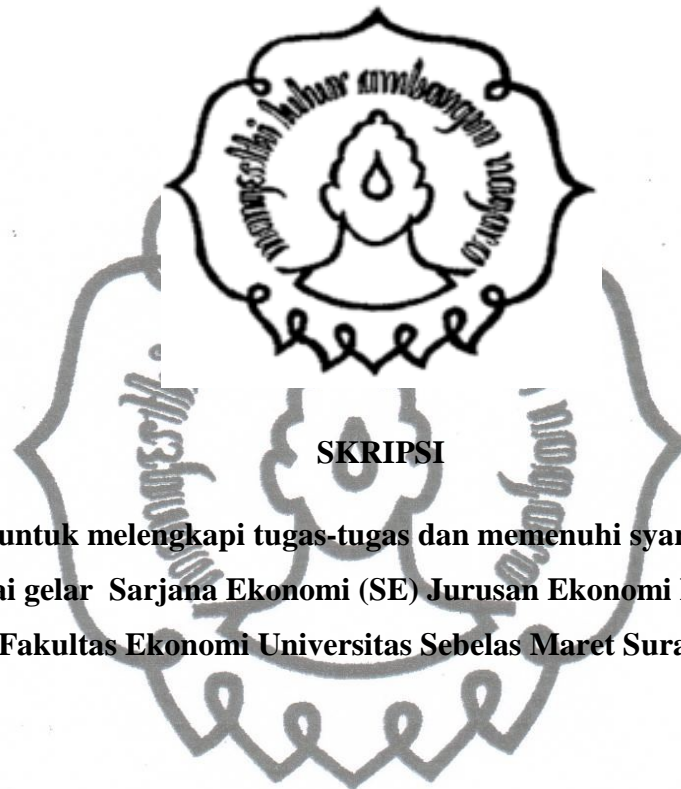


**STRUKTUR PASAR DAN KINERJA INDUSTRI BATIK DI DESA
JARUM, KECAMATAN BAYAT, KABUPATEN KLATEN**



SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk
mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta**

Disusun oleh:

FEBRIYANA NORMA SOFFINA

F 0106038

JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2010

commit to user

ABSTRAK**STRUKTUR PASAR DAN KINERJA INDUSTRI BATIK DI DESA
JARUM, KECAMATAN BAYAT, KABUPATEN KLATEN****Febriyana Norma Soffina****F 0106038**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui struktur pasar, kinerja industri, serta hubungan antara struktur pasar dan kinerja industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten. Ruang lingkup penelitian ini mencakup kajian tentang struktur pasar dan kinerja industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.

Jenis penelitian ini adalah analisis deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer di mana respondennya adalah seluruh pengusaha atau pengrajin batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio konsentrasi dan indeks *herfindahl* (IH) yang berfungsi untuk mengetahui struktur pasar. Laba dan rentabilitas ekonomi digunakan untuk mengetahui kinerja industri batik. Dalam mencari hubungan antara struktur pasar dengan kinerja industri batik, digunakan uji korelasi metode *pearson product moment*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa struktur pasar industri batik nilai CR4 dan CR8 berdasarkan pendapatan dan bahan baku termasuk dalam kelompok oligopoli tipe IV atau *low moderate concentration*. Sedangkan struktur pasar industri batik nilai CR4 dan CR8 berdasarkan tenaga kerja termasuk dalam kelompok oligopoli tipe V atau *high moderate concentration*. Untuk penghitungan kinerja industri batik yang dilihat dari laba dan rentabilitas ekonomi menunjukkan kinerja yang efisien. Pada uji korelasi dapat diambil kesimpulan terdapat hubungan yang positif antara pendapatan dengan laba, dan antara tenaga kerja dengan laba, serta terdapat hubungan yang negatif antara pendapatan dengan rentabilitas ekonomi, bahan baku dengan laba, bahan baku dengan rentabilitas ekonomi, dan tenaga kerja dengan rentabilitas ekonomi.

Dari kesimpulan yang dihasilkan, maka dapat diberikan saran antara lain : 1) agar pengrajin atau pengusaha batik selalu menjaga kualitas produknya, 2) promosi sangat penting dilakukan, 3) penyediaan bahan baku yang murah dan berkualitas agar lebih terjangkau oleh pengrajin atau pengusaha batik, 4) pengrajin atau pengusaha batik diharapkan agar dapat mengelola bahan baku yang digunakan seefisien mungkin, 5) pengrajin atau pengusaha batik hendaknya hanya memakai tenaga kerja yang tekun dan terampil agar proses produksi berjalan efisien, 6) perlunya penyuluhan dan pelatihan bagi tenaga kerja.

Kata Kunci: *struktur pasar, rasio konsentrasi, indeks herfindahl, kinerja industri*
commit to user

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

**STRUKTUR PASAR DAN KINERJA INDUSTRI BATIK DI DESA
JARUM, KECAMATAN BAYAT, KABUPATEN KLATEN**

**Telah disetujui dan diterima oleh pembimbing skripsi untuk diajukan
kepada tim penguji skripsi**

Surakarta, 14 Oktober 2010

Disetujui dan Diterima oleh

Pembimbing



Dr. Agustinus Suryantoro, MS

NIP. 19590911 198702 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di depan tim penguji Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Surakarta, Desember 2010

Tim Penguji Skripsi

1. Ketua

Drs. Wahyu Agung Setyo, MSi
NIP. 19650522 199203 1 002



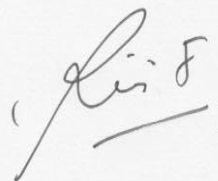
2. Pembimbing

Dr. Agustinus Suryantoro, MS
NIP. 19590911 198702 1 001



3. Anggota

Riwi Sumantyo, SE, ME
NIP. 19710412 199402 1 001



MOTTO

*Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu,
dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat
buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui*

(Q.S Al Baqarah, 2:216)

*A person who follows a part for acquiring knowledge, Allah will
make easy the passage for paradise for him*

(H.R Muslim)

*Jangan melihat masa depan dengan ketakutan, jangan pula
melihat masa lampau dengan penyesalan, tapi lihatlah saat ini
dengan penuh kesadaran*

(James Thurber)

Science without religion is lame, religion without science is blind

(Albert Einstein)

commit to user

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

❖ Allah SWT

❖ Kedua orang tuaku tercinta

❖ Adik-adikku tercinta

❖ Almamaterku, Universitas Sebelas Maret Surakarta



commit to user

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas berkah, rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Judul skripsi ini adalah “Struktur pasar dan Kinerja Industri Batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten”.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat-syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dukungan dan bantuan dari orang-orang yang sangat berpengaruh dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Bambang Sutopo, M.Com., Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Drs. Kresno Sarosa Pribadi, M.Si selaku ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Dra. Izza Mafruhah, M.Si, selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Dr. Agustinus Suryantoro, MS, selaku pembimbing skripsi. Terima kasih sebesar-besarnya karena telah menyediakan waktu, pikiran, dan tenaga untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

commit to user

5. Drs. Wahyu Agung Setyo, MSi dan Riwi Sumantyo, SE, ME, selaku dosen penguji skripsi, yang telah memberikan bimbingan dan saran dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta beserta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan pelayanan kepada penulis.
7. Bapak/ Ibu pengrajin batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten yang sudah meluangkan waktu dan memberikan informasi data yang diperlukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Keluarga, yang telah memberikan semangat, dorongan moril dan materiil serta doa yang tiada henti-hentinya.
9. Teman-teman Ekonomi Pembangunan angkatan 2006, terima kasih atas bantuan, dukungan, semangat, dan doa yang kalian berikan.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas semua dukungan dan bantuan yang telah diberikan.

Akhirnya, penulis mengharapkan segala bentuk kritik, masukan dan saran yang membangun untuk evaluasi dan perbaikan skripsi ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca.

Surakarta, Oktober 2010

commit to user

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. TELAAH PUSTAKA	
A. Industri Kecil.....	9
1. Pengertian Industri Kecil	9
2. Arti Penting Industri Kecil.....	11
3. Tantangan dan Masalah Industri Kecil.....	12

B. Ekonomika Industri	14
1. Konsep dan Pengertian Ekonomika Industri	14
2. Struktur – Perilaku – Kinerja.....	15
C. Penelitian Sebelumnya.....	34
D. Kerangka Teoritis.....	36
E. Hipotesis.....	37
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	38
B. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	38
C. Jenis dan Sumber Data.....	39
D. Definisi Operasional Variabel.....	39
1. Struktur Pasar.....	39
2. Rasio Konsentrasi.....	40
3. Indeks Herfindahl.....	40
4. Kinerja.....	41
E. Metode Analisis Data.....	41
1. Struktur Pasar Industri Batik.....	41

2. Hubungan Antara Struktur Pasar dan Kinerja

Industri Batik.....	42
---------------------	----

BAB IV. PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Klaten	46
B. Gambaran Umum Industri Batik.....	53
1. Sejarah Batik.....	53
2. Proses Pembuatan Batik.....	54
3. Karakteristik Responden.....	55
C. Analisis Data.....	61
1. Analisis Konsentrasi dan Struktur Pasar Industri Batik.....	61
2. Analisis Kinerja Industri Batik.....	65
3. Analisis Hubungan Struktur Pasar dan Kinerja Industri Batik.....	69

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Industri Kabupaten Klaten Tahun 2009.....	3
1.2 Jenis Industri Aneka/Kerajinan di Kabupaten Klaten.....	4
1.3 Jumlah Pengrajin Batik pada Masing-masing Dukuh di Desa Jarum.....	5
4.1 Jumlah Penduduk dan Laju Pertumbuhan Penduduk Kabupaten Klaten Tahun 1998-2008.....	49
4.2 Struktur Ekonomi Kabupaten Klaten Atas Dasar Harga Berlaku Tahun 2007 – 2008.....	52
4.3 Kelompok Sentra Industri Dan Jumlah Usaha Menurut Bidang Usaha di Kabupaten Klaten Tahun 2008.....	53
4.4 Tabel Distribusi Umur Responden.....	56
4.5 Tabel Distribusi Jumlah Tenaga Kerja Responden.....	56
4.6 Tabel Distribusi Tingkat Pendidikan Responden.....	57
4.7 Tabel Distribusi Lama Usaha.....	58
4.8 Tabel Distribusi Modal.....	58
4.9 Tabel Distribusi Bahan Baku.....	59
4.10 Tabel Distribusi Pendapatan.....	60
4.11 Tabel Distribusi Laba.....	61
4.12 Konsentrasi Industri Batik Ditinjau dari Tiga Variabel.....	62
4.13 Laba Masing-masing Pengusaha atau Pengrajin Batik.....	66
4.14 Kinerja Industri Batik Dilihat dari Rentabilitas Ekonomi.....	68
4.15 Hasil Korelasi Antara Pendapatan dan Laba.....	69
4.16 Hasil Korelasi Antara Pendapatan dan Rentabilitas Ekonomi.....	70
4.17 Hasil Korelasi Antara Bahan Baku dan Laba.....	71
4.18 Hasil Korelasi Antara Bahan Baku dan Rentabilitas Ekonomi.....	72
4.19 Hasil Korelasi Antara Tenaga Kerja dan Laba.....	73
4.20 Hasil Korelasi Antara Tenaga Kerja Dan Rentabilitas Ekonomi.....	74

commit to user

DAFTAR GAMBAR

Gambar Kerangka Struktur, Perilaku dan Kinerja Industri.....	16
Gambar Kerangka Teoritis.....	36



commit to user

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejak era reformasi di Indonesia, berbagai pihak termasuk pemerintah banyak mencurahkan perhatiannya terhadap isu sentral keberadaan industri kecil dan menengah. Keberadaan industri kecil menengah pada saat ini telah banyak menjadi tumpuhan dan harapan sebagian besar rakyat untuk mengurangi pengangguran, kemiskinan dan ketimpangan distribusi pendapatan. Menurut Weijland (1999) dalam Prasetyo (2007), usaha rumah tangga di pedesaan bermanfaat sebagai persemaian (seedbed) untuk pengembangan industri lebih lanjut dan sebagai suatu bentuk strategi bertahan hidup pada saat krisis ekonomi dan moneter di Indonesia.

Pengembangan industri kecil dan menengah perlu diberi kemudahan baik dalam permodalan, perijinan maupun pemasaran. Hal ini mengingat peranan industri kecil yang sangat berarti bagi perekonomian Indonesia. Pertama adalah menciptakan peluang usaha yang dapat dilakukan dengan pembiayaan yang relatif cukup murah. Kedua, industri kecil turut mengambil peran dalam meningkatkan dan memobilisasi tabungan domestik. Hal ini dimungkinkan oleh kenyataan bahwa modal untuk industri kecil sebagian besar berasal dari modal sendiri, tabungan

keluarga, atau kerabatnya. Ketiga, industri kecil mempunyai kedudukan komplementer terhadap industri besar dan sedang, karena industri kecil menghasilkan produk yang relatif murah dan sederhana yang biasanya dihasilkan oleh industri besar atau sedang (Wahyu, 2003 : 22).

Tantangan yang dihadapi industri kecil menengah untuk memperkuat struktur perekonomian nasional memang berat. Karena disadari bahwa pengembangan usaha kecil menghadapi beberapa kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan (Kuncoro, 2007:368).

Sebagai salah satu pusat industri kecil di Jawa Tengah, Kabupaten Klaten mempunyai jumlah industri cukup banyak dengan jenis yang beragam. Umumnya industri kecil tersebut mengelompok membentuk sentra. Perkembangan industri kecil di Kabupaten Klaten terus meningkat ditandai dengan munculnya industri kecil baru. Menurut data dari Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM Kabupaten Klaten, pada tahun 2009 terdapat 32.920 unit usaha industri kecil dengan jumlah tenaga kerja sebesar 135.845 orang. Data industri Kabupaten Klaten tahun 2009 dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Industri Kabupaten Klaten Tahun 2009

Jenis Industri	Unit Usaha	Tenaga Kerja
Industri Kecil:		
1. Industri Logam, Mesin, dan Kimia	6.164	25.838
2. Industri Aneka	10.722	44.721
3. Industri Hasil Pertanian dan Kehutanan	16.034	65.286
Jumlah	32.920	135.845
Industri Menengah/Besar		
1. Industri Logam, Mesin, dan Kimia	84	4.532
2. Industri hasil Pertanian dan Kehutanan	42	8.011
Jumlah	126	12.543
Total Jumlah	33.046	148.388

Sumber: Depperindagkop dan UMKM Kabupaten Klaten 2009

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah unit usaha industri kecil lebih besar daripada jumlah industri menengah dan besar. Jumlah unit usaha industri kecil adalah 32.920 unit yang terdiri dari 6.164 unit industri logam, mesin, dan kimia, 10.722 unit industri aneka dan 16.034 unit industri hasil pertanian dan kehutanan. Sedangkan jumlah unit usaha industri menengah dan besar hanya sebanyak 126 unit yang terdiri dari 84 unit industri mesin, logam dan kimia dan 42 unit industri hasil pertanian dan kehutanan. Karena jumlah unit usaha industri kecil lebih besar dibandingkan unit usaha industri menengah dan besar, maka jumlah tenaga kerja yang terserap lebih banyak pada industri kecil, dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 135.845 orang.

Salah satu industri kecil yang terdapat di Kabupaten Klaten adalah industri batik. Industri batik di Kabupaten Klaten termasuk dalam industri

aneka atau kerajinan. Selain batik, ada juga pertenunan alat tenun bukan mesin, alat tenun mesin, penyempurnaan benang, konveksi dan lain-lain. Macam-macam industri aneka atau kerajinan di Kabupaten Klaten dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2
Jenis Industri Aneka/Kerajinan di Kabupaten Klaten

Jenis Industri	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Jumlah Investasi (Rp 000)
1. Penyempurnaan Benang	74	189	1.480.000
2. Pertenunan ATBM	1.036	4.144	9.324.000
3. Pertenunan ATM	5	205	1.000.000
4. Kerajinan Batik	295	885	22.125.000
5. Kerajinan Bordir	37	151	740.000
6. Tali-temali	105	735	7.875.000
7. Konveksi	460	4.020	23.000.000
8. Kopyah/Topi	6	39	300.000
9. Tas	20	120	500.000
10. Kerajinan Kulit/Oscar	36	176	1.440.000
11. Sablon	54	162	1.350.000
12. Tatah Sungging	42	126	1.050.000
13. Kerajinan Bambu	719	2.876	10.785.000
14. Penggergajian Kayu	67	335	1.675.000
15. Perabot dari Kapuk	86	258	2.150.000
16. Stroom Accu	27	54	810.000
17. Jasa Kemasan	21	142	21.000
18. Kerajinan Gitar/Alat Musik	7	30	175.000
19. Alat Olah Raga	25	125	1.250.000
20. Mainan Anak	126	504	5.040.000
21. Tulang Tanduk	72	216	3.600.000
22. Stempel/Plat Nomor	30	72	150.000
23. Sulak Bulu	47	188	1.645.000
24. Kerajinan Rambut	20	60	400.000
25. Lukisan	9	14	180.000
26. Komponen Payung	69	207	2.070.000
27. Penjahit/Obras	1.045	4.180	26.125.000
28. Jasa Pertukangan	5.691	23.166	170.730.000
29. Pangkas Rambut/Salon	453	1.144	9.060.000
30. Kurungan	38	198	950.000

Sumber: Depperindagkop dan UMKM Kabupaten Klaten 2009

Sentra industri batik yang terkenal di Kabupaten Klaten adalah di Desa Jarum, Kecamatan Bayat. Pada mulanya usaha batik di Desa Jarum merupakan warisan nenek moyang yang mengandung banyak aspek sosial maupun budaya, karena dorongan untuk melestarikannya. Kemudian, dengan semakin majunya peradaban manusia dan tuntutan kebutuhan hidup yang semakin kompleks, maka pada saat ini usaha batik di Desa Jarum telah mampu menjadi sumber mata pencaharian pokok sehari-hari bagi mereka selain bercocok tanam. Pengrajin batik di Desa Jarum menyebar di tujuh dukuh, dengan jumlah pengrajin terbanyak di dukuh Pendem. Untuk melihat banyaknya jumlah pengrajin di masing-masing dukuh, dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel 1.3
Jumlah Pengrajin Batik pada Masing-masing Dukuh di Desa Jarum

Nama Dukuh	Jumlah Pengrajin
1. Kebon Agung	3
2. Pundungrejo	3
3. Tunggul	2
4. Jarum	2
5. Pendem	8
6. Karanganom	2
7. Karangnongko	3
Jumlah	23

Sumber: Balai Desa Jarum, 2010

Batik dari Desa Jarum terkenal karena pembatikannya yang halus. Produk dari desa ini tidak hanya kain batik saja, ada juga beberapa pengrajin yang membuat souvenir dari kayu yang bermotif batik. Pemasaran batik di Desa Jarum, kebanyakan masih di sekitar Jawa Tengah. Ada juga yang memasarkannya ke luar pulau, bahkan

mancanegara. Kendala terbesar pengrajin dalam menjalankan usaha ini adalah masalah permodalan. Modal yang kecil membuat pengrajin sulit untuk meningkatkan produksinya. Selain masalah permodalan, kendala yang lain adalah masalah pemasaran. Kebanyakan pengrajin tidak tahu bagaimana harus memasarkan produknya.

Penelitian ini dilakukan di sentra industri batik di Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten, tepatnya di desa Jarum. Kendati studi tentang industri kecil telah banyak dilakukan, namun tetap saja relevan untuk diteliti. Alasan logisnya adalah karena industri kecil di berbagai daerah mempunyai karakteristik yang tidak sama, meskipun profil mereka secara umum tidaklah berbeda. Pada industri yang menghasilkan produk sejenis, pasti akan tercipta sebuah persaingan. Untuk melihat derajat persaingan tersebut, maka studi untuk menentukan struktur pasar perlu dilakukan.

Struktur pasar merupakan suatu bahasan yang penting untuk mengetahui perilaku dan kinerja industri. Pangsa pasar merupakan tujuan perusahaan, peranannya adalah sebagai sumber keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan konsentrasi merupakan kombinasi pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan oligopolis di mana terdapat adanya saling ketergantungan di antara perusahaan-perusahaan tersebut. Kombinasi pangsa pasar perusahaan-perusahaan tersebut membentuk suatu tingkat konsentrasi dalam pasar (Jaya, 2001).

Untuk dapat mengetahui derajat persaingan pada sentra industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten, maka penelitian untuk mengetahui struktur pasar industri batik tersebut penting untuk dilakukan. Analisis selanjutnya akan diteliti mengenai kinerja dan hubungan antara struktur dan kinerja industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten. Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka judul penelitian ini adalah **”Struktur Pasar dan Kinerja Industri Batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah, yaitu;

1. Bagaimana struktur pasar industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten berdasarkan pangsa pasar terhadap pendapatan, bahan baku dan tenaga kerja?
2. Bagaimana kinerja industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten?
3. Bagaimana hubungan antara struktur pasar dan kinerja industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- 1) Struktur pasar Industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten berdasarkan pangsa pasar terhadap pendapatan, bahan baku dan tenaga kerja.
- 2) Kinerja Industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.
- 3) Hubungan antara struktur pasar dan kinerja Industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.

D. Manfaat Penelitian

- 1) Sebagai bahan masukan bagi pemerintah daerah Kabupaten Klaten dalam membuat suatu kebijakan pembangunan perekonomian, khususnya menyangkut peningkatan peranan sektor industri kecil dan menengah yang memiliki struktur dan kinerja yang sejenis.
- 2) Manfaat yang dapat diperoleh bagi industri batik itu sendiri terkait dengan peningkatan kinerja industri batik dalam sumber daya manusia maupun manajerial agar dapat lebih berkompetisi.
- 3) Menambah wawasan bagi penulis mengenai perkembangan industri batik di Kabupaten Klaten serta untuk digunakan pihak lain sebagai bahan referensi untuk melengkapi penelitian dalam bidang ekonomi industri, khususnya yang menggunakan pendekatan struktur, perilaku, dan kinerja.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Industri Kecil

1. Pengertian Industri Kecil

Pengertian industri menurut BPS berdasarkan jumlah tenaga kerjanya, dikelompokkan menjadi empat, yaitu:

- 1) Perusahaan atau industri besar yang mempekerjakan 100 orang atau lebih
- 2) Perusahaan atau industri sedang yang mempekerjakan 20 orang sampai 99 orang
- 3) Perusahaan atau industri kecil yang mempekerjakan 5 orang sampai 19 orang
- 4) Perusahaan atau industri kerajinan atau rumah tangga yang mempekerjakan 1 sampai 4 orang (termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar).

Jadi jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam industri yang berskala kecil adalah sektor industri yang mempekerjakan tenaga kerja sekitar 5 sampai 19 orang (Arsyad, 1998:176-177).

Berdasarkan eksistensi dinamisnya, industri kecil Indonesia dapat dikelompokkan dalam beberapa kategori antara lain (Saleh, 1988 : 33) :

1) Industri Lokal

Adalah kelompok yang menggantungkan hidupnya pada pasar setempat yang terbatas daya jangkauannya, serta relatif tersebar dari segi lokasinya. Skala usaha ini sangat kecil dan lebih bersifat subsisten. Karena target pemasarannya terbatas, usaha ini hanya menggunakan alat transportasi yang sederhana seperti gerobak, sepeda, dan pikulan. Pedagang perantara tidak memiliki peran yang sangat menonjol.

2) Industri Sentra

Adalah kelompok usaha yang dari segi satuan usaha mempunyai skala kecil, tetapi membentuk suatu kawasan produksi yang terdiri dari kumpulan unit usaha yang menghasilkan barang sejenis. Target pemasaran usaha ini lebih luas dari kategori pertama, sehingga peranan pedagang perantara dalam hal ini cukup penting.

3) Industri Mandiri

Adalah kelompok industri yang masih memiliki sifat-sifat seperti industri kecil, namun telah memiliki kemampuan dalam mengadaptasi teknologi produksi yang lebih canggih. Pemasaran hasil produksinya relatif tidak tergantung terhadap para pedagang perantara. Sebenarnya jenis industri ini tidak layak lagi dikategorikan sebagai industri kecil, namun dilihat dari skala

penyerapan tenaga kerja, maka kelompok ini tetap dimasukkan ke dalam subsektor industri kecil.

2. Arti Penting Industri Kecil

Industri kecil mempunyai arti penting dan manfaat sosial yang sangat berarti bagi perekonomian Indonesia. Di antaranya adalah dalam hal pemerataan penyebaran lokasi usaha yang mendukung pembangunan daerah, pemerataan kesempatan kerja, menunjang ekspor non migas serta melestarikan seni budaya bangsa.

Krisis ekonomi menunjukkan bahwa unit usaha industri skala kecil dan menengah ternyata lebih mampu menahan dampak krisis ekonomi yang sedang berlangsung. Kondisi ini semakin menunjukkan bahwa perhatian pemerintah daerah khususnya terhadap unit kegiatan ini perlu ditingkatkan baik secara kualitas maupun kuantitas dalam rangka mendorong peningkatan skala usaha dari industri kecil tersebut.

Mengingat banyaknya arti penting industri kecil, maka usaha untuk mengembangkan industri kecil perlu dilakukan. Hal tersebut didukung dengan alasan-alasan sebagai berikut (Saleh, 1988 : 125) :

- a. Masalah fleksibilitas dan adaptabilitasnya dalam memperoleh bahan mentah.
- b. Hubungannya dengan proses desentralisasi kegiatan ekonomi guna menunjang terciptanya integrasi kegiatan ekonomi pada sektor-sektor yang lain.

- c. Perannya dalam jangka panjang yakni sebagai basis terciptanya kemandirian pembangunan ekonomi, karena industri kecil umumnya menggunakan kandungan bahan mentah impor dengan tingkat yang rendah.

3. Tantangan dan Masalah Industri Kecil

Memang cukup berat tantangan yang dihadapi untuk memperkuat struktur perekonomian nasional. Pembinaan pengusaha kecil harus lebih diarahkan untuk meningkatkan kemampuan pengusaha kecil menjadi pengusaha menengah. Namun, disadari pula bahwa pengembangan usaha kecil menghadapi beberapa kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran dan keuangan. Lemahnya kemampuan manajerial dan sumber daya manusia mengakibatkan pengusaha kecil tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. Secara lebih spesifik, berikut adalah masalah dasar yang dihadapi pengusaha kecil (Kuncoro, 2007:368):

1. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar peluang pasar.
2. Kelemahan dalam struktur permodalan dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber-sumber permodalan.
3. Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia.

4. Keterbatasan jaringan usaha kerja sama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran).
5. Iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan.
6. Pembinaan yang telah dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan serta kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil.

Sedangkan tantangan yang dihadapi pengusaha kecil dapat dibagi dalam dua kategori (Kuncoro, 2007:368-369):

- 1) Bagi pengusaha kecil dengan omset kurang dari Rp 50 juta umumnya tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjaga kelangsungan hidup usahanya. Mereka umumnya tidak membutuhkan modal besar untuk ekspansi produk.
- 2) Bagi pengusaha kecil dengan omset antara Rp 50 juta hingga Rp 1 miliar, tantangan yang dihadapi jauh lebih kompleks. Urutan prioritas permasalahan yang dihadapi pengusaha kecil jenis ini adalah:
 - a) Masalah belum dipunyainya sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik.
 - b) Masalah bagaimana menyusun proposal dan membuat studi kelayakan untuk memperoleh pinjaman, baik dari bank maupun modal ventura.
 - c) Masalah menyusun perencanaan bisnis.

- d) Masalah akses terhadap teknologi.
- e) Masalah memperoleh bahan baku.
- f) Masalah perbaikan kualitas barang dan efisiensi.
- g) Masalah tenaga kerja karena sulit mencari tenaga kerja yang terampil.

B. Ekonomika Industri

1. Konsep dan Pengertian Ekonomika Industri

Ekonomika Industri merupakan suatu cabang khusus dalam ilmu ekonomi yang menjelaskan mengapa pasar diorganisasi dan bagaimana pengorganisasiannya mempengaruhi cara kerja industri. Ekonomika industri menelaah struktur pasar dan perusahaan yang secara relatif lebih menekankan pada studi empiris faktor-faktor yang mempengaruhi struktur, perilaku, dan kinerja pasar.

Sebagai salah satu cabang ilmu ekonomi, pokok bahasan ekonomika industri adalah tingkah laku perusahaan-perusahaan yang ada di dalam suatu industri. Kemudian, dalam ekonomika industri akan dipelajari mengenai langkah-langkah apa yang dilakukan oleh perusahaan terhadap para pesaingnya dan terhadap para konsumennya, di mana di dalamnya meliputi harga, promosi atau periklanan, serta penelitian dan pengembangan (Kuncoro, 2007:134).

Koch (1980) mendefinisikan ekonomika industri sebagai studi teoritik dan empirik tentang bagaimana struktur pasar dan tingkah laku penjual-pembeli mempengaruhi kinerja dan kesejahteraan ekonomi.

commit to user

Terdapat lima alasan pentingnya ekonomika industri untuk dipelajari, yaitu:

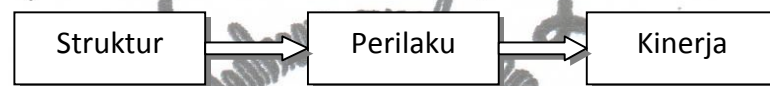
- 1) Praktek-praktek struktur pasar yang semakin terkonsentrasi dalam kegiatan bisnis telah dikenal sejak lama.
- 2) Semakin tinggi konsentrasi industri cenderung mengurangi persaingan antar perusahaan yang kemudian membawa perilaku yang kurang efisien.
- 3) Konsentrasi industri yang tinggi membawa konsentrasi kekayaan yang melemahkan usaha-usaha pemerataan pendapatan, kesempatan kerja, maupun kesempatan berusaha.
- 4) Kaitan struktur industri dengan penyelesaian masalah-masalah ekonomi membawa lebih jauh intervensi pemerintah.
- 5) Kajian-kajian tentang struktur, perilaku dan kinerja industri tidak terlepas dari masalah-masalah apa yang diproduksi, bagaimana dan untuk siapa suatu barang dan jasa diproduksi.

2. Struktur-Perilaku-Kinerja

Salah satu kerangka dasar dalam analisis ekonomika industri adalah hubungan antara Struktur-Perilaku-Kinerja atau *Structure-Conduct-Performance* (SCP). Hubungan paling sederhana dari ketiga variabel tersebut adalah hubungan linier di mana struktur mempengaruhi perilaku kemudian perilaku mempengaruhi kinerja. Dalam SCP hubungan ketiga komponen tersebut saling mempengaruhi termasuk adanya faktor-faktor

lain seperti teknologi, progresivitas, strategi dan usaha-usaha untuk mendorong penjualan (Martin, 2002).

Struktur (*structure*) suatu industri akan menentukan bagaimana perilaku para pelaku industri (*conduct*) yang pada akhirnya menentukan kinerja (*performance*) industri tersebut. Gambar 2.1 menunjukkan hubungan linier Struktur-Perilaku-Kinerja (SCP) suatu perusahaan.



Sumber: Martin, 2002.

Gambar 2.1. Kerangka Struktur, Perilaku dan Kinerja Industri

Struktur Industri

Struktur pasar merupakan suatu bahasan yang penting untuk mengetahui perilaku dan kinerja industri. Dalam struktur pasar terdapat tiga elemen pokok yaitu pangsa pasar (*market share*), konsentrasi (*concentration*), dan hambatan (*barriers of entry*). Pangsa pasar merupakan tujuan perusahaan, peranannya adalah sebagai sumber keuntungan bagi perusahaan. Sedangkan konsentrasi merupakan kombinasi pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan oligopolis dimana terdapat adanya saling ketergantungan di antara perusahaan-perusahaan tersebut. Kombinasi pangsa pasar perusahaan-perusahaan tersebut membentuk suatu tingkat konsentrasi dalam pasar (Jaya, 2001).

Analisa ekonomi membedakan struktur pasar dalam empat jenis pasar, yaitu pasar persaingan sempurna, pasar oligopoli, pasar monopoli dan pasar persaingan monopolistik.

a. Pasar Persaingan Sempurna

Pasar persaingan sempurna merupakan pasar di mana terdapat banyak produsen dan banyak pembeli untuk barang yang bersifat sama (Kuncoro, 2007:145). Suatu pasar disebut berstruktur persaingan sempurna jika memiliki karakteristik seperti (Suryawati, 2005:97-98):

- 1) Produk yang diperjual belikan bersifat homogen
- 2) Terdiri atas banyak produsen dan konsumen.
- 3) Mobilitas faktor produksi secara sempurna.
- 4) Tidak ada hambatan produsen dan konsumen untuk keluar masuk pasar.
- 5) Semua unit ekonomi memiliki informasi atau pengetahuan pasar yang sempurna.

Dalam pasar persaingan sempurna, harga telah ditentukan pasar (harga cenderung konstan), sehingga untuk mendapatkan keuntungan maksimum seorang produsen hanya dapat mencapainya melalui keputusan banyaknya jumlah produk yang akan dijual. Dengan kata lain, laba maksimum dapat diwujudkan dalam kondisi $MR=MC$. Pada pasar persaingan sempurna, semua pelaku ekonomi berperan sebagai penerima harga. Hal ini disebabkan tidak seorang pun dari mereka memiliki kemampuan mempengaruhi pasar.

Pasar persaingan sempurna seringkali dipertimbangkan sebagai struktur pasar yang paling ideal karena dipandang dapat mewujudkan kegiatan produksi komoditas dengan tingkat efisiensi yang sangat tinggi. Dalam analisis ekonomi seringkali dimisalkan bahwa perekonomian berada dalam kondisi pasar persaingan sempurna walaupun dalam kenyataannya sangat sulit menjumpai industri yang strukturnya secara mutlak dapat digolongkan ke dalam pasar persaingan sempurna (Sugiarto dkk,2002:290-291).

b. Pasar Monopoli

Pasar monopoli murni adalah pasar dengan pengusaha tunggal, sehingga tidak dimungkinkan terjadinya substitusi yang sempurna terhadap komoditas yang ditawarkan oleh pengusaha monopoli (monopolis). Dengan demikian monopolis tersebut tidak memiliki pesaing (Sugiarto,2002:345). Pengertian monopoli menurut undang-undang nomor 5 tahun 1999, adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Karakteristik pasar monopoli dapat diikhtisarkan sebagai berikut (Suryawati,2005:113-114):

- 1) Hanya ada satu perusahaan atau penjual
- 2) Monopolis bertindak sebagai *price maker*.
- 3) Hanya ada satu macam produk yang bersifat *close substitute*

- 4) Komoditas yang dihasilkan perusahaan monopoli tidak dapat digantikan oleh komoditas lain yang ada dalam pasar.
- 5) Ada hambatan bagi perusahaan lain untuk memasuki pasar
- 6) Seorang monopolis akan selalu mempertahankan posisinya di pasar karena keuntungan yang dinikmatinya dengan membuat hambatan (*barriers to entry*) bagi perusahaan lain untuk masuk ke pasarnya.

Terdapat beberapa faktor yang dapat menyebabkan timbulnya bentuk pasar monopoli. Faktor-faktor tersebut antara lain (Sugiarto, 2002:347-350):

1) Sumber Daya yang Unik

Pasar monopoli dapat muncul bila suatu perusahaan menguasai seluruh atau sebagian besar faktor produksi yang diperlukan untuk menghasilkan suatu komoditas tertentu.

2) Skala Ekonomis

Pada berbagai kegiatan ekonomi, tingkat teknologi yang digunakan adalah sedemikian modernnya sehingga produksi yang efisien hanya dapat dijalankan bila kuantitas produksinya sangat besar atau meliputi hampir seluruh kuantitas yang diperlukan pasar. Dalam hal ini suatu perusahaan baru menikmati skala ekonomis yang paling maksimum apabila tingkat produksinya sangat besar jumlahnya. Pada waktu perusahaan mencapai keadaan di mana biaya produksi mencapai minimum, jumlah produksi yang dihasilkan hampir menyamai jumlah permintaan yang ada di

pasar. Pada tahapan ini perusahaan dapat menurunkan harga jual komoditasnya seiring dengan semakin tingginya produksi. Pada tingkat produksi yang sangat tinggi, harga menjadi sedemikian rendahnya sehingga perusahaan-perusahaan baru tidak akan sanggup bersaing dengan perusahaan yang terlebih dahulu beroperasi di pasar. Pada akhirnya keadaan ini menimbulkan pasar monopoli alamiah (*natural monopoly*).

3) Monopoli karena Peraturan Pemerintah

Pemerintah melalui Undang-undang yang dibuatnya mampu menciptakan peraturan yang menimbulkan monopoli. Peraturan-peraturan tersebut berkenaan dengan peraturan paten dan hak cipta (*copy rights*) serta hak usaha eksklusif (*exclusive franchise*) yang diberikan kepada perusahaan jasa umum.

4) Paten dan Hak Cipta

Secara umum, perkembangan ekonomi yang pesat didukung oleh perkembangan teknologi. Untuk mengembangkan teknologi diperlukan riset yang memakan waktu lama dan biaya yang sangat besar. Oleh sebab itu pengembangan teknologi tidak akan dilakukan perusahaan bila temuan mereka dengan mudah dijiplak oleh perusahaan pesaing. Agar upaya pengembangan teknologi dapat memberikan keuntungan kepada perusahaan, maka pemerintah harus melarang dan menghukum kegiatan jiplak

menjiplak dengan memberikan hak paten kepada perusahaan yang mengembangkan komoditas baru.

5) Hak Usaha Eksklusif

Tanpa hak usaha eksklusif untuk berusaha, dalam pasar akan terdapat beberapa perusahaan yang menyebabkan setiap perusahaan tidak dapat menikmati skala ekonomis yang maksimum. Sebagai akibatnya perusahaan akan menetapkan harga atau tarif yang tinggi terhadap komoditas yang dihasilkannya. Keadaan ini menimbulkan kerugian kepada masyarakat, karena mereka harus membayar dengan harga yang tinggi. Hak eksklusif yang menjamin adanya perusahaan tunggal dalam pasar belum menjamin bahwa harga komoditas akan ditetapkan pada tingkat yang rendah. Untuk mengantisipasi agar perusahaan tidak menetapkan harga tinggi, pemerintah dapat menetapkan tarif atau harga jual dari komoditas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut sehingga kepentingan konsumen dilindungi.

c. Pasar Oligopoli

Oligopoli adalah struktur pasar di mana hanya ada beberapa perusahaan yang menguasai pasar. Oligopoli mempunyai karakteristik pasar yang unik karena satu perusahaan dengan perusahaan lain saling bergantung (*interdependence*). Kebijakan suatu perusahaan terhadap perubahan harga, produk, atau aktivitas penjualan yang lain akan

menimbulkan reaksi dari perusahaan lain. Ciri dari pasar oligopoli antara lain (Suryawati:2005:135):

- 1) Ada hambatan yang cukup besar bagi perusahaan baru untuk masuk ke pasar, dan beberapa perusahaan mendominasi pasar.
- 2) Produk bersifat homogen atau dibedakan (*differentiated*).
- 3) Adanya ketergantungan satu perusahaan dengan perusahaan lain.
- 4) Harga relatif kaku, dan tidak akan berubah kecuali terjadi perang harga atau ada kolusi harga.

Menurut Carl Keysan dan Donald F.Turner, ada tiga kelompok oligopoli, yaitu (Kuncoro,2007:142):

- 1) Oligopoli yang di dalamnya terdapat 8 perusahaan terbesar yang setidaknya menguasai pasar satu jenis industri atau 20 perusahaan menguasai pasar sebesar 70%.
- 2) Oligopoli dengan 8 perusahaan yang menguasai sekurang-kurangnya 33% suatu pasar industri atau sejumlah perusahaan yang memegang andil setidaknya 75% pasar dari suatu industri.
- 3) Oligopoli dengan 8 perusahaan terbesar menguasai pasar kurang dari 33% yang biasanya disebut industri tidak terkonsentrasi.

Menurut Joe S. Bain dalam Firdaus Rosyidi (2009), ada ukuran yang lebih fleksibel dalam mengetahui jenis oligopoli. Hal ini tergantung pada tingkat konsentrasi industri. Ada beberapa jenis oligopoli yang dibagi dalam beberapa tipe. Tipe-tipe tersebut antara lain adalah:

1) Tipe I

Tipe ini disebut tipe pasar oligopoli penuh yang dibagi menjadi dua kelompok. Pertama, tipe Ia, di mana 3 perusahaan terbesar menguasai sekitar 87% dari total penawaran produk dalam suatu pasar (atau lokal output). Variasi dari tipe ini adalah 8 perusahaan terbesar menguasai sekitar 99% dari total output. Kedua, tipe Ib, di mana 4 perusahaan terbesar menguasai sekitar 99% dari total output dan 8 perusahaan terbesar menguasai sekitar 78% dari total output dan 8 perusahaan terbesar menguasai sekitar 98% dari total output.

2) Tipe II

Pada tipe ini, jumlah perusahaan yang ada dalam industri lebih banyak dan bersama mengontrol pasar. Empat perusahaan terbesar menguasai 65% - 75 % dari total output, sedangkan 8 perusahaan terbesar menguasai 85% - 90% dari total output. Proporsi dari pasar yang dikontrol oleh beberapa perusahaan lebih kecil dengan tipe I.

3) Tipe III

Tipe ini disebut *high moderate concentration*. Ciri dari tipe ini adalah 4 perusahaan terbesar menguasai 50% - 65% dari total output. Variasinya adalah 8 perusahaan terbesar kurang lebih menguasai 70% - 85% dari total output dan 20 perusahaan kurang lebih 70% dari total outputnya.

4) Tipe IV

Dalam tipe ini disebut *low moderate concentration*, di mana 4 perusahaan terbesar menguasai 35% - 50% dari total outputnya, 8 perusahaan terbesar menguasai 45% - 70% dari total outputnya dan 20 perusahaan terbesar kurang lebih 70% dari total outputnya.

5) Tipe V

Tipe ini disebut *low grade oligopoly*, industri yang termasuk kategori ini biasanya mempunyai sejumlah besar penjualan skala kecil, ditandai dengan dikuasainya pangsa pasar kurang dari 45%, oleh 8 perusahaan terbesar menguasai kurang lebih 35% dari total outputnya.

d. Pasar Persaingan Monopolistik

Pasar persaingan monopolistik adalah suatu struktur pasar di mana terdapat sejumlah perusahaan besar yang memproduksi dan menjual barang yang bersifat *close substitute* namun barang tersebut tidak homogen secara sempurna (Suryawati,2005:151). Perbedaan antara pasar persaingan monopolistik dan pasar persaingan sempurna, terletak pada diferiansiasi produk. Sementara itu, pada pasar persaingan sempurna, produk yang di perjualbelikan merupakan barang identik (homogen) dan tidak memiliki diferensiasi (Kuncoro,2007:143).

Sebuah industri dikatakan memiliki struktur persaingan monopolistik, jika memiliki syarat-syarat berikut (Baye, 2000:301, Kuncoro, 2007:143)

- 1) Ada banyak penjual dan pembeli.
- 2) Setiap perusahaan di industri menghasilkan produk yang terdiferensiasi.
- 3) Adanya kebebasan untuk keluar masuk industri

Dalam konsentrasi industri terdapat beberapa cara pengukuran yang digunakan untuk mengetahui jenis konsentrasi industri. Ada bermacam-macam ukuran tentang konsentrasi industri seperti andil beberapa perusahaan terbesar, kurva lorenz, angka gini, dan berbagai indeks lainnya. Pengukuran dengan menghitung indeks konsentrasi antara lain adalah indeks *Lerner*, indeks *Bain*, dan indeks *Herfindahl*. Bahkan seperti telah ditemukan dalam teori ekonomi mikro, angka elastisitas pun dapat digunakan sebagai pengukur (Hasibuan, 1993: 106-107).

1. Rasio Konsentrasi

Rasio konsentrasi adalah bagian dari keseluruhan nilai output pasar yang dikuasai oleh beberapa perusahaan terbesar. Biasanya diukur 4 dan 8 perusahaan terbesar dalam industri (Jaya, 2001:86)

Perumusannya adalah:

$$CR_m = \sum_{i=1}^m MS_i \dots\dots\dots(2.1)$$

Dimana CR_m = rasio konsentrasi m perusahaan terbesar

MS_i = pangsa pasar perusahaan

Dengan daerah jangkauan $p \ m/n \leq CR_n \leq 1$

2. Kurva Lorenz

Tingkat konsentrasi industri dapat juga diukur dengan angka Gini, karena dari kurva Lorenz dapat diturunkan angka Gini. Angka ini dapat pula digunakan sebagai pengukur tingkat kesenjangan struktur pasar industri. Dalam kurva Lorenz, sumbu vertikal (Y) adalah jumlah kumulatif andil (proporsi) perusahaan di pasar dari yang terkecil hingga yang terbesar.

Dalam kenyataannya kurva Lorenz untuk beberapa industri memang mengindikasikan adanya kesenjangan antara ukuran-ukuran perusahaan. Ukuran ringkas dari kesenjangan yang diindikasikan oleh kurva Lorenz dapat dihitung dengan menggunakan koefisien Gini. Angka Gini dapat dirumuskan dengan (Hasibuan, 1993;110):

$$G = \frac{\sum X_i Y_{i-1} - \sum X_{i-1} Y_i}{\sum X_i Y_i} \dots\dots\dots (2.2)$$

Semakin tinggi tingkat kesenjangan, maka angka Gini mendekati satu. Angka Gini yang tinggi dapat menunjukkan bahwa struktur pasar tidaklah kompetitif. Kelemahan dari angka Gini adalah tidak terlalu umum. Tidak memperhitungkan jumlah perusahaan dalam industri.

3. Indeks Lerner

Indeks Lerner mengukur kekuatan monopoli. Pengertian monopoli dalam hal ini bersifat relatif. Tidak mengukur secara langsung tingkat konsentrasi industri, tetapi menyusun sebuah formula yang mengacu pada tingkat laba, yaitu perbandingan antara perbedaan harga yang

berlaku dengan ongkos marjinal terhadap harga jadi dalam suatu industri. Bentuk formula dari Lerner:

$$\frac{H-OM}{H}=(IL)\dots\dots\dots(2.3)$$

Dimana IL menunjukkan indeks Lerner, H adalah tingkat harga produk yang dihasilkan, dan OM adalah ongkos marjinal dalam memproduksi barang tersebut. Karena tingkat harga ditetapkan berdasarkan suatu perilaku dan struktur pasar. Namun dapat saja terjadi bahwa dengan skala perusahaan yang berbeda, IL-nya sama, padahal masing-masing perusahaan adalah monopoli. Dalam contoh ini dianggap bahwa masing-masing perusahaan mempunyai pasar masing-masing. Jadi, semakin tinggi konsentrasi (derajat monopoli), semakin tinggi nilai indeks Lerner.

4. Indeks Bain

Dalam bukunya pada tahun 1985, Joe S.Bain menulis tentang *Barrier to New Competition* yang memuat formula penghitungan laba. Bila dibandingkan konsep laba dengan penghitungan laba dalam akuntansi, tidak sama. Berdasarkan batasan teoritik, laba adalah kelebihan penghasilan dari ongkos total, yang merupakan bagian dari pendapatan perusahaan.

Batasan laba secara ekonomis menurut Bain adalah $(R- C- D- iV)$. R adalah revenue, C sama dengan ongkos pada tahun berjalan dalam memproduksi, i adalah tingkat bunga yang berlaku, yang merupakan

commit to user

resiko dalam nilai investasi (V). Bain mengukur tingkat keuntungan suatu industri dengan rumusan yang dapat dibandingkan antar industri.

$$IB = \frac{R - C - D - W}{R} \dots\dots\dots(2.4)$$

Dengan demikian, tingkat laba tidak hanya untuk satu perusahaan, tetapi bersifat agregatif dalam suatu industri yang diamati. Formulasnya tidak hanya sekedar mengukur kekuatan monopoli. Apabila tingkat laba itu relatif tinggi, maka strukturnya diperkirakan adalah monopoli.

5. Indeks Herfindahl

Indeks ini mengukur perubahan pangsa pasar dalam suatu industri dan mengukur tingkat monopoli power.

Perumusannya adalah:

$$IH = \sum_{i=1}^n (MS_i)^2 \dots\dots\dots(2.5)$$

Dimana, MS_i = pangsa perusahaan ke-i

n = jumlah seluruh perusahaan dalam industri

Semakin besar derajat konsentrasi perusahaan, maka nilai IH semakin mendekati 1. Kelemahan indeks ini adalah dalam menentukan bentuk struktur pasar yang dihadapi oleh suatu industri.

Banyaknya perusahaan yang menguasai suatu industri dirumuskan:

$$X = 1 / IH \dots\dots\dots(2.6)$$

Di mana, X = estimasi jumlah perusahaan yang menguasai pasar.

Nilai IH berkisar antara 0 sampai 1. Semakin besar nilai IH berarti semakin sedikit perusahaan yang mensupply industri, yang berarti

commit to user

industri tersebut terkonsentrasi pada beberapa perusahaan saja. Indeks ini berlandaskan bahwa pangsa pasar yang kecil mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kekuatan pasar.

Perilaku Industri

Perilaku di dalam ekonomika industri dapat diartikan bagaimana cara yang dilakukan oleh sebuah perusahaan agar mendapatkan pasar. Perilaku dapat terlihat dalam bagaimana perusahaan menentukan harga jual, promosi produk atau periklanan (*advertising*), koordinasi kegiatan dalam pasar (misalnya dengan berkolusi, kartel, dan sebagainya), serta litbang (*research and development*) (Kuncoro, 2007:146).

Dalam praktik bisnis, perilaku perusahaan dalam suatu industri memiliki karakteristik berbeda. Perilaku dalam hal ini dapat dilihat dari (Kuncoro, 2007:146-151):

i. Perilaku Harga

Perusahaan pada beberapa industri memiliki harga pengelembungan (*mark up*) yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain di industri yang berbeda. Sebagai ilustrasi, dapat dilihat pada indeks Lerner:

$$L = \frac{P - MC}{P} \dots\dots\dots(2.7)$$

Di mana P adalah harga dan MC adalah biaya marjinal.

Dari persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa indeks Lerner mengukur selisih antara harga dengan biaya marjinal dibandingkan dengan harga sebuah produk. Ketika sebuah perusahaan menetapkan

harga yang sama dengan biaya marjinalnya, maka indeks Lerner bernilai nol. Hal ini berarti harga yang dibayarkan oleh konsumen untuk membeli suatu produk persis sama dengan biaya tambahan perusahaan untuk memproduksi satu produk kembali. Sebaliknya, jika perusahaan menetapkan harga di atas biaya marjinalnya, maka indeks Lerner akan lebih besar dari nol.

ii. Aktivitas Integrasi dan Merjer

Para ekonom membagi aktivitas merjer menjadi tiga jenis, yaitu:

a) Integrasi vertikal

Strategi integrasi vertikal adalah usaha perusahaan untuk memperoleh kendali terhadap inputnya (*backward*), outputnya (*inward*), atau keduanya. Pada integrasi vertikal ke belakang, perusahaan memperoleh kendali terhadap input atau sumber dayanya dengan menjadi pemasoknya sendiri. Pada integrasi vertikal ke depan, perusahaan memperoleh kendali terhadap output (produk atau jasa) dengan menjadi distributor bagi dirinya sendiri.

b) Integrasi Horizontal

Integrasi horizontal memperluas operasi perusahaan dengan mengkombinasikan perusahaannya dengan perusahaan lain dalam industri yang sama dan melakukan hal yang sama dengannya. Artinya adalah bagaimana mengkombinasikan operasionalnya dengan pesaingnya.

c) Merjer Konglomerat

Merjer konglomerat adalah usaha diversifikasi operasional perusahaan yang tengah dilakukan ke dalam industri yang sama sekali berbeda. Proses integrasi mencakup integrasi dua atau lebih perusahaan dengan lini bisnis berbeda. Proses integrasi jenis ini menjadi penting karena dalam siklus bisnis tidak ada suatu bisnis yang terus-menerus mendapatkan keuntungan. Karena permintaan pada suatu produk kadang meningkat kadang juga menurun.

iii. Penelitian dan Pengembangan

Teknologi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan efisiensi dalam memproduksi barang dan jasa. Salah satu cara mendapatkan keunggulan teknologi adalah melalui proses penelitian dan pengembangan (litbang atau *R&D*) dan kemudian mempatenkan teknologi yang ditemukan melalui proses penelitian dan pengembangan. Pengeluaran yang optimal dalam pembiayaan untuk litbang tergantung pada karakteristik industri di mana perusahaan beroperasi.

iv. Iklan

Iklan digunakan sebagai salah satu cara meningkatkan penjualan. Namun setiap perusahaan mengalokasikan anggaran yang berbeda-beda untuk mengiklankan produknya. Hal demikian sangat terkait dengan industri di mana perusahaan beroperasi.

Kinerja Industri

Kinerja (*performance*) adalah hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri, pemerataan pendapatan, dan kemajuan teknologi (Hasibuan, 1993:17). Beberapa aspek dari kinerja menurut Joe S.Bain yaitu: a) efisiensi produksi b) efisiensi distribusi, di mana kemampuan industri menghasilkan produk-produknya dengan biaya rendah c) efisiensi alokasi, di mana harga pasar yang dibebankan pada pembeli konsisten dengan biaya penawaran termasuk pengembalian suatu laba normal d) kemajuan teknologi, kemampuan para pemasok untuk selalu memperkenalkan teknik-teknik distribusi dan produk baru dengan hemat biaya dan memperkenalkan produk superior e) karakter produk yang beragam dan berkualitas. Sedangkan aspek kinerja menurut Jaya (2001), antara lain:

1) Efisiensi

Secara sederhana, pengertian efisiensi adalah menghasilkan suatu nilai output yang maksimum dengan menggunakan sejumlah input tertentu. Baik secara kuantitas fisik maupun nilai ekonomis (harga). Secara ringkas dapat dijelaskan bahwa sejumlah input yang sifatnya boros dihindarkan, sehingga tidak ada sumber daya yang tidak digunakan dan terbuang. Efisiensi sendiri digolongkan dalam dua kategori yaitu:

i. Efisiensi internal

Perusahaan yang dikelola dengan baik, menggambarkan usaha yang maksimum dari para pekerja dan menghindari kejenuhan dalam pelaksanaan jalannya perusahaan.

ii. Alokasi yang efisien

Sumber daya ekonomi dialokasikan sedemikian rupa sehingga tidak ada lagi perbaikan dalam berproduksi yang dapat menaikkan nilai dari output.

2) Kemajuan Teknologi

Melalui penemuan dan pembaharuan teknologi, orang dapat membuat suatu karya yang baru serta meningkatkan produktivitas suatu produksi barang yang telah ada. Jika hal ini bekerja dengan baik, produksi-produksi baru ditawarkan, biaya-biaya menurun, dan harga-harga yang turun akan memperbesar keuntungan konsumen.

3) Keadilan (*equity*)

Keadilan yang dimaksudkan disini adalah keadilan dalam pendistribusian. Ini sangat erat kaitannya dengan efisiensi dalam pengalokasian. Keadilan mempunyai tiga dimensi pokok yaitu kesejahteraan, pendapatan dan kesempatan. Kesejahteraan dan pendapatan merupakan hal yang aktual, berpola sangat erat dan dapat diukur secara langsung dalam nilai uang.

4) Tujuan Lainnya

Mencakup berbagai macam nilai sosial dan budaya. Meskipun ilmu ekonomi sifatnya tidak pasti, tujuan lainnya ini merupakan permasalahan yang lebih kompleks dibandingkan efisiensi atau keadilan. Salah satunya adalah kebebasan seseorang untuk memilih. Kebebasan tidaklah bersifat mutlak. Kebebasan seseorang seringkali dibatasi oleh kebebasan orang lain.

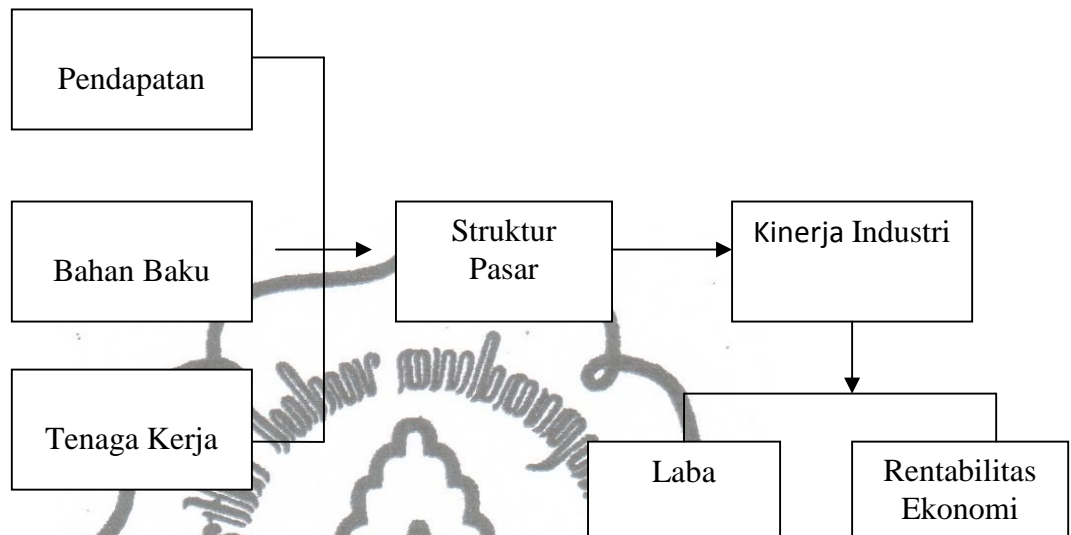
D. Penelitian Sebelumnya

Penelitian Bambang dan Mudrajad (2003) tentang struktur dan kinerja industri rokok kretek di Indonesia. Industri rokok kretek di Indonesia mempunyai struktur oligopoli dengan tingkat konsentrasi tinggi, ini ditunjukkan oleh nilai konsentrasi rasio (CR-4/8) yang tinggi. Artinya, hambatan masuk dalam industri ini cukup besar sehingga tidak mudah bagi perusahaan baru untuk masuk dalam industri ini. Jika ada perusahaan baru biasanya adalah hasil akuisisi dari perusahaan besar. Kinerja industri rokok kretek mengalami pertumbuhan walaupun kondisi perekonomian Indonesia mengalami krisis. Indikasi pertumbuhan kinerja dapat dirasakan karena adanya pertumbuhan sumbangan nilai tambah dan tenaga kerja industri terhadap industri manufaktur di Indonesia. Keuntungan tiap perusahaan mempunyai hubungan yang positif dengan konsentrasi industri dengan turunnya nilai CR-4, sedangkan keuntungan tiap perusahaan mempunyai hubungan yang negatif terhadap jumlah perusahaan.

Penelitian Wisnu Yudananto (2004) tentang struktur dan kinerja industri warung internet di Kota Surakarta. Dari hasil penelitian diketahui bahwa analisis data menunjukkan bahwa rasio konsentrasi atas empat warung internet terbesar (CR-4) adalah 46.04% dengan nilai IH sebesar 0.0755. Struktur industri warung internet termasuk oligopoli tipe *low moderate concentration*. Untuk perhitungan kinerja warung internet selama tahun 2004 adalah efisien. Berdasarkan hasil korelasi, diketahui bahwa hubungan antara variabel pendapatan dengan rentabilitas ekonomi menunjukkan tidak terdapat suatu hubungan yang signifikan, di mana nilai r adalah 0.63.

Penelitian Fitri Wulandari (2007) tentang struktur dan kinerja industri kertas dan pulp di Indonesia: sebelum dan pascakrisis. Dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa nilai rasio konsentrasi dari CR bahan baku, CR nilai tambah dan CR output semuanya meningkat baik untuk CR₄ maupun CR₈. Ini berarti bahwa krisis telah menyebabkan peningkatan rasio konsentrasi industri kertas dan pulp. Hasil penelitian menunjukkan bahwa biaya modal dan biaya bahan baku berpengaruh negatif terhadap nilai tambah perusahaan. Sedangkan variabel biaya output berpengaruh negatif terhadap nilai tambah perusahaan.

E. Kerangka Teoritis



Gambar 2.2. Kerangka Teoritis

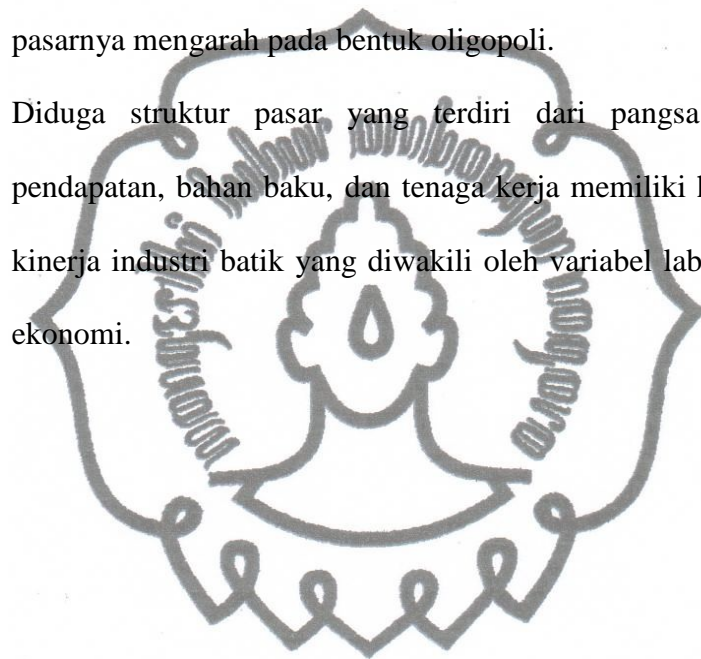
Berdasarkan kerangka pemikiran di atas dapat dijelaskan bahwa dalam menentukan struktur pasar industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten, terlebih dahulu kita mengukur konsentrasi dari produk yang dihasilkan oleh tiap perusahaan dalam industri. Konsentrasi produk yang dihasilkan meliputi pendapatan, bahan baku, dan tenaga kerja. Setelah konsentrasi ditentukan, maka struktur pasar industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten dapat diketahui.

Sedangkan penilaian kinerja industri batik diproksikan oleh variabel laba dan rentabilitas ekonomi. Variabel-variabel tersebut mewakili kondisi perusahaan secara umum. Analisis selanjutnya akan diteliti mengenai seberapa kuat hubungan antara struktur pasar yang terdiri

dari pendapatan, bahan baku, dan tenaga kerja dengan kinerja industri batik yang diwakili oleh variabel laba dan rentabilitas ekonomi.

F. Hipotesis

1. Diduga industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten merupakan industri yang terkonsentrasi sehingga struktur pasarnya mengarah pada bentuk oligopoli.
2. Diduga struktur pasar yang terdiri dari pangsa pasar terhadap pendapatan, bahan baku, dan tenaga kerja memiliki hubungan dengan kinerja industri batik yang diwakili oleh variabel laba dan rentabilitas ekonomi.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dibuat sebagai studi mengenai organisasi industri yang mencakup kajian tentang struktur pasar dan kinerja industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang ingin diteliti. Di dalam suatu penelitian apabila peneliti ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka peneliti ini merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut dengan studi populasi atau studi kasus. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan Industri kecil Batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten tahun 2010, sehingga penelitian ini dikategorikan penelitian sensus.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian sensus yaitu keseluruhan industri kecil batik yang berjumlah 23 di Desa Jarum Kecamatan Bayat Kabupaten Klaten.

C. Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data diperoleh dari hasil metode observasi dan interview kepada pengusaha atau pengrajin batik dengan menggunakan daftar kuisisioner.

Metode Pengumpulan Data

1. Metode Observasi

Yaitu teknik pengumpulan data, di mana peneliti mengadakan pengamatan secara langsung pada obyek yang diteliti.

2. Metode Kuesioner

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden, dilakukan secara sistematis, teratur dan berdasarkan pada tujuan penelitian untuk dijawabnya.

D. Definisi Operasional Variabel

Berikut ini diberikan batasan pengertian dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, antara lain:

1. Struktur Pasar

Struktur pasar menggambarkan pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan. Struktur pasar merupakan karakteristik dari organisasi perusahaan yang dapat mempengaruhi sifat kompetisi dan harga. Variabel struktur pasar yang digunakan meliputi:

a) Pendapatan

Merupakan jumlah produk fisik yang dihasilkan, dikalikan dengan harga jualnya.

b) Bahan baku

Merupakan jumlah nilai rupiah yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengadakan bahan baku serta bahan penolong dalam satu bulan.

c) Tenaga kerja

Merupakan jumlah nilai rupiah yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk membayar tenaga kerja dalam satu bulan.

2. Rasio Konsentrasi

Rasio konsentrasi adalah suatu indeks yang mengukur kekuatan pasar berdasarkan perusahaan-perusahaan terbesar. Nilai dari rasio konsentrasi suatu industri merupakan dasar untuk menentukan struktur pasar suatu industri. Rasio konsentrasi berdasarkan pendapatan, bahan baku, dan tenaga kerja.

3. Indeks Herfindahl

Indeks Herfindahl digunakan untuk menggambarkan kondisi pangsa pasar seluruh perusahaan dalam industri. Perumusannya adalah:

$$IH = \sum_{i=1}^n (MS_i)^2 \dots\dots\dots(3.1)$$

Di mana, MS_i = pangsa perusahaan ke-i

n = jumlah seluruh perusahaan dalam industri

commit to user

4. Variabel kinerja yang digunakan adalah:

- a) Laba, merupakan total pendapatan dikurangi penjumlahan biaya produksi dalam bulan t.
- b) Rentabilitas Ekonomi, merupakan perbandingan antara laba usaha dengan modal usaha yang dipergunakan dan dinyatakan dalam persentase.

E. Metode Analisis Data

1. Struktur Pasar Industri Batik

Untuk mengetahui struktur pasar industri batik, digunakan rasio konsentrasi empat dan delapan perusahaan terbesar dalam industri dan Herfindahl Indeks (IH). Yang dimaksud dengan rasio konsentrasi m perusahaan terbesar adalah berapa persen aset total dari industri yang dikuasai oleh m perusahaan terbesar yang terdapat dalam industri tersebut (Hasibuan, 1993:109).

$$\text{Rasio Konsentrasi : CR} = \sum_{i=1}^m MS_i \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan:

CR = besarnya tingkat konsentrasi industri m perusahaan terbesar.

MS_i = pangsa pasar perusahaan ke-i

Nilai CR berkisar antara m/n sampai dengan 1. Apabila CR mendekati 1, dikatakan struktur pasar mendekati bentuk monopoli. Sedangkan bila nilai CR mendekati m/n dikatakan struktur pasar mendekati bentuk persaingan sempurna.

commit to user

Indeks Herfindahl digunakan untuk menggambarkan kondisi pangsa pasar seluruh perusahaan dalam industri.

$$\text{Indeks Herfindahl : } IH = \sum_{i=1}^n (MS_i)^2 \dots\dots\dots(3.3)$$

Di mana, MS_i = pangsa perusahaan ke-i

n = jumlah seluruh perusahaan dalam industri

Nilai indeks Herfindahl berkisar antara $0 \leq IH \leq 1$. Nilai $IH=1$, apabila dalam industri hanya ada satu perusahaan yang menguasai pasar.

2. Hubungan Antara Struktur Pasar dan Kinerja

Melalui analisis pangsa pasar pada sejumlah variabel, yaitu pendapatan, bahan baku, dan tenaga kerja, maka dapat diketahui seberapa besar pangsa pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan. Dengan demikian kita dapat mengetahui struktur pasarnya. Selanjutnya gambaran tentang struktur pasar dikaitkan dengan gambaran kinerja industri batik secara individual. Analisis ini diharapkan dapat mengemukakan kaitan antara struktur pasar dan kinerja industri batik.

Dalam menganalisis hubungan antara struktur pasar dan kinerja industri batik, sebelumnya dilakukan uji normalitas pada tiap-tiap variabel yang akan diteliti. Dengan uji normalitas, akan diketahui apakah data yang diteliti terdistribusi normal (asimetris) atau tidak normal (simetris). Sehingga dapat ditentukan metode statistik apa yang selanjutnya akan dipergunakan dalam menganalisis hubungan antara struktur pasar dan kinerja industri batik. Apakah metode parametrik

atau non-parametrik. Uji normalitas yang akan dipergunakan adalah uji Lilliefors (Kolmogorov - Smirnov).

Hubungan antara struktur pasar dan kinerja industri batik, akan diuji dengan analisis korelasi. Analisis korelasi adalah alat statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui derajat hubungan linier antara suatu variabel dengan variabel lain (Algifari, 1997:31).

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linier antara dua variabel. Korelasi juga tidak menunjukkan hubungan fungsional. Dengan kata lain, analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Beberapa sifat koefisien korelasi (r) dapat dijelaskan sebagai berikut (Gujarati, 1995:46-47):

- 1) r dapat positif atau negatif, tandanya tergantung pada tanda faktor pembilang, yang mengukur kovariansi sampel kedua variabel.
- 2) Terletak antara batas -1 dan $+1$, yaitu $-1 \leq r \leq 1$.
- 3) Sifat dasarnya simetris, yaitu koefisien korelasi antara X dan Y (r_{xy}) sama dengan koefien korelasi antara Y dan X (r_{yx}).
- 4) Tidak tergantung pada titik asal (origin) dan skala, yaitu kalau didefinisikan $X_i^* = aX_i + c$ dan Y_i^* adalah sama dengan r antara variabel asli X dan Y .
- 5) Kalau X dan Y bebas secara statistik, koefisien korelasi antara keduanya adalah 0 (nol). Tetapi kalau $r=0$, ini tidak berarti bahwa

kedua variabel adalah bebas. Dengan perkataan lain, korelasi nol tidak perlu berarti kebebasan.

- 6) r hanyalah suatu ukuran hubungan linier atau ketergantungan linier saja, r tidak mempunyai arti untuk menggambarkan hubungan non linier.
- 7) Meskipun Y adalah ukuran hubungan linier atau dua variabel, tetapi tidak berarti adanya hubungan sebab akibat.

$$r = \pm \sqrt{r^2}$$

$$= \frac{\sum XiYi}{\sqrt{(\sum Xi^2)(\sum Yi^2)}}$$

$$= \frac{N\sum XiYi - (\sum Xi)(\sum Yi)}{\sqrt{[N\sum Xi^2 - (\sum Xi)^2][N\sum Yi^2 - (\sum Yi)^2]}} \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi sampel

X = variabel struktur pasar

Y = variabel kinerja industri

N = jumlah kasus penelitian

Koefisien korelasi sebesar ± 1 mempunyai korelasi yang sempurna, sedangkan koefisien korelasi sebesar 0 menunjukkan tidak ada korelasi. Koefisien korelasi 0 sampai +1 disebut korelasi positif. Koefisien korelasi positif yaitu koefisien di mana kenaikan variabel pertama diikuti dengan kenaikan nilai variabel kedua atau

sebaliknya, menurunnya nilai variabel pertama diikuti dengan menurunnya variabel kedua.

Koefisien korelasi 0 sampai -1 disebut korelasi negatif. Korelasi negatif adalah korelasi di mana kenaikan nilai variabel pertama diikuti dengan menurunnya nilai variabel kedua, atau sebaliknya, penurunan nilai variabel pertama diikuti dengan meningkatnya nilai variabel kedua.

Untuk koefisien korelasi 0, hendaknya ini ditafsirkan tidak terdapat hubungan linear antara variabel pertama dengan variabel kedua (Hartono, 2008: 76)

Adapun langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

1) Formulasikan H_0 dan H_1

H_0 : tidak ada hubungan (korelasi) antara dua variabel atau angka korelasi 0.

H_1 : ada hubungan (korelasi) antara dua variabel atau angka korelasi tidak 0.

2) Menentukan *level of significance*, $\alpha = 5\%$

3) Pengambilan keputusan berdasarkan pada probabilitas.

4) Jika probabilitas >0.05 , maka H_0 diterima, berarti tidak ada hubungan atau korelasi antara dua variabel yang diamati.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Klaten

1. Aspek Geografis

a. Letak Geografis

Kabupaten Klaten terletak secara geografis antara $7^{\circ}32'19''$ sampai $7^{\circ}48'33''$ dan antara $110^{\circ}26'14''$ sampai $110^{\circ}47'51''$. Letak Kabupaten Klaten cukup strategis karena berbatasan langsung kota Surakarta, yang merupakan salah satu pusat perdagangan dan Daerah Istimewa Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar dan kota wisata. Wilayah Kabupaten Klaten berbatasan dengan beberapa Kabupaten:

Sebelah Utara : Kabupaten Boyolali

Sebelah Timur : Kabupaten Sukoharjo

Sebelah Selatan : Kabupaten Gunung Kidul (DI Yogyakarta)

Sebelah Barat : Kabupaten Sleman (DI Yogyakarta)

b. Keadaan Wilayah

Wilayah Kabupaten Klaten terbagi menjadi tiga daratan:

1. Dataran Lereng Gunung merapi membentang di sebelah utara, meliputi sebagian kecil sebelah utara wilayah Kecamatan Kemalang, Karangnongko, Jatinom dan Tulung.

commit to user

2. Dataran Rendah membujur di tengah, meliputi seluruh wilayah kecamatan di Kabupaten Klaten, kecuali sebagian kecil wilayah merupakan dataran lereng Gunung Merapi dan Gunung Kapur.
3. Dataran Gunung Kapur yang membujur di sebelah selatan meliputi sebagian kecil sebelah selatan kecamatan Bayat dan Cawas.

Melihat keadaan alamnya yang sebagian besar adalah dataran rendah dan didukung dengan banyaknya sumber air, maka daerah Kabupaten Klaten merupakan daerah pertanian yang potensial. Disamping sebagai penghasil kapur, batu kali dan pasir yang berasal dari Gunung Merapi.

Ketinggian Daerah:

1. Sekitar 3,72% terletak diantara ketinggian 0-100 meter di atas permukaan air laut.
2. Terbanyak 83,52% terletak diantara ketinggian 100-500 meter di atas permukaan air laut.
3. Sisanya 12,76% terletak diantara ketinggian 500-2.500 meter di atas permukaan air laut.

c. Luas Penggunaan Lahan

Kabupaten Klaten mempunyai luas wilayah sebesar 65.556 ha, terbagi dalam 26 kecamatan, 401 desa/kelurahan. Dari 65.556 ha luas Kabupaten Klaten, 50,98 persen (33.423 ha) merupakan lahan bukan sawah.

Seiring dengan perkembangan keadaan, terjadi perubahan penggunaan dari lahan pertanian ke non pertanian. Hal ini ditunjukkan dari luas lahan sawah yang terus mengalami penurunan (tahun 2008; 0,04 persen), sedangkan lahan bukan sawah mengalami kenaikan (tahun 2008 sebesar 0,04 persen).

Perubahan penggunaan tanah pertanian juga cukup besar tiap tahunnya. Tahun 2008 terjadi perubahan tanah pertanian sebesar 25.2835 ha. Dibandingkan tahun 2007 mengalami penurunan dari lahan sawah dan tegalan ke non pertanian sebesar 23,67 persen. Perubahan terbesar digunakan untuk bangunan dan perusahaan.

2. Aspek Demografi

a. Penduduk

Tahun 2008 jumlah penduduk Klaten sebesar 1.300.494 jiwa, kondisi ini menunjukkan penambahan 3.507 jiwa dari tahun sebelumnya dan pertumbuhannya sebesar 0,27 persen. Pertumbuhan jumlah penduduk seyogyanya diimbangi dengan pemerataan penyebaran penduduk.

Secara umum kepadatan penduduk di Kabupaten Klaten merata untuk semua kecamatan, kecuali Kecamatan Kemalang yang paling rendah kepadatannya sebesar 671 jiwa per km².

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk Dan Laju pertumbuhan Penduduk
Kabupaten Klaten Tahun 1998-2008

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Pertumbuhan Penduduk (Jiwa)	Persentase
1998	1 234 113	5 437	0.44
1999	1 242 711	8 598	0.69
2000	1 257 682	14 971	1.19
2001	1 265 295	7 613	0.60
2002	1 271 530	6 235	0.49
2003	1 277 297	5 767	0.45
2004	1 281 786	4 489	0.35
2005	1 286 058	4 272	0.33
2006	1 293 242	7 184	0.56
2007	1 296 987	3 745	0.29
2008	1 300 494	3 507	0.27

Sumber: BPS, Klaten dalam angka 2008.

b. Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah modal bagi geraknya roda pembangunan. Jumlah dan komposisi tenaga kerja akan terus mengalami perubahan seiring dengan berlangsungnya proses demografi.

Tahun 2008 jumlah pencari kerja sebanyak 17.389 orang, mengalami kenaikan sebesar 12,11 persen dibandingkan dengan tahun 2007. Tingkat pendidikan untuk pencari kerja yang terbanyak adalah SMU/SMK sebesar 5.409 orang.

c. Keluarga Berencana

Peserta KB aktif di Kabupaten Klaten tahun 2007 mencapai 157.224 akseptor dan peserta KB baru sebesar 19.536 akseptor. Sedangkan metoda alat kontrasepsi yang banyak digunakan untuk peserta KB baik aktif atau baru adalah suntik.

d. Transmigrasi

Pada tahun 2008 jumlah transmigran yang berangkat dari Kabupaten Klaten sebesar 20 KK, kondisi ini mengalami kenaikan dibandingkan tahun 2007. Adapun tujuan paling banyak adalah ke Sumatera.

3. Aspek Sosial Ekonomi

a. Pendidikan dan Kebudayaan

Peningkatan Sumber Daya Manusia sekarang ini lebih difokuskan pada pemberian kesempatan seluas-luasnya untuk mengecap pendidikan, terutama penduduk kelompok usia sekolah (umur 7-24 tahun). Di Kabupaten Klaten tahun 2008 jumlah murid yang tercatat di Dinas Pendidikan dan Kebudayaan secara umum tidak banyak berbeda dibandingkan tahun 2007.

Jumlah anak putus sekolah tahun 2008 sebesar 353 orang baik untuk sekolah negeri maupun swasta. Kondisi ini menunjukkan penurunan sekitar 44,06 persen dari tahun 2007.

b. Kesehatan

Pembangunan bidang kesehatan meliputi seluruh siklus atau tahapan kehidupan manusia. Tersedianya fasilitas kesehatan yang memadai sangat diperlukan dalam upaya peningkatan status kesehatan dan gizi masyarakat.

Jumlah kematian bayi selama lima tahun terakhir cukup fluktuatif, untuk tahun 2008 sebesar 138. Jumlah kelahiran bayi mengalami kenaikan sebesar 7,66 persen dibandingkan tahun 2007.

c. Agama

Kehidupan beragama yang harmonis sangat didambakan masyarakat. Hal ini terlihat dari tempat-tempat peribadatan yang ada di sekitar warga, seperti masjid, gereja, dan pesantren.

Jumlah tempat peribadatan menunjukkan kecenderungan peningkatan dari tahun ke tahun. Sedangkan jumlah pemberangkatan haji tahun 2008 sebanyak 1.392 jemaah. Mengalami peningkatan dari tahun 2007 sebesar 20,37 persen.

d. Struktur Ekonomi

Perekonomian Kabupaten Klaten tahun 2008, menurut Produk Domestik Regional Bruto atas dasar harga berlaku didominasi sektor Perdagangan, Hotel dan Restoran sebesar 25,64%, sektor Industri Pengolahan sebesar 20,52% dan sektor Pertanian sebesar 19,67%.

Sedangkan sektor-sektor yang kontribusinya kecil adalah sektor Listrik dan Air Minum sebesar 1,09%, sektor Penggalian sebesar 1,65% dan sektor Angkutan dan Komunikasi sebesar 3,12%.

Tabel 4. 2.
Struktur Ekonomi Kabupaten Klaten Atas Dasar Harga
Berlaku Tahun 2007 – 2008 (%)

Lapangan Usaha	2007	2008
1. Pertanian	20,25	19,67
2. Penggalian	1,64	1,65
3. Industri Pengolahan	20,46	20,52
4. Listrik dan Air Minum	1,12	1,09
5. Bangunan / Konstruksi	9,54	9,18
6. Perdagangan, Hotel dan Restoran	25,80	25,64
7. Angkutan dan Komunikasi	3,16	3,12
8. Keuangan, Persewaan dan Jasa Perusahaan	3,75	3,79
9. Jasa-jasa	14,29	15,34

Sumber: BPS Kabupaten Klaten tahun 2008

e. Aspek Industri

Sektor industri merupakan sektor utama dalam perekonomian di Kabupaten Klaten. Sektor ini sebagai salah satu penyumbang terbesar dalam pembentukan PDRB selama lima tahun terakhir. Tahun 2008 jumlah perusahaan sebesar 33.347 perusahaan. Kondisi ini mengalami kenaikan sebesar 0,45 persen dibandingkan tahun 2007. Untuk jumlah tenaga kerja yang terserap

sebesar 1.478.978 orang, mengalami kenaikan sebesar 0,91 persen dari tahun 2007. Nilai produksi mengalami peningkatan sebesar 18,80 persen dari tahun 2007.

Tabel 4.3
Kelompok Sentra Industri Dan Jumlah Usaha Menurut Bidang Usaha di Kabupaten Klaten Tahun 2008

Cabang Industri	Jumlah Kelompok (Sentra)	Jumlah Unit Usaha	Tenaga Kerja
I. Industri Hasil Pertanian dan Kehutanan	118	3.345	13.043
II. Industri Logam, Mesin Kimia dan Aneka (ILMKA)	166	5.733	25.734
Jumlah	284	9.078	38.777

Sumber: BPS Kabupaten Klaten tahun 2008

B. Gambaran Umum Industri Batik

1. Sejarah Batik

Batik berasal dari bahasa Jawa 'amba' yang berarti menulis dan 'titik'. Kata batik merujuk pada kain dengan corak yang dihasilkan oleh bahan 'malam' (*wax*) yang diaplikasikan ke atas kain. Memang titik merupakan desain dominan pada batik. Perempuan-perempuan Jawa di masa lampau menjadikan keterampilan mereka dalam membatik sebagai mata pencaharian sehingga pekerjaan membatik adalah pekerjaan eksklusif perempuan. Batik juga diidentikan dengan kecantikan wanita mengingat dalam masa kerajaan di Jawa kecantikan wanita juga di ukur dengan kepandaian dalam membuat batik dengan

menggunakan canting. Canting merupakan salah satu alat untuk menulis pada kain batik dengan menggunakan lilin. Hingga ditemukannya 'batik cap' yang memungkinkan masuknya laki-laki ke dalam bidang ini. Sebenarnya batik di Indonesia telah dikenal semenjak zaman Kerajaan Majapahit dan terus berkembang kepada kerajaan berikutnya.

Awalnya batik dikerjakan hanya terbatas dalam keraton saja dan hasilnya untuk pakaian raja dan keluarga serta para pengikutnya. Karena banyak dari pengikut raja yang tinggal diluar keraton, maka kesenian batik ini dibawa oleh mereka keluar keraton dan dikerjakan di tempatnya masing-masing. Lama-lama kesenian batik ini ditiru oleh rakyat terdekat dan selanjutnya meluas menjadi pekerjaan kaum wanita dalam rumah tangganya untuk mengisi waktu senggang. Selanjutnya, batik yang tadinya hanya pakaian keluarga keraton, kemudian menjadi pakaian rakyat yang digemari, baik wanita maupun pria. Bahan kain putih yang dipergunakan waktu itu adalah hasil tenunan sendiri.

2. Proses Pembuatan Batik

Secara umum proses pembuatan batik melalui tiga tahapan yaitu pewarnaan, pemberian malam (lilin) pada kain dan pelepasan lilin dari kain. Kain putih yang akan dibatik dapat diberi warna dasar sesuai selera kita atau tetap berwarna putih sebelum kemudian di beri malam. Proses pemberian malam ini dapat menggunakan proses batik tulis dengan canting tangan atau dengan proses cap. Pada bagian kain yang

diberi malam maka proses pewarnaan pada batik tidak dapat masuk karena tertutup oleh malam (*wax resist*). Setelah diberi malam, batik dicelup dengan warna. Proses pewarnaan ini dapat dilakukan beberapa kali sesuai keinginan, berapa warna yang diinginkan.

Jika proses pewarnaan dan pemberian malam selesai maka malam dilunturkan dengan proses pemanasan. Batik yang telah jadi direbus hingga malam menjadi leleh dan terlepas dari air. Proses perebusan ini dilakukan dua kali, yang terakhir dengan larutan soda ash untuk mematkan warna yang menempel pada batik, dan menghindari kelunturan. Setelah perebusan selesai, batik direndam air dingin dan dijemur.

3. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh hasil deskripsi responden sebagai berikut :

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Distribusi umur responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Distribusi Umur Responden

Umur (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
27-33	4	17,4
34-40	6	26,1
41-47	5	21,7
48-54	3	13,0
55-61	4	17,4
62-68	1	4,3
Jumlah	23	100

Sumber: Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa dari 6 kelas dengan 23 responden, jumlah responden yang berumur antara 27 sampai 33 tahun adalah 4 orang (17,4%). Ada 6 orang (26,1%) yang berumur antara 34 sampai 40 tahun, 5 orang (21,7%) berumur antara 41 sampai 47 tahun, 3 orang (13,0%) berumur antara 48 sampai 54 tahun, 4 orang (17,4%) berumur antara 55 sampai 61 tahun, sedangkan yang berumur antara 62 sampai 68 tahun ada 1 orang (4,3%).

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

Distribusi jumlah tenaga kerja yang dimiliki responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.5
Distribusi Jumlah Tenaga Kerja Responden

Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	Jumlah	Persentase (%)
2-10	5	21,7
11-19	8	34,8
20-28	5	21,7
29-37	2	8,7
38-46	1	4,3
47-55	2	8,7
Jumlah	23	100

Sumber: Data Primer, diolah

Dari tabel 4.5 dapat dilihat bahwa pengusaha atau pengrajin batik yang mempunyai tenaga kerja sebanyak 2 sampai 10 orang ada 5 orang (21,7%), 11 sampai 19 orang ada 8 orang (34,8%), 20 sampai 28 orang ada 5 orang (21,7%), 29 sampai 37 orang ada 2 orang (8,7%), 38 sampai 46 orang ada 1 orang, dan yang mempunyai tenaga kerja 47 sampai 55 orang ada 2 orang (8,7%).

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dari data yang diperoleh, diketahui bahwa tingkat pendidikan responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Distribusi Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
SD	7	30,4
SMP	7	30,4
SMA	7	30,4
S1	2	8,7
Jumlah	23	100

Sumber: Data Primer, diolah

Dari tabel 4.6 dapat dilihat bahwa dari 23 responden, tingkat pendidikan SD, SMP, dan SMA adalah sama yaitu sebesar 7 orang (masing-masing 30,4%), sedangkan tingkat pendidikan S1 ada 2 orang (8,7%).

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha

Distribusi lama usaha responden dapat dilihat pada tabel 4.7

Tabel 4.7
Distribusi Lama Usaha

Lama Usaha (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1-7	2	8,7
8-14	6	26,1
15-21	11	47,8
22-28	2	8,7
29-35	1	4,3
36-42	1	4,3
Jumlah	23	100

Sumber: Data Primer, diolah

Dari tabel 4.7 dapat dilihat bahwa responden yang menjalankan usaha antara 1 sampai 7 tahun ada 2 orang (8,7%), 8 sampai 14 tahun ada 6 orang (26,1%), 15 sampai 21 tahun ada 11 orang (47,8%), 22 sampai 28 tahun ada 2 orang (8,7%), 29 sampai 35 tahun ada 1 orang (4,3%), dan 36 sampai 42 tahun juga ada 1 orang (4,3%).

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Modal

Distribusi modal responden dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8
Distribusi Modal

Modal (Rupiah)	Jumlah	Persentase (%)
1.000.000 - 6.000.000	8	34,8
6.100.000 - 11.100.000	6	26,1
11.200.000 - 16.200.000	6	26,1
16.300.000 - 21.300.000	1	4,3
21.400.000 - 26.400.000	0	0
26.500.000 - 31.500.000	2	8,7
Jumlah	23	100

Sumber: Data Primer, diolah

commit to user

Dari tabel 4.8 dapat dilihat bahwa responden yang memiliki modal antara 1.000.000 sampai 6.000.000 rupiah ada 8 orang (34,8%), 6.100.000 sampai 11.100.000 rupiah ada 6 orang (26,1%), 11.200.000 sampai 16.200.000 rupiah ada 6 orang (26,1%), 26.500.000 sampai 31.500.000 rupiah ada 2 orang (8,7%).

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Bahan Baku

Distribusi bahan baku yang digunakan responden dalam satu bulan produksi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Bahan Baku

Bahan Baku (Rupiah)	Jumlah	Persentase (%)
400.000 – 3.400.000	6	26,1
3.500.000 – 6.500.000	10	43,5
6.600.000 – 9.600.000	2	8,7
9.700.000 – 12.700.000	2	8,7
12.800.000 – 15.800.000	2	8,7
15.900.000 – 18.900.000	1	4,3
Jumlah	23	100

Sumber: Data Primer, diolah

Dari tabel 4.9 dapat dilihat bahwa responden yang menggunakan bahan baku antara 400.000 sampai 3.400.000 rupiah ada 6 orang (26,1%), 3.500.000 sampai 6.500.000 rupiah ada 10 orang (43,5%), 6.600.000 sampai 9.600.000 ada 2 orang (8,7%), 9.700.000 sampai 12.700.000 ada 2 orang (8,7%), 12.800.000 sampai 15.800.000 juga ada 2 orang (8,7%), sedangkan 15.900.000 sampai 18.900.000 hanya ada 1 orang (4,3%).

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Distribusi pendapatan yang diperoleh responden selama satu bulan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan (Rupiah)	Jumlah	Persentase (%)
1.200.000 – 8.200.000	8	34,8
8.300.000 – 15.300.000	4	17,4
15.400.000 – 22.400.000	7	30,4
22.500.000 – 29.500.000	2	8,7
29.600.000 - 36.600.000	1	4,3
36.700.000 – 43.700.000	1	4,3
Jumlah	23	100

Sumber: Data Primer, diolah

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden yang memperoleh pendapatan sebesar 1.200.000 sampai 8.200.000 rupiah ada 8 orang (34,8%), 8.300.000 sampai 15.300.000 rupiah ada 4 orang (17,4%), 15.400.000 sampai 22.400.000 rupiah ada 7 orang (30,4%), 22.500.000 sampai 29.500.000 rupiah ada 2 orang (8,7%), 29.600.000 sampai 36.600.000 rupiah ada 1 orang, 36.700.000 sampai 43.700.000 juga ada 1 orang.

h. Karakteristik Responden Berdasarkan Laba

Distribusi laba yang diperoleh responden selama satu bulan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.11
Karakteristik Responden Berdasarkan Laba

Laba (Rupiah)	Jumlah	Persentase (%)
100.000 – 2.100.000	7	30,4
2.200.000 – 4.200.000	5	21,7
4.300.000 – 6.300.000	6	26,1
6.400.000 – 8.400.000	3	13,1
8.500.000 – 10.500.000	1	4,3
10.600.000 – 12.600.000	1	4,3
Jumlah	23	100

Sumber: Data Primer, diolah

Dari tabel 4.11 dapat dilihat bahwa responden yang mendapatkan laba sebesar 100.000 sampai 2.100.000 rupiah ada 7 orang (30,4%), 2.200.000 sampai 4.200.000 rupiah ada 5 orang (21,7%), 4.300.000 sampai 6.300.000 rupiah ada 6 orang (26,1%), 6.400.000 sampai 8.400.000 rupiah ada 3 orang (13,1%), 8.500.000 sampai 10.500.000 rupiah ada 1 orang (4,3%), 10.600.000 sampai 12.600.000 rupiah ada 1 orang (4,3%)

C. Analisis Data

1. Analisis Konsentrasi dan Struktur Pasar Industri Batik

Menurut Jaya (2001), konsentrasi adalah kombinasi pangsa pasar dari perusahaan-perusahaan oligopolis di mana mereka menyadari adanya saling ketergantungan. Untuk mengukur konsentrasi pasar dalam penelitian ini digunakan tiga variabel yaitu pendapatan, bahan baku dan tenaga kerja.

Struktur menunjukkan ukuran atau distribusi perusahaan dalam pasar. Ukuran yang biasa digunakan sebagai indikator adalah pangsa pasar dan konsentrasi. Dalam analisis ini, alat pengukuran yang dalam menentukan struktur pasar Industri Batik adalah rasio konsentrasi (CR) dan Indeks Herfindahl (IH).

Rasio konsentrasi dilihat berdasarkan persentase dari empat dan delapan perusahaan terbesar (CR4 dan CR8) yang menguasai pangsa pasar atas pendapatan, bahan baku, dan tenaga kerja. Nilai konsentrasi dihitung dengan membagi nilai perusahaan yang kemudian dijumlahkan berdasarkan persentase pangsa pasarnya. Sedangkan Indeks Herfindahl dihitung berdasarkan kontribusi pangsa pasar dari semua yang ada dalam industri.

Tabel 4.12
Konsentrasi Industri Batik Ditinjau dari Tiga Variabel

Variabel	Pendapatan	Bahan Baku	Tenaga Kerja
CR-4	0.377151985	0.396621246	0.518518519
CR-8	0.607880258	0.618047831	0.765432099
IH	0.065190857	0.064958424	0.092109053
1/IH	15.33957438	15.39446216	10.85669614

Sumber: data primer, diolah

Dari Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa CR4 yaitu konsentrasi dari empat Industri Batik yang ditinjau dari variabel pendapatan adalah sebesar 0.377151985. Rasio konsentrasi tersebut menunjukkan bahwa pendapatan industri batik 37.71% dikuasai oleh empat pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Sedangkan 62.28% sisanya dibagikan kepada 19 pengusaha atau pengrajin batik lainnya, dan berdasarkan CR8,

60.78% pendapatan dikuasai oleh delapan pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Sedangkan sisanya sebesar 39.21% dibagikan kepada 15 pengusaha atau pengrajin batik lainnya.

Dengan berdasarkan pada kriteria Joe S. Bain, struktur pasar industri batik nilai CR4 dan CR8 terhadap pendapatan termasuk dalam kelompok tipe IV atau *low moderate concentration*.

Nilai Indeks Herfindahl (IH) dari industri batik adalah sebesar 0.065. Ini berarti pangsa pasar industri batik berdasarkan variabel pendapatan dikuasai oleh 15 ($1/IH$) pengusaha atau pengrajin batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.

Dari tabel 4.12 juga dapat dilihat bahwa CR4 yaitu konsentrasi dari empat Industri Batik yang ditinjau dari variabel bahan baku adalah sebesar 0.396621246. Rasio konsentrasi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan bahan baku dalam satu bulan untuk memproduksi batik, 39.66% dikuasai oleh empat pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Sedangkan 60.34% sisanya dibagikan kepada 19 pengusaha atau pengrajin batik lainnya, dan berdasarkan CR8, 61.80% penggunaan bahan baku dikuasai oleh delapan pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Sedangkan sisanya sebesar 38.2% dibagikan kepada 15 pengusaha atau pengrajin batik lainnya.

Menurut kriteria Joe S. Bain, struktur pasar industri batik nilai CR4 dan CR8 terhadap bahan baku juga termasuk dalam kelompok tipe IV atau *low moderate concentration*.

Nilai Indeks Herfindahl (IH) dari industri batik adalah sebesar 0.065. Ini berarti pangsa pasar industri batik berdasarkan variabel bahan baku dikuasai oleh 15 ($1/IH$) pengusaha atau pengrajin batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.

Sedangkan nilai konsentrasi dari empat Industri Batik yang ditinjau dari variabel tenaga kerja adalah sebesar 0.518518519. Rasio konsentrasi tersebut menunjukkan bahwa pengeluaran untuk tenaga kerja dalam satu bulan, 51.85% dikuasai oleh empat pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Sedangkan 48.15% sisanya dibagikan kepada 19 pengusaha atau pengrajin batik lainnya, dan berdasarkan CR8, 76.54% pengeluaran untuk tenaga kerja dikuasai oleh delapan pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Sedangkan sisanya sebesar 23.46% dibagikan kepada 15 pengusaha atau pengrajin batik lainnya.

Menurut kriteria Joe S. Bain, struktur pasar industri batik nilai CR4 dan CR8 terhadap tenaga kerja termasuk dalam kelompok tipe V atau *high moderate concentration*. Nilai Indeks Herfindahl (IH) dari industri batik adalah sebesar 0.092. Ini berarti pangsa pasar industri batik berdasarkan variabel tenaga kerja dikuasai oleh 10 ($1/IH$) pengusaha atau pengrajin batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.

2. Analisis Kinerja Industri Batik

Menurut Hasibuan, kinerja (*performance*) adalah hasil kerja yang dipengaruhi oleh struktur dan perilaku industri, pemerataan pendapatan, dan kemajuan teknologi. Untuk mengukur kinerja industri batik, dapat dilihat dari laba dan rentabilitas ekonomi.

a. Kinerja Industri Batik Dilihat dari Laba

Laba merupakan merupakan total pendapatan dikurangi penjumlahan biaya produksi dalam bulan t. Secara teori ekonomi, *goal* dari industri adalah *profit oriented* yang sebesar-besarnya dengan prinsip menggunakan sumber daya yang terbatas atau sekecil-kecilnya. Besarnya laba yang diperoleh masing-masing pengusaha atau pengrajin batik dapat dilihat pada tabel 4.13

Tabel 4.13
Laba Masing-masing Pengusaha atau Pengrajin Batik

Nama Responden	Laba (Rupiah)
Agus Indarto	2,400,000
Budi Susanto	6,000,000
Giyarto	1,500,000
Giyatno	5,775,000
Hardi Trimanto	3,500,000
Harsiyem	1,250,000
Jumiyati	5,250,000
Miyono	6,900,000
Purwanti	11,600,000
Sajino	5,400,000
Sarino	10,000,000
Sarwidi	4,200,000
Sri Wiyono	2,670,000
Sudarji	1,000,000
Suhodo	6,600,000
Sularto	4,750,000
Sunardi	3,000,000
Suparman	400,000
Suratmi	500,000
Suroto	7,500,000
Suyanto	5,250,000
Umi Haryati	2,000,000
Yadino	1,750,000

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.13 menunjukkan laba dari masing-masing pengusaha atau pengrajin batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa laba tertinggi adalah laba yang diperoleh Purwanti yaitu sebesar Rp 11.600.000, dan yang terkecil adalah laba yang diperoleh Suparman yaitu sebesar Rp 400.000.

Meskipun semua pengrajin atau pengusaha tidak ada yang menderita kerugian, hal ini belum bisa dikatakan bahwa kinerja industri batik adalah efisien. Ukuran keberhasilan belum cukup hanya dilihat dari besarnya laba yang diperoleh, tetapi harus dilihat dari rentabilitasnya. maka pengukuran kinerja berdasarkan rentabilitas ekonomi juga perlu dihitung.

b. Kinerja Industri Batik Dilihat dari Rentabilitas Ekonomi

Rentabilitas ekonomi adalah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang digunakan untuk menghasilkan laba laba tersebut dan dinyatakan dalam persentase. Oleh karena pengertian rentabilitas sering dipergunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan modal di dalam suatu perusahaan, maka rentabilitas ekonomi sering pula dimaksudkan sebagai kemampuan suatu perusahaan dengan seluruh modal yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan laba (Riyanto, 1994:28-29). Nilai rentabilitas ekonomi masing-masing pengrajin atau pengusaha batik dapat dilihat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14
Kinerja Industri Batik Dilihat dari Rentabilitas Ekonomi

Nama Responden	Rentabilitas Ekonomi (%)
Agus Indarto	42.85714286
Budi Susanto	42.85714286
Giyarto	42.85714286
Giyatno	53.84615385
Hardi Trimanto	46.66666667
Harsiyem	50
Jumiyati	53.84615385
Miyono	42.85714286
Purwanti	36.94267516
Sajino	42.85714286
Sarino	37.73584906
Sarwidi	30.43478261
Sri Wiyono	36.42564802
Sudarji	50
Suhodo	42.85714286
Sularto	44.18604651
Sunardi	42.85714286
Suparman	34.48275862
Suratmi	50
Suroto	42.85714286
Suyanto	42.85714286
umi Haryati	38.0952381
Yadino	33.33333333

Sumber: data primer, diolah

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa rata-rata rentabilitas ekonomi 23 pengusaha atau pengrajin batik adalah 42,68%. Artinya adalah setiap Rp 1.000.000,- modal yang digunakan, akan menghasilkan laba sebesar Rp 426.800,-. Rentabilitas ekonomi terendah adalah 30,43%, artinya adalah setiap RP 1.000.000,- modal yang digunakan, akan menghasilkan laba sebesar Rp 304.300,-. Sedangkan rentabilitas ekonomi tertinggi adalah 53,85%, artinya adalah setiap Rp 1.000.000,- modal yang

digunakan, maka akan menghasilkan laba sebesar Rp 538.500,-. Rata-rata rentabilitas ekonomi adalah 42,68% , dapat dikatakan bahwa kinerja industri batik adalah efisien. Karena rata-rata nilai rentabilitas ekonomi adalah 42,68%, yang lebih besar dari 10%, maka kinerja industri batik adalah efisien.

Bila dibandingkan pada tabel 4.13, dapat dilihat bahwa pengrajin yang memperoleh laba tertinggi, ternyata tidak memiliki nilai rentabilitas ekonomi tertinggi.

3. Analisis Hubungan Struktur Pasar dan Kinerja Industri

Hubungan antara struktur pasar dan kinerja industri batik, akan diuji dengan analisis korelasi.

a. Korelasi antara Pendapatan dengan Laba

Tabel 4.15
Hasil Korelasi Antara Pendapatan – Laba

Korelasi	Nilai r	Probabilitas
Pendapatan – Laba	0.989	0,000

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.15 merupakan hasil olah data dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 yang mengukur korelasi antara pendapatan dengan laba. Keeratn hubungan antara pendapatan dengan laba adalah 0.989, yang berarti korelasi keeratannya sangat kuat sekali. Karena koefisien korelasinya positif, maka dapat disimpulkan bahwa apabila pendapatan naik, maka laba juga naik, begitu pula sebaliknya.

commit to user

Berdasarkan nilai probabilitas atau *Sig.(2-tailed)* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari level of significant 5%, maka hipotesis yang dilakukan adalah teruji, bahwa ada hubungan atau pengaruh yang signifikan antara pendapatan dengan laba industri batik. Apabila pendapatan pengusaha atau pengrajin batik naik, maka peluang untuk mendapatkan laba juga akan semakin besar. Hasil ini dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel struktur pasar (pendapatan) dengan kinerja industri batik.

b. Korelasi antara Pendapatan dan Rentabilitas Ekonomi

Tabel 4.16
Hasil Korelasi Antara Pendapatan dan Rentabilitas Ekonomi

Korelasi	Nilai r	Probabilitas
Pendapatan – Rentabilitas Ekonomi	-0.218	0,317

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.16 merupakan hasil olah data dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 yang mengukur korelasi antara pendapatan dengan rentabilitas ekonomi. Korelasi antara pendapatan dengan rentabilitas ekonomi menunjukkan nilai r sebesar -0,218. Angka korelasi ini memperlihatkan kemungkinan adanya hubungan yang lemah antara pendapatan dengan rentabilitas ekonomi. Naiknya pendapatan tidak lantas menurunkan nilai rentabilitas ekonomi.

Namun uji dua sisi yang dilakukan dengan $\alpha = 0,05$ sebesar 0,317 ternyata tidak memperlihatkan adanya signifikansi hubungan

antara kedua variabel tersebut. Artinya hubungan keduanya tidak berbeda, dengan kata lain bahwa berapapun besarnya pendapatan tidak mempengaruhi besar kecilnya rentabilitas ekonomi, begitu pula sebaliknya. Kemampuan atas penguasaan pangsa pasar terhadap pendapatan ternyata tidak serta merta meningkatkan rentabilitas ekonomi. Pengusaha yang mampu memperoleh pendapatan yang tinggi, belum tentu kemampuannya untuk menghasilkan laba juga tinggi.

c. Korelasi antara Bahan Baku dan Laba

Tabel 4.17
Hasil Korelasi Antara Bahan Baku dan Laba

Korelasi	Nilai r	Probabilitas
Bahan Baku – Laba	-0.118	0,591

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.17 menunjukkan korelasi antara bahan baku dengan laba. Korelasi antara bahan baku dengan laba menunjukkan nilai r sebesar -0,118 yang signifikan pada tingkat kepercayaan 95% (two tailed). Nilai korelasi ini memperlihatkan bahwa antara bahan baku dengan laba memiliki hubungan negatif, yang keeratannya sangat lemah.

Sedangkan nilai probabilitasnya sebesar 0,591, yang tidak menunjukkan adanya signifikansi hubungan, artinya hubungan keduanya tidak berbeda atau tidak saling mempengaruhi. Berapapun besarnya bahan baku tidak mempengaruhi besar kecilnya laba, begitu

pula sebaliknya. Penggunaan bahan baku yang besar tidak lantas menaikkan laba. Hal ini bias terjadi karena bahan baku tidak dikelola seefisien mungkin sehingga produksinya pun tidak optimal.

d. Korelasi antara Bahan Baku dan Rentabilitas Ekonomi

Tabel 4.18
Hasil Korelasi Antara Bahan Baku dan Rentabilitas Ekonomi

Korelasi	Nilai r	Probabilitas
Bahan Baku – Rentabilitas Ekonomi	-0,132	0,550

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.18 menunjukkan korelasi antara bahan baku dengan rentabilitas ekonomi. Korelasi antara bahan baku dengan rentabilitas ekonomi menunjukkan nilai r sebesar -0,132 yang signifikan pada tingkat kepercayaan 95% (two tailed). Nilai korelasi ini memperlihatkan bahwa antara bahan baku dengan rentabilitas ekonomi memiliki hubungan yang negative yang lemah.

Berdasarkan uji dua sisi dengan nilai $\alpha = 0,05$ sebesar 0,550, ternyata tidak menunjukkan adanya signifikansi hubungan antara kedua variable tersebut. Artinya hubungan keduanya tidak berbeda atau tidak saling mempengaruhi. Berapapun besarnya bahan baku tidak mempengaruhi besar kecilnya nilai rentabilitas ekonomi, begitu pula sebaliknya. Penggunaan bahan baku yang besar belum tentu menghasilkan nilai rentabilitas ekonomi yang tinggi. Hal ini

mungkin terjadi karena bahan baku yang ada tidak dikelola secara efisien.

e. Korelasi antara Tenaga Kerja dan Laba

Tabel 4.19
Hasil Korelasi Antara Tenaga Kerja dan Laba

Korelasi	Nilai r	Probabilitas
Tenaga Kerja - Laba	0.798	0,000

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.19 menunjukkan korelasi antara tenaga kerja dengan laba. Hubungan antara tenaga kerja dengan laba adalah 0.798, yang berarti korelasi keeratannya sangat kuat.

Berdasarkan nilai *Sig.(2-tailed)* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari level of significant 5%, maka hipotesis yang dilakukan adalah teruji, bahwa ada hubungan atau pengaruh yang signifikan antara tenaga kerja dengan laba industri batik. Apabila terjadi penambahan kerja, proses produksi akan berjalan lebih efektif, sehingga produksi akan meningkat, yang pada akhirnya akan meningkatkan laba perusahaan. Hasil ini dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel struktur pasar (tenaga kerja) dengan kinerja industri batik.

f. Korelasi antara Tenaga Kerja dan Rentabilitas Ekonomi

Tabel 4.20
Hasil Korelasi antara Tenaga Kerja dan Rentabilitas Ekonomi

Korelasi	Nilai r	Probabilitas
Tenaga Kerja – Rentabilitas Ekonomi	-0.370	0,082

Sumber: data primer, diolah

Tabel 4.20 menunjukkan korelasi antara tenaga kerja dengan rentabilitas ekonomi. Korelasi antara tenaga kerja dengan rentabilitas ekonomi menunjukkan nilai r sebesar -0,370 yang signifikan pada tingkat kepercayaan 95% (two tailed). Nilai korelasi ini memperlihatkan bahwa antara tenaga kerja dengan rentabilitas ekonomi memiliki hubungan yang negative yang lemah.

Berdasarkan uji dua sisi dengan nilai $\alpha = 0,05$ sebesar 0,082, ternyata tidak menunjukkan adanya signifikansi hubungan antara kedua variabel. Artinya hubungan keduanya tidak berbeda atau tidak saling mempengaruhi. Berapapun besarnya tenaga kerja tidak mempengaruhi besar kecilnya nilai rentabilitas ekonomi, begitu pula sebaliknya. Penambahan tenaga kerja, akan membuat mereka bekerja secara tidak efisien, sehingga produksi akan menurun, dan laba juga akan turun. Hal ini dapat menyebabkan rentabilitas ekonomi turun.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari perhitungan rasio konsentrasi dan perhitungan korelasi yang telah dilakukan, ada beberapa hal penting yang dapat disimpulkan yaitu:

1. Nilai rasio konsentrasi dari CR4 berdasarkan pendapatan adalah sebesar 0.377151985. Rasio konsentrasi tersebut menunjukkan bahwa pendapatan industri batik 37.71% dikuasai oleh empat pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Dan berdasarkan CR8, 60.78% pendapatan dikuasai oleh delapan pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Dengan berdasarkan pada kriteria Joe S. Bain, struktur pasar industri batik nilai CR4 dan CR 8 atas pendapatan termasuk dalam kelompok oligopoli tipe IV atau *low moderate concentration*.
2. Nilai rasio konsentrasi dari CR4 berdasarkan bahan baku adalah sebesar 0.396621246. Rasio konsentrasi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan bahan baku dalam satu bulan untuk memproduksi batik, 39.66% dikuasai oleh empat pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Dan berdasarkan CR8, 61.80% penggunaan bahan baku dikuasai oleh delapan pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Menurut kriteria Joe S. Bain, struktur pasar industri batik nilai CR4 dan CR8 atas bahan baku juga

commit to user

termasuk dalam kelompok oligopoli tipe IV atau *low moderate concentration*.

3. Nilai rasio konsentrasi dari CR4 ditinjau dari variabel tenaga kerja adalah sebesar 0.518518519. Rasio konsentrasi tersebut menunjukkan bahwa pengeluaran untuk tenaga kerja dalam satu bulan, 51.85% dikuasai oleh empat pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Dan berdasarkan CR8, 76.54% pengeluaran untuk tenaga kerja dikuasai oleh delapan pengusaha atau pengrajin batik terbesar. Menurut kriteria Joe S. Bain, struktur pasar industri batik nilai CR4 dan CR8 atas tenaga kerja termasuk dalam kelompok oligopoli tipe V atau *high moderate concentration*.
4. Nilai Indeks Herfindahl (IH) dari industri batik berdasarkan pendapatan dan bahan baku adalah sama, yaitu sebesar 0.065. Artinya, pangsa pasar industri batik berdasarkan pendapatan dan bahan baku dikuasai oleh 15 ($1/IH$) pengusaha atau pengrajin. Sedangkan Nilai Indeks Herfindahl (IH) dari industri batik berdasarkan tenaga kerja adalah sebesar 0.092. Ini berarti pangsa pasar industri batik berdasarkan variabel tenaga kerja dikuasai oleh 10 ($1/IH$) pengusaha atau pengrajin batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten.
5. Kinerja industri batik di Desa Jarum, Kecamatan Bayat, Kabupaten Klaten berdasarkan laba dan rentabilitas ekonomi menunjukkan nilai yang efisien. Karena baik dari laba ataupun rentabilitas ekonomi dari 23 pengusaha atau pengrajin batik semuanya bernilai positif.

6. Korelasi antara variabel pendapatan dengan laba menunjukkan angka $r = 0,989$. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi keeratannya sangat kuat sekali. Berdasarkan nilai probabilitasnya (0,00), dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara pendapatan dengan laba. Sedangkan korelasi antara pendapatan dengan rentabilitas ekonomi menunjukkan nilai r sebesar $-0,218$, yang artinya korelasi keeratannya lemah. Nilai probabilitasnya sebesar 0,317, berarti hubungan kedua variabel tersebut tidak signifikan.
7. Korelasi antara bahan baku dengan laba menunjukkan nilai r sebesar $-0,118$. Nilai ini memperlihatkan bahwa korelasi keeratan antara bahan baku dengan laba sangat lemah. Nilai probabilitas adalah sebesar 0,591, berarti hubungan kedua variabel tersebut tidak signifikan. Sedangkan Korelasi antara bahan baku dengan rentabilitas ekonomi menunjukkan nilai r sebesar $-0,132$. Nilai ini memperlihatkan bahwa korelasi keeratan antara bahan baku dengan rentabilitas ekonomi lemah. Nilai probabilitas sebesar 0,550, berarti hubungan kedua variabel tersebut tidak signifikan.
8. Variabel bahan baku mempunyai hubungan yang negative dengan laba perusahaan. Bahan baku yang semakin besar akan mengurangi laba yang diperoleh perusahaan. Sehingga perusahaan yang memiliki kontrol atas bahan baku membuat perusahaan dapat menentukan harga yang lebih rendah dari perusahaan saingannya. Dalam pasar oligopoli ada indikasi penguasaan bahan baku oleh perusahaan besar. Implikasinya perusahaan-

perusahaan kecil tidak dapat berproduksi dengan lancar karena mahal nya harga bahan baku.

9. Korelasi antara tenaga kerja dengan laba adalah 0.798, yang berarti korelasi keeratannya sangat kuat. Berdasarkan nilai *Sig.(2-tailed)* sebesar 0.000 yang lebih kecil dari level of signifikan 5%, maka ada hubungan atau pengaruh yang signifikan antara tenaga kerja dengan laba industri batik. Sedangkan korelasi antara tenaga kerja dengan rentabilitas ekonomi menunjukkan nilai *r* sebesar -0,370. Nilai ini memperlihatkan bahwa korelasi keeratan antara tenaga kerja dengan rentabilitas ekonomi lemah. Nilai probabilitas sebesar 0,082, berarti hubungan kedua variabel tersebut tidak signifikan.

B. Saran

Saran yang dapat dirumuskan berdasarkan hasil penelitian ini adalah:

- 1) Pendapatan mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan laba dan hubungan negatif dan tidak signifikan dengan rentabilitas ekonomi. Maka dapat dikemukakan beberapa saran antara lain:
 - a. Agar pengrajin atau pengusaha batik selalu menjaga kualitas produknya agar lebih diminati oleh konsumen, sehingga hal ini mampu mendorong meningkatnya pendapatan dan pada akhirnya akan meningkatkan laba.
 - b. Promosi sangat penting dilakukan, agar produk para pengrajin atau pengusaha batik dapat dikenal luas oleh masyarakat

- 2) Bahan baku mempunyai hubungan negatif dan tidak signifikan baik dengan laba maupun rentabilitas ekonomi. Maka dapat dikemukakan beberapa saran, antara lain:
- a) Penyediaan bahan baku yang murah dan berkualitas agar lebih terjangkau oleh pengrajin atau pengusaha batik.
 - b) Pengrajin atau pengusaha batik diharapkan agar dapat mengelola bahan baku yang digunakan seefisien mungkin agar hasil produksi bisa optimal.
- 3) Tenaga kerja mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap laba dan hubungan negative dengan rentabilitas ekonomi. Maka dapat dikemukakan beberapa saran, antara lain
- a) Pengrajin atau pengusaha batik hendaknya hanya memakai tenaga kerja yang tekun dan terampil agar proses produksi berjalan efisien.
 - b) Perlunya penyuluhan dan pelatihan bagi tenaga kerja agar menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas.