kota Tegal adalah ibu-ibu rumah tangga,

hal ini di sebabkan remaja (terutama remaja perempuan) yang mempunyai produktivitas tinggi justru lebih memilih bekerja di luar subsektor industri batik tulis. Jika hal ini dibiarkan terus maka tidak menutup kemungkinan suatu saat industri batik yang ada di kota Tegal akan menghilang karena tidak ada generasi penerus untuk melanjutkan kegiatan usaha industri batik akibat dari rendahnya insentif di banding dengan bidang usaha lainnya.

Berbagai tantangan yang dihadapi industri batik tulis di kota Tegal seperti ketatnya persaingan, dan tingginya biaya produksi yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja (keuntungan) dari industri batik tulis menurun. Akibat dari penurunan kinerja tersebut adalah banyak perusahaan-perusahaan batik tulis di kota Tegal yang gulung tikar atau beralih ke subsektor lainnya. Untuk alasan tersebut maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi fenomena-fenomena yang terjadi pada industri batik tulis di kota Tegal dengan pendekatan struktur-perilaku-kinerja. Dimana persaingan dan biaya produksi akan mempengaruhi bentuk struktur pasar yang kemudian untuk bisa bertahan dalam pasar maka perusahaan akan melakukan perilaku yang bisa membuatnya bertahan dalam pasar untuk mempertahankan keuntungannya.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka kajian ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan kajian sebagai berikut :

1. Bagaimana struktur, perilaku, dan kinerja dari industri Batik tulis di kota Tegal?

2. Bagaimanakah hubungan antara pangsa pasar perusahaan (*Market Share*), CLR (*Capital to Labour Ratio*), dan X-efisiensi terhadap kinerja (PCM) industri Batik Tulis di kota Tegal?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisa struktur, perilaku dan kinerja industri Batik Tulis di kota Tegal.
2. Menganalisa pengaruh pangsa pasar (*Market Share*), CLR (*Capital to Labour Ratio*), dan X-efisiensi terhadap kinerja (PCM) industri Batik Tulis di kota Tegal.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Sedangkan kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Gambaran yang lebih jelas mengenai Industri Batik Tulis di kota Tegal.
2. Sebagai salah satu bahan acuan dan informasi bagi peneliti lain yang berminat pada penelitian ekonomi industri.
3. Sebagai sarana pembelajaran bagi penulis dalam memahami dan mempelajari kondisi industri Batik Tulis yang ada di kota Tegal.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB 1 Pendahuluan

Bab ini merupakan bagian pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Berisi mengenai teori-teori yang mendukung dari penelitian yang dilakukan. Teori-teori yang digunakan antara lain : Teori Ekonomi Industri. Selain itu juga berisi tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan juga hipotesis penelitian.

BAB 3 Metode Penelitian

Berisi mengenai variabel penelitian dan definisi operasional dari penelitian yang dilakukan, populasi dan sampel (metode pemilihan sampel),Selain itu jenis dan sumber data untuk penelitian, metode pengumpulan data dan analisis data.

BAB 4 Hasil dan Pembahasan

Berisi mengenai deskripsi dari objek penelitian. Kemudian hasil dan pembahasan berisi tentang hasil penghitungan terhadap variabel-variabel yang digunakan. Selain itu berisi analisis terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian.

BAB 5 Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan, keterbatasan data dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Dalam penelitian yang berkaitan dengan sektor industri yang digunakan untuk menganalisis perihal hubungan struktur, perilaku dan kinerja akan banyak menggunakan kajian yang didasarkan pada bidang studi ilmu ekonomi industri. Ekonomi industri merupakan suatu keahlian khusus dalam ilmu ekonomi yang membantu menjelaskan mengapa pasar perlu diorganisir dan bagaimana pengorganisirannya mempengaruhi cara kerja pasar industri. Ekonomi industri menelaah struktur pasar dan perusahaan yang secara relatif lebih menekankan pada studi empiris dari faktor-faktor yang mempengaruhi struktur pasar, perilaku, dan kinerja pasar (jaya, 2001).

2.1.1 Pengertian Usaha Mikro, Peran dan Permasalahannya

2.1.1.1 Pengertian Usaha Mikro

Pengertian usaha mikro di indonesia sangat beraneka ragam. Bahkan beberapa lembaga dan undang-undang di indonesia memberikan definisi sendiri mengenai usaha mikro. Biasanya usaha mikro didefinisikan berdasarkan jumlah tenaga kerja dan omset penjualan.

Usaha mikro, kecil, dan menengah menurut UU No. 20 tahun 2008 adalah

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, di kuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

Menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perokonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan merupakan tujuan dari usaha mikro dan kecil.

Menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008 pasal 1 mengenai UMKM, usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriteria usaha mikro menurut undang-undang nomor 20 tahun 2008 pasal 6 adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha ; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha mikro sebagaimana dimaksud menurut keputusan menteri keuangan No.40 atau KMK.06 atau 2003 tanggal 29 januari 2003, yaitu usaha produktif

milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia dan memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Menurut Departemen Tenaga kerja (Depnaker) usaha mikro adalah usaha yang memiliki kurang dari 5 orang tenaga kerja. Bank Indonesia (BI) dan Badan Pusat Statistik (BPS) juga mendefinisikan hal yang sama juga dengan Departemen Tenaga Kerja (Depnaker) mengenai usaha mikro, yaitu usaha yang memiliki tenaga kerja 1-4 orang.

Tabel 2.1
Ragam Pengertian Umum Usaha Mikro

Lembaga	Pengertian Umum
UU. No. 20 tahun 2008 tentang UMKM	Aset \leq Rp.50.000.000,00 Omset \leq Rp.300.000.000,00 pertahun
BPS	Pekerja $<$ 5 orang
Depnaker	Pekerja $<$ 5 orang
Bank Indonesia	Usaha mikro adalah usaha yang dijalankan oleh rakyat miskin atau dekat miskin, bersifat usaha keluarga, menggunakan sumber daya lokal, menerapkan teknologi sederhana dan mudah keluar masuk industri. Pekerja $<$ 5 orang
Bank Dunia	Pekerja $<$ 10 orang Asset $<$ \$ 3 juta Omset $<$ \$ 3 juta atau tahun
Keputusan Menteri Keuangan No. 40 atau KMK.06 atau 2003	Omset \leq Rp.100.000.000,00 atau tahun Pinjaman ke bank \leq Rp.50.000.000,00
Kementrian Negara Koperasi dan UMKM	Usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan, dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300 juta.

Sumber : Dari Berbagai Sumber

Menurut Ganewati (1997) menyatakan bahwa usaha mikro dan kecil berdasarkan perdagangan dan investasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok yaitu :

1. Usaha mikro dan kecil yang sudah go global, yaitu usaha mikro dan kecil yang telah menjalankan kegiatan internasional secara sangat luas, meliputi kawasan global seperti Asia, Eropa atau Amerika Utara.
2. Usaha mikro dan kecil yang sudah internationalized, yaitu usaha mikro dan kecil yang telah menjalankan satu kegiatan internasioanal, misalnya ekspor.
3. Usaha mikro dan kecil potensial, yaitu usaha mikro dan kecil yang memiliki potensi menjalankan kegiatan internasional.
4. Usaha mikro dan kecil yang berorientasi domestik, yaitu usaha mikro dan kecil yang menjalankan usaha secara domestik.

2.1.1.2 Peran Usaha Mikro dan Kecil (UMKM)

Pentingnya peranan usaha mikro dan kecil terkait dengan posisinya yang strategis dalam berbagai aspek (Sulistyastuti, 2004), yaitu :

1. Aspek Permodalan

Usaha mikro tidak memerlukan modal yang besar sehingga pembetulan usaha ini tidak sesulit perusahaan besar (Tambunan, 2000).

2. Tenaga kerja

Tenaga kerja yang diperlukan usaha ini tidak menuntut pendidikan formal atau tinggi tertentu (Tambunan, 2000).

3. Lokasi

Sebagian besar usaha mikro berlokasi di pedesaan dan tidak memerlukan infrastruktur sebagaimana perusahaan besar (Weijland, 1999).

4. Ketahanan

Peranan usaha mikro ini telah terbukti bahwa usaha mikro memiliki ketahanan yang kuat (*strong survival*) ketika Indonesia dilanda krisis ekonomi (Sandee, 2000).

Menurut *Giaoutzi, etal* (Sulistiyastuti, 2004), peran usaha mikro dan kecil yang paling populer dan sangat penting dalam suatu perekonomian adalah kemampuannya menyediakan kesempatan kerja. Usaha mikro dan kecil memiliki peran komplementer dengan perusahaan besar dalam penciptaan kesempatan kerja maupun perumbuhan ekonomi. Sementara itu, Tambunan (2001) menyebutkan bahwa usaha mikro juga mampu mereduksi ketimpangan pendapatan (*reducing income inequality*) terutama di negara-negara berkembang. Keberadaan usaha mikro di Indonesia lebih dikaitkan dengan pandangan teori klasik dimana usaha mikro dan kecil berperan dalam proses industrialisasi, penyerapan tenaga kerja, penyedia barang dan jasa bagi masyarakat berpenghasilan rendah serta pembangunan ekonomi pedesaan atau lebih khususnya mengacu pada cara untuk mengatasi pengangguran dan pemerataan pendapatan.

Urata (2000), menerangkan peran usaha mikro dan kecil dalam perekonomian Indonesia adalah :

1. Usaha mikro merupakan pemain utama dalam kegiatan ekonomi di Indonesia.

2. Penyedia kesempatan kerja.
3. Pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat.
4. Penciptaan pasar dan inovasi melalui fleksibilitas dan sensitivitas atas keterkaitan dinamis antar kegiatan perusahaan.
5. Memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas.

Setidaknya ada empat aspek utama yang menjadi alasan mengapa UMK memiliki peran strategis (Rudjito, 2003: 40) yaitu :

1. Aspek manajerial, yang meliputi : peningkatan produktivitas atau omset atau tingkat utilisasi atau tingkat hunian, peningkatan kemampuan pemasaran dan pengembangan sumber daya manusia.
2. Aspek permodalan, yaitu meliputi : bantuan modal (penyisihan 1-5 % keuntungan BUMN dan kewajiban untuk menyalurkan kredit bagi usaha kecil minimum 20% dari portofolio kredit bank dan kemudahan kredit.
3. Pengembangan program kemitraan dengan usaha besar baik lewat sistem bapak-anak angkat, PIR, keterkaitan hulu–hilir(*forwad linkage*), keterkaitan hilir-hulu (backward linkage), modal ventura, atau subkontrak.
4. Pengembangan sentra industri kecil dalam suatu kawasan apakah berbentuk PIK (Pemukiman Industri Kecil), LIK (Lingkungan Industri Kecil), SUIK (Sarana Usaha Industri Kecil) yang didukung UPT (Unit Pelaksana Teknis) dan TPI (Tenaga Penyuluh Industri).

5. Pembinaan untuk bidang usaha dan daerah tertentu lewat KUB (Kelompok Usaha Bersama), Kopinkra (Koperasi Industri Kecil dan Kerajinan).

Usaha mikro dan kecil selain memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja, usaha mikro dan kecil, UKM juga sebagai mediasi proses industrilisasi suatu negara. Anderson (1998) telah membangun suatu tipologi tahap-tahap industrilisasi suatu negara. kontribusi industri kecil dan rumah tangga sangat penting dalam proses industrilisasi pada tahap awal, yaitu sebesar 50% hingga 75%. Perkembangan usaha mikro dan kecil diawali dari IKRT (Industri Kecil Rumah Tangga) bergerak dalam industri garmen, sepatu, kerajinan tangan, maupun makanan yang bahan bakunya dari sektor pertanian.

Tahap kedua ditandai dengan bermunculan *workshop-workshop* yang sederhana yang menggantikan rumah sebagai lokasi. Pada tahap kedua ini, keberadaan usaha mikro dan kecil juga telah menjadi mata pencaharian pokok masyarakat. Demikian pula mengenai lokasi usaha, dimana pada tahap awal lokasi cenderung di pedesaan, namun pada tahap kedua ini, mulai tersebar ke daerah perkotaan baik *Urban* maupun *sub urban*. Perkembangan manajemen dan perluasan pasar, difusi inovasi dan adopsi teknologi makin meningkat. Selanjutnya perusahaan-perusahaan yang berskala kecil berkembang menuju skala ekonomi yang lebih besar dan makin meningkat kemampuan manajerial serta teknologi.

Tahap ketiga, industri mulai didominasi oleh skala menengah. Industri skala menengah sudah memiliki sistem produksi dan manajemen yang lebih efisien. Selain itu, Industri ini sudah mampu melakukan koordinasi yang lebih

baik sehingga memiliki akses yang lebih luas, mereka juga telah mengembangkan investasi dan infrastruktur. Selama tiga periode tersebut, para pemilik usaha telah mengalami proses pembelajaran (*learning process*) baik dalam sistem produksi maupun manajemen. Proses pembelajaran tersebut tentu sangat bermanfaat bagi perkembangan menuju industri besar. Dengan demikian tahap keempat adalah tumbuhnya industri yang berskala besar mampu menjadi *mature industry*.

Menurut Piore dan Sabel (1989), Teori modern memandang bahwa pentingnya eksistensi serta perkembangan usaha mikro dan kecil berkaitan dengan spesialisasi yang fleksibel dalam produksi dan ekspor. Usaha mikro dan kecil sangat penting dalam proses produksi dengan kemampuannya melakukan spesialisasi, maka terjadi keterkaitan (*linkage*) antara usaha mikro dan kecil dengan usaha besar. Hal ini sangat penting bagi perkembangan perekonomian secara keseluruhan dengan saling memberikan keuntungan, dalam hal ini posisi usaha mikro dan kecil sebagai penyedia *spare part* dan berbagai macam input bagi usaha berskala besar melalui pola sub kontrak.

Keterkaitan antara UMK dengan Usaha Besar mendukung teori *Flexible Specialization* yang berkembang tahun 1980-an. Teori ini menentang teori yang dikembangkan Anderson yang bernada pesimis dengan prediksi bahwa usaha mikro dan kecil makin menghilang ketika pembangunan ekonomi makin maju. Namun menurut teori *Flexible Specialization* justru beranggapan bahwa usaha mikro dan kecil makin penting dalam proses pembangunan ekonomi yang semakin maju (Tambunan, 2002). Selain keunggulan dalam spesialisasi produksi, teori modern

juga beranggapan bahwa usaha mikro dan kecil sebagai salah satu penggerak motor ekspor.

Noer Soetrisno (2004) menjelaskan sejumlah indikator yang menunjukkan usaha mikro dan kecil memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi adalah sebagai berikut :

1. Ketika pertumbuhan ekonomi mencapai 4,8% tahun 2000 dimana Usaha Besar (UB) belum bangkit, banyak pakar memperkirakan hal tersebut kontribusi dari usaha mikro dan kecil selain dari sektor konsumsi.
2. Hasil survei 1998 ketika awal krisis terhadap 225 ribu usaha mikro dan kecil di seluruh indonesia menunjukkan bahwa hanya 4 % saja usaha mikro dan kecil menghetikan bisnisnya, 64 % tidak mengalami perubahan omzet, 31% omzetnya menurun, dan bahkan 1 % justru berkembang.
3. Technical Assistant ADB pada tahun 2001 juga melakukan survei terhadap 500 ribu usaha mikro dan kecil di medan dan semarang yang memberikan hasil bahwa 78% usaha mikro dan kecil menjawab tidak terkena dampak krisis moneter.

2.1.1.3 Permasalahan yang Dihadapi Usaha Mikro dan Kecil (UMK)

Perkembangan usaha mikro dan kecil di indonesia tidak lepas dari berbagai macam masalah. Tingkat intensitas dan sifat dari masalah-masalah tersebut tidak bisa berbeda tidak hanya menurut jenis produk atau pasar yang dilayani, tetapi juga berbeda antar wilayah atau lokasi, antar sentra, antar sektor, atau subsektor atau jenis kegiatan, dan antar unit usaha dalam kegiatan atau

sektor yang sama (Tambunan,2002). Meski demikian masalah dasar yang dihadapi oleh usaha mikro dan kecil menurut Tambunan (2002) adalah:

1. Kesulitan pemasaran

Pemasaran sering dianggap sebagai salah satu kendala yang kritis bagi perkembangan usaha mikro dan kecil. Hasil studi lintas negara yang dilakukan James dan akrasanee (Tambunan, 2002) di sejumlah negara ASEAN menunjukkan bahwa termasuk *growth constraints* yang dihadapi oleh banyak Usaha Mikro Kecil Menengah (kecuali Singapura). Salah satu aspek yang terkait dengan masalah pemasaran adalah tekanan-tekanan persaingan, baik pasar domestik dari produk serupa buatan usaha besar dan impor, maupun pasar ekspor. Selain itu, terbatasnya informasi, banyak Usaha Mikro Kecil Menengah, khususnya yang kekurangan modal dan SDM serta yang berlokasi di daerah-daerah pedalaman yang relatif terisolir dari pusat informasi, komunikasi, dan transportasi, juga mengalami kesulitan untuk memenuhi standar-standar internasional yang terkait dengan produksi dan perdagangan.

2. Keterbatasan finansial

Usaha mikro dan kecil di Indonesia menghadapi dua masalah utama dalam aspek finansial : mobilisasi modal awal (*star-up capital*) dan akses kemodal kerja, seperti finansial jangka panjang untuk investasi yang sangat diperlukan untuk pertumbuhan output jangka panjang. Kendala ini disebabkan karena lokasi bank yang terlalu jauh bagi banyak pengusaha yang tinggal di daerah yang relatif terisolir, persyaratan terlalu berat, urusan administrasi terlalu bertele-tele,

dan kurang informasi mengenai skim-skim perkreditan yang ada dan prosedurnya.

3. Keterbatasan SDM

Keterbatasan SDM juga merupakan salah satu kendala serius bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia, terutama dalam aspek-aspek *enterpreunership*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *enginering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, *data processing*, teknik pemasaran, dan penelitian pasar. Keterbatasan ini menghambat usaha mikro dan kecil di Indonesia untuk dapat bersaing di pasar domestik maupun pasar internasional.

4. Masalah Bahan baku

Keterbatasan bahan baku (dan *input-input* lainnya) juga sering menjadi salah satu kendala serius bagi pertumbuhan *output* atau kelangsungan produksi bagi banyak usaha mikro dan kecil di Indonesia. Keterbatasan ini di karenakan harga bahan baku yang terlampau tinggi sehingga tidak terjangkau atau jumlahnya yang terbatas.

5. Keterbatasan teknologi

Usaha mikro dan kecil di Indonesia umumnya masih menggunakan teknologi lama atau tradisioanal dalam bentuk mesin-mesin tua atau alat-alat produksi yang sifatnya manual. Keterbatasan teknologi ini tidak hanya membuat rendahnya *total factor productivity* dan efesiensi di dalam proses produksi, tetapi juga rendahnya kualitas produk yang dibuat.

Ganewati (1997) menyebutkan bahwa permasalahan yang sering dihadapi oleh usaha mikro dan kecil dapat bersifat internal maupun eksternal. Secara internal kendala usaha mikro dan kecil adalah modal, teknologi, akses pasar, keterbatasan manajemen dan SDM serta informasi yang terbatas. Sedangkan faktor eksternal adalah kebijakan–kebijakan pemerintah yang tidak mendukung usaha mikro dan kecil, seperti praktek monopoli dan proteksi terhadap beberapa industri besar.

Menurut Haeruman (Hening, 2009), masalah yang dihadapi oleh usaha mikro dan kecil adalah :

1. Kualitas SDM, khususnya dalam hal kemampuan manajemen, organisasi dan teknologi.
2. Kompetensi kewirausahaan.
3. Akses yang lebih luas terhadap permodalan.
4. Informasi pasar yang transparan.
5. Faktor input produksi lainnya.

Dalam industri batik terdapat beberapa faktor produksi (*input*) yang mempengaruhi jumlah output industri batik, antara lain :

1. Kain Mori

Kain mori merupakan bahan dasar yang digunakan dalam proses produksi batik di kota Tegal terutama di kecamatan Tegal Selatan kelurahan Kalinyamat dan kelurahan Bandung. Pilihan menggunakan kain mori karena harga yang relatif dapat terjangkau oleh pengrajin batik, walaupun ada kain yang lebih bagus yaitu kain sutra yang harganya relatif mahal.

2. Malam

Malam merupakan bahan yang digunakan untuk membuat motif dan untuk lepa kain mori setelah motifnya jadi dan jika akan memberikan warna pada kain.

3. Obat pewarna (*Naptole*)

Naptole atau obat pewarna merupakan bahan yang digunakan untuk memberi warna yang diinginkan pada kain batik. Biasanya warna batik yang khas dari kota Tegal adalah warna-warna cerah.

4. Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan faktor produksi yang perlu diperhitungkan dalam proses produksi dalam jumlah yang cukup.

5. Teknologi

Teknologi berperan penting dalam suatu proses produksi. Keberadaan teknologi ini berguna untuk mempermudah dan mempercepat proses produksi.

6. Produksi

Hasil akhir dari suatu proses produksi adalah produk atau *output*. Untuk usaha industri batik tulis, produk yang dihasilkan adalah berupa kain batik yang siap jual. Ukuran produksi dari usaha industri batik adalah perpotong. Setiap pengusaha industri batik menjual produknya berdasarkan jumlah potong kain batik yang diproduksi. Kemudian harga kain batik yang dihasilkan oleh masing-masing pengusaha berbeda untuk setiap unitnya, tergantung kualitas kain batik yang dihasilkan, banyak warna perpotong

kain batik, dan motif yang ada di dalam kain batik tersebut. Sehingga pendapatan antar pengrajin batik itu berbeda.

2.1.2 Pengertian Industri

Industri adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang homogen, atau barang-barang yang mempunyai sifat saling mengganti yang erat (Hasibuan, 1993). Sedangkan menurut Dumairy (1995) istilah industri mempunyai dua arti. Pertama, industri dapat berarti himpunan perusahaan-perusahaan sejenis. Dalam konteks ini sebutan industri Batik, misalnya, berarti himpunan atau kelompok perusahaan penghasil batik. Kedua, industri dapat pula merujuk ke suatu sektor ekonomi yang di dalamnya terdapat kegiatan produktif yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi.

Sementara itu BPS (badan pusat statistik) mempunyai definisi lain mengenai industri, industri merupakan suatu usaha atau kegiatan ekonomi dengan tujuan menghasilkan dan atau menjual barang dan jasa, yang terletak atau menempati lokasi tersendiri dan bersifat menetap, mempunyai aktivitas dan catatan administrasi yang dapat dipisahkan dari kegiatan lain serta ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab penuh serta dapat menjamin kelangsungan usaha tersebut.

2.1.2.1 Pengertian Industri Batik

Menurut Hasibuan (1993), secara mikro pengertian industri adalah kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang-barang yang

homogen atau memiliki sifat mengganti yang erat. Sementara itu dalam konteks makro, industri adalah kegiatan yang menciptakan nilai tambah.

Batik adalah proses penulisan gambar atau ragam hias pada media apapun dengan menggunakan lilin batik (wax atau malam) sebagai alat perintang warna. Pada pembuatan *batik*, lilin batik (malam) diaplikasikan pada kain untuk mencegah penyerapan warna pada saat proses pewarnaan. Meskipun demikian, masyarakat awam mengenal batik sebagai kain yang memiliki corak dan motif yang khas. Dengan kata lain, orang awam mengenal *batik* sebagai motif, bukan sebagai teknik pembuatan kain.

Berdasarkan cara pembuatannya, batik dapat dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

1. Batik tulis

Proses penggambaran lilin batik pada kain menggunakan canting.

2. Batik cap

Proses penggambaran lilin batik pada kain menggunakan cap yang dibentuk sesuai dengan motif yang diinginkan.

3. Batik kombinasi cap tulis

Proses penggambaran malam pada pada kain menggunakan canting dan cap.

Jadi berdasarkan pengertian batik diatas, dapat disimpulkan bahwa industri batik tulis adalah perusahaan-perusahaan yang melakukan proses penggambaran atau penulisan dan pewarnaan pada kain dengan menggunakan lilin batik (wax atau malam) dan menjualnya.

Pekerjaan persiapan meliputi segala pekerjaan pada kain mori hingga siap dibuat batik seperti nggirah atau ngetel (mencuci), nganji (menganji), ngemplong (seterika). Sedangkan proses membuat batik meliputi pekerjaan pembuatan batik yang sebenarnya terdiri dari pembuatan motif, pelekatan lilin batik pada kain sesuai motif, pewarnaan batik (celup, colet, lukis atau painting, printing), yang terakhir adalah penghilangan lilin dari kain.

Gambar 2.1
Proses Produksi Batik Tulis



Sumber : Wawancara Dengan Narasumber (Pengusaha Batik Tulis)

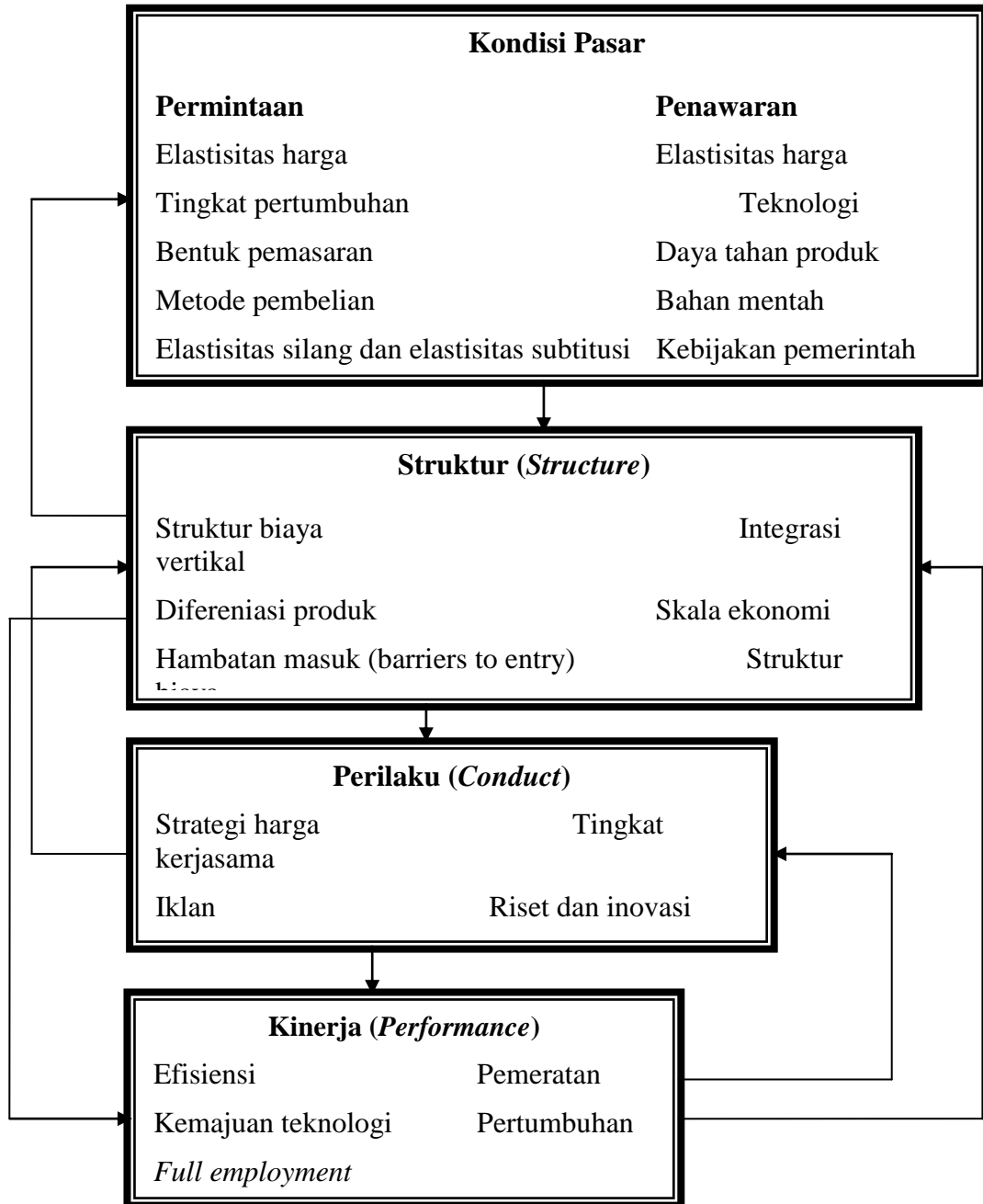
2.1.3 Pendekatan Structure-Conduct-Performance (SCP)

Model Struktur-Perilaku-Kinerja (*Structure-Conduct-Performance*) untuk membahas organisasi industri pada awalnya menggunakan kesimpulan dari analisis mikroekonomi. Dalam paradigma struktur-perilaku-kinerja ini sangat

bergantung kepada perilaku pembeli dan penjual (permintaan dan penawaran). Perilaku ini bergantung kepada struktur pasar yang pada gilirannya struktur pasar dipengaruhi oleh kondisi-kondisi dasar atau awal. Dari kondisi awal ini yang kemudian akan mempengaruhi struktur-perilaku-kinerja para pelaku yang ada di dalamnya dengan melalui tahapan masing-masing yang dilalui.

Hubungan paling sederhana dari ketiga variabel tersebut adalah hubungan linear dimana struktur mempengaruhi perilaku, kemudian perilaku mempengaruhi kinerja. Namun dalam dunia nyata hubungan yang terjadi tidaklah sesederhana sebagaimana dibayangkan. Struktur dan perilaku pasar akan sangat banyak dipengaruhi kondisi awal yang dimiliki oleh pasar. Struktur akan mempengaruhi perilaku, tetapi perilaku juga akan memberikan pengaruh kepada struktur. Struktur dan perilaku kemudian akan bersama-sama mempengaruhi kinerja pasar. Selanjutnya kinerja pasar yang terbentuk juga akan memberikan pengaruh terhadap kondisi pasar, dan kemudian kinerja pun akan memberikan pengaruh balik terhadap struktur pasar dan kondisi awal yang ada. Dalam perkembangannya hubungan tersebut menjadi suatu kerangka yang timbal balik dan saling mempengaruhi. Hubungan struktur-perilaku-kinerja tersebut dapat di gambarkan sebagai berikut (Gambar 2.2)

Gambar 2.2
Hubungan Keterkaitan Struktur-perilaku-kinerja (S-C-P)



Sumber : Jaya, 2001

2.1.4 Struktur Pasar

Menurut Lipsey (1996). Struktur pasar merupakan istilah yang mengacu pada semua aspek yang dapat mempengaruhi perilaku dan kinerja perusahaan atau industri di suatu pasar, misalnya, jumlah perusahaan atau industri di pasar, atau jenis produk yang mereka jual. Struktur pasar juga dapat menggambarkan pangsa pasar dari suatu perusahaan-perusahaan. Untuk memperluas pangsa pasar, suatu perusahaan menghadapi sejumlah rintangan. Setiap struktur pasar berada di antara monopoli (pangsa pasar yang tinggi dan rintangan untuk masuk tinggi (*entry*) dan persaingan murni (pangsa pasar kecil dan rintangan masuk rendah) (Jaya, 2001). Para ahli ekonomi memusatkan perhatian pada empat struktur pasar teoritis yang mencakupi sebagian besar keadaan aktual untuk menyerdahkan analisis struktur pasar. Struktur pasar ini dinamakan persaingan sempurna, monopoli, persaingan monopolistik, dan oligopoli. Untuk lebih jelasnya mengenai struktur pasar tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.2 di bawah ini :

Tabel 2.2
Ciri-ciri Tipe Pasar

Ciri-ciri	Monopoli	Oligopoli	Persaingan Sempurna atau murni	Persaingan Monopolistik
Kondisi Utama	Memiliki 100% pangsa pasar	Gabungan beberapa perusahaan yang mempunyai pangsa pasarnya 60% s atau d 100%	Tidak ada satupun pesaing yang memiliki pangsa pasar yang berarti	Banyak pesaing efektif tidak memiliki pangsa pasar lebih dari 10%
Herfindel indeks	$HI = 10000$	$1000 < HI < 2500$	$HI < 100$	$100 < HI < 1000$
Jumlah produsen	Satu	Sedikit	Sangat banyak	Banyak
Halangan masuk (Entry atau exit barrier)	Sangat tinggi	Tinggi	Sangat rendah	Rendah
Jenis produk	Heterogen	Homogen atau heterogen	Homogen	Heterogen
Profit	Berlebih	Agak berlebih	Normal	Normal
Efisiensi	Kurang baik	Kurang baik	Baik	Cukup baik
Informasi	Sangat terbatas	Terbatas	Terbuka	Cukup terbuka

Sumber : Diolah Dari Berbagai Sumber

Pasar monopoli terdiri dari satu produsen yang menguasai pangsa pasar keseluruhan atau sebesar 100% dan memiliki hambatan masuk yang sangat tinggi karena produsen yang menguasai pasar tersebut akan berusaha keras agar tidak ada pesaing pada pasar yang dipimpinnya. Sedangkan pada pasar oligopoli

terdapat beberapa pelaku usaha yang memimpin pasar dengan pangsa pasar gabungannya sebesar 60%-100%. Hambatan masuknya cukup tinggi dan informasi yang diterima terbatas. Para oligopolis juga bertindak sebagai monopolis terutama jika mereka melakukan kerja sama sehingga efisiensinya menjadi kurang baik.

Pasar persaingan sempurna atau murni setiap produsen tidak memiliki pangsa pasar yang berarti. Dengan hambatan masuk yang rendah dan informasi yang terbuka maka para pesaing potensial dapat mudah memasuki pasar. Sedangkan pasar monopolistik terdiri dari banyak produsen dimana banyak pesaing yang efektif dan tidak ada satu pun yang memiliki pangsa pasar diatas 10%. Para produsen menjual produknya dengan karakteristik yang berbeda-beda dan dapat menjualnya dengan harga yang diinginkan. Hambatan masuk dan informasinya cukup terbuka sehingga tingkat persaingannya tinggi dan efisiensinya cukup baik. Struktur pasar merupakan suatu pokok bahasan yang kompleks, dengan sejumlah konsep yang terpadu serta dibutuhkan banyak data untuk mengevaluasinya (Jaya, 2001).

Perbedaan struktur pasar yang ada dapat terjadi karena (Legowo, 1996) :

1. Adanya perbedaan dalam tingkat konsentrasi antara penjual dengan pembeli yang diukur dari jumlah penjual dan pembeli yang termasuk dalam pasar tersebut.
2. Tingkat mobilitas sumber daya, dapat diketahui melalui kemudahan produk perusahaan untuk masuk ke dalam pasar atau ada hambatan masuk dalam industri (*barriers to entry*).

3. Sifat-sifat produk yang ditawarkan, homogen atau heterogen.
4. Kemampuan perusahaan dalam menguasai atau memproduksi sendiri bahan-bahan (input) untuk produksi serta kemampuan dalam menguasai saluran distribusi dari produk yang dihasilkan (*integrasi vertikal*).
5. Tingkat kekuatan perusahaan dalam menguasai sejumlah pasar dari produk yang dihasilkan yang telah terdiferensiasi.
6. Tingkat pengetahuan dari pelaku ekonomi (perusahaan, pemasok, konsumen) terhadap harga dan biaya produksi.

2.1.4.1 Pangsa Pasar

Menurut Jaya (2001), pangsa pasar dapat juga diartikan sebagai persentase perusahaan dari total pendapatan industri yang dapat diukur dari 0 persen hingga 100 persen. Pangsa pasar yang besar biasanya menandakan kekuatan pasar yang besar, sebaliknya pangsa pasar perusahaan yang kecil berarti perusahaan tidak mampu bersaing dalam tekanan persaingan. Seperti halnya struktur pasar lainnya, peranan pangsa pasar adalah sebagai sumber kekuatan bagi suatu perusahaan. Hipotesa umum mengatakan adanya hubungan antara tiap pangsa pasar perusahaan dengan tingkat keuntungannya (Jaya, 2001).

2.1.4.2 Konsentrasi

Menurut Jaya (2001), konsentrasi merupakan kombinasi pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan oligopolis di mana mereka menyadari adanya suatu ketergantungan. Kelompok perusahaan ini terdiri dari 2 sampai 8 perusahaan,

dimana kombinasi pangsa pasar mereka akan membentuk suatu tingkat pemusatan dalam pasar.

Alat yang digunakan untuk mengukur konsentrasi perusahaan adalah *Concentration Ratio (CR4)*, yaitu alat ukur paling sederhana yang digunakan untuk mengukur tingkat konsentrasi dari perusahaan-perusahaan yang memiliki pangsa pasar terbesar.

$$CR4 = \frac{\text{Jumlah Penjualan 4 Perusahaan terbesar}}{\text{Jumlah Penjualan Dalam Industri}} \times 100\%$$

Nilai CR4 yang dihasilkan antara nol sampai dengan satu. Semakin besar nilai CR4 yang dihasilkan maka struktur pasar semakin monopoli, sebaliknya jika nilainya semakin kecil (mendekati nol) maka persaingan sempurna (Jaya, 2001). Rasio konsentrasi yang standar memerlukan data mengenai ukuran pasar secara keseluruhan dan ukuran perusahaan-perusahaan yang memimpin pasar. Rasio konsentrasi merupakan pengukuran serba guna mengenai derajat kompetisi yang paling baik karena pengukuran ini lebih jelas daripada pengukuran yang lain dan mempunyai pengertian yang lebih mantap (Jaya, 2001).

2.1.4.3 Hambatan Masuk

Ada beberapa hal umum mengenai hambatan memasuki suatu pasar yang harus dipahami. Pertama, hambatan-hambatan timbul dalam kondisi pasar yang mendasar, tidak hanya dalam bentuk perangkat yang legal maupun dalam bentuk kondisi-kondisi yang berubah dengan cepat. Kedua, hambatan dibagi dalam tingkatan mulai dari tanpa hambatan sama sekali (“bebas masuk”), hambatan rendah, sedang sampai tingkatan tinggi di mana tidak ada jalan lagi untuk masuk.

Ketiga, hambatan merupakan sesuatu yang kompleks. Peranan hambatan untuk masuk suatu pasar masih diperdebatkan (Jaya, 2001).

Hal lain yang dapat dijadikan faktor hambatan masuk adalah dengan pengukuran *Minimum Efficiency Scale* (MES). Jika MES relatif besar terhadap pasar maka perusahaan baru tidak dapat membuka pabrik yang beroperasi secara efisien tanpa meningkatkan output industri. Perusahaan yang memasuki pasar dengan kondisi di bawah MES tidak akan sanggup bersaing dengan perusahaan yang telah ada di pasar.

Beberapa ukuran yang dapat dijadikan proksi bagi MES yaitu output dari perusahaan terbesar, ukuran rata-rata dari seluruh perusahaan yang ada pada kelas distributor tinggi dan ukuran rata-rata dari beberapa perusahaan yang terbesar yang menguasai 50 persen output industri atau MES adalah output perusahaan atau industri sebagai prosentase dari total output industri (Herawati dan Wahyudi, 2005).

2.1.4.4 Pasar Persaingan Monopolistik

Menurut Jaya (2001) persaingan monopolistik adalah suatu jenis pasar yang mempunyai sifat-sifat sebagai berikut :

1. Banyak perusahaan dan pembeli

Pasar terdiri dari sejumlah besar perusahaan dan pembeli yang bertindak secara bebas.

2. Pasar yang bebas masuk dan keluar

Pasar yang mempunyai hambatan yang cukup rendah bagi perusahaan baru masuk ke pasar atau perusahaan-perusahaan yang sudah ada di dalam pasar tersebut untuk ke luar.

3. Adanya perbedaan produk

Produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersaing memiliki perbedaan dalam satu atau lebih hal antara satu produk dengan yang lainnya. Sehingga dalam hal ini berarti konsumen bisa mengembangkan pilihan atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perbedaan produk ini bisa terjadi karena (a) produk itu sendiri yang berbeda secara fisik atau citra mereknya dan perbedaan-perbedaan yang diciptakan melalui iklan dan promosi penjualan (misalnya berbagai merek roti serta baju) atau (b) lokasi para perusahaan (misalnya toko kebutuhan sehari-hari dan hotel atau restoran yang lebih baik saling berdekatan).

4. Perusahaan akan mendapatkan laba diatas normal dalam jangka pendek.

Dalam jangka panjang, laba diatas normal akan menarik perusahaan-perusahaan baru untuk memasuki pasar, yang kemudian mengakibatkan volume penjualan akan turun pada tingkat harga yang berlaku. Proses masuknya perusahaan baru akan berlangsung sampai laba lebih yang diperoleh sebelumnya tidak ada lagi. Posisi laba yang normal dari perusahaan untuk jangka panjang adalah sama dengan posisi keseimbangan jangka panjang perusahaan tersebut dalam persaingan sempurna.

Persaingan monopolistik akan menghasilkan kinerja pasar yang kurang efisien bila dibandingkan dengan persaingan sempurna. Khususnya bagi perusahaan monopolistik yang bersaing untuk memproduksi tingkat output yang lebih rendah dan menjual output tersebut dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga-harga output perusahaan yang bersaing secara sempurna.

2.1.5 Perilaku Pasar (Conduct)

Perilaku pasar merupakan suatu pola tindakan dan kegiatan yang dilakukan perusahaan atau industri dalam kapasitasnya sebagai produsen atau penjual dan pembeli barang dan jasa agar tujuannya tercapai. Ada beberapa elemen yang menentukan perilaku pasar, yaitu :

1. Tujuan perusahaan (*Firm Objectivitas*) atau industri. Misalnya : laba, target pertumbuhan perusahaan atau industri.
2. Cara berkompetisi yang dilakukan perusahaan atau industri untuk mencapai tujuannya, terutama dalam kebijakan menentukan harga, besarnya produksi, adanya diferensiasi produk yang dihasilkan.
3. Pengaturan perilaku perusahaan atau industri. Seberapa jauh diperkenankan adanya persaingan antara perusahaan-perusahaan atau industri dalam pasar. Kemungkinan terjadinya koordinasi di antara perusahaan dalam menentukan harga dan melakukan kolusi secara terang-terangan (*kartel*) atau secara diam-diam (*price leadership*).

Menurut Jaya (2001), perilaku perusahaan atau industri menjadi subjek yang menarik untuk di analisis hanya jika persaingan yang terjadi tidak sempurna,

akan berbeda jika yang terjadi pasar persaingan sempurna. Pada pasar persaingan tidak sempurna, ada insentif bagi perusahaan atau industri untuk melakukan promosi, mengamati tindakan pesaing, melakukan kolusi atau kerjasama, atau berusaha menghalangi masuknya perusahaan baru.

2.1.5.1 Diferensiasi Produk

Diferensiasi produk adalah salah satu perilaku yang sering dilakukan oleh perusahaan atau industri untuk menghasilkan sesuatu yang berbeda atas produk yang dihasilkan dan tujuan utama dari diferensiasi adalah agar suatu barang yang dihasilkan menjadi lebih sukar dicari substitusinya. Persaingan juga akan berjalan dengan sempurna apabila pembeli dapat membandingkan barang yang satu dengan yang lainnya. Barang-barang didiferensiasi maka akan terjadi persaingan yang kurang kompetitif. Perbandingan produk yang satu dengan yang lain menjadi sulit dilakukan karena memang berbeda. Pembeli menjadi tertarik pada suatu produk tertentu.

Menurut Jaya (2001), Suatu perusahaan atau industri tidak dapat bertahan hidup tanpa menciptakan produk baru. Karena produk yang sebelumnya dihasilkan akan menjadi semakin dewasa dan pada suatu saat nanti akan mengalami penurunan sehingga layak digantikan. Hal ini terjadi karena sebuah produk memiliki siklus, yang dibagi menjadi empat fase, yaitu pengenalan (*introduction*), pertumbuhan (*growth*), kedewasaan (*maturity*) dan penurunan (*decline*).

Perilaku pasar menggambarkan tindakan-tindakan perusahaan atau industri sebagai akibat dari struktur pasar yang dihadapi. Perilaku pada penelitian ini dapat

dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu : perilaku dalam strategi harga dan perilaku dalam strategi produk (*diferensiasi*).

2.1.5.2 Capital To Labour Ratio (CLR)

Salah satu variabel yang dapat digunakan dalam melihat perilaku dalam industri adalah *Capital to Labour Ratio* (CLR). CLR adalah pengukuran terhadap besarnya penggunaan pengeluaran untuk modal dan pengeluaran untuk tenaga kerja. CLR digunakan untuk melihat teknik produksi yang digunakan dalam suatu industri. Jadi apabila semakin besar rasio modal terhadap pengeluaran tenaga kerja maka industri tersebut cenderung padat modal (nilai CLR besar). Begitu juga sebaliknya, apabila nilai pengeluaran untuk tenaga kerja semakin besar, maka industri tersebut cenderung padat karya (nilai CLR kecil). dengan hal ini pada akhirnya dapat dilihat bagaimana perilaku yang terjadi pada industri yang diteliti.

Perhitungan nilai *Capital to Labour Ratio* akan diawali dari teori produksi yang selalu dieratkan dengan mazhab klasik. Masalah produksi akan disederhanakan dalam sebuah fungsi produksi. Fungsi produksi yang digunakan oleh mazhab klasik adalah fungsi produksi Cobb-Douglas. Asumsi dasar yang digunakan dalam fungsi produksi ini adalah input terdiri dari modal dan tenaga kerjadan kondisi *Constan Return to Scale* terjadi. Selain itu mobilisasi sumber daya dianggap lancar.

$$Y = K^{\alpha} L^{1-\alpha} \dots 2.1$$

Menurut mazhab klasik, kondisi efisiensi tercipta ketika nilai MPK dan MPL memenuhi persyaratan :

$$w = p \times MPL \quad \dots\dots 2.2$$

$$r = p \times MPK \quad \dots\dots 2.3$$

namun pada nyatanya perhitungan mengenai nilai marjinal tidaklah semudah yang diperkirakan seperti model klasik di atas. Oleh karena itu dengan sedikit modifikasi matematis, model tersebut disederhanakan menjadi seperti berikut :

$$MPK = \frac{\partial y}{\partial K} = \alpha K^{\alpha-1} L^{1-\alpha} \quad \dots\dots 2.4$$

$$MPL = \frac{\partial y}{\partial L} = (1-\alpha) K^{\alpha} L^{-\alpha} \quad \dots\dots 2.5$$

Dengan modifikasi persamaan tersebut, maka nilai w dan r dapat ditulis sebagai berikut :

$$r = p \times \alpha K^{\alpha-1} L^{1-\alpha} \quad \dots\dots 2.6$$

$$w = p \times (1-\alpha) K^{\alpha} L^{-\alpha} \quad \dots\dots 2.7$$

sehingga biaya total untuk produksi adalah penjumlahan atas keduanya, menghasilkan bentuk persamaan :

Total biaya = total biaya modal + total biaya tenaga kerja

$$P \times K^{\alpha} L^{1-\alpha}$$

Dengan diketahuinya biaya total maka besarnya *Capital share* dan *Labour Share* dapat diketahui :

$$\text{Share biaya kapital} = \frac{\text{Biaya kapital}}{\text{Biaya total}} = \alpha \quad \dots\dots 2.8$$

$$\text{Share Biaya Tenaga Kerja} = \frac{\text{Biaya T.K}}{\text{Biaya Total}} = 1 - \alpha \dots\dots 2.9$$

Diketahuinya masing-masing komponen maka besar rasio biaya modal terhadap biaya tenaga kerja dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\frac{w}{r} = \frac{p \times (1-\alpha) K^\alpha}{p \times \alpha K^{\alpha-1} L^{1-\alpha}}$$

$$\frac{w}{r} = \frac{1-\alpha}{\alpha} \frac{K}{L} = \frac{\text{Share Biaya Modal}}{\text{Share Biaya T.K}}$$

Nilai persamaan diatas yaitu bahwa besarnya nilai rasio modal terhadap tenaga kerja (CLR), merupakan representasi dari besarnya biaya yang dikeluarkan untuk modal perbiaya untuk pengeluaran tenaga kerja.

2.1.6 Kinerja Pasar (Performance)

Kinerja adalah hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri. Kinerja dalam kaitannya dengan ekonomi memiliki banyak aspek tetapi para ekonom biasanya memusatkan hanya pada tiga aspek pokok yaitu efisiensi, kemajuan teknologi dan kesimbangan dalam distribusi (Jaya, 2001).

Efisiensi mempunyai dua bagian utama, yaitu efisiensi internal dan efisiensi alokasi. Tingkat efisiensi internal menggambarkan suatu perusahaan yang dikelola dengan baik. Efisiensi ini diukur dengan perbandingan nilai tambah dan nilai input setiap perusahaan. Sedangkan efisiensi alokasi menggambarkan alokasi sumber daya ekonomi sedemikian rupa sehingga tidak ada lagi perbaikan dalam memproduksi yang dapat menaikkan nilai output.

Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang membantu industri dalam membuat karya baru serta meningkatkan produktivitas suatu produksi barang guna memperbesar keuntungan penjual atau pembeli. Sementara keseimbangan dalam industri dilihat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi harapan-harapan serta penghargaan yang nyata dan bernilai.

Kinerja juga dapat dilihat dari pola keuntungan yang didapat perusahaan-perusahaan dalam industri. Pola keuntungan ini dapat digambarkan oleh *Price Cost-Margin (PCM)*. Pola PCM ini dapat diperoleh dengan membagi antara nilai tambah terhadap nilai barang jadi (output yang dihasilkan). Tingkat PCM yang tinggi hanya dapat tercipta jika terdapat *monopoly power* atau rasio konsentrasi yang tinggi.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai Struktur-Perilaku-Kinerja dari suatu industri telah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Meskipun begitu penelitian tersebut meneliti industri yang berbeda-beda dan penelitian ini juga meneliti industri yang berbeda pula dengan penelitian sebelumnya. Dua diantaranya adalah penelitian dengan judul “Analisis *Structure-Conduct-Performance* industri pakaian jadi (GARMEN) di Indonesia” yang telah dilakukan oleh Ryan Febriyanti (2006) kemudian mengenai industri susu dengan judul “Analisis Faktor- Faktor Penentu Tingkat Profitabilitas Perusahaan Di Sektor Industri Manufaktur Di Indonesia (Studi kasus Industri Batik)” yang telah dilakukan oleh Nita Herawati dan M. Wahyudi (2007).

Hasil penelitian Ryan (2006) menunjukkan bahwa struktur pasar industri garmen di Indonesia adalah pasar persaingan monopolistik. Produk yang dihasilkan heterogen. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian itu adalah antara lain : CR4 sebagai ukuran dari struktur pasar, x-efisiensi dan *Price Cost-Margin* (PCM) sebagai ukuran kinerja. Selain itu variabel pertumbuhan industri dan produktivitas juga dilibatkan dalam penelitian tersebut. Rata-rata nilai konsentrasi rasio pada industri tersebut sebesar 16,22 persen dan tingkat *Barrier to entry* pada industri tersebut adalah rendah. Nilai PCM yang dihitung pada periode 1983-2003 rata-rata bernilai 24,9 persen yang menunjukkan tingkat keuntungan industri yang relatif besar.

Hasil estimasi variabel yang digunakan menghasilkan nilai CR4 yang berpengaruh negatif terhadap PCM. Hal tersebut diduga karena persaingan yang ketat di industri garmen menjadikan kesempatan untuk mendapatkan laba yang besar semakin kecil. Sementara itu variabel x-efisiensi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap PCM. Artinya semakin besar kemampuan dalam melakukan efisiensi maka semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan. Variabel pertumbuhan yang digunakan pada penelitian tersebut menghasilkan perhitungan positif yang artinya pertumbuhan memberikan pengaruh yang searah dengan nilai keuntungan yang direpresentasikan oleh PCM.

Penelitian lain dilakukan oleh Nita Herawati dan M. Wahyudin (2007) mengenai industri batik di Indonesia dengan menggunakan beberapa variabel penelitian yang sedikit berbeda. Pada penelitian ini variabel-variabel yang digunakan adalah P-T atau SE yaitu profit setelah pajak sebagai persentase dari

total equity yang merupakan variabel terikat yang merupakan indikator dari tingkat keuntungan. Rasio konsentrasi perusahaan terbesar dan MES sebagai variabel bebas yang digunakan untuk indikator struktur pasar, ASR (*Advertising Sales Ratio*) sebagai variabel bebas untuk indikator perilaku, dan variabel pertumbuhan.

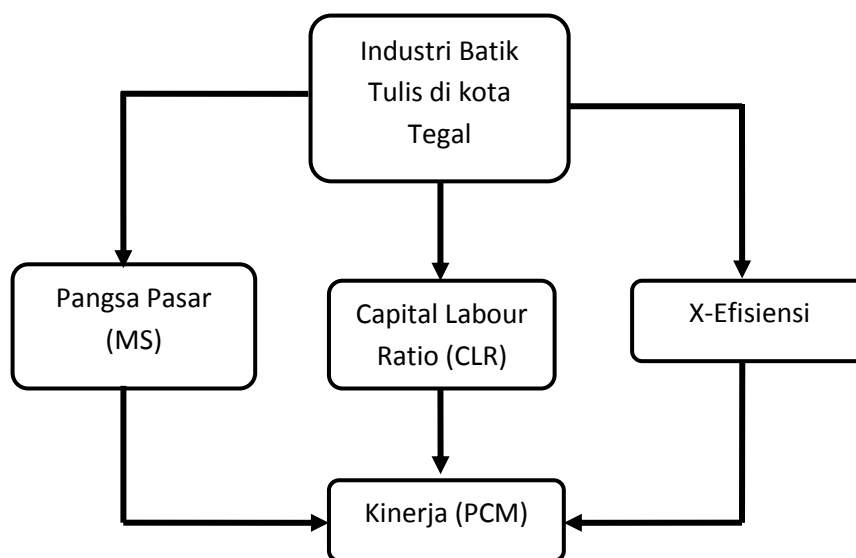
Hasil estimasi yang dilakukan pada penelitian tersebut menunjukkan nilai positif dan signifikan terhadap variabel yang diujikan. Variabel MES memberikan pengaruh signifikan terhadap tingkat keuntungan dengan nilai koefisien 0,66 yang artinya kenaikan produksi sebesar 1 persen akan mampu menaikkan keuntungan sebesar 0,66 persen. Variabel konsentrasi perusahaan memberikan pengaruh signifikan terhadap keuntungan dimana kenaikan 1 persen tingkat konsentrasi industri akan meningkatkan keuntungan sebesar 0,185 persen. Variabel ASR berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat keuntungan, dimana 1 persen kenaikan biaya advertensi akan meningkatkan keuntungan sebesar 2,33 persen pada penelitian tersebut. Variabel pertumbuhan juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat keuntungan. Kenaikan 1 persen jumlah pertumbuhan akan mendorong peningkatan keuntungan sebesar 0,058 persen. Hasil kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian tersebut adalah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut memberikan hasil yang signifikan terhadap variabel terikat dan sesuai dengan teori yang ada.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Di dalam kerangka pemikiran penelitian yang menggunakan pendekatan Struktur-Conduct-performance akan banyak melihat keterkaitan antar variabel

pada sektor industri. Keterkaitan antar variabel pada sektor industri adalah keterkaitan hubungan antara struktur (*structure*), perilaku (*Conduct*), dan kinerja (*performance*). Ketiga unsur tersebut saling berinteraksi, struktur pasar akan mempengaruhi perilaku dan kinerja dari pasar tersebut. Sebaliknya, perilaku pasar dapat mempengaruhi struktur dan kinerja pasar. demikian pula kinerja pasar dapat mempengaruhi struktur dan perilaku pasar. Pada penelitian ini terlebih dahulu akan menganalisa struktur pasar dan perilaku industri, kemudian menganalisa kinerja industri. Tujuannya adalah untuk menganalisa apakah terdapat suatu kesesuaian hubungan yang tercipta antara struktur dengan perilaku pada industri yang dapat mempengaruhi kinerja dari industri batik di kota Tegal.

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3 Bagan Kerangka pemikiran

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dan teori-teori yang mendasari penelitian ini, maka hipotesis yang disusun adalah :

1. Diduga terdapat hubungan positif antara pangsa pasar perusahaan dengan nilai keuntungan (PCM) pada industri batik di kota Tegal.
2. Diduga terdapat hubungan positif antara CLR dengan nilai keuntungan (PCM) pada industri batik di kota Tegal.
3. Diduga terdapat hubungan positif antara nilai efisiensi internal dengan nilai keuntungan (PCM) pada industri batik di kota Tegal.

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kasus (case study) yang menganalisis struktur – perilaku – kinerja pada industri batik tulis di kota Tegal. Metode penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini merupakan gambaran dan prosedur pengumpulan data yang diperlukan untuk menguji hipotesis. Di sini akan diuraikan mengenai definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang akan digunakan

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Sesuai dengan variabel yang akan diamati maka variabel penelitian dan definisi operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut :

3.1.1 Struktur Pasar (*Market Structure*)

3.1.1.1 Pangsa Pasar (*Market Share*)

Setiap perusahaan memiliki pangsa pasarnya sendiri yang berkisar antara 0 persen hingga 100 persen dari total penjualan seluruh perusahaan. Seperti halnya struktur pasar lainnya, peranan pangsa pasar adalah sebagai sumber kekuatan bagi suatu perusahaan. Pangsa pasar menggambarkan keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil penjualannya.

$$MS_i = \frac{S_i}{S_{total}} \times 100\% \quad 3.1$$

- ket. : MS_i = pangsa pasar perusahaan i (%)
- s_i = total penjualan perusahaan i
- S_{total} = total penjualan seluruh perusahaan

3.1.2 Perilaku Pasar (Market Conduct)

Capital to Labour Ratio merupakan variabel yang sering digunakan untuk melihat perilaku para pelaku usaha dalam suatu industri, yaitu suatu ukuran yang menghitung besarnya kecenderungan dari teknik yang digunakan dalam proses produksi. Perusahaan akan dinilai sebagai perusahaan yang cenderung padat modal ataukah padat tenaga kerja. Dengan kondisi yang berbeda itu tentu saja akan memberikan pengaruh yang berbeda terhadap perilaku masing-masing pelaku usaha.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung nilai CLR, yaitu dengan membagi besarnya pengeluaran untuk modal terhadap pengeluaran untuk tenaga kerja.

$$CLR = \frac{\text{Share Biaya Modal}}{\text{Share Biaya Tenaga Kerja}} \quad 3.2$$

3.1.3 Kinerja Pasar (Market Performance)

Untuk menjelaskan kinerja suatu industri dilakukan dengan menggunakan analisis efisiensi internal atau efisiensi-X dan *Price-Cost Margin* (PCM). Efisiensi internal menunjukkan kemampuan perusahaan dalam kemampuan suatu industri dalam menekan biaya produksi yang harus dikeluarkan. Semakin efisien suatu perusahaan, semakin besar pula keuntungan yang akan diperoleh. Untuk

mengukur tingkat efisiensi internal adalah dengan membagi nilai tambah dengan nilai total biaya produksi perusahaan tersebut.

$$X\text{-Eff} = \frac{TR - TC}{TC} \quad 3.3$$

Ket : Nilai Tambah = TR – TC
 Nilai Output = TR (Total Revenue)
 Biaya input = TC (Total Cost)

Nilai tambah diperoleh dengan mengurangi biaya input terhadap nilai outputnya. Nilai output itu sendiri adalah nilai dari seluruh barang dan jasa atau disebut juga sebagai produk yang dihasilkan oleh sektor-sektor produksi dengan memanfaatkan faktor produksi yang tersedia seperti tenaga listrik yang dijual, jasa industri, keuntungan jual beli, penambahan stok barang jadi dan penerimaan lain.

Sementara itu biaya input yang digunakan dalam penelitian memiliki pengertian yang dikelompokkan menjadi dua yaitu :

- Input antara adalah seluruh biaya yang dikeluarkan untuk barang dan jasa yang digunakan habis dalam proses produksi (bahan baku, bahan penolong, jasa perbankan).
- Input primer adalah biaya yang timbul sebagai akibat dari pemakaian faktor produksi dalam suatu kegiatan ekonomi antara lain tenaga kerja, tanah, modal dan kewirausahaan. Contoh : upah gaji, surplus usaha, penyusutan barang modal, dan pajak tidak langsung netto.

Variabel yang digunakan sebagai indikator kinerja yang berikutnya adalah proksi dari keuntungan *Price-Cost Margin* (PCM). PCM dinyatakan sebagai indikator kemampuan perusahaan untuk meningkatkan harga diatas biaya

produksi. PCM diperoleh dengan membagi selisih antara total revenue yang dikurangi nilai total biaya produksi dengan total revenuena. Tingkat PCM yang tinggi umumnya dapat tercipta jika terdapat rasio konsentrasi pasar yang tinggi. PCM (Indeks Lerner) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{PCM} = \frac{\text{TR} - \text{TC}}{\text{TR}} \quad 3.4$$

Sumber : Lipczynki (2005)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Mudrajat Kuncoro (2003) populasi mempunyai arti yaitu kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajari atau menjadi objek penelitian. Penelitian ini dilakukan di kota Tegal meliputi seluruh sentra industri batik di kota Tegal khususnya kelurahan Kalinyamat Wetan dan kelurahan Bandung, kecamatan Tegal Selatan. Dua kelurahan ini merupakan pusat sentra industri batik tulis di kota Tegal. Jumlah populasi dari industri batik di daerah ini adalah 115 unit pengusaha batik dengan rincian 53 perusahaan terdapat di kelurahan Kalinyamat Wetan, 35 perusahaan di kelurahan Bandung dan sisanya sebesar 27 perusahaan batik tersebar di kelurahan lain yang masih dalam kecamatan Tegal Selatan (Data Base IRT Disperindagkop Kota Tegal, 2007).

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diteliti. Sedangkan sampling yaitu suatu cara pengumpulan data yang sifatnya tidak menyeluruh, artinya tidak mencakup seluruh objek akan tetapi hanya sebagian dari populasi saja, yaitu hanya mencakup sampel yang diambil dari populasi tersebut (Supranto, 2003).

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu dengan tiap populasi diberikan nomor dan kemudian sampel yang diinginkan ditarik secara acak, baik menggunakan *random number* atau dengan undian biasa, sehingga dari populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih (Supranto, 2003).

Penentuan ukuran pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan ukuran 30% dari jumlah populasi yang diteliti. Berdasarkan Data Base IKM Disperindagkop terdapat 115 perusahaan sebagai populasi. Sehingga 30% dari jumlah populasi adalah 35. Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 35 perusahaan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah merupakan data primer. Data Primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan pengusaha industri batik di kota Tegal dan dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan. Data statistik yang diestimasi adalah data *cross section* dan akan diolah dengan menggunakan software E-Views. Sedangkan data penunjang merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan yang berasal dari perpustakaan FE UNDIP berbagai sumber baik dari buku, laporan, jurnal, hasil

penelitian maupun lembaga atau instansi terkait dalam penelitian ini, antara lain BPS Propinsi Jawa Tengah, BPS kota Tegal, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Propinsi Jawa Tengah, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Tegal dan lain-lain.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan untuk penelitian ini adalah dengan menggunakan metode wawancara dan metode dokumentasi.

3.4.1 Metode Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan cara mewawancarai langsung secara sepihak semua pengusaha batik di kota Tegal yang dilaksanakan secara sistematis dan berdasarkan tujuan penelitian. Wawancara dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan sebagai panduan wawancara (*interview guide*) yang telah disusun sebelumnya.

3.4.2 Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan metode studi pustaka yaitu mengadakan survei terhadap data yang telah ada dan menggali teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini serta mencari metode dan teknik penelitian yang sesuai dari berbagai macam publikasi yang mendukung penelitian.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Hubungan antar Variabel dalam Penelitian

Hubungan antar variabel dalam penelitian ini akan dapat dilihat dengan menggunakan analisis regresi linear. Jenis regresi yang akan digunakan dalam

penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan metode Ordinary Least Squared (OLS). Pemilihan metode OLS untuk meramalkan model disebabkan oleh mudahnya penggunaan serta pendeskripsian hasil dari regresi. Disamping itu metode ini juga lebih sederhana jika dibandingkan dengan metode lain. Metode ini juga salah satu metode yang cukup sering digunakan para peneliti dibidang ekonomi untuk melihat hubungan antar variabel-variabel ekonomi.

Variabel terikat dalam model ini adalah proksi dari keuntungan suatu industri yaitu PCM (%). Variabel bebas yang digunakan adalah pangsa pasar perusahaan, CLR, efisiensi-X. Penggunaan variabel PCM sebagai proksi keuntungan telah digunakan oleh Collins dan Preston pada tahun 1968 kemudian digunakan pula oleh Shepherd pada tahun 1972 dan kini semakin banyak digunakan dalam penelitian-penelitian ilmiah (Ryan Febriyanti, 2005).

Model penelitian yang penulis gunakan mengacu pada penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Riyan Febriyanti (2006). Adapun model penelitian acuan tersebut adalah sbb :

$$PCM = \beta_0 + \beta_1 CR4 + \beta_2 Growth + \beta_3 Effi + \beta_4 Prod + \beta_5 Dummy + \mu$$

Dimana :

β_0 = Intersep

PCM = *Price Cost Margin* sebagai proksi dari rasio keuntungan industri merupakan ukuran dari kinerja. Ukuran dinyatakan dalam persen (%).

CR4 = konsentrasi empat perusahaan terbesar sebagai ukuran dari jumlah dan besar perusahaan. Ukuran dinyatakan dalam persen (%).

Growth = merupakan ukuran dari perubahan output. Ukuran dinyatakan dalam persen (%)

X-Efisiensi = Ukuran dari kinerja industri. Pengukuran dinyatakan dengan satuan persen (%)

Prod =. produktivitas tenaga kerja yang dinyatakan sebagai hasil bagi antara nilai output per tenaga kerja. Pengukuran dinyatakan dalam persen (%).

Dummy = variabel pembeda sebelum krisis dan sesudah krisis.

μ = unsur gangguan.

β_1 ; β_2 ; β_3 ; β_4 ; β_5 = koefisien kemiringan.

$\beta_1 > 0$; $\beta_2 > 0$; $\beta_3 < 0$; $\beta_4 > 0$; $\beta_5 > 0$.

Dengan keterbatasan yang ditemukan dalam pengumpulan data maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel Pangsa pasar, CLR ,dan X-efisiensi. Variabel pangsa pasar perusahaan digunakan karena variabel ini dapat mewakili kondisi industri batik di kota Tegal, variabel CLR digunakan untuk mengetahui perilaku pelaku industri dan X-efisiensi juga akan digunakan pada penelitian ini karena didasari pada pendapat Shepherd (Ryan Febriyanti, 2006) yang mengatakan bahwa kinerja merupakan fungsi dari pangsa pasar, konsentrasi, hambatan masuk, efisiensi intenal, dan kondisi eksternal.

Adapun variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini antara lain : variabel pertumbuhan dan variabel produktivitas. Variabel pertumbuhan tidak digunakan karena variabel ini merupakan ukuran lain dari kinerja yang sudah terwakili oleh variabel x-efisiensi. Sehingga Dugaan yang dihasilkan tentu tidak akan jauh berbeda maka cukup satu variabel saja yang digunakan. Sementara itu variabel produktivitas tidak digunakan karena dalam penelitian ini menggunakan indikator lain untuk menggambarkan perilaku industri yang menjadi objek penelitian.

Berdasarkan pada penjelasan sebelumnya maka model yang akan digunakan pada penelitian ini adalah

$$PCM_t = b_0 + b_1MS + b_2 CLR + b_3X\text{-eff} + u$$

Keterangan :

PCM = Rasio keuntungan industri (*Price Cost Margin*).

MS = Kekuatan perusahaan dalam suatu industri sehingga mampu bersaing
(*Market Share*)

CLR = nilai rasio modal terhadap tenaga kerja (*Capital to Labour Ratio*)

X-Eff = Rasio efisiensi yang dinyatakan sebagai perbandingan antara total
revenue dan total cost industri.

u = Unsur gangguan

b_0 = *Intercept*

b_1, b_2, b_3 = koefisien kemiringan parsial

$b_1 > 0; b_2 > 0; b_3 > 0$

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$PCM = \frac{TR - TC}{TR} \times 100\%$$

$$X-Eff = \frac{TR - TC}{TC} \times 100\%$$

$$CLR = \frac{\text{Share Biaya Modal}}{\text{Share biaya Tenaga Kerja}} \times 100\%$$

$$MS = \frac{\text{Penjualan Perusahaan } i}{\text{Total Penjualan seluruh Perusahaan}} \times 100\%$$

3.5.2 Uji Statistik dan Uji Ekonometrika

Setelah mendapatkan parameter estimasi, langkah selanjutnya adalah melakukan pengujian terhadap parameter estimasi tersebut agar suatu model dikatakan baik. Pengujian-pengujian tersebut yaitu uji statistik terhadap model penduga melalui uji F dan pengujian untuk parameter-parameter regresi melalui uji t serta melihat berapa persen variabel bebas dapat dijelaskan oleh variabel-variabel terikatnya melalui koefisien determinasi (*R-Squared*). Uji ekonometrika yang dilakukan antara lain deteksi terhadap autokorelasi, deteksi terhadap multikolinearitas, dan deteksi terhadap heteroskedastisitas.

a. Uji R-Squared (R^2)

Mengukur tingkat keberhasilan model regresi yang digunakan dalam memprediksi nilai variabel terikat. Nilai R^2 memiliki dua sifat yaitu memiliki besaran positif dan besarnya adalah $0 \leq R^2 \leq 1$. Jika R^2 sebesar nol maka hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antar variabel terikat dengan variabel

bebas sedangkan jika R^2 sebesar satu maka terdapat kecocokan yang sempurna antar variabel terikat dengan variabel bebas. Nilai R^2 ini juga merupakan fraksi dari variasi yang mampu dijelaskan oleh model (Damondar Gujarati, 2008).

b. Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk menjelaskan kemampuan variabel secara bersamaan dalam menjelaskan keragaman dari variabel terikat. Pengujian yang dilakukan dengan menggunakan uji distribusi F. Caranya adalah dengan membandingkan antara nilai kritis F-tabel dengan nilai F-hitung yang terdapat pada hasil output regresi. Pengujian terhadap pengaruh variabel independen secara simultan terhadap perubahan nilai variabel dependen dilakukan melalui pengujian terhadap besarnya perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variabel independen (algifari, 2000).

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, variabel bebas (X) yaitu pangsa pasar, CLR, dan X-Effisiensi secara simultan tidak berpengaruh secara nyata terhadap variabel terikat (Y) yaitu PCM
2. $H_1 : \text{salah satu koefisien } (b) \neq 0$, variabel bebas (X) yaitu pangsa pasar, CLR, dan X-Effisiensi secara simultan berpengaruh secara nyata terhadap variabel terikat (Y) yaitu PCM

Pada tingkat signifikan (α) 5 % pengambilan keputusan menggunakan pengujian sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti bahwa secara bersama – sama variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti bahwa secara bersama – sama variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

c. Uji T

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas signifikan secara individual dalam menerangkan variabel terikatnya (Iman Ghozali, 2005).

Hipotesis yang digunakan adalah dengan menggunakan taraf nyata sebesar 5%. Perumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut :

1. $H_0 : b_1 \leq 0$, Variabel pangsa pasar secara individu tidak berpengaruh positif terhadap variabel PCM (*Price Cost Margin*).
 $H_a : b_1 > 0$, Variabel pangsa pasar secara individu berpengaruh positif terhadap variabel PCM (*Price Cost Margin*).
2. $H_0 : b_2 \leq 0$, Variabel CLR (Capital Labour Ratio) secara individu tidak berpengaruh positif terhadap variabel PCM (*Price Cost Margin*).
 $H_a : b_2 > 0$, Variabel CLR (Capital Labour Ratio) secara individu berpengaruh positif terhadap variabel PCM (*Price Cost Margin*).
3. $H_0 : b_3 \leq 0$, Variabel X-Effisiensi secara individu tidak berpengaruh positif terhadap variabel PCM (*Price Cost Margin*).
 $H_a : b_3 > 0$, Variabel X-Effisiensi secara individu berpengaruh positif terhadap variabel PCM (*Price Cost Margin*).

Pengambilan keputusan :

1. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti bahwa secara individu variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.
2. Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti bahwa secara individu variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

d. Deteksi Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah adanya hubungan linear yang “sempurna” di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dalam model regresi (Frisch dalam Gujarati, 1978). Konsekuensi adanya multikolinearitas adalah koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tidak terhingga. Dalam penetapan suatu model seringkali terdapat kesulitan untuk memisahkan pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat. Tujuan dari deteksi multikolinearitas adalah untuk mendeteksi apakah dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Deteksi multikolinieritas dengan melakukan regresi *auxiliary*. Regresi jenis ini dapat digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua (atau lebih) variabel yang menjelaskan (variabel penjelas) yang secara bersama-sama (misalnya X_2 dan X_3) mempengaruhi satu variabel penjelas yang lain (misalnya X_1). Maka harus dilakukan beberapa regresi, masing-masing dengan memberlakukan satu variabel penjelas (misalnya X_1) sebagai variabel yang dijelaskan dan variabel penjelas lainnya tetap diperlakukan sebagai variabel penjelas. Syarat deteksi regresi *auxiliary* adalah jika nilai R^2 variabel dependen (Y) lebih besar dari nilai

R^2 masing-masing variabel independen, maka model regresi tidak mengandung unsur multikolineiritas (Wing Wahyu Winarno, 2009).

e. Deteksi Autokorelasi

Autokorelasi dapat didefinisikan sebagai keadaan dimana terjadi korelasi serial antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (data *time series*) atau menurut ruang (data *cross section*). Suatu asumsi penting dari model linear klasik adalah bahwa tidak ada autokorelasi atau kondisi yang berurutan diantara gangguan (*disturbance*) μ_i yang masuk ke dalam fungsi regresi. (Gujarati, 1999).

Pada penelitian ini, untuk mendeteksi adanya autokorelasi, dengan menggunakan uji *Breusch-Godfrey*. Penentuan ada tidaknya autokorelasi adalah (Wing Wahyu Winarno, 2009) :

- Bila nilai nilai Probability $> \alpha = 5\%$, berarti tidak ada autokorelasi.
- Bila nilai nilai Probability $< \alpha = 5\%$, berarti ada autokorelasi

f. Deteksi Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dan residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan itu tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghazali, 2005). Gejala adanya heterokedastisitas

dapat ditunjukkan oleh probability Obs*R-square pada uji *White Heterokedasticity*. Kriteria deteksi yang digunakan adalah apabila $\text{Obs} \cdot R^2 < \chi^2$ tabel, maka tidak ada masalah heterokedasitas atau tolak H_0 = ada masalah heteroskedastisitas.

g. Deteksi Normalitas

Deteksi Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. *Jarque-Bera Test* adalah deteksi statistik untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal. Untuk lebih mudah mengetahui data terdistribusi normal atau tidak dengan melihat koefisien Jarque-bera dan probabilitasnya. Dengan H_0 pada data terdistribusi normal, uji Jarque-Bera didistribusi dengan χ^2 dengan derajat kebebasan (*Degree of Freedom*) $(n-k) = 35 - 3 = 32$. Kriteria pengujian :

1. Jika $JB < \chi^2$ tabel, maka terdistribusi normal.
2. Jika $JB > \chi^2$ tabel maka tidak terdistribusi normal.