



LAPORAN PENELITIAN DOSEN MUDA  
TAHUN ANGGARAN 2005

**PENYUSUNAN "INDIKATOR PERKEMBANGAN" INDUSTRI KECIL,  
MENENGAH, KOPERASI, PERDAGANGAN DAN INVESTASI  
DI SURABAYA PUSAT DAN SURABAYA BARAT**

Oleh:

**Drs. Ec Djoni Budiardjo, M.Sc**

**Drs. Ec. Windijarto, MBA.**

**Nugroho Sasikirono, S.E.**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional,  
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Pekerjaan Penelitian  
dan Pengabdian kepada Masyarakat

Nomor : 036/SPPP/PP-PM/DP3M/IV/2005

Nomor Urut: 15

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**November, 2005**

BUSINESS - ECONOMIC INDICATORS



LAPORAN PENELITIAN DOSEN MUDA  
TAHUN ANGGARAN 2005

**PENYUSUNAN "INDIKATOR PERKEMBANGAN" INDUSTRI KECIL,  
MENENGAH, KOPERASI, PERDAGANGAN DAN INVESTASI  
DI SURABAYA PUSAT DAN SURABAYA BARAT**

Oleh:

**Drs. Ec Djoni Budiardjo, M.Sc**  
**Drs. Ec. Windijarto, MBA.**  
**Nugroho Sasikirono, S.E.**

KKB  
KK-2  
LP 109/08  
Bud  
P

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional,  
Sesuai dengan Surat Perjanjian Pelaksanaan Pekerjaan Penelitian  
dan Pengabdian kepada Masyarakat  
Nomor : 036/SPPP/PP-PM/DP3M/IV/2005  
Nomor Urut: 15

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**November, 2005**

**MILIK  
PERPUSTAKAAN  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**HALAMAN PENGESAHAN USUL PENELITIAN DOSEN MUDA**

1 a. Judul Penelitian	Penyusunan Indikator Perkembangan Industri Kecil, : Menengah, Koperasi, Perdagangan dan Investasi di Surabaya Pusat dan Surabaya Barat
b. Katagori	: Penunjang Pembangunan
2 Ketua Peneliti	:
a. Nama	: Drs.Djoni Budiardjo, M.Si
b. Jenis Kelamin	: Laki-laki
c. Golongan/Pangkat/NIP	: III d / Lektor / 130 541 828
d. Jabatan Fungsional	: Dosen Tetap
e. Jabatan Struktural	: Ketua Program Studi D3 Manajemen Pemasaran
f. Fak/Jurusan/Puslit	: Ekonomi - Manajemen
g. Pusat Penelitian	: Universitas Airlangga
3 Jumlah Tenaga Peneliti	: 3 orang
4 Lokasi Penelitian	: Surabaya Pusat dan Surabaya Barat
5 Kerjasama dengan Instansi Lain	:
a. Nama Instansi	: -
b. Alamat	: -
6 Lama Penelitian	: 6 bulan
7 Biaya yang diperlukan	: Rp. 6.000.000,00

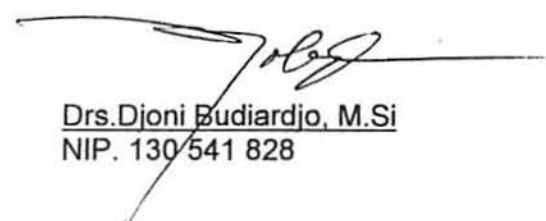
Surabaya, 23 Pebruari 2006

Ketua Peneliti

Mengetahui  
Dekan, Fakultas Ekonomi  
Universitas Airlangga



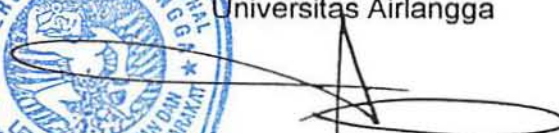
Drs. H. Kariadi Mintaroem, M.Si  
NIP. 130 517 150



Drs. Djoni Budiardjo, M.Si  
NIP. 130 541 828



Mengetahui  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat  
Universitas Airlangga



Prof. Dr. H. Sarmanu, MS  
NIP. 130 701 125

## RINGKASAN

Tujuan disusunnya indikator perkembangan industri kecil, menengah, perdagangan, koperasi dan investasi di Surabaya Pusat dan Surabaya Barat ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi di Surabaya Pusat dan Surabaya Barat dan indikator-indikator perkembangannya guna menentukan program dan kebijakan pengembangan industri kecil, menengah, perdagangan, koperasi dan investasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode *riset eksplorasi dan riset konklusif*. Teknik statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan IKM, perdagangan, koperasi dan investasi adalah analisis faktor dan analisis regresi.

Hasil analisis faktor Industri Kecil terpolarisasi menjadi 6 faktor yang setelah diregresikan keenam faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji parsial menunjukkan bahwa 4 faktor berpengaruh signifikan, yaitu : *faktor 1, faktor 3, faktor 4, dan faktor 6*.

Hasil analisis faktor Industri Menengah terpolarisasi menjadi 6 faktor yang setelah diregresikan keenam faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji parsial menunjukkan bahwa 3 faktor berpengaruh signifikan, yaitu : *faktor 1, faktor 4, dan faktor 5*

Hasil analisis faktor Perdagangan terpolarisasi menjadi 5 faktor yang setelah diregresikan kelima faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji parsial menunjukkan bahwa 3 faktor berpengaruh signifikan, yaitu : *faktor 3, faktor 4, dan faktor 5*

Hasil analisis faktor Koperasi terpolarisasi menjadi 5 faktor yang setelah diregresikan kelima faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji parsial menunjukkan bahwa 2 faktor berpengaruh signifikan, yaitu : *faktor 2, dan faktor 5*

Hasil analisis faktor Koperasi Unit Simpan Pinjam terpolarisasi menjadi 5 faktor yang setelah diregresikan kelima faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji parsial menunjukkan bahwa 2 faktor berpengaruh signifikan, yaitu : *faktor 3 dan faktor 5*.

Kata kunci = Perkembangan bisnis ; industri kecil ;  
koperasi ; perdagangan ; investasi



## **Summary**

The aim of this research is to identify factors that affect the development of small and medium industri, small and medium trading company, and cooperation in centre and west Surabaya, as well as identify the development indicators.

Research construct based on quantitative approach. To identify factors that affect the development indicators researcher use factor analysis technique. Multiple linnear regression used to measure the significance the effect of such factors towards development indicators.

This research show that there are 6 factors that affect the development of small industry and only factors number 1, 3, 4 and 6 have significant influence. There are also 6 factors that affect the development of medium industry and only factors number 1, 4 and 5 have significant influence. Study on small and medium trading company show that there are 5 factors that influence the development of small and medium trading company and only factors number 3, 4 and 5 have significant influence. There are 5 factors influence the development of cooperation, and only factors 2 and 5 have significant influence.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga pekerjaan “Indikator Perkembangan Industri Kecil, Menengah, Koperasi, Perdagangan dan Investasi Kota Surabaya” dapat selesai tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini tim penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam berbagai bentuk selama pelaksanaan proyek ini.

Tim penyusun menyadari bahwa meskipun penyusunan laporan telah dilaksanakan sebaik-baiknya namun disadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, sehingga diharapkan kritik serta saran yang membangun guna keperluan perbaikan laporan sampai tahapan akhir dalam pelaksanaan penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat memenuhi harapan semua pihak dan membawa manfaat bagi kalangan akademisi, praktisi, maupun pemerintahan khususnya pihak-pihak atau instansi yang terkait dengan pelaksanaan kegiatan “Indikator Perkembangan Industri Kecil, Menengah, Koperasi, Perdagangan dan Investasi Kota Surabaya”

Surabaya, Januari 2006

Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah.....	7
2.1.1. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah.....	7
2.1.2. Bentuk dan Jenis Usaha Kecil dan Menengah.....	8
2.2. Industri Kecil dan Menengah.....	9
2.3. Perdagangan.....	11
2.4. Koperasi.....	12
2.4.1. Definisi Koperasi.....	12
2.4.2. Jenis Koperasi.....	12
2.5. Investasi.....	15
2.6. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah.....	16
2.7. Kebijakan Pengembangan.....	17
2.8. Strategi Pengembangan.....	19
2.8.1. Pendekatan Pengembangan.....	19
2.8.2. Lingkup Penerapan Strategi Pengembangan.....	20
2.8.4. Perlakuan Pengembangan.....	21

<b>BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1. Tujuan Penelitian .....	24
3.2. Manfaat Penelitian .....	24
<b>BAB IV PENDEKATAN PROYEK .....</b>	<b>25</b>
4.1. Pendekatan Penelitian .....	25
4.4.1. Desain Pelaksanaan Penelitian .....	25
4.2. Sumber Data.....	26
4.3. Prosedur Pengumpulan Data.....	26
4.4. Prosedur Penentuan Sampel.....	27
4.5. Teknik Analisis .....	27
4.5.1. Analisis Faktor .....	27
4.5.2. Analisis Regresi .....	30
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>31</b>
5.1. Deskripsi Profil Usaha .....	31
5.1.1. Industri Kecil.....	31
5.1.2. Industri Menengah .....	32
5.1.3. Perdagangan .....	34
5.1.4. Koperasi .....	35
5.1.4.1. Unit Serba Usaha .....	35
5.2.4.2 Unit Simpan Pinjam .....	37
5.2. Kondisi Usaha.....	38
5.2.1. Industri Kecil.....	38
5.2.2. Industri Menengah .....	60
5.2.3. Perdagangan .....	78
5.2.4. Koperasi .....	94
5.2.4.1. Unit Serba Usaha.....	94
5.2.4.2. Unit Simpan Pinjam.....	103
5.3. Analisis Hasil Survey.....	116
5.3.1. Analisis Faktor .....	116
5.3.1.1. Analisis Faktor Industri Kecil.....	116



5.3.1.2. Analisis Faktor Industri Menengah.....	118
5.3.1.3. Analisis Faktor Perdagangan .....	123
5.3.1.4. Analisis Faktor Koperasi.....	124
5.3.2. Analisis Regresi Linear.....	130
5.3.2.1. Analisis Berganda Industri Kecil .....	130
5.3.2.2. Analisis Berganda Industri Menengah.....	132
5.3.2.3. Analisis Berganda Perdagangan.....	134
5.3.2.4. Analisis Berganda Koperasi.....	136
5.4. Pembahasan.....	140
5.4.1. Pembahasan Hasil Analisis Industri kecil.....	140
5.4.2. Pembahasan Hasil Analisis Industri Menengah.....	144
5.4.3. Pembahasan Hasil Analisis Perdagangan .....	150
5.4.4. Pembahasan Hasil Analisis Koperasi.....	153
<b>BAB VI SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>160</b>
6.1. Simpulan .....	160
6.1.1. Simpulan Hasil Analisis Industri Kecil.....	160
6.1.2. Simpulan Hasil Analisis Industri Menengah .....	161
6.1.3. Simpulan Hasil Analisis Perdagangan.....	162
6.1.4. Simpulan Hasil Analisis Koperasi .....	163
6.2. Saran.....	165
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1. Kebutuhan Dasar Industri Pada Setiap Fasa .....</b>	<b>23</b>
<b>Tabel 5.1 Jenis Produk Yang Dihasilkan Industri Kecil.....</b>	<b>32</b>
<b>Tabel 5.2 Jenis Produk Yang Dihasilkan Industri Menengah.....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 5.3 Jenis Barang Yang Dijual Kelompok Perdagangan.....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 5.4 Jenis Barang Dagangan Koperasi Unit Serba Usaha .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 5.5 Jenis Kredit Yang Diberikan Unit Simpan Pinjam .....</b>	<b>37</b>
<b>Tabel 5.6 Alasan Tidak Menggunakan Merek Sendiri Industri Kecil .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 5.7 Penyebab Kesulitan Dalam Pendistribusian Produk (Industri Kecil).....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 5.8 Penyebab Tidak Melakukan Promosi Industri Kecil .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 5.9 Media Yang Digunakan Berpromosi Industri Kecil .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 5.10 Peran Pemerintah Dalam Pendirian Sentra Industri Kecil .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 5.11 Bentuk Penjualan Pro-aktif Industri Kecil .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 5.12 Penyebab Penurunan Penjualan Dalam Industri Kecil .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 5.13 Keunggulan Relatif Kompetitor Dalam Negeri .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 5.14 Penyebab Rendahnya Produktivitas Karyawan Industri Kecil .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 5.15 Peran Pemerintah Untuk Peningkatan Kualitas Pekerja Industri Kecil .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 5.16 Alasan Tidak Menggunakan Merek Sendiri Industri Menengah.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 5.17 Penyebab Kesulitan Dalam Pendistribusian Produk Industri Menengah ....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 5.18 Faktor Penyebab Tidak Melakukan Promosi Industri Menengah.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 5.19 Sarana Promosi Industri Menengah .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 5.20 Peran Pemerintah Dalam Pendirian Sentra Industri Menengah.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 5.21 Penjualan Pro-aktif Industri Menengah .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 5.22 Penyebab Penurunan Penjualan Industri Menengah.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 5.23 Keunggulan Relatif Kompetitor Dalam Negeri Industri Menengah.....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 5.24 Faktor Penyebab Rendahnya Produktifitas Pekerja Industri Menengah.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 5.25 Peran Pemerintah Dalam Peningkatan Kualitas Pekerja Industri Menengah .....</b>	<b>69</b>

Tabel 5.26	Faktor Penyebab Kesulitan Pembayaran Utang Dagang Perdagangan.....	88
Tabel 5.27	Faktor Penyebab Kesulitan Dalam Menagih Piutang Perdagangan.....	89
Tabel 5.28	Faktor Pilihan Investasi Perdagangan.....	94
Tabel 5.29	Peran Pemerintah Dalam Pengadaan Barang Dagangan Unit Serba Usaha .....	94
Tabel 5.30	Dasar Penetapan Harga Jual Unit Serba Usaha .....	96
Tabel 5.31	Alasan Tidak Melakukan Promosi Unit Serba Usaha.....	97
Tabel 5.32	Media Promosi Yang Sering Digunakan Unit Serba Usaha .....	97
Tabel 5.33	Faktor Penyebab Penurunan Penjualan Unit Serba Usaha .....	98
Tabel 5.34	Susunan Rencana Kerja Unit Serba Usaha .....	99
Tabel 5.35	Kesulitan Permodalan Koperasi Unit Simpan Pinjam .....	101
Tabel 5.36	Faktor Penyebab Kurangnya Jaringan Kerja Dengan Berbagai Sumber Dana.....	102
Tabel 5.37	Alasan Tidak Melakukan Pengajuan Dana Unit Simpan Pinjam .....	103
Tabel 5.38	Kepemilikan Aset Unit Simpan Pinjam.....	104
Tabel 5.39	Sumber Dana Koperasi Unit Simpan Pinjam.....	105
Tabel 5.40	Sistem Yang Digunakan Dalam Membebaskan Biaya Pinjaman.....	106
Tabel 5.41	Dasar Penetapan Biaya Kredit Unit Simpan Pinjam.....	106
Tabel 5.42	Penggunaan Kredit Produktif Unit Simpan Pinjam.....	107
Tabel 5.43	Penyebab Koperasi Tidak Melakukan Promosi Unit Simpan Pinjam.....	107
Tabel 5.44	Media Promosi Yang Sering Digunakan Unit Simpan Pinjam.....	108
Tabel 5.45	Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax Untuk Industri Kecil	116
Tabel 5.46.	Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax Untuk ndustri Menengah	118
Tabel 5.47.	Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax Untuk Perdagangan .....	122
Tabel 5.48	Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax Untuk Koperasi Unit Usaha Serba Usaha .....	125
Tabel 5.49	Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax Untuk Koperasi Unit Usaha Simpan Pinjam.....	128

<b>Tabel 5.50 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Perkembangan Industri Kecil Sebagai Variabel Tergantung.....</b>	<b>131</b>
<b>Tabel 5.51 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Perkembangan Industri Menengah Sebagai Variabel Tergantung .....</b>	<b>133</b>
<b>Tabel 5.52 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Perkembangan Perdagangan Sebagai Variabel Tergantung</b>	<b>135</b>
<b>Tabel 5.59. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Perkembangan Koperasi Unit Serba Usaha Sebagai Variabel Tergantung.....</b>	<b>137</b>
<b>Tabel 5.54. Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda Perkembangan Koperasi Unit Usaha Simpan Pinjam Sebagai Variabel Tergantung.....</b>	<b>139</b>



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1.	Struktur Perekonomian Kota Surabaya Tahun 1997-2001 .....	2
Gambar 1.2.	Jumlah Tenaga Yang Terserap Pada Industri Besar, Menengah dan Kecil Kota Surabaya Tahun 1998 – 2000.....	3
Gambar 5.1.	Proporsi Jenis Badan Usaha Industri Kecil.....	31
Gambar 5.2.	Proporsi Jenis Badan Usaha Industri Menengah.....	33
Gambar 5.3.	Jenis Badan Usaha Perdagangan.....	34
Gambar 5.4.	Ijin Pembentukan Koperasi Unit Serba Usaha.....	36
Gambar 5.5.	Ijin Pembentukan Koperasi Unit Simpan Pinjam .....	37
Gambar 5.6.	Bentuk Peran Pemerintah Dalam Pengadaan Bahan Baku .....	39
Gambar 5.7.	Tingkat Penggunaan Kapasitas Produksi Industri Kecil	40
Gambar 5.8.	Bantuan Pemerintah Dalam Peningkatan Proses Produksi Industri Kecil	40
Gambar 5.9	Tingkat Penguasaan Pasar Industri Kecil	42
Gambar 5.10	Pertimbangan Dalam Menentukan Harga Jual Produk Industri Kecil	42
Gambar 5.11	Cara Menjual Produk Industri Kecil	43
Gambar 5.12	Alasan Tidak Mengikuti Pelatihan Industri Kecil	49
Gambar 5.13	Materi Pelatihan Yang Diinginkan Industri Kecil .....	50
Gambar 5.14	Proporsi Industri Kecil Yang Melakukan Pemisahan Catatan Keuangan Bisnis-Pribadi	50
Gambar 5.15	Rata-Rata Penjualan Per Bulan Industri Kecil	51
Gambar 5.16	Rata-rata Marjin Keuntungan Industri Kecil .....	52
Gambar 5.17	Proporsi Sumber Modal Kerja Industri Kecil .....	52
Gambar 5.18	Persentase Jumlah Kas Rata-rata Industri Kecil	53
Gambar 5.19	Rata-rata Nilai Persediaan Perbulan Dari Produksi Industri Kecil	54
Gambar 5.20	Rata-rata Jumlah Utang Dagang Perbulan Industri Kecil	54
Gambar 5.21	Faktor Yang Menyebabkan Industri Kecil Sulit Membayar Pinjaman...	55
Gambar 5.22	Proporsi Bentuk Penjualan Industri Kecil.....	55
Gambar 5.23	Nilai Rata-rata Piutang Industri Kecil	56

<b>Gambar 5.24</b>	<b>Faktor Yang Menyebabkan Industri Kecil Kesulitan Dalam Menagih Piutang .....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 5.25</b>	<b>Rata-rata Jangka Waktu Kredit Industri Kecil .....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 5.26</b>	<b>Faktor Yang Menyebabkan Sulitnya Memperoleh Pinjaman Dari Pihak Ketiga.....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 5.27</b>	<b>Permasalahan Yang Mungkin Muncul Dalam Membayar Pinjaman Pada Industri Kecil .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 5.28</b>	<b>Peran Pemerintah Dalam Membantu Mengatasi Kesulitan Mendapatkan Pinjaman Jangka Panjang.....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 5.29</b>	<b>Investasi Kedepan Industri Kecil .....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 5.30</b>	<b>Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Investasi Industri kecil .....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 5.31</b>	<b>Bentuk Bantuan Pemerintah Dalam Penyediaan Bahan Baku Bagi Industri Menengah .....</b>	<b>60</b>
<b>Gambar 5.32</b>	<b>Kapasitas Produksi Industri Menengah .....</b>	<b>61</b>
<b>Gambar 5.33</b>	<b>Bentuk Bantuan Pemerintah Dalam Proses Produksi .....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 5.34</b>	<b>Penguasaan Pangsa Pasar Industri Menengah .....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar 5.35</b>	<b>Pertimbangan Dalam Menentukan Harga Jual Produk Industri Menengah .....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar 5.36</b>	<b>Distribusi Produk Industri Menengah .....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar 5.37</b>	<b>Materi Pelatihan Yang Diinginkan Industri Menengah .....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 5.38</b>	<b>Proporsi Industri Menengah Yang Melakukan Pemisahan Keuangan Bisnis-Pribadi.....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 5.39</b>	<b>Rata-rata Marjin Keuntungan Industri Menengah .....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 5.40</b>	<b>Proporsi Sumber Modal Kerja Industri Menengah .....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 5.41</b>	<b>Jumlah Kas Rata-rata Per-bulan .....</b>	<b>72</b>
<b>Gambar 5.42</b>	<b>Rata-rata Nilai Persediaan Perbulan Dari Produksi .....</b>	<b>72</b>
<b>Gambar 5.43</b>	<b>Rata-rata Jumlah Utang Dagang Perbulan Industri Kecil .....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 5.44</b>	<b>Faktor Yang Menyebabkan Industri Menengah Sulit Membayar Pinjaman .....</b>	<b>73</b>
		<b>ix</b>

Gambar 5.45	Proporsi Bentuk Penjualan Industri Menengah.....	74
Gambar 5.46	Nilai Rata-rata Piutang Industri Menengah	74
Gambar 5.47	Faktor Yang Menyebabkan Industri Menengah kesulitan Dalam Menagih Piutang.....	75
Gambar 5.48	Rata-rata Jangka Waktu Kredit Industri Kecil.....	75
Gambar 5.49	Faktor Yang Menyebabkan Sulitnya Memperoleh Pinjaman Dari Pihak Ketiga.....	76
Gambar 5.50	Permasalahan Yang Mungkin Muncul Dalam Membayar Pinjaman Pada Industri Menengah.....	76
Gambar 5.51	Peran Pemerintah Dalam Membantu Mengatasi Kesulitan Mendapatkan Pinjaman Jangka Panjang.....	77
Gambar 5.52	Investasi Kedepan Industri Menengah.....	77
Gambar 5.53	Faktor Pertimbangan Investasi	78
Gambar 5.54	Ketersediaan Barang Dagangan .....	78
Gambar 5.55	Upaya Pemerintah Dalam Membantu Pengadaan Bahan Baku Bagi Usaha Perdagangan .....	79
Gambar 5.56	Faktor Penumpukan/Ketersediaan Barang Dalam Perdagangan.....	80
Gambar 5.57	Faktor Yang Menyebabkan Keluhan Pelanggan Dalam Perdagangan ...	80
Gambar 5.58	Penguasaan Pangsa Pasar Industri Perdagangan	81
Gambar 5.59	Pertimbangan Dalam Menentukan Harga Jual Barang Dagangan	81
Gambar 5.60	Faktor Yang Menyebabkan Pedagang Tidak Melakukan Promosi.....	82
Gambar 5.61	Media Yang Sering Digunakan Dalam Promosi Perdagangan .....	82
Gambar 5.62	Peran Pemerintah Dalam Membantu Pedagang Berlokasi di Sentra Industri Penjualan	83
Gambar 5.63	Wujud Penjualan Secara Pro-aktif Pedagang.....	83
Gambar 5.64	Faktor Yang Menyebabkan Penurunan Penjualan Dalam Perdagangan	84
Gambar 5.65	Persentase Jumlah & Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja	85
Gambar 5.66	Faktor Yang Menyebabkan Produktivitas Tenaga Kerja Perdagangan Rendah.....	85
Gambar 5.67	Proporsi Industri Perdagangan dalam pemisahan Administrasi.....	86
		x

Gambar 5.68	Rata-rata Marjin Keuntungan Industri Perdagangan.....	87
Gambar 5.69	Proporsi Sumber Modal Kerja Industri Perdagang .....	87
Gambar 5.70	Rata-Rata Penjualan Per Bulan Usaha Perdagangan	88
Gambar 5.71	Persentase Jumlah Kas Rata-rata Usaha Perdagangan	89
Gambar 5.72	Rata-rata Nilai Persediaan Per-bulan Dari Produksi .....	90
Gambar 5.73	Rata-rata Jumlah Utang Dagang Per-bulan Usaha Perdagangan .....	90
Gambar 5.74	Faktor Yang Menyebabkan Usaha Perdagangan Sulit Membayar Pinjaman.....	91
Gambar 5.75	Nilai Rata-rata Piutang Usaha Perdagangan .....	91
Gambar 5.76	Rata-rata Jangka Waktu Kredit Industri Kecil	92
Gambar 5.77	Faktor Yang Menyebabkan Sulitnya Memperoleh Pinjaman Dari Pihak Ketiga.....	92
Gambar 5.78	Permasalahan Yang Mungkin Muncul Dalam Membayar Pinjaman Pada Usaha Perdagangan .....	93
Gambar 5.79	Investasi Kedepan Industri Perdagangan .....	93
Gambar 5.80	Segmen Pasar Unit Serba Usaha Berdasarkan Keanggotaan.....	95
Gambar 5.81	Penguasaan Pangsa Pasar Unit Serba Usaha.....	96
Gambar 5.82	Komposisi Modal Usaha Unit Serba Usaha.....	99
Gambar 5.83	Faktor Yang Menyebabkan Koperasi Serba Usaha Kesulitan Dalam Melunasi Pinjaman.....	100
Gambar 5.84	Investasi Kedepan Unit Serba Usaha .....	100
Gambar 5.85	Kemampuan Dalam Mengajukan Pinjaman ke Pihak Ketiga Unit Usaha Simpan Pinjam .....	102
Gambar 5.86	Kepemilikan Aset Yang Bisa Dijaminkan Unit Usaha Simpan Pinjam .....	103
Gambar 5.87	Kebergantungan Pada Salah Satu Sumber Dana Unit Usaha Simpan Pinjam .....	104
Gambar 5.88	Peran pemerintah Dalam Memberikan Informasi Sumber Dana	105
Gambar 5.89	Proporsi Unit Simpan Pinjam Yang Membuat Rencana Kerja	... 108
Gambar 5.90	Hal Yang Dipertimbangkan Dalam Penyusunan Rencana Kerja	... 109



<b>Gambar 5.91 Alasan Belum Menyusun Rencana Kerja</b>	<b>109</b>
<b>Gambar 5.92 Pelaksanaan Kontrol Pengawas Terhadap Pengurus</b>	<b>110</b>
<b>Gambar 5.93 Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Pengangkatan Pengawas.....</b>	<b>110</b>
<b>Gambar 5.94 Pelaksanaan Pembagian Kerja .....</b>	<b>111</b>
<b>Gambar 5.95 Pelaksanaan Pendelegasian Wewenang .....</b>	<b>111</b>
<b>Gambar 5.96 Keikutsertaan Dalam Pelatihan .....</b>	<b>112</b>
<b>Gambar 5.97 Manfaat Pelatihan Bagi Unit Simpan Pinjam .....</b>	<b>112</b>
<b>Gambar 5.98 Materi Pelatihan Yang Diharapkan.....</b>	<b>113</b>
<b>Gambar 5.99 Pelaksanaan Pencatatan Keuangan .....</b>	<b>114</b>
<b>Gambar 5.100 Pencatatan Keuangan Sesuai Standar.....</b>	<b>114</b>
<b>Gambar 5.101 Komposisi Modal Unit Simpan Pinjam .....</b>	<b>115</b>
<b>Gambar 5.102 Komposisi Modal Usaha Unit Simpan Pinjam .....</b>	<b>115</b>

**DAFTAR BAGAN**

<b>Bagan 2.1. Strategi Pengembangan.....</b>	<b>21</b>
<b>Bagan 2.2. Tahapan Fasa Pengembangan Perusahaan.....</b>	<b>22</b>
<b>Bagan 4.1. Desain Riset .....</b>	<b>25</b>

## BAB I

### PENDAHULUAN

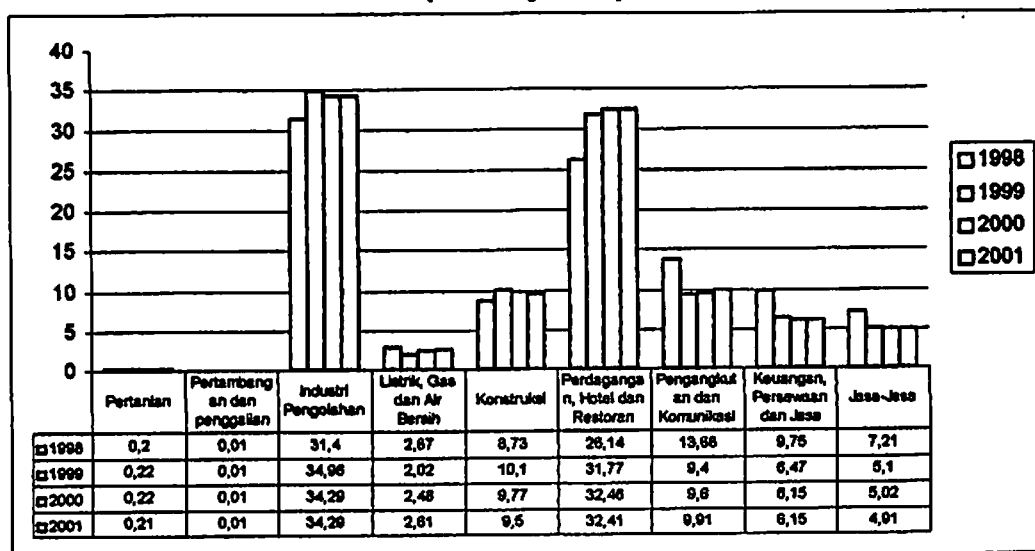
#### 1.1. Latar belakang

Pembangunan nasional harus dilaksanakan secara merata diseluruh tanah air bukan untuk satu golongan atau sebagian masyarakat melainkan harus dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat keseluruhan sebagai perbaikan tingkat hidup yang berkeadilan sosial. Dalam rangka pembangunan dibidang ekonomi, maka dirumuskan sasaran pembangunan ekonomi yaitu penataan dan pematapan industri nasional yang mengarah pada penguatan, pendalaman, peningkatan, perluasan dan penyebaran industri keseluruh wilayah Indonesia. Garis Besar Haluan Negara tahun 1999 juga mengamanatkan untuk memberdayakan pengusaha kecil, menengah dan koperasi agar lebih efisien, produktif dan berdaya saing (GBHN, 1999 ; Arah Kebijakan Ekonomi, butir 11).

Perubahan kebijakan pemerintah dari *trickle down effect* menjadi *ekonomi kerakyatan* membawa perubahan yang berarti pada kehidupan bangsa dan negara sehingga kondisi yang dulunya tersentralisasi secara bertahap dirubah ke arah desentralisasi. Langkah pemerintah ini diwujudkan dengan pembuatan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah (tanggal 7 Mei 1999) dan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah (tanggal 19 Mei 1999). Kedua undang-undang tersebut telah memberikan dasar hukum bagi pemerintah daerah untuk menjalankan roda pemerintahannya sendiri atau disebut otonomi daerah.

Secara struktural perekonomian kota Surabaya lebih didominasi oleh sektor industri pengolahan, walaupun dominasi tersebut menurun pada dua tahun terakhir. Hal ini diduga karena telah terjadi kejenuhan perkembangan bagi perindustrian kota Surabaya. Sektor yang mempunyai kontribusi terbesar kedua adalah sektor perdagangan, hotel dan restoran. Sektor ini mengalami peningkatan terus-menerus setidaknya 3 tahun terakhir. Gambar 1.3 menunjukkan kontribusi masing-masing sektor usaha terhadap perekonomian kota Surabaya.

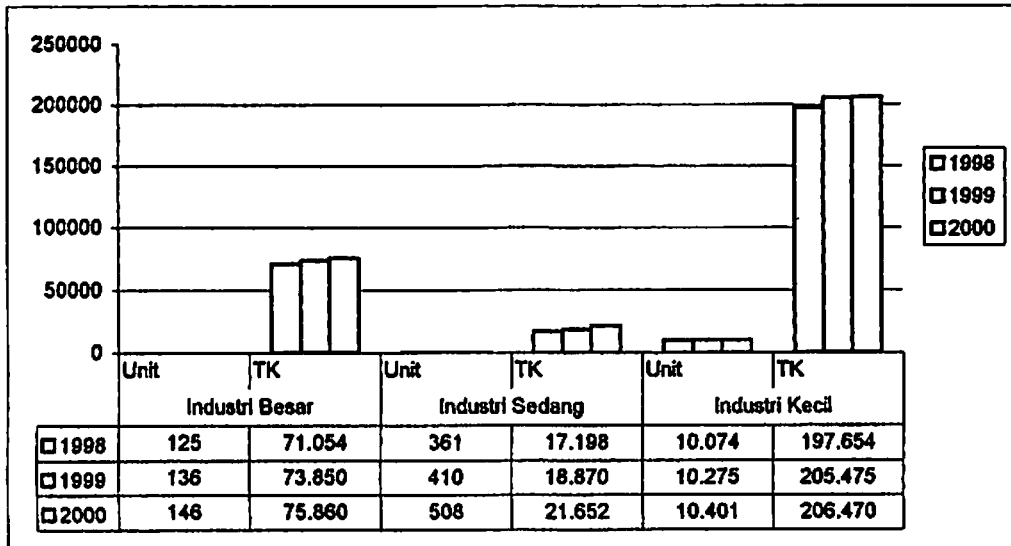
**Gambar 1.1.**  
**Struktur Perekonomian Kota Surabaya**  
**Tahun 1998 – 2001**  
**(dalam persen)**



Sumber: BPS Kota Surabaya, 2001

Dari gambar 1.3. di atas dapat dilihat bahwa sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian kota Surabaya pada tahun 2001 adalah industri pengolahan (34,29%) dan sektor perdagangan, hotel dan restoran (32,41%). Apabila fakta ini (dominannya sektor industri pengolahan) dikaitkan dengan pemberdayaan ekonomi daerah yang berbasis pada ekonomi rakyat, maka Pemerintah Kota Surabaya perlu memperhatikan keberadaan dan peran usaha kecil. Usaha kecil yang dimaksud disini adalah: industri kecil, menengah, koperasi dan perdagangan. Peran tersebut tidak lepas dari jumlah industri kecil dan tenaga kerja yang terserap pada jenis ini cukup besar. Berikut ini dapat dilihat pada gambar 1.4 yang menggambarkan jumlah dan tenaga kerja yang terserap ke dalam industri besar, menengah dan kecil di kota Surabaya.

**Gambar 1.2.**  
**Jumlah dan Tenaga Kerja Yang Terserap Pada**  
**Industri Besar, Menengah dan Kecil**  
**Kota Surabaya Tahun 1998 - 2000**



Sumber: Indikator Ekonomi Kota Surabaya, 2001

Untuk membangun dan mengembangkan usaha kecil diperlukan suatu upaya penumbuhan iklim berusaha yang kondusif dan peluang usaha yang seluas-luasnya dengan cara memberdayakan usaha kecil dan pelaku usaha lain dengan harapan bahwa kebijakan masing-masing institusi akan mendukung pembangunan dan pengembangan usaha kecil. Sebagai usaha dengan skala kecil, karakteristik yang melekat pada usaha kecil adalah:

1. Pemilik merangkap manajer perusahaan yang bekerja sendiri dan memiliki gaya manajemen sendiri.
2. Biasanya usaha berbentuk perusahaan keluarga dan resiko usaha menjadi beban pemilik.
3. Fleksibel terhadap bentuk fluktuasi jangka pendek dan pada umumnya tidak mempunyai perencanaan jangka panjang.
4. Relatif tidak membutuhkan investasi yang terlalu besar, tenaga kerja tidak berpendidikan tinggi serta sarana prasarana produksinya tidak terlalu mahal.
5. Merupakan pemerataan konsentrasi dari kekuatan ekonomi masyarakat.

6. Dalam pengerjaan tertentu, perusahaan besar biasanya tergantung pada perusahaan kecil. Karena jika dikerjakan sendiri oleh perusahaan besar, maka mengakibatkan munculnya biaya yang lebih tinggi.

Sebagai sektor usaha yang berbasis ekonomi rakyat, usaha kecil memiliki keunggulan sebagai berikut :

1. Merupakan segmen industri yang dapat dijadikan wahana (medium) dan tumpuan utama yang paling menjanjikan bagi penciptaan wirausaha baru, karena merupakan tataran terdekat yang dapat dijangkau oleh masyarakat yang baru memulai wirausaha.
2. Mempunyai karakteristik keluasan daya-tampung yang besar bagi perwujudan aspirasi ekonomis bagi masyarakat luas untuk memperoleh penghidupan, khususnya yang tergolong berpendapatan rendah dan menengah.
3. Memiliki fleksibilitas dan ketahanan yang tinggi dalam mengantisipasi dan menyesuaikan diri terhadap dinamika perubahan/perkembangan pasar, karena diuntungkan oleh dominannya tumpuan pasar domestik (khususnya produk-produk barang konsumsi tradisional), serta kuatnya akar pada penggunaan input sumberdaya dalam negeri.
4. Resistensi pasar domestik oleh produk-produk sejenis dari impor (*barriers to entry* secara alamiah cukup kuat) karena tingkat kecanggihan teknologi yang digunakan rendah (teknologi sederhana sampai madya) dan tidak memerlukan keterampilan yang tinggi.

Mengingat peran usaha kecil di kota Surabaya yang cukup besar dan keunggulan yang dimiliki, maka pemerintah kota Surabaya harus menyusun kebijakan pengembangan industri kecil, menengah dan perdagangan yang terarah dan berkesinambungan. Perkembangan industri kecil, menengah (IKM) dan perdagangan akan lebih efektif apabila ditunjang dengan keberadaan koperasi. Sebagai usaha dengan skala kecil dan menengah, IKM dan perdagangan memerlukan wadah untuk mempertahankan eksistensi dan mengembangkan diri. Kebutuhan tersebut dapat dipenuhi oleh koperasi. Oleh karena itu pengembangan IKM dan perdagangan sebaiknya memiliki keterpaduan dengan pengembangan koperasi.

Agar pengembangan industri kecil, menengah, koperasi dan perdagangan di kota Surabaya dapat tercapai sesuai target, maka diperlukan sejumlah investasi baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri. Secara umum, investor akan tertarik melakukan investasi apabila suatu peluang memiliki prospek yang baik serta memiliki resiko dan *return* yang seimbang. Oleh karena itu untuk menarik investor, maka perlu dilakukan analisis faktor-faktor apakah yang mempengaruhi minat investor untuk menanamkan modalnya pada sektor industri kecil, menengah, koperasi dan perdagangan.

Disamping memiliki keunggulan, industri kecil, menengah, koperasi dan perdagangan juga menghadapi ancaman yang akan menghambat perkembangannya. Salah satu ancaman potensial adalah kondisi regional dan internasional yang akan mengalami perubahan, dimana pada tahun 2003 telah dicanangkan sebagai tahun perdagangan bebas di kawasan Asia yang diprakarsai oleh AFTA. Langkah ini merupakan awal persiapan menuju perdagangan bebas dunia pada tahun 2010.

Untuk menghadapi perubahan baik di kawasan regional atau internasional tersebut, maka negara-negara harus bersiap dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Langkah antisipatif yang harus diambil adalah dengan menyiapkan industri yang ada sehingga memiliki nilai lebih dan mampu bersaing di pasar bebas.

Industri kecil, menengah, koperasi dan perdagangan saat ini harus diakui masih belum mampu bersaing dipasar bebas, oleh karena itu perlu diadakan suatu analisa untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mampu membawa industri yang ada bersaing dengan industri dari negara lain. Dari hasil analisa atau kajian tersebut juga diharapkan mampu memberikan masukan kepada pihak-pihak yang terkait dan memiliki kepedulian terhadap industri kecil, menengah, dan koperasi untuk mengambil langkah-langkah penting dalam pengembangannya.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

- 1. Faktor-faktor apa yang berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi di Surabaya Pusat dan Surabaya Barat ?**
- 2. Apakah indikator yang dapat digunakan sebagai ukuran perkembangan industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi di Surabaya Pusat dan Surabaya Barat?**



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Pengertian Usaha Kecil dan Menengah**

Pembahasan usaha kecil dan menengah tidak terlepas dari pemahaman tentang lingkungan dan sistem perusahaan berskala kecil dan menengah serta pengusahanya. Berbagai kegiatan yang dilakukan usaha kecil dan menengah serta hambatan-hambatan yang dijumpai dalam dunia usaha tercakup dalam suatu istilah yang disebut *entrepreneurship* atau kewirausahaan sangat mendominasi perilaku bisnis dan menentukan arah masa depan usaha kecil dan menengah.

Peranan usaha kecil dan menengah di Indonesia dinilai sangat penting, karena terbukti sebagian besar dapat bertahan terhadap kelangsungan hidup mereka. Undang-Undang RI No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil dalam pasal 1 menjelaskan usaha kecil adalah “kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini”.

##### **2.1.1. Kriteria Usaha Kecil dan Menengah**

Batasan perusahaan kecil dan menengah dapat ditinjau dari sisi kuantitatif maupun manajemen (RIPIK Depperindag, 2002):

1. Batasan perusahaan kecil dan menengah secara kuantitatif adalah:

a. Jumlah tenaga kerja

Biasanya ketentuan usaha kecil dan menengah yang digunakan adalah memiliki jumlah tenaga kerja antara 5 – 20 orang dan sampai dengan kurang dari 100 orang.

Walaupun demikian banyak juga perusahaan kecil menengah dengan modal yang relatif sedikit tetapi mempunyai tenaga kerja lebih dari 100 orang.

b. Jumlah omzet penjualan

Biasanya ketentuan usaha kecil dan menengah adalah perusahaan yang memiliki nilai penjualan dalam satu

tahun dibawah 1 milyar dan diatas 1 milyar sampai 50 milyar.

2. Batasan perusahaan kecil dan menengah secara manajemen  
Perusahaan kecil dan menengah biasanya belum menunjukkan adanya spesialisasi manajemen, pimpinan perusahaan biasanya mempunyai hubungan langsung dengan pekerja dimana hubungan tersebut lebih banyak dilakukan secara lisan daripada tertulis. Serta fungsi-fungsi manajemen pada umumnya dipegang langsung oleh pimpinan perusahaan.

Undang-Undang RI No. 9 tahun 1995 mengatur kriteria usaha kecil yang tertulis pada pasal 5, sebagai berikut:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- (dua ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- o b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 1.000.000.000,- (satu milyar rupiah).
- c. Milik warga negara Indonesia.
- d. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar.
- e. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

### 2.1.2. Bentuk dan Jenis Usaha Kecil dan Menengah

Pada hakekatnya usaha kecil dan menengah yang ada secara umum dapat dikelompokkan menurut bentuk dan jenis kegiatan yang dilakukan, yaitu:

1. Berdasarkan bentuk

- a. Usaha perseorangan

Yaitu bentuk perusahaan dengan dukungan harta kekayaan pribadi dari pengusaha yang bersangkutan.

**b. Usaha persekutuan**

Merupakan bentuk kerja sama dari beberapa orang yang bertanggung jawab secara pribadi terhadap kewajiban- kewajiban usaha persekutuannya.

**2. Berdasarkan jenis usaha**

**a. Usaha perdagangan**

Yaitu aktivitas usaha yang dilakukan dengan tanpa mengubah bentuk dan tidak memberi nilai tambah. Misalnya : usaha keagenan, pengecer, ekspor dan impor.

**b. Usaha pertanian**

Yaitu aktivitas usaha ekstra aktif yang dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya alam. Misalnya: perikanan, pertanian dan perkebunan.

**c. Usaha industri**

Yaitu aktivitas usaha yang dilakukan dengan mengubah bentuk (dari bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau bahan mentah / barang setengah jadi menjadi barang jadi) dan memberi nilai tambah. Misalnya: industri makanan, logam dan semen.

**d. Usaha jasa**

Yaitu kegiatan usaha yang bersifat *intangibile*. Misalnya: transportasi dan perbengkelan.

**e. Usaha konstruksi**

Yaitu kegiatan usaha yang berkaitan dengan pendirian fisik bangunan. Misal: kontraktor jembatan.

**2.2. Industri Kecil dan Menengah**

Menurut PERDA Kota Surabaya No. 3 tahun 2002 tentang retribusi pelayanan di bidang perindustrian, perdagangan dan penanaman modal. Industri adalah:

“Kegiatan ekonomi yang mengelola bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi, dan / atau barang menjadi barang dengan nilai yang lebih

tinggi untuk penggunaannya termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan”

Definisi industri kecil menurut Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil Menengah yang diterbitkan Deperindag RI (2002):

“Industri kecil adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga maupun suatu badan, bertujuan untuk memproduksi barang maupun jasa untuk diperniagakan secara komersial, yang mempunyai nilai kekayaan bersih paling banyak Rp 200 juta dan mempunyai nilai penjualan per tahun sebesar Rp 1 milyar atau kurang”

“Industri menengah adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau badan, bertujuan untuk memproduksi barang ataupun jasa untuk diperniagakan secara komersial, yang mempunyai nilai penjualan per tahun lebih besar dari Rp 1 milyar namun kurang dari 50 milyar.

Menurut BPS, skala usaha digolongkan berdasarkan jumlah pegawai sebagai berikut:

Industri mikro	:	1 – 4 orang
Industri kecil	:	5 – 19 orang
Industri menengah	:	20 – 99 orang
Industri besar	:	100 orang ke atas

Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 3 Tahun 2002 tentang retribusi pelayanan di bidang perindustrian dan perdagangan dan penanaman modal, mengelompokkan industri berdasarkan nilai asetnya sebagai berikut:

Industri Kecil	:	s/d Rp 200 juta
Industri Menengah	:	Rp 200 juta s/d Rp 10 milyar
Industri Besar Diatas	:	Rp 10 Milyar ke atas

Untuk membatasi permasalahan, maka diperlukan kriteria industri kecil, menengah agar pembahasan permasalahan dapat lebih terarah dan jelas. Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil dan Menengah yang disusun oleh Depperindag (2002) mengidentifikasi karakteristik industri kecil menengah sebagai berikut :

1. Bahan bakunya mudah diperoleh, terutama karena tersedia di daerah.
2. Menggunakan teknologi sederhana, sehingga mudah dilakukan alih teknologi.
3. Ketrampilan dasar umumnya sudah dimiliki secara turun temurun.
4. Bersifat padat karya atau menyerap tenaga kerja yang cukup banyak.
5. Sebagian besar produknya terserap di pasar lokal / domestik dan tidak tertutup kemungkinan untuk diekspor.
6. Beberapa komoditi tertentu memiliki ciri khas terkait dengan karya seni budaya daerah setempat.
7. Melibatkan masyarakat ekonomi lemah.

### 2.3. Perdagangan

Menurut PERDA Kota Surabaya No. 3 tahun 2002 tentang retribusi pelayanan di bidang perindustrian, perdagangan dan penanaman modal. Perdagangan adalah:

“Kegiatan usaha jual beli barang atau jasa yang dilakukan secara terus menerus dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan atau jasa dengan disertai imbalan atau kompensasi”

Menurut BPS, skala usaha digolongkan berdasarkan jumlah pegawai sebagai berikut:

Perdagangan mikro	:	1 – 4 orang
Perdagangan kecil	:	5 – 19 orang
Perdagangan menengah	:	20 – 99 orang
Perdagangan besar	:	100 orang ke atas

Untuk membatasi permasalahan, maka diperlukan kriteria perdagangan agar pembahasan permasalahan dapat lebih terarah dan jelas. Berikut ini karakteristik untuk sektor usaha perdagangan:

1. Kegiatan usaha terbatas hanya melakukan jual-beli barang, tanpa memberikan nilai tambah.

2. Barang dagangan berasal dari daerah setempat (regional) maupun dalam negeri (nasional).
3. Kegiatan jual-beli ditujukan untuk memperoleh keuntungan (komersialisasi).
4. Operasi usaha lebih bersifat padat karya dengan jumlah pegawai tidak lebih dari 99 orang.
5. Pembeli barang dagangan adalah penduduk sekitar lokasi usaha.

#### 2.4. Koperasi

Pada umumnya koperasi diartikan dengan cara yang berbeda-beda, namun pada umumnya koperasi dikenal sebagai suatu bentuk perusahaan yang unik. Koperasi tidak hanya dianggap berbeda dari perusahaan perseorangan yang berbentuk CV, tapi juga dianggap tidak sama dengan perusahaan-perusahaan yang dimiliki oleh sekumpulan orang seperti Firma dan Perseroan Terbatas (PT).

Dilihat dari asal katanya, istilah koperasi berasal dari bahasa Inggris *co-operation* yang berarti usaha bersama. Namun yang dimaksud dengan koperasi di sini adalah suatu bentuk perusahaan yang didirikan oleh orang-orang tertentu, untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan tertentu berdasarkan aturan-aturan dan tujuan tertentu pula (Baswir, Revisond.1998).

##### 2.4.1. Definisi Koperasi

Menurut UU No. 25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian.

Definisi koperasi adalah:

“Koperasi adalah badan usaha badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat berdasarkan atas asas kekeluargaan” .

Berdasarkan definisi tersebut dapat diketahui bahwa di dalam koperasi setidaknya terdapat dua unsur yang saling berkaitan satu sama lain. Unsur pertama adalah unsur ekonomi, sedangkan unsur kedua adalah unsur sosial.

##### 2.4.2. Jenis Koperasi

Penggolongan jenis koperasi adalah pengelompokan koperasi ke dalam kelompok-kelompok tertentu berdasarkan kriteria dan



karakteristik-karakteristik tertentu pula. Sebagaimana diketahui, koperasi pada mulanya tumbuh di kalangan kaum pekerja yang berusaha mencukupi kebutuhan konsumsinya atau di kalangan produsen kecil yang ingin memperoleh bahan baku dengan harga murah dan memasarkan produksinya.

Dalam perkembangannya, jenis koperasi yang berkembang cenderung bervariasi. Secara garis besar koperasi dapat digolongkan ke dalam beberapa kelompok besar berdasarkan beberapa pendekatan sebagai berikut (Baswir, Revrisond. 1998):

#### 1. Berdasarkan Bidang Usaha

Berdasarkan bidang usahanya, maka koperasi dapat digolongkan ke dalam beberapa sub golongan sebagai berikut:

##### a. Koperasi konsumsi

Adalah koperasi yang berusaha dalam bidang penyediaan barang-barang konsumsi yang dibutuhkan oleh para anggotanya.

##### b. Koperasi Pemasaran

Adalah koperasi yang dibentuk terutama untuk membantu para anggotanya dalam memasarkan barang-barang yang dihasilkannya.

##### c. Koperasi kredit

Adalah koperasi yang bergerak dalam bidang pemupukan simpanan dari para anggotanya, untuk kemudian dipinjamkan kembali kepada anggota-anggota yang memerlukan bantuan modal.

#### 2. Berdasarkan Jenis Komoditi

Berdasarkan jenis komoditi, maka koperasi dibedakan atas beberapa kelompok, sebagai berikut:

##### a. Koperasi Ekstra Aktif

Adalah koperasi yang melakukan usaha dengan menggali atau memanfaatkan sumber-sumber alam secara langsung tanpa atau sedikit mengubah bentuk dan sifat sumber-sumber alam tersebut.

- b. **Koperasi Pertanian dan Peternakan**  
Adalah koperasi yang melakukan usaha sehubungan dengan komoditi pertanian tertentu.
  - c. **Koperasi Industri dan Kerajinan**  
Adalah koperasi yang melakukan usahanya dalam bidang industri atau kerajinan tertentu.
  - d. **Koperasi Jasa**  
Adalah koperasi yang kegiatan utamanya menghasilkan dan memasarkan jasa tertentu.
3. **Berdasarkan Profesi Anggota**  
Berdasarkan profesi anggotanya ini maka koperasi dapat dibedakan atas:
- a. **Koperasi Karyawan**
  - b. **Koperasi Pegawai**
  - c. **Koperasi Angkatan Darat**
  - d. **Koperasi Mahasiswa**
  - e. **Koperasi Pedagang Pasar**
  - f. **Koperasi Veteran Republik Indonesia**
  - g. **Koperasi Nelayan**
  - h. **Dan lain-lain**
4. **Berdasarkan Daerah Kerja**  
Yang dimaksud dengan daerah kerja koperasi adalah luas- sempitnya wilayah yang dijangkau oleh badan usaha koperasi dalam melayani kepentingan anggotanya atau masyarakat. Berdasarkan daerah kerjanya ini, maka koperasi dapat digolongkan atas beberapa kelompok sebagai berikut:
- a. **Koperasi Primer**  
Adalah koperasi terkecil yang meliputi wilayah yang kecil pula beranggotakan minimal 20 orang. Daerah kerjanya meliputi satu atau beberapa desa yang memiliki potensi ekonomi bagi perkembangan koperasi primer tersebut. Misalnya: KUD.
  - b. **Koperasi Pusat**



Adalah gabungan beberapa koperasi primer minimal lima koperasi primer yang berhubungan jenis usahanya. Daerah kerjanya meliputi satu atau beberapa daerah tingkat II.

Misalnya: Pusat Koperasi Unit Desa (PUSKUD).

c. Koperasi Gabungan

Adalah gabungan beberapa koperasi pusat minimal tiga koperasi pusat. Daerah kerjanya meliputi satu atau beberapa daerah tingkat I. Misalnya: Gabungan Koperasi Batik Indonesia (GKBI).

d. Koperasi Induk

Adalah gabungan dari beberapa gabungan koperasi minimal tiga koperasi yang sudah berbadan hukum. Wilayah daerah kerjanya meliputi seluruh Indonesia dan di ibu kota negara. Misalnya: Induk Koperasi Pegawai (IKP).

## 2.5. Investasi

Menurut P. Jones (1994:5), investasi dapat didefinisikan sebagai berikut: "*Investment is the commitment of funds to one or more assets that will be held oversome future periode*". Jadi investasi merupakan suatu komitmen atau perjanjian dari suatu dana untuk satu aset atau lebih yang manfaatnya akan diterima atau dirasakan di masa yang akan datang.

Investasi secara umum dibagi menjadi dua yaitu investasi dengan *real asset* atau investasi dengan aktiva tetap dan investasi dengan surat berharga atau *financial asset*. Investasi dengan aktiva tetap misalnya dengan emas, perak, *real estate* dan lain-lain. Investasi pada surat berharga misalnya dengan deposito, tabungan, saham atau obligasi dan lain-lain. Hampir semua investasi mengandung unsur ketidakpastian atau resiko. Oleh karena itu investor harus memprediksi resiko yang mungkin dapat diterima dari investasi yang dilakukan oleh investor.

Investasi dapat dilakukan dengan cara langsung atau *direct investing* dan dengan cara tidak langsung atau *indirect investing*. Investasi secara langsung dapat dilakukan pada pasar uang atau di pasar modal, misalnya

dengan membeli saham. Investasi secara tidak langsung merupakan suatu investasi dimana surat-surat berharga yang dimiliki diperdagangkan oleh perusahaan investasi yang berfungsi sebagai perantara.

Dari definisi investasi diatas maka dapat dirumuskan karakteristik investasi sebagai berikut:

1. Investasi membutuhkan dana yang digunakan untuk memulai atau perluasan usaha.
2. Investasi memiliki waktu (lebih dari satu tahun) antara memulai, menghasilkan sampai divestasi.
3. Investasi memiliki resiko kegagalan.
4. Investasi menghasilkan pengembalian dalam jumlah tertentu.

Hampir dapat dipastikan dalam suatu wilayah yang sedang membangun maka peran penanaman modal atau investasi sangat vital, bahkan boleh dikatakan ketiadaan pelaku investasi akan menjadikan produktivitas wilayah yang sedang membangun akan lumpuh total. Tambahan investasi dalam jumlah tertentu akan menyebabkan pertumbuhan ekonomi yang lebih besar/cepat karena terdapat dampak '*multiplier*'.

Identifikasi peluang investasi di sektor industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi diarahkan pada usaha yang memiliki prospek layak untuk dikembangkan. Promosi investasi ini dapat dilakukan melalui kerja sama dengan Badan Koordinasi Penanaman Modal dengan sasaran pengusaha dan masyarakat yang berminat. Identifikasi peluang investasi yang mempunyai prospek layak usaha dipromosikan cukup sejauh penilaian kelayakan secara tentatif melalui *preliminary study (pre-feasibility study)*.

## 2.6. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah

Pengembangan merupakan bagian dari pemberdayaan, Pasal 1 UU No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil memberikan definisi pemberdayaan sebagai berikut:

"Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat, adapun bentuk pemberdayaan : (1) penumbuhan iklim usaha, (2) pembinaan dan pengembangan sehingga usaha kecil mampu

menumbuhkan dan memperkuat dirinya menjadi usaha yang tangguh dan mandiri”.

“Iklim usaha adalah kondisi yang diupayakan pemerintah berupa penetapan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijaksanaan di berbagai aspek kehidupan ekonomi agar usaha kecil memperoleh kepastian, kesempatan yang sama, dan dukungan berusaha yang seluas-luasnya sehingga berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri”.

“Pembinaan dan pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri”.

## **2.7. Kebijakan Pengembangan**

Pengembangan usaha kecil menengah dilakukan dengan menempuh kebijakan yang pelaksanaannya akan didukung bersama oleh semua pihak yang terkait, serta tersusun dari komponen-komponen kebijakan yang universal, (RIPIK, Depperindag RI, 2002) yaitu:

1. Menggariskan prioritas sektoral pengembangan usaha kecil menengah melalui pemilihan jenis-jenis usaha yang dijadikan fokus pengembangan, untuk dijadikan acuan prioritas bagi instansi pembina secara terpadu/lintas instansi, dimana pilihan jenis industri dan komoditi yang akan dikembangkan disesuaikan dengan kecocokan potensi dan prospek tumbuh di daerah pengembangan yang bersangkutan.
2. Melakukan kegiatan pemberdayaan agar pelaku usaha:
  - a. Mempunyai wawasan dan jiwa wira usaha yang ulet dan profesional.
  - b. Mampu mengidentifikasi, mengembangkan ataupun memanfaatkan peluang usaha.
  - c. Mampu mendayagunakan sumber daya produktif dan mengakses pasar (lokal, dalam negeri maupun luar negeri).
  - d. Mempunyai kemampuan manajemen usaha, keahlian dan ketrampilan teknis/teknologis).
  - e. Mampu membangun daya saing (wawasan efisiensi, produktifitas dan mutu).

Pemberdayaan institusi pembina (instansi teknis pembina) yang berkaitan dengan pengembangan usaha kecil menengah juga dilakukan agar mereka :

- a. Mempunyai komitmen yang kuat untuk memajukan usaha kecil menengah yang diwujudkan dalam bentuk pemberian perhatian, alokasi sumber daya / dana, upaya dan waktu yang lebih banyak untuk pengembangan usaha kecil.
  - b. Mempunyai wawasan konseptual untuk membuat program pengembangan usaha kecil menengah yang berdaya-guna dan berhasil-guna.
  - c. Bersikap konsisten dalam semangat keterpaduan untuk secara bersama mendukung / melaksanakan program pengembangan usaha kecil menengah sesuai peran, fungsi dan tugas masing-masing.
3. Mengembangkan iklim usaha yang lebih mendorong, melindungi dan memberikan keleluasaan lebih besar kepada para pelaku usaha kecil menengah untuk tumbuh berkembang maju. Komponen iklim usaha yang bersifat teknis utamanya adalah :
- a. Kepastian hukum dan kejelasan/kesederhanaan ketentuan peraturan yang kondusif dan tidak membebani ekonomi.
  - b. Tersedianya prasarana dan sarana penunjang kegiatan ekonomi (investasi publik maupun swasta).
  - c. Sistem insentif yang secara efektif dapat merangsang kegiaihan ekonomi melalui usaha kecil menengah.
  - d. Kebijakan makro ekonomi yang menunjang, khususnya dari segi: ketersediaan dan kemudahan akses permodalan dan suku bunga yang relatif rendah.
  - e. Bantuan teknik dan subsidi pemerintah untuk program prioritas.
4. Meningkatkan pemberian layanan prima (memfasilitasi) kepada pelaku usaha kecil menengah baik layanan administrasi (perijinan, pencatatan, legalisasi, ketetapan fasilitas, rekomendasi, informasi kebijakan, dan sebagainya), maupun layanan bisnis berupa informasi bisnis yang diperlukan (pasar, peluang usaha, teknologi, permodalan, mitra usaha,

dan sebagainya) maupun sistim dan sarana penunjang yang dapat mendinamisasi dan memajukan daya saingnya.

5. Selalu mengembangkan program inovatif, realistik dan membumi (menyentuh kepentingan pelaku pasar di sektor riil), mampu menjawab masalah aktual yang dihadapi sesuai dengan kondisi nyata obyek binaan di lapangan, misalnya antara lain:
  - a. Pengembangan sentra usaha kecil.
  - b. Pengembangan proyek percontohan berupa inkubator bisnis.
  - c. Pengembangan *Business Development Services* (BDS).
  - d. Pendayagunaan Tenaga Fungsional Penyuluh Perindustrian (TFPP).
  - e. Lomba inovasi desain dan produk usaha kecil menengah, dan lain-lain.

## 2.8. Strategi Pengembangan

Strategi merupakan metode atau cara yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Tujuan dalam hal ini adalah untuk mengembangkan industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi. Menurut buku pedoman Deperindag RI yang tertuang dalam RIPIK (2002) strategi pengembangan usaha kecil terdiri atas tahap:

### 2.8.1. Pendekatan Pengembangan

Dalam menangani setiap proyek ataupun obyek pengembangan, baik yang bersifat pemecahan masalah (*problem solving*) maupun yang bersifat pengembangan ke depan (*development oriented*), strategi pengembangan yang ditempuh didasarkan kepada pola pendekatan logis dan komprehensif melalui dua langkah simultan yang saling sinergik, yaitu :

- (1) Memperkuat daya tarik faktor-faktor penghela pada sisi permintaan terhadap produk-produk industri (*Demand Pull Strategy*) melalui berbagai bentuk upaya yang sesuai dengan keadaan dan kebutuhannya.
- (2) Memperkuat daya dukung faktor-faktor pendorong pada sisi kemampuan daya pasok (*Supply Push Strategy*) untuk

memperlancar kegiatan produksi secara berdaya saing, sesuai dengan kondisi dan kebutuhannya.

Pelebagaan upaya pengembangan melalui dua pendekatan tersebut (baik dalam segi penguatan faktor-faktor penghela maupun faktor-faktor pendorong) dalam aspek-aspek yang secara umum memerlukan pemantapan dukungan bagi semua sektor / kelompok, ditempuh langkah-langkah yang dituangkan dalam program penunjang. Program penunjang adalah segala bentuk upaya pembinaan yang bersifat memperkuat *demand pull factor* dan *supply push factor* dalam aspek.

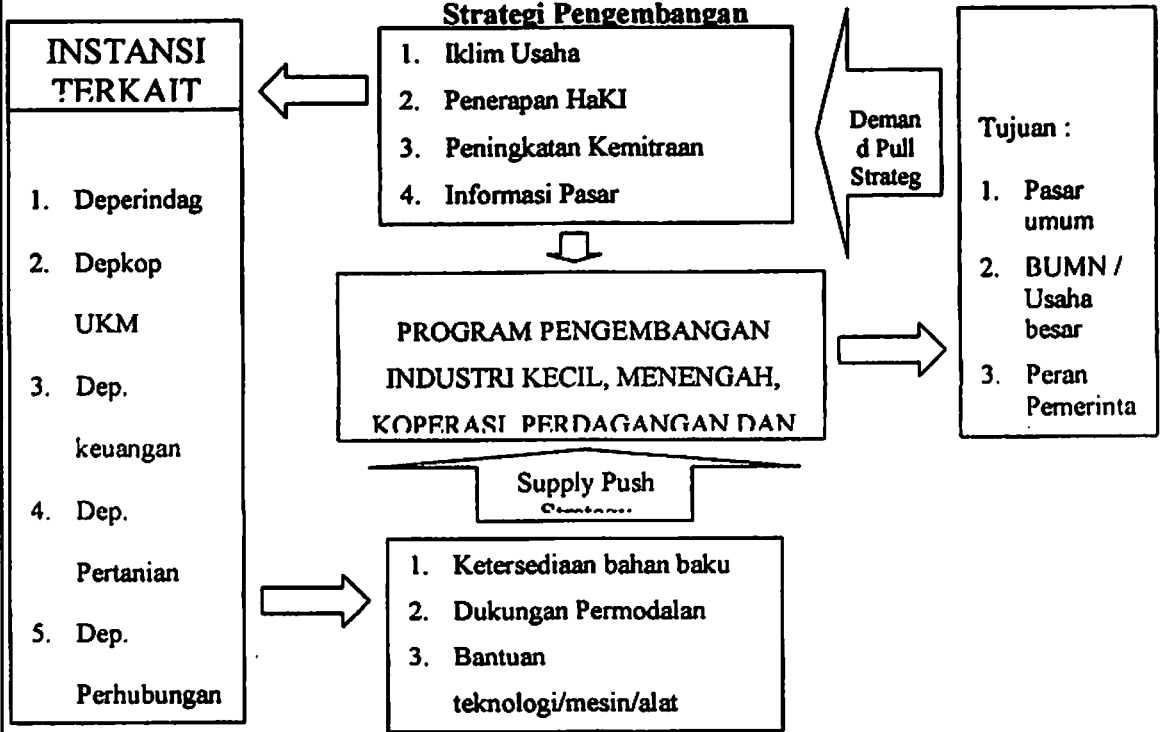
### 2.8.2. Lingkup Penerapan Strategi Pengembangan

Meskipun pendekatan pengembangan seperti di atas dapat diterapkan di semua skala satuan obyek pembinaan dari level sektor ataupun kelompok/cabang usaha di tingkat nasional/daerah secara makro, sampai tingkat sentra industri dan unit usaha secara mikro, namun atas pertimbangan efisiensi sebagai akibat dari terbatasnya sumber daya pembangunan dibandingkan dengan luasnya obyek binaan, maka ditempuh penetapan prioritas pembinaan atau fokus pengembangan adalah pada industri kecil, menengah, perdagangan dan koperasi sebagai penggerak ekonomi daerah. Dengan kriteria sebagai berikut:

Ketersediaan bahan baku di daerah atau dalam negeri. Tingkat dan jenis ketrampilan yang dibutuhkan sudah ada di daerah atau dalam negeri.

1. Tersedia dan terbukanya pasar bagi produk yang dihasilkan.
2. Komoditas/produk mempunyai prospek untuk dipasarkan meskipun pada waktu ini produksinya belum berkembang.
3. Membutuhkan banyak tenaga kerja.
4. Menunjang perkembangan ekonomi daerah.

**Bagan 2.1**

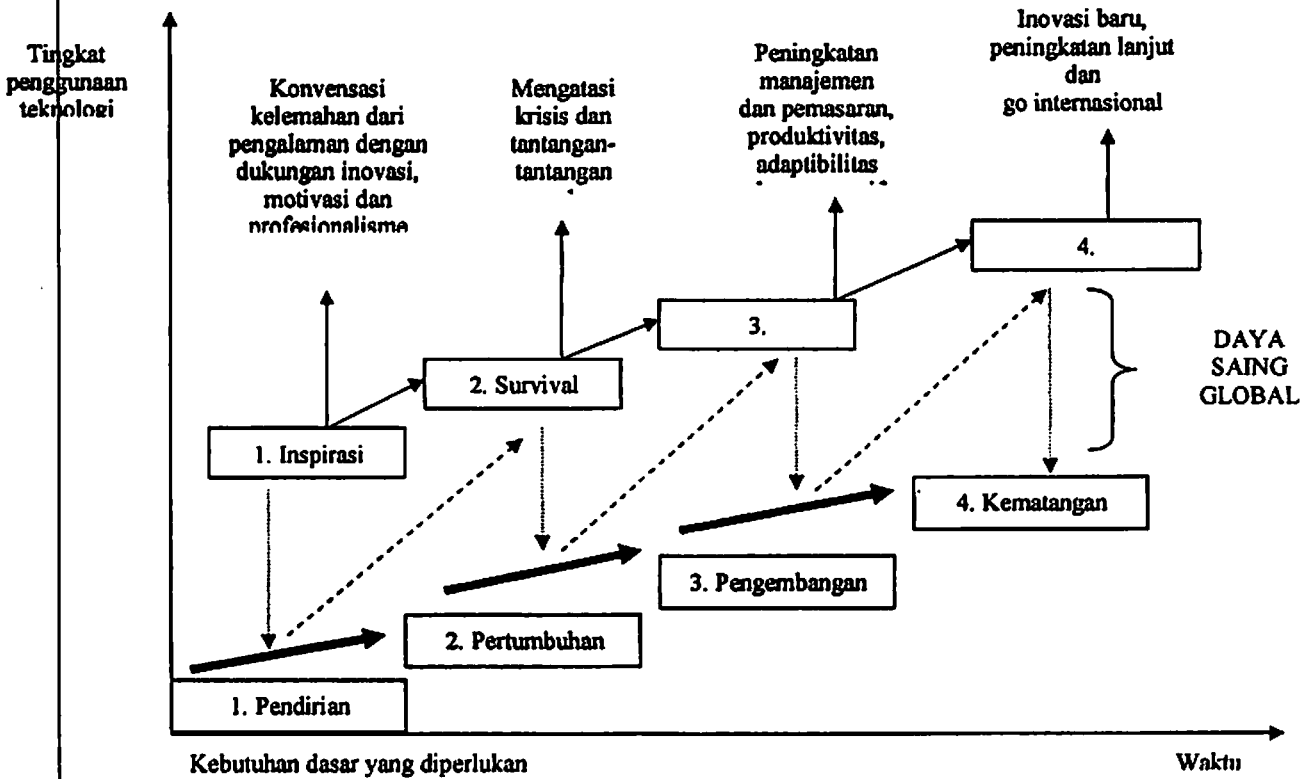


Sumber: RIPIK Deperindag RI, 2002

**2.7.4. Perlakuan Pengembangan**

Jenis perlakuan yang diterapkan kepada obyek pengembangan selalu spesifik yaitu disesuaikan dengan kondisi, tingkat perkembangan dan masalah yang dihadapi oleh obyek yang bersangkutan. Berbagai tahap perkembangan usaha kecil menengah dan jenis kebutuhan akan perlakuan pembinaannya digambarkan pada visualisasi sebagai berikut:

**Bagan 2.2.**  
**Tahapan Fasa Pengembangan Perusahaan**



Sumber: RIP Deperindag RI, 2002

Adapun jenis-jenis kebutuhan dasar usaha yang diperlukan pada setiap tahap/fasa pertumbuhan secara umum dapat dikemukakan dalam tabulasi tabel 2.1.



**Tabel 2.1.**  
**Kebutuhan Dasar Industri pada Setiap Fasa**

<b>FASA PENDIRIAN</b>	<b>FASA PERTUMBUHAN</b>	<b>FASA PENGEMBANGAN</b>	<b>FASA KEMATANGAN</b>
1. Inkubator, ketersediaan infrastruktur untuk memulai usaha, seperti : studi kelayakan, pelatihan, pengetahuan tentang perijinan, serta pengetahuan tentang aspek legal lainnya. 2. Ketersediaan tenaga kerja 3. Ketersediaan pasar dan informasinya 4. Permodalan 5. Ketersediaan bahan baku/penolong yang sesuai dengan produk yang dihasilkan. 6. Ketersediaan infrastruktur fisik untuk pabrik dsb.	1. Sertifikasi standar 2. Pengembangan teknik/teknologi 3. Proses otomatisasi atau teknologi tepat guna 4. Bantuan perpajakan 5. Bantuan Promosi dan Pemasaran	1. Peningkatan kemampuan teknik dan teknologi 2. Peningkatan kemampuan manajemen 3. Peningkatan penerapan ICT 4. Bantuan kepemilikan merk sendiri 5. Peningkatan akses kelembaga keuangan/modal ventura 6. Out Sourcing 7. Pengembangan saluran distribusi	1. Pengembangan desain 2. Promosi Merk 3. Peningkatan kemampuan lanjut usaha 4. Penjajagan investasi baru

Sumber; RIP Deperindag RI, 2002

### **BAB III**

## **TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

#### **1.1. Tujuan Penelitian**

Tujuan disusunnya indikator perkembangan industri kecil, menengah, perdagangan, koperasi dan investasi di Surabaya Pusat dan Surabaya Barat adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap perkembangan industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi di Surabaya Pusat dan Surabaya Barat dan indikator-indikator perkembangannya guna menentukan program dan kebijakan pengembangan industri kecil, menengah, perdagangan, koperasi dan investasi.

#### **1.2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penyusunan indikator perkembangan industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi adalah:

1. Sebagai informasi dan panduan bagi investor untuk berperan serta dalam pembangunan dan pengembangan industri kecil, menengah, koperasi dan perdagangan.
2. Meningkatkan perhatian dan peranan Pemerintah Kota Surabaya dalam mendukung program pembangunan dan pengembangan industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi di Surabaya Pusat dan Surabaya Barat.
3. Meningkatkan peran serta lembaga-lembaga terkait, baik lembaga pemerintah maupun lembaga swadaya masyarakat dan swasta dalam pembangunan dan pengembangan industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi kota Surabaya.

## BAB IV

### PENDEKATAN PROYEK

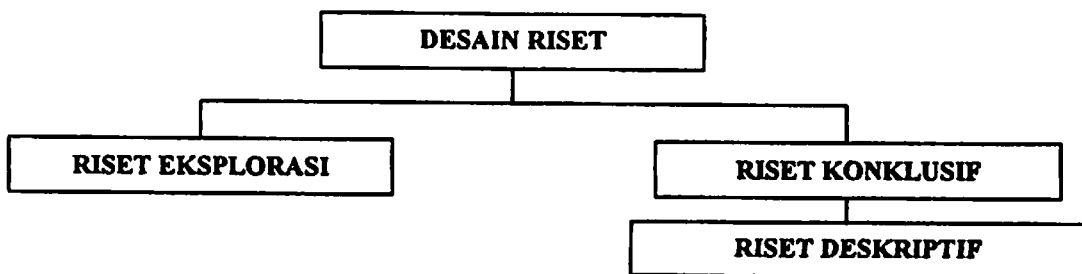
#### 4.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, karena memerlukan perhitungan yang bersifat matematis tentang hubungan antar variabel.

##### 4.1.1 Desain pelaksanaan penelitian

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode *riset eksplorasi dan riset konklusif*. Desain pelaksanaan penelitian ini dapat dilihat pada gambar 4.1. berikut ini (Nasution,1999)

**Bagan 4.1**  
**Desain Riset**



Riset eksplorasi bertujuan untuk menjawab pertanyaan *what* dan untuk mengemukakan permasalahan-permasalahan yang dihadapi para pelaku bisnis dan pemerintah kota dalam membantu pengembangan industri kecil, menengah, dan koperasi, perdagangan dan investasi di kota Surabaya.

Riset konklusif dapat dibedakan menjadi dua tipe riset yaitu riset deskriptif dan riset kausal. Namun dalam pelaksanaan penelitian ini akan digunakan desain deskriptif. Desain pelaksanaan penelitian deskriptif ini bertujuan untuk menjelaskan karakteristik industri kecil, menengah, dan koperasi, perdagangan dan investasi di kota Surabaya dengan

menganalisis indikator-indikator yang penting dalam lingkup pengembangannya.

#### 4.2. Sumber Data

Berdasarkan rumusan masalah-masalah yang telah diungkapkan, maka jenis data yang dibutuhkan dalam pelaksanaan penelitian ini adalah data sekunder dan data primer. Kedua jenis data tersebut diperoleh dari sumber:

##### 1. Data sekunder

- a. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Surabaya.
- b. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Surabaya.
- c. BPS Kota Surabaya.
- d. Sumber data lain yang relevan dengan pelaksanaan penelitian ini.

##### 2. Data primer

Data primer diperoleh dari dua sumber, yakni:

- a. Pendapat para pelaku industri kecil, menengah, perdagangan dan koperasi.
- b. Pendapat para ahli UKM dan koperasi, serta dinas terkait.

#### 4.3. Prosedur Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data-data dilakukan melalui beberapa cara sebagai berikut:

##### 1. Survei

Survei dilakukan untuk memperoleh informasi dan mengungkap deskripsi tentang faktor-faktor apakah yang mempengaruhi perkembangan industri kecil, menengah, perdagangan, koperasi dan investasi. Pengumpulan informasi ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarikan kepada pelaku usaha kecil menengah (industri kecil, menengah, perdagangan, koperasi dan investasi). Kuesioner digunakan sebagai alat bantu untuk melakukan wawancara dengan para responden.

## **2. Pengamatan**

Pengamatan dilakukan untuk mengungkap dan memperoleh gambaran yang utuh dan sistematis tentang suasana yang melingkupi proses pemberdayaan industri kecil, menengah, perdagangan, koperasi dan investasi kota Surabaya.

## **3. Dokumentasi**

Dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data sekunder yang dilaksanakan dengan cara mengumpulkan data berupa foto dan sejenisnya tentang proses pengembangan industri kecil, menengah, perdagangan, koperasi dan investasi kota Surabaya.

### **4.4. Prosedur Penentuan Sampel**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode pemilihan sampel acak terhadap UKM dan koperasi di wilayah Surabaya Pusat dan Surabaya Barat. Survey lapangan berhasil mengumpulkan data dari 221 industri kecil, 170 industri menengah, 150 usaha perdagangan (toko), 72 koperasi unit serba usaha dan 47 koperasi unit usaha simpan pinjam.

### **4.5. Teknik Analisis**

Pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini, dengan menggunakan alat-alat terukur dan alat statistik inferensial. Teknik statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan IKM, perdagangan, koperasi dan investasi analisis faktor dan analisis regresi. Analisis faktor dan analisis regresi, tersebut selanjutnya dijelaskan sebagai berikut:

#### **4.5.1. Analisis faktor**

Analisis faktor adalah seperangkat teknik matematik yang didesain untuk menganalisis keterkaitan antara sejumlah besar variabel dan

untuk menjelaskan variabel-variabel tersebut menurut dimensi (indikator) yang mendasari secara umum.

Melalui analisis faktor, sejumlah indikator yang teridentifikasi akan mengelompok dengan melihat keterkaitan antara satu indikator dengan indikator lainnya. Kelompok-kelompok yang terbentuk disebut faktor. Secara umum langkah-langkah dalam analisis faktor adalah:

1. Responden memilih indikator ekonomi untuk masing-masing atribut.
2. Program analisis faktor *computerized* digunakan untuk menentukan *factors*. Satu skor *factor loading* menunjukkan sifat hubungan antara tiap *attribute* dan tiap faktor.
3. Program komputer memberikan suatu *factor score* untuk tiap individu untuk tiap indikator. Ini merupakan posisi indikator tersebut pada dimensi yang mendasari dilihat dari sisi individu tersebut.
4. Rata-rata *factor score* menurut individu-individu untuk tiap indikator digunakan untuk menentukan posisi indikator tersebut dalam *perceptual map*, dengan faktor-faktor bertindak sebagai aksis.
5. Atribut tertentu yang orisinal digabungkan dalam map sebagai garis atau *vectors* seperti arah dari garis menunjukkan sifat hubungan dengan tiap faktor, dan panjang garis menunjukkan kekuatan hubungannya.

Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Tujuan analisis faktor secara rinci adalah :

1. *Data summarization*  
Yakni mengidentifikasi adanya hubungan antar variabel dengan melakukan uji korelasi.
2. *Data reduction*  
Yakni setelah melakukan korelasi, dilakukan proses membuat sebuah variabel set baru yang dinamakan faktor untuk menggantikan sejumlah variabel tertentu.

Analisis faktor berguna untuk meringkas faktor-faktor yang berpengaruh (terhadap perkembangan industri kecil, menengah, koperasi, perdagangan dan investasi kota Surabaya), dengan hanya menunjukkan faktor yang memiliki pengaruh paling besar.

Proses dasar analisis faktor menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

1. Menentukan variabel apa saja yang akan dianalisis (mengumpulkan faktor-faktor yang menurut responden mempengaruhi perkembangan industri kecil, menengah, perdagangan, koperasi dan investasi).
2. Menguji variabel-variabel yang telah ditentukan, dengan menggunakan metode *bartlet test of sphericity* serta pengukuran *MSA (measure of sampling adequacy)*.
3. Melakukan proses inti pada analisis faktor, yakni *factoring* atau menurunkan satu atau lebih faktor dari variabel-variabel yang telah lolos pada uji variabel sebelumnya.
4. Melakukan proses *factor rotation* atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk. Tujuan rotasi untuk memperjelas variabel yang masuk ke dalam faktor tertentu.
5. Interpretasi atas faktor yang telah terbentuk, khususnya memberi nama atas faktor yang terbentuk tersebut, yang dianggap bisa mewakili variabel-variabel anggota faktor tersebut.

6. Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang terbentuk telah valid.

#### 4.5.2. Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk melihat korelasi antara satu variabel dependen (Y) dengan satu atau lebih variabel independen (X). Analisis regresi juga menghitung seberapa besar kontribusi Variabel X terhadap Variabel Y, baik secara parsial maupun parsial.

Dalam studi ini, variabel X adalah faktor-faktor yang diperoleh dari analisis faktor sedangkan Variabel Y adalah perkembangan usaha yang menggunakan pertumbuhan aset, modal dan pasar sebagai proksinya.

Analisis regresi linear berganda, berdasarkan penelitian sampel dinyatakan dengan persamaan linear

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_iX_i$$

Untuk mendapatkan nilai a, b<sub>1</sub> dan b<sub>2</sub> digunakan rumus-rumus sebagai berikut :

$$b_1 = \frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1 \cdot Y) - (\sum X_1 \cdot X_2)(\sum X_2 \cdot Y)}{(\sum X_1)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 \cdot X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_1 \cdot Y)(\sum X_1 \cdot X_2)(\sum X_1 \cdot Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 \cdot X_2)^2}$$

$$a = \bar{Y} - b_1 \cdot \bar{X}_1 - b_2 \cdot \bar{X}_2$$



## BAB V

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 5.1. Deskripsi Profil Usaha

Pada bagian ini akan dibahas profil usaha secara umum untuk masing-masing kelompok sampel. Profil usaha yang dimaksud meliputi jenis badan usaha, ijin usaha yang dimiliki, jenis produk yang dihasilkan / jenis barang dagangan yang dijual / jenis kredit yang disalurkan dan nilai aset perusahaan.

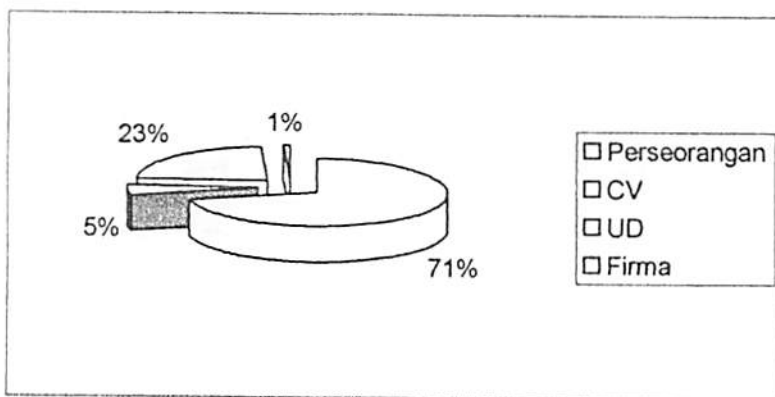
Profil usaha tersebut akan dideskripsikan menurut jenis kelompok sampel, yakni: industri kecil, industri menengah, perdagangan dan koperasi (unit serba usaha dan simpan pinjam).

##### 5.1.1 Industri Kecil

###### A. Jenis Badan Usaha

Sebagian besar industri kecil di kota Surabaya memiliki jenis usaha perorangan (71 %), jenis badan usaha UD sebesar 23 %, CV sebesar 5 % dan firma sebesar 1%. Gambar 5.1. berikut ini menggambarkan proporsi jenis badan usaha industri kecil di kota Surabaya.

**Gambar 5.1**  
**Proporsi Jenis Badan Usaha**  
**Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

## B. Produk Yang Dihasilkan

Berdasarkan produk yang dihasilkan, 221 industri kecil yang menjadi sampel dapat dikelompokkan menjadi 9 (sembilan) jenis usaha sebagaimana tampak pada tabel 5.1 dibawah ini.

**Tabel 5.1.**  
**Jenis Produk Yang Dihasilkan Industri Kecil**

No.	Jenis produk yang dihasilkan	Frekuensi	Persen
1.	Makanan dan minuman	24	10,9
2.	Tekstil dan pakalan	8	3,6
3.	Bahan bangunan dan ready mix	21	9,5
4.	Peralatan rumah tangga	8	3,6
5.	Meubel dan hasil olahan kayu	63	28,5
6.	Kertas dan percetakan	33	14,9
7.	Komponen mesin, kendaraan dan elektronik	11	5,0
8.	Kerajinan tangan dan souvenir	16	7,2
9.	Hasil olahan lainnya	37	16,7
Total		221	100

Sumber: data hasil survey, diolah

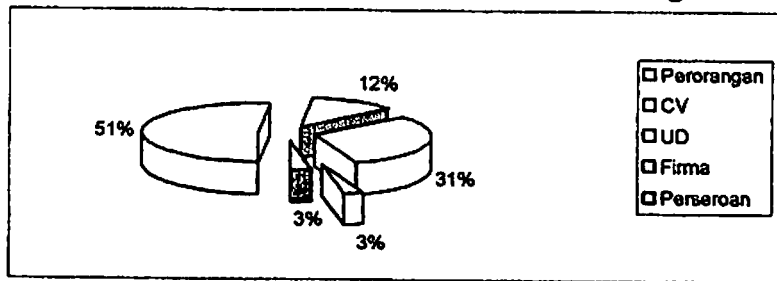
Tabel 5.1. menunjukkan 3 proporsi terbesar adalah industri kecil yang menghasilkan meubel dan hasil olahan kayu (28,5%) diikuti hasil olahan lainnya (16,7%) serta kertas dan percetakan (14,9%).

### 5.1.2. Industri Menengah

#### A. Jenis Badan Usaha

Jenis badan usaha industri menengah di kota Surabaya untuk 170 sampel industri menengah dapat dilihat pada gambar 5.2. Jumlah badan usaha perorangan berjumlah 88 perusahaan (51 %), berbentuk UD sebanyak 52 perusahaan (31 %), CV sebanyak 20 perusahaan (12 %), firma sebanyak 5 perusahaan (3 %) dan berbentuk perseroan sebanyak 5 perusahaan (3 %).

**Gambar 5.2.**  
**Proporsi Jenis Badan Usaha Industri Menengah**



Sumber: data hasil survey, diolah

### B. Produk Yang Dihasilkan

Berdasarkan jenis produk yang dihasilkan, 170 industri menengah yang menjadi sampel dapat dikelompokkan menjadi 9 (sembilan) jenis usaha sebagaimana tampak pada tabel. 5.2 dibawah ini. Proporsi tiga terbesar secara berturut-turut ditempati oleh jenis produk olahan lainnya (24,1 %), makanan dan minuman (17,6 %) meubel dan olahan kayu (17,1 %). Secara lebih rinci dapat dilihat pada tabel 5.2. berikut ini.

**Tabel 5.2.**  
**Jenis Produk Yang Dihasilkan Industri Menengah**

No.	Jenis Produk	Frekuensi	Persen
1.	Makanan dan minuman	30	17,6
2.	Tekstil dan pakaian	17	10
3.	Bahan bangunan dan ready mix	18	10,6
4.	Peralatan rumah tangga	5	2,9
5.	Meubel dan hasil loan kayu	29	17,1
6.	Kertas dan percetakan	11	6,5
7.	Komponen mesin, kendaraan dan elektronik	14	8,2
8.	Kerajinan tangan dan souvenir	5	2,9
9.	Hasil olahan lainnya	41	24,1
	<b>Total</b>	<b>170</b>	<b>100</b>

Sumber: data hasil survey, diolah

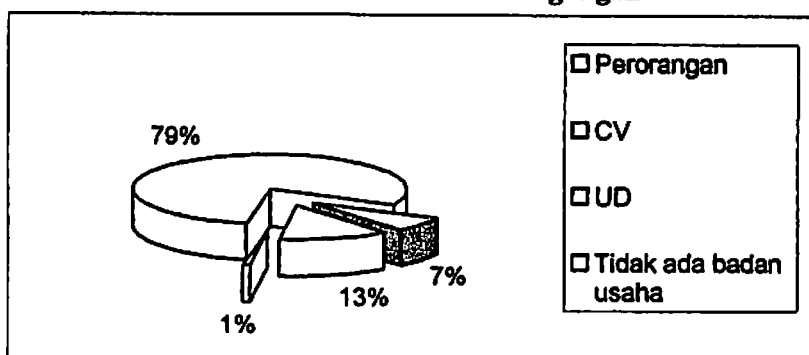
Tabel. 5.2. diatas menunjukkan bahwa variasi jenis produk yang dihasilkan oleh industri menengah lebih merata. Artinya proporsi untuk setiap jenis produk relatif merata.

### 5.1.3. Perdagangan

#### A. Jenis Badan Usaha

Jenis badan usaha untuk 150 sampel yang masuk kelompok perdagangan dapat dilihat pada gambar 5.3. Badan usaha perorangan mendominasi dengan jumlah sebanyak 119 toko (79 %), Usaha Dagang (UD) sebanyak 20 toko (13 %), badan usaha CV sebanyak 10 toko (7 %) dan 1 toko belum berbadan usaha (1 %).

**Gambar 5.3.**  
**Jenis Badan Usaha Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

#### B. Produk Yang Dijual

Berdasarkan jenis barang dagangan yang dijual, usaha kelompok perdagangan dapat dibagi menjadi enam kelompok. Hasil survey lapangan terhadap 150 industri menengah yang menjadi sampel dikelompokkan menunjukkan usaha perdagangan yang menjual barang kelontong sebanyak 51 toko (34 %), konveksi dan pakaian jadi sebanyak 12 toko (8 %), perlengkapan rumah tangga sebanyak 22 toko (14,67 %), peralatan elektronik dan komponennya sebanyak 8 toko (5,33 %), serba ada sebanyak 5 toko (3,33 %), dan lain-lain sebanyak 52 toko (34,67 %). Uraian yang lebih rinci dapat dilihat pada tabel 5.3. berikut ini.

**Tabel 5.3**  
**Jenis Barang Yang Dijual**  
**Kelompok Perdagangan**

No.	Jenis Barang Dagangan	Frekuensi	Persen
1.	Kelontong	51	34
2.	Konveksi dan pakaian jadi	12	8
3.	Perlengkapan rumah tangga	22	14,67
4.	Peralatan elektronik dan komponennya	8	5,33
5.	Serba ada	5	3,33
6.	Lain-lain	52	34,67
	Total	150	100

Sumber: data hasil survey, diolah

#### 5.1.4. Koperasi

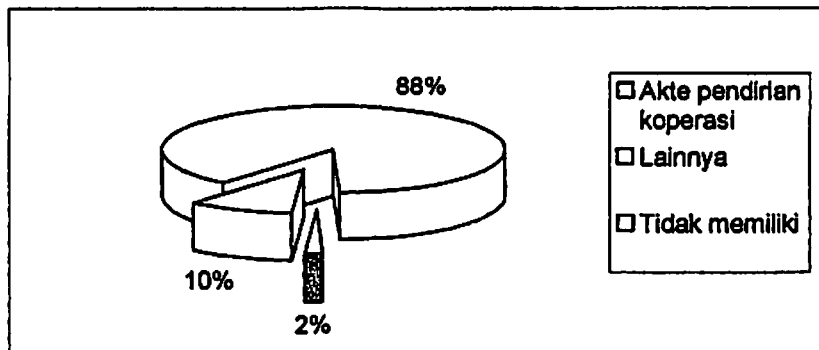
Pembahasan deskripsi usaha koperasi di fokuskan pada jenis usahanya. berdasarkan jenis usahanya, koperasi dapat di bagi menjadi 3 yaitu: koperasi produksi, koperasi penyalur dan koperasi simpan pinjam. Kondisi di lapangan menunjukkan suatu badan koperasi memiliki beberapa unit usaha misal; toko, penyalur dan simpan pinjam. Oleh karena itu pembahasan koperasi dibagi berdasarkan unit usahanya, yaitu: unit serba usaha dan unit simpan pinjam. Unit usaha penyalur dan konsumsi memiliki kesamaan usaha, yakni membeli dan menjual barang dagangan, sehingga dua unit usaha ini dijadikan satu yaitu unit serba usaha.

##### 5.1.4.1 Unit Serba Usaha

###### A. Ijin Koperasi

Sebagian besar koperasi yang masuk dalam kelompok sampel unit serba usaha memiliki ijin berupa akte pendirian koperasi (88 %), sedangkan yang memiliki ijin lainnya sebanyak 2 % dan yang belum memiliki ijin usaha sebanyak 10 %. Gambaran proporsi ijin pembentukan koperasi dapat dilihat pada gambar 5.4 berikut ini.

**Gambar 5.4**  
**Ijin Pembentukan Koperasi**  
**Unit Serba Usaha**



Sumber: data hasil survey, diolah

### B. Barang Dagangan Yang Dijual

Berdasarkan barang dagangan yang dijual, 60 koperasi yang masuk kelompok sampel unit serba usaha dapat dibagi menjadi 5 kelompok. Pembagian ini dapat dilihat pada tabel 5.4 dibawah ini.

**Tabel 5.4**  
**Jenis Barang Dagangan Koperasi**  
**Unit Serba Usaha**

No.	Jenis barang dagangan	Frekuensi	Persen
1.	Kelontong	16	26,7
2.	Konveksi dan pakaian jadi	3	5
3.	Perlengkapan rumah tangga	10	16,7
4.	Serba ada	24	40
5.	Lain-lain	7	11,7
	Total	60	100

Sumber: data hasil survey, diolah

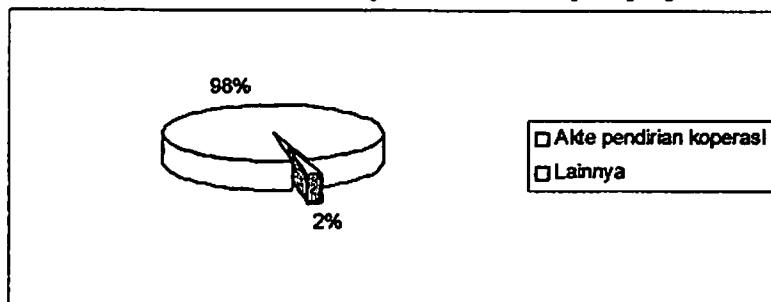
Koperasi yang menjual berbagai jenis barang (serba ada) memiliki jumlah yang paling banyak yaitu 24 koperasi (40 %), kemudian diikuti dengan koperasi yang menjual barang kelontong 16 koperasi (26,7 %), perlengkapan rumah tangga sebanyak 10 koperasi (16,7 %), konveksi dan pakaian jadi sebanyak 3 koperasi (5%) serta jenis barang lainnya sebanyak 7 koperasi (11,7 %).

### 5.1.4.2 Unit Simpan Pinjam

#### A. Ijin Koperasi

Jumlah koperasi yang masuk kelompok sampel unit simpan pinjam sebanyak 47 koperasi. Dari jumlah tersebut yang memiliki ijin pendirian berupa akte koperasi sebanyak 46 koperasi (98%), dan ijin lainnya sebanyak 1 koperasi (2%). Proporsi ijin usaha koperasi dapat dilihat pada gambar 5.5 berikut.

**Gambar 5.5**  
**Ijin Pembentukan Koperasi Unit Simpan pinjam**



Sumber: data hasil survey, diolah

#### B. Jenis Kredit Yang Diberikan

Berdasarkan jenis kredit yang diberikan, 47 koperasi simpan pinjam yang menjadi sampel dapat dibagi menjadi 3 kelompok yang dapat dilihat pada tabel 5.5. berikut.

**Tabel. 5.5**  
**Jenis Kredit Yang Diberikan Koperasi**  
**Unit Simpan Pinjam**

No.	Jenis kredit yang diberikan	Frekuensi	Persen
1.	Kredit Konsumtif	16	34
2.	Kredit Produktif	20	43
3.	Kredit Konsumtif dan Produktif	11	23,4
	Total	47	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.5. menunjukkan jenis kredit terbesar yang diberikan koperasi simpan pinjam adalah kredit produktif sejumlah 43% diikuti kredit konsumtif 34% dan gabungan (kredit konsumtif dan produktif) 23,4% koperasi.

## 5.2. Kondisi Usaha

Pada bagian ini akan dideskripsikan kondisi usaha yang meliputi aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia dan keuangan. Deskripsi kondisi usaha berguna untuk melihat apakah ada permasalahan yang dihadapi atau masalah yang berpotensi untuk muncul di waktu mendatang.

Kondisi usaha dideskripsikan menurut masing-masing kelompok sampel, yaitu: industri kecil, industri menengah, perdagangan dan koperasi (unit serba usaha dan simpan pinjam).

### 5.2.1. Industri Kecil

#### A. Produksi

Aspek produksi yang akan dideskripsikan meliputi: (1) Bahan baku untuk produksi, yang meliputi: ketersediaan bahan baku, harga bahan baku, ketersediaan bahan pengganti, peran pemerintah dalam membantu ketersediaan bahan baku. (2) proses produksi, meliputi: penggunaan kapasitas produksi, kesesuaian jumlah produksi dengan permintaan dan teknik proses produksi. (3) *quality control* yang meliputi: kemauan dan kemampuan untuk memantau perkembangan inovasi-inivasi baru, dan kemampuan melakukan inovasi secara tepat

##### a. Bahan Baku

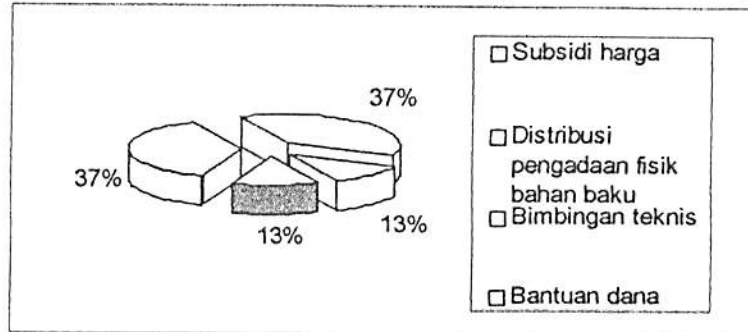
Ketersediaan Bahan baku industri merupakan salah satu faktor penting dalam menjamin kelancaran proses produksi. Sebagian besar responden industri kecil tidak mengalami kesulitan untuk mendapatkan bahan baku, dari 221 responden industri kecil 94,9% menyatakan bahawa kebutuhan bahan baku mereka telah tercukupi.

Pentingnya faktor ketersediaan bahan baku tidak diikuti dengan peran pemerintah dalam membantu ketersediaannya. Sebagian besar responden kelompok industri kecil (96,4%) tidak pernah memperoleh bantuan pemerintah dalam hal pengadaan bahan baku. Sedangkan sisanya (3,6%) pernah merasakan peran pemerintah. Peran tersebut berupa : bantuan subsidi harga, bantuan pengaturan distribusi, bimbingan teknis dan bantuan dana. Gambar 5.6 berikut



menggambarkan bentuk peran pemerintah dalam pengadaan bahan baku.

**Gambar 5.6**  
**Bentuk Peran Pemerintah Dalam Pengadaan Bahan Baku**



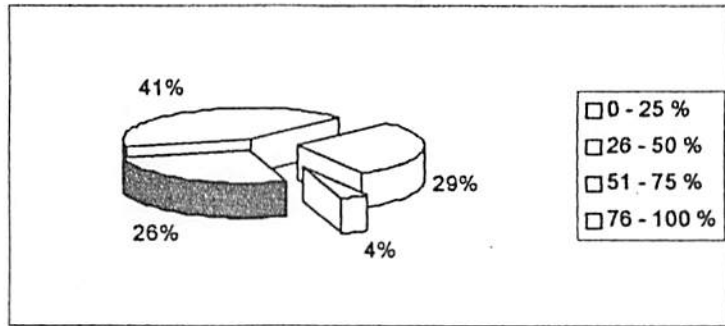
Sumber: data hasil survey, diolah

Dari gambar 5.16 diatas dapat dilihat dari 8 responden yang pernah menerima bantuan pemerintah, 37 % menerima bantuan berupa bimbingan teknis, 37 % berupa bantuan dana, 13 % berupa bantuan pengaturan distribusi dan 13 % sisanya berupa subsidi harga.

#### b. Tingkat Penggunaan Kapasitas Produksi

Sebagian besar responden industri kecil (40,7%) mencapai tingkat penggunaan kapasitas antara 51-75 % dari kapasitas normal. Responden yang mampu menggunakan kapasitas produksi antara 76 – 100 % sebesar 29 %. 26 % responden mampu menggunakan kapasitas produksi antara 26 – 50 % dan 4 % sisanya hanya mencapai tingkat penggunaan antara 0 – 25 %. Untuk gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.7.

**Gambar 5.7**  
**Tingkat Penggunaan Kapasitas Produksi Industri Kecil**  
**(n=221)**

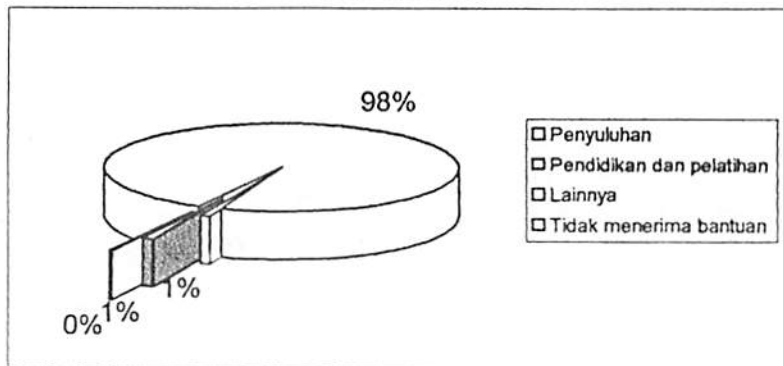


Sumber: data hasil survey, diolah

**c. Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Proses Produksi**

Peran pemerintah dalam membantu pengusaha kecil untuk memperbaiki proses produksi sangat minim, hal ini terlihat dari pernyataan 98 % responden yang tidak menerima bantuan dari pemerintah, sedangkan 1 % responden menerima bantuan berupa penyuluhan dan 1 % berupa pendidikan dan pelatihan.

**Gambar 5.8**  
**Bantuan Pemerintah Dalam Peningkatan Proses Produksi**  
**Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

## **B. Pemasaran**

Aspek pemasaran yang akan dideskripsikan meliputi: perencanaan dan penyusunan strategi pemasaran, tingkat penguasaan pasar, kemampuan melakukan promosi, dasar penetapan harga, tingkat kepekaan harga dan kemampuan bersaing.

### **a. Perencanaan Pemasaran**

Pemasaran produk membutuhkan perencanaan yang matang, berupa strategi dan program-program yang disusun secara baik. Dari 221 sampel industri kecil baru 56,7% pengusaha yang mampu membuat program perencanaan pemasaran.

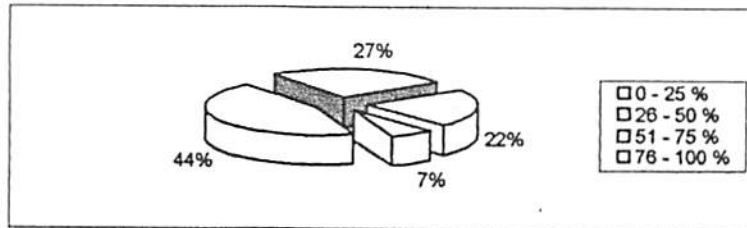
### **b. Akses Informasi Pasar**

Pemasaran menuntut kemampuan industri kecil dalam membaca peluang-peluang pasar atas produk yang dihasilkannya. Keterampilan dan pengetahuan yang memadai dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis peluang-peluang pasar. Hal ini berhubungan dengan kemampuan industri untuk menguasai sumber-sumber informasi. 65,2% pengusaha dari 221 sampel industri dapat mengakses informasi-informasi pasar dengan baik, sedangkan 34,8% lainnya belum.

### **c. Penguasaan Pasar**

Sebagian besar responden kelompok industri kecil (44 %) memiliki pangsa pasar (*market share*) berkisar 0-25%, 27 % responden memiliki pangsa pasar sebesar 26 – 50 %, responden yang memiliki pangsa pasar sampai 51 – 75 % sebanyak 22 % responden dan responden yang memiliki pangsa pasar sampai 76 – 100 % sebanyak 7 % responden. Gambar 5.9 berikut ini memberikan gambaran penguasaan pangsa pasar responden industri kecil.

**Gambar 5.9**  
**Tingkat Penguasaan Pasar Industri Kecil**

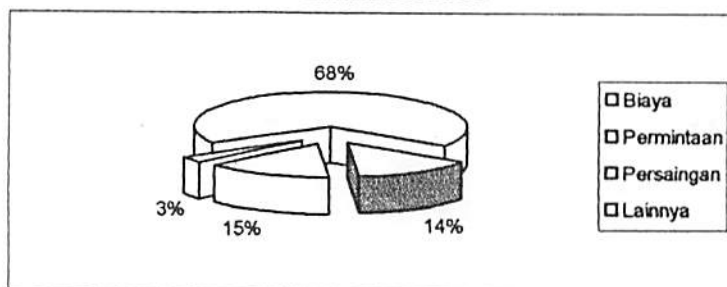


Sumber: data hasil survey, diolah

#### d. Pertimbangan Dalam Penentuan Harga

Biaya, permintaan dan persaingan merupakan hal-hal yang dipertimbangkan oleh responden dalam penentuan harga. Responden yang menjadikan biaya produksi sebagai pertimbangan utama dalam menentukan harga sebanyak 68 %, pertimbangan tingkat persaingan sebanyak 15 %, pertimbangan besarnya permintaan sebanyak 14 %, pertimbangan lainnya sebanyak 3 % dari total responden. Gambar 5.10 menggambarkan hal-hal yang dipertimbangkan responden dalam menentukan harga.

**Gambar 5.10**  
**Pertimbangan Dalam Menentukan Harga Jual Produk Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

#### e. Penggunaan Merek Sendiri

Dari 221 responden industri kecil, 27,6 % menyatakan telah menggunakan merek sendiri, sedangkan 72,4 % pengusaha belum menggunakan merek sendiri. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa alasan yang dapat dilihat pada tabel 5.6.

**Tabel 5.6**  
**Alasan Tidak Menggunakan Merek Sendiri**  
**Industri Kecil**

No.	Alasan tidak menggunakan merek sendiri	Frekuensi
1.	Belum perlu	139
2.	Menggunakan merk yang sudah dikenal	7
3.	Kesulitan perijinan	1
4.	Lainnya	14
<b>Total</b>		<b>161</b>

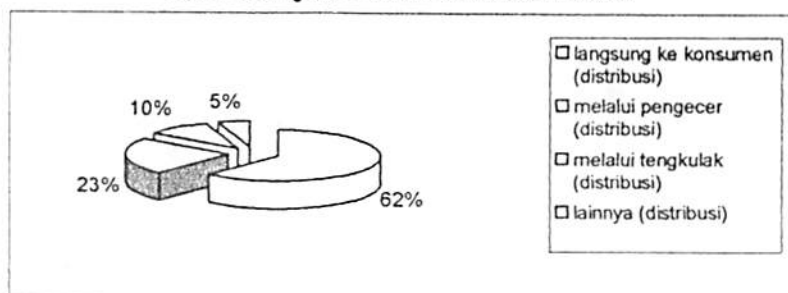
Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.6 menunjukkan mayoritas industri kecil (139 responden) merasa belum perlu menggunakan merek sendiri, selain beberapa diantaranya telah menggunakan merek yang sudah dikenal (7 responden), mengalami kesulitan dalam mengurus ijin kepemilikan merk sendiri (1 responden) dan alasan lainnya sebanyak 14 responden.

#### f. Distribusi Produk

Dua ratus dua puluh satu (221) pengusaha yang menjadi responden menyatakan bahwa mereka menggunakan beberapa cara dalam menjual produknya, diantaranya: menjual langsung ke konsumen 62 %, menjual sendiri ke pengecer 23 %, menjual ke tengkulak 10 %, dan lainnya 5 %. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.11

**Gambar 5.11**  
**Cara Menjual Produk Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan para pengusaha dalam mendistribusikan produk disebabkan beberapa faktor, antara lain: kesulitan sarana dan prasarana, tidak mengerti jalur distribusi, dan persaingan yang tinggi. Lihat tabel. 5.7

**Tabel 5.7**  
**Penyebab Kesulitan Dalam Pendistribusian Produk**  
**(Industri Kecil)**

No.	Alasan penyebab kesulitan distribusi	Frekuensi
1.	Tidak mengerti jalur distribusi	17
2.	Persaingan tinggi	8
3.	Kesulitan sarana dan prasarana	18
4.	Lainnya	3
	Total	46

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.7. menunjukkan faktor terbesar yang menyebabkan distribusi terganggu adalah masalah ketersediaan sarana dan prasarana (18), diikuti faktor pengusaha yang tidak begitu mengerti jalur-jalur distribusi (17), tingkat persaingan yang tinggi (8) dan faktor lainnya (3).

#### g. Promosi

Promosi merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Data hasil survei menunjukkan bahwa 77,8 % responden belum melakukan promosi. Tabel 5.8 menunjukkan beberapa alasan mengapa responden tidak melakukan promosi, diantaranya adalah: merasa belum perlu (105), biaya promosi terlalu tinggi (44), tidak mengetahui cara berpromosi (16) dan kesulitan perijinan (3).

**Tabel 5.8**  
**Penyebab Tidak Melakukan Promosi**  
**Industri Kecil**

No.	Alasan tidak promosi	Frekuensi	Persen
1.	Biaya tidak sebanding dengan manfaat	44	25,4
2.	Tidak mengetahui cara berpromosi	16	9,2
3.	Kesulitan dalam perijinan	3	1,7
4.	Belum perlu	105	60,7
5.	Lainnya	5	2,9
	Total	173	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Dari 22,2 % responden yang telah melakukan promosi, sebagian besar menggunakan media brosur/leaflet (35) dan sisanya menggunakan media koran/majalah (14).

**Tabel 5.9**  
**Media Yang Digunakan Berpromosi**  
**Industri Kecil**

No.	Media yang digunakan untuk promosi	Frekuensi
1	Brosur/leaflet	35
2	Koran/majalah	14
	<b>Total</b>	<b>49</b>

Sumber: data hasil survey, diolah

#### **h. Pendirian Sentra Industri**

Hasil survei menunjukkan dari 221 responden, 5,4 % diantaranya telah merasakan peran pemerintah dalam membantu pendirian sentra industri.

Pemerintah telah membantu penyediaan fisik (8 responden), memberikan subsidi harga bagi UKM (1 responden), dan sosialisasi rencana pembangunan sentra dalam pembentukan sentra industri (3 responden). Lihat tabel. 5. 10

**Tabel 5.10**  
**Peran Pemerintah Dalam Pendirian Sentra Industri Kecil**

No.	Peran Pemerintah mendirikan sentra industri	Frekuensi	Persen
1.	Penyediaan fisik saja	8	66,7
2.	Subsidi harga bagi UKM	1	8,3
3.	Sosialisasi rencana pembangunan sentra	3	25
	<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100</b>

Sumber: data hasil survey, diolah

#### **i. Penjualan Proaktif**

Survey terhadap 221 responden menunjukkan bahwa 62% (88) diantaranya telah melakukan penjualan secara pro-aktif, dan 38% sisanya belum melakukan penjualan secara pro-aktif.

Total responden pengusaha kecil yang telah melakukan penjualan secara pro aktif, 72 responden diantaranya melakukan penjualan pro aktif melalui pendekatan pemasaran startegis, 8

responden melakukan penambahan armada penjualan keliling dan sisanya melakukan teknik penjualan pro aktif lainnya. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.11 berikut ini.

**Tabel 5.11**  
**Bentuk Penjualan Pro-Aktif**  
**Industri Kecil**

No.	Penjualan Pro Aktif	Frekuensi
1	Pengadaan/penambahan armada penjualan keliling (jemput bola)	8
2	Aktif melakukan pendekatan strategis dalam pemasaran	72
3	Lainnya	8
	<b>Total</b>	<b>88</b>

Sumber: data hasil survey, diolah

#### j. Stabilitas Penjualan

Hasil survey terhadap 221 responden industri kecil menunjukkan bahwa 55,1 % responden mengeluhkan penurunan penjualan yang sering mereka alami. Sedangkan sebagian sisanya menyatakan jarang mengalami penurunan penjualan.

Kelompok responden yang menyatakan sering mengalami penurunan penjualan, menyatakan penyebabnya adalah: persaingan harga (33 responden), faktor musim (24 responden), tingkat permintaan yang rendah (19 responden), produk kalah bersaing dalam hal kualitas (6 responden), pengusaha kurang menguasai jalur distribusi (3 responden), promosi yang kurang efektif dan faktor lainnya (2 responden).

**Tabel 5.12**  
**Penyebab Penurunan Penjualan Dalam Industri Kecil**

No.	Penyebab Penurunan Penjualan	Frekuensi	Persen
1.	Kualitas produk kalah bersaing	6	6,8
2.	Promosi tidak efektif	1	1,1
3.	Persaingan harga	33	37,5
4.	Kurang menguasai jalur distribusi	3	3,4
5.	Musim	24	27,3
6.	Permintaan rendah	19	21,6
7.	Lainnya	2	2,3
	<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100</b>

Sumber: data hasil survey, diolah



### i. Persaingan

Hasil survey terhadap 221 total responden, 210 diantaranya menyatakan bahwa pesaing terbesar mereka berasal dari dalam negeri. Penelusuran yang lebih jauh terhadap 210 responden tersebut menunjukkan bahwa keunggulan relatif yang dimiliki kompetitor dalam negeri antara lain: harga jual produk pesaing lebih murah (123), kualitas produk pesaing yang lebih bagus (74) dan faktor lainnya (13 responden). Uraian yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.13

**Tabel 5.13**  
**Keunggulan Relatif Kompetitor Dalam Negeri**

No.	Keunggulan relatif kompetitor Dalam Negeri	Frekuensi	Persen
1	Kualitas yang lebih bagus	74	35,24
2	Harga yang lebih murah	123	58,57
3	Lainnya	13	6,19
Total		210	100

Sumber: data hasil survey, diolah

### C. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia yang akan dideskripsikan meliputi: pendelegasian wewenang, produktivitas tenaga kerja dan pelatihan (baik bagi pemilik maupun karyawan).

#### a. Pendelegasian Wewenang

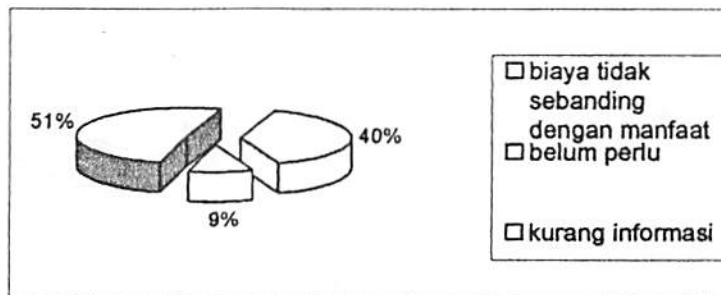
Salah satu syarat efektifitas pelaksanaan tugas adalah pendelegasian wewenang secara tepat. Hasil survey terhadap responden industri kecil, menunjukkan bahwa 38,4% pengusaha cenderung melaksanakan otoritas (kendali) mutlak atas keputusan dan penyelesaian masalah.

#### b. Produktivitas Tenaga Kerja

Hasil survey terhadap 221 responden menunjukkan bahwa mayoritas pengusaha menyatakan puas terhadap produktivitas kerja karyawannya (196 responden). Dua puluh lima (25) responden sisanya menyatakan bahwa produktivitas karyawan mereka kurang bagus.

dari responden 196 industri kecil belum pernah mengikuti pelatihan. Adapun faktor yang menjadi penyebabnya menurut 51% responden berpendapat pelatihan tersebut belum diperlukan, 40% merasa kurang mendapatkan informasi tentang pelatihan dan 9% lainnya berpendapat biaya yang dikeluarkan terlalu tinggi. Lebih lanjut dapat dilihat pada gambar 5.12.

**Gambar 5.12**  
**Alasan Tidak Mengikuti Pelatihan**  
**Industri Kecil**

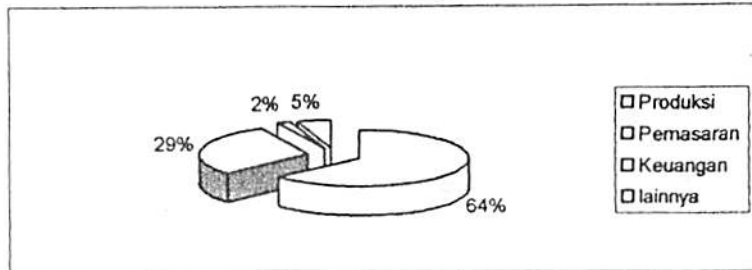


Sumber: data hasil survey, diolah

Responden yang telah mengikuti pelatihan ada 25 responden, mereka menyatakan bahwa pelatihan yang diberikan cukup memberikan manfaat namun 3 responden tetap merasa pelatihan tersebut kurang bermanfaat. Hal ini disebabkan karena: *pertama*, materi pelatihan tidak sesuai kebutuhan, *kedua*, materi yang diberikan sulit untuk dipahami, dan *ketiga* pelatihan tersebut tidak berkelanjutan.

Seluruh responden berharap bahwa materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mereka. Gambar 5.13 berikut ini menggambarkan materi pelatihan yang dibutuhkan responden, antara lain: teknik produksi (64%), teknik pemasaran (29%), pengelolaan keuangan (2%) dan materi lainnya (5%).

**Gambar 5.13**  
**Materi Pelatihan Yang Diinginkan Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

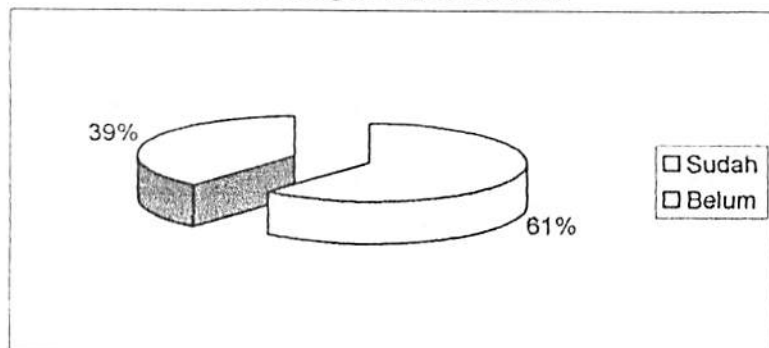
**D. Keuangan**

Hal-hal yang dibahas dalam aspek keuangan meliputi administrasi keuangan (catatan keuangan), modal usaha, profitabilitas, likuiditas, kolektibilitas dan solvabilitas.

**a. Administrasi Keuangan**

Data hasil survey terhadap 221 responden, 39 % (86 responden) diantaranya belum menerapkan administrasi yang terpisah antara keuangan bisnis dan keuangan pribadi/ rumah tangga, sedangkan sisanya telah melakukan pencatatan secara terpisah (61 % atau 115 responden) seperti yang terlihat pada gambar 5.14

**Gambar 5.14**  
**Proporsi Industri Kecil Yang Melakukan Pemisahan Catatan Keuangan Bisnis-Pribadi**



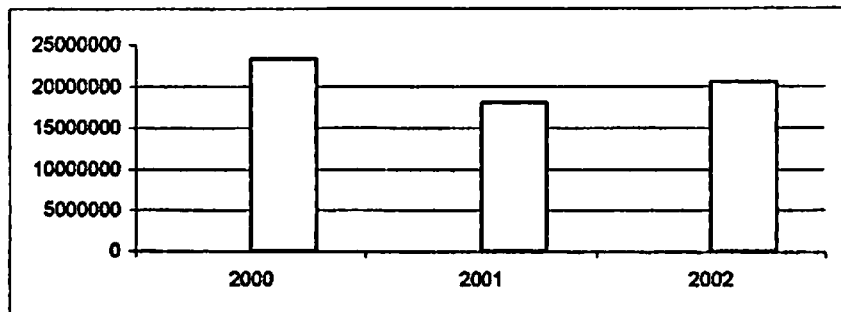
Sumber: data hasil survey, diolah

Hasil dari survey dari 115 responden yang telah memisahkan pencatatan keuangannya antara keuangan bisnis dan keuangan pribadi, serta sudah menerapkan standar sistem pencatatan.

**b. Penjualan Dan Marjin Keuntungan (profitabilitas)**

Tingkat penjualan rata-rata per-bulan kelompok responden industri kecil masing-masing sebesar Rp. 23.000.000, Rp 18.000.000 dan Rp 21.000.000. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.15 berikut ini.

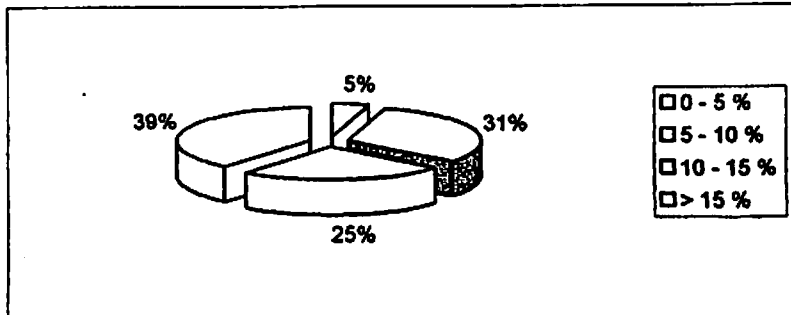
**Gambar 5.15**  
**Rata-Rata Penjualan Per Bulan Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Hasil survey terhadap 221 responden menunjukkan bahwa 39 % diantaranya memiliki marjin keuntungan diatas 15%, sedangkan 31 % responden memiliki marjin keuntungan antara 5 – 10 %, kisaran marjin keuntungan 10 – 15 % dimiliki oleh 25 % responden lainnya, dan responden sisanya (5 %) memiliki marjin keuntungan 0 – 5 %. Gambaran yang lebih jelas mengenai marjin keuntungan responden dapat dilihat pada gambar 5.16

**Gambar 5.16**  
**Rata-rata Marjin Keuntungan Industri Kecil**

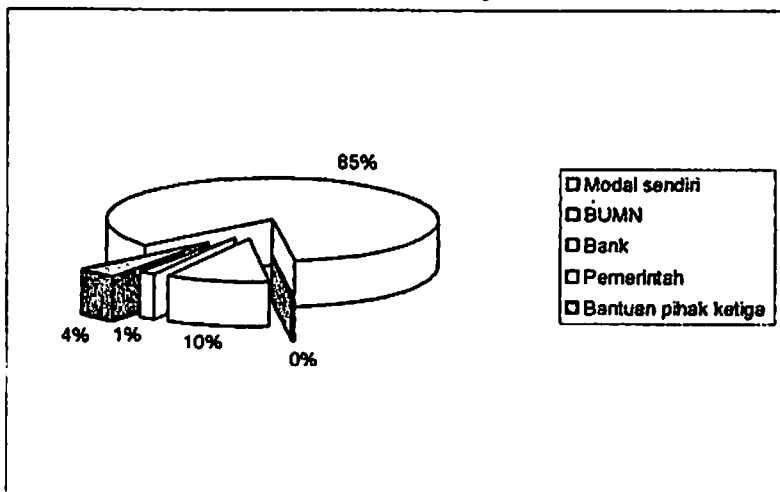


Sumber: data hasil survey, diolah

**c. Modal Kerja**

Modal kerja merupakan modal yang digunakan sebagai dana operasional usaha sehari-hari. survey terhadap 221 responden pengusaha kecil menunjukkan bahwa: mayoritas (85 % responden) pengusaha industri kecil menyatakan bahwa modal kerjanya berasal dari sumber internal (modal sendiri), 10 % berasal dari bantuan bank, 4 % berasal dari bantuan BUMN, dan 1 % berasal dari bantuan pemerintah. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.17 berikut ini.

**Gambar 5.17**  
**Proporsi Sumber Modal Kerja Industri Kecil**



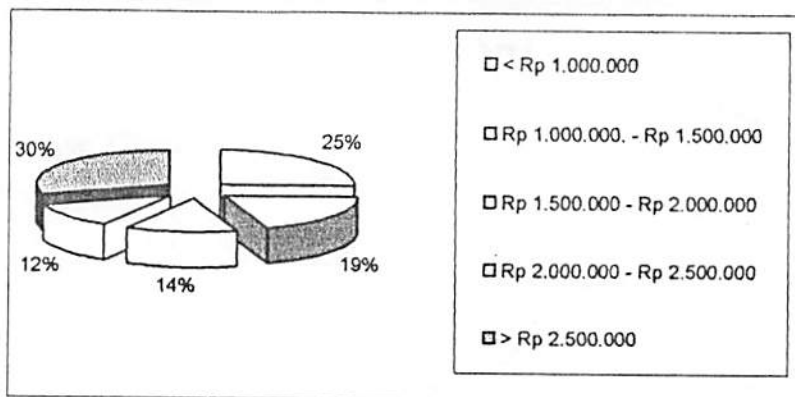
Sumber: data hasil survey, diolah

#### d. Likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan pengusaha dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Komponen likuiditas antara lain: kas dan persediaan.

Gambar 5. 18 menunjukkan jumlah kas rata-rata per bulan industri kecil cukup bervariasi, 30% diantaranya memiliki jumlah kas rata-rata diatas Rp 2.500.000, 25 % responden memiliki jumlah kas dibawah Rp 1.000.000, 19 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000, 14 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000, 12 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.18

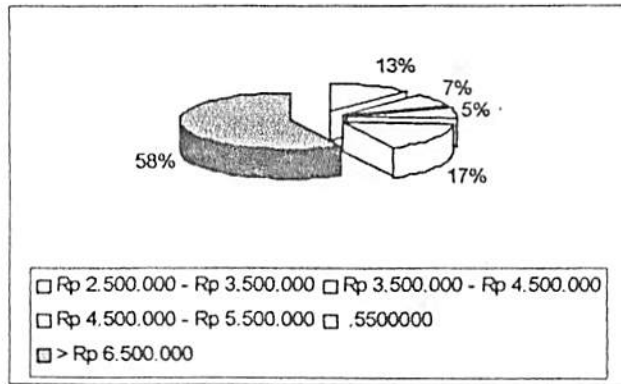
**Gambar 5. 18**  
**Persentase Jumlah Kas Rata-rata Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Nilai persediaan rata-rata perbulan dari barang dagangan mereka diantaranya 39 % responden memiliki jumlah kas dibawah Rp 2.000.000, diatas Rp 6.5 00.000 ada 25%, 16 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 2.000.000 – Rp 3.500.000, 15 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000, 5 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 5.000.000 – Rp 6.500.000 seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.19

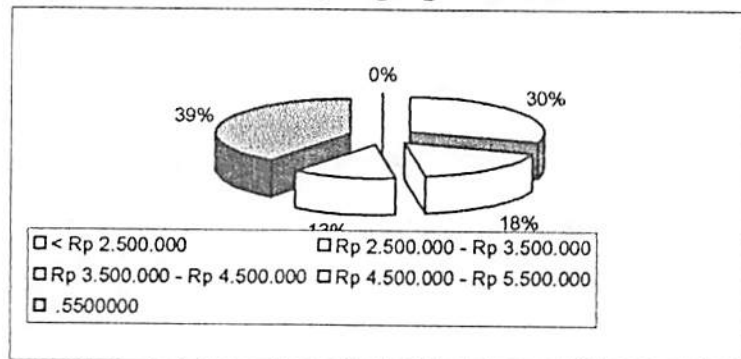
**Gambar 5.19**  
**Rata-rata Nilai Persediaan Perbulan Dari Produksi Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Sedangkan rata-rata jumlah utang dagang perbulan : 73% responden memiliki jumlah kas dibawah Rp 2.000.000, 11% responden memiliki jumlah kas Rp 5.500.000, 8% responden memiliki jumlah kas antara Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000, 5% responden memiliki jumlah kas antara Rp 3.500.000–Rp 4.500.000, 3% responden memiliki jumlah kas antara Rp 4.500.000 – Rp 5.500.000 , seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.20

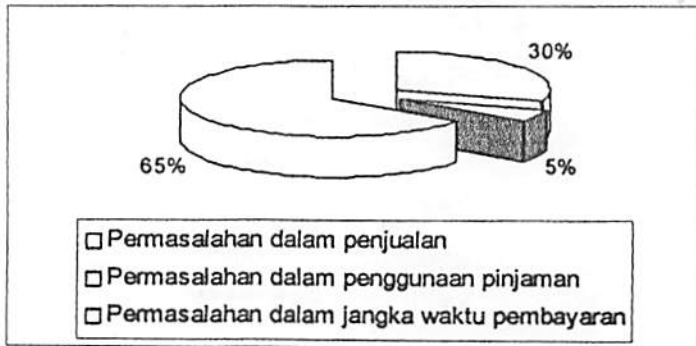
**Gambar 5. 20**  
**Rata-rata Jumlah Utang Dagang Perbulan Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan pengusaha industri kecil dalam membayar kewajiban jangka pendek (misalnya: utang dagang) lebih banyak disebabkan oleh permasalahan dalam penjualan 30 %, permasalahan dalam penggunaan dana pinjaman 5 %, permasalahan dalam jangka waktu pembayaran 65 %, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.21.

**Gambar 5.21**  
**Faktor Yang Menyebabkan Industri Kecil Sulit Membayar Pinjaman**

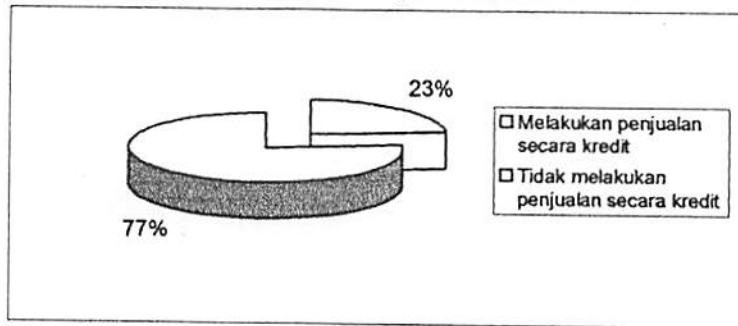


Sumber: data hasil survey, diolah

**e. Penjualan Kredit Dan Kolektibilitas Piutang**

Survey terhadap 221 pengusaha industri kecil menunjukkan bahwa 77 % responden tidak melakukan penjualan secara kredit, dan 23 % sisanya melakukan penjualan secara kredit. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.22

**Gambar 5. 22**  
**Proporsi Bentuk Penjualan Industri Kecil**

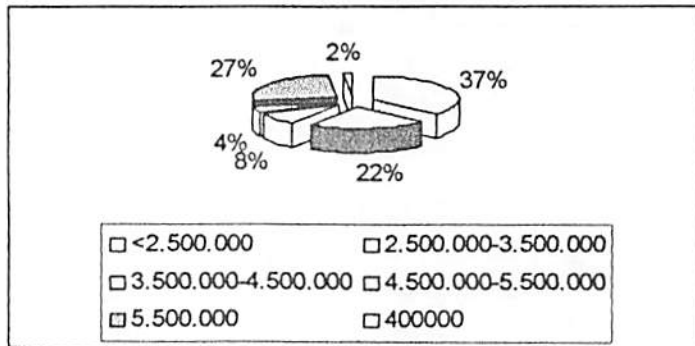


Sumber: data hasil survey, diolah

Nilai piutang rata-rata perbulan berkisar < Rp. 2,5 juta dengan lama jangka waktu penagihan piutang , antara lain: Rp 2,5 juta-Rp 3,5 juta ada 22%, diatas Rp 5,5 juta ada 27%, , seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.23



**Gambar 5.23**  
**Nilai Rata-rata Piutang Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan yang dialami dalam menagih piutang lebih disebabkan oleh tidak memiliki tenaga penagih 31%, tidak selektif dalam memilih konsumen 26%, kondisi ekonomi yang sulit 32%, lainnya 11%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.24

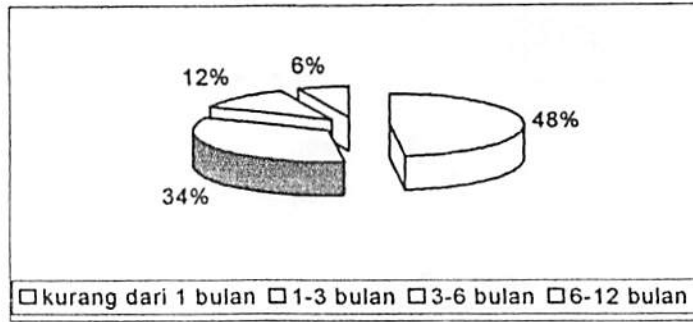
**Gambar 5. 24**  
**Faktor Yang Menyebabkan Industri Kecil Kesulitan Dalam Menagih Piutang**



Sumber: data hasil survey, diolah

Rata-rata jangka waktu kredit yang ditetapkan, antara lain: kurang dari 1 bulan 48%, 1-3 bulan 34%, 3-6 bulan 12%, 6-12 bulan 6%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.25 dan dari 12,2% pengusaha memberikan diskon apabila pembayaran kredit (pelunasan) dilakukan lebih awal.

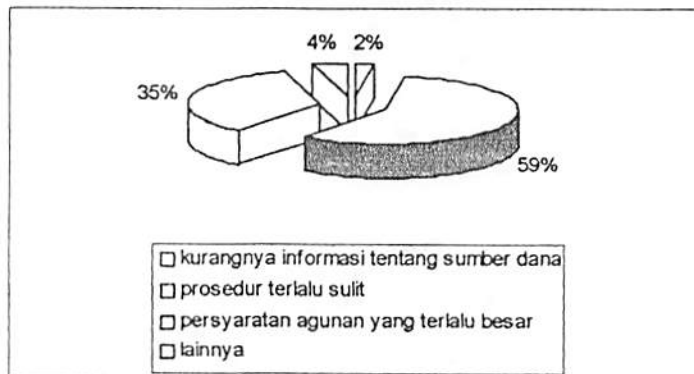
**Gambar. 5.25**  
**Rata-rata Jangka Waktu Kredit Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan yang sering dialami dalam memperoleh pinjaman dari pihak ketiga (misalnya: Bank) lebih banyak disebabkan oleh kurangnya informasi tentang sumber dana 2%, prosedur terlalu sulit 59%, persyaratan agunan yang terlalu besar 35%, lainnya 2%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.26

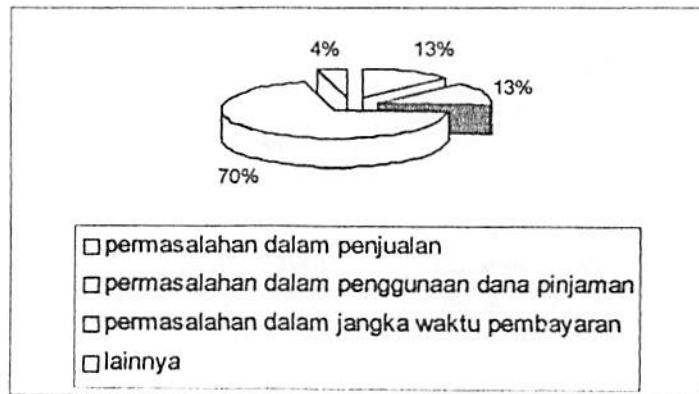
**Gambar 5.26**  
**Faktor Yang Menyebabkan Sulitnya Memperoleh Pinjaman Dari Pihak Ketiga**



Sumber: data hasil survey, diolah

Dalam membayar pinjaman pengusaha kebanyakan tidak mengalami kesulitan, kesulitan yang mungkin muncul lebih disebabkan oleh permasalahan dalam penjualan 13%, permasalahan dalam penggunaan dana pinjaman 13%, permasalahan dalam jangka waktu pembayaran 70%, lainnya 4%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.27

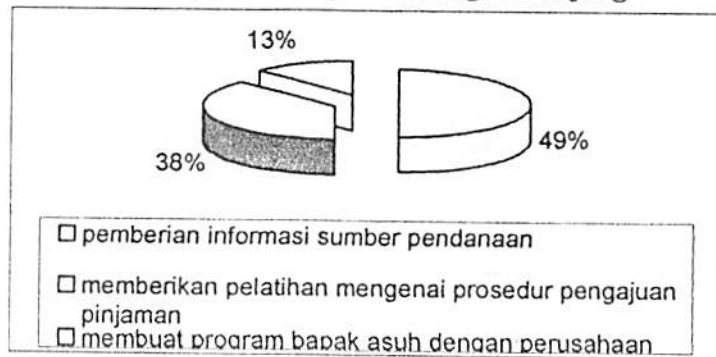
**Gambar 5.27**  
**Permasalahan Yang Mungkin Muncul Dalam Membayar Pinjaman Pada Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Usaha yang telah dilakukan pemerintah dalam membantu pengusaha mengatasi kesulitan mendapatkan pinjaman jangka panjang adalah: pemberian informasi sumber pendanaan 49 %, memberikan pelatihan mengenai prosedur pengajuan pinjaman pihak ketiga 38%, membuat program bapak asuh dengan perusahaan besar 13%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.28

**Gambar 5.28**  
**Peran Pemerintah Dalam Membantu Mengatasi Kesulitan Mendapatkan Pinjaman Jangka Panjang**

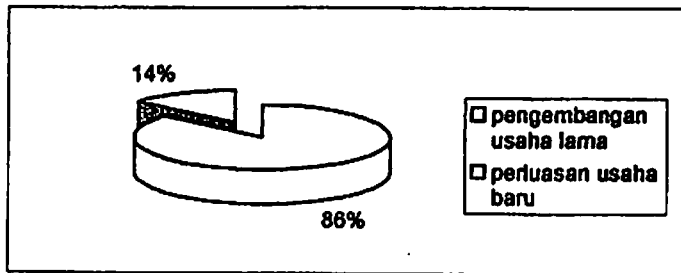


Sumber: data hasil survey, diolah

**E. Aspek Investasi**

Dari aspek investasi menurut 86% pengusaha memilih investasi bagi pengembangan usaha yang lama (*growth*), dan 14% lainnya lebih memilih investasi pada perluasan ke jenis usaha yang lain (*expansion*).

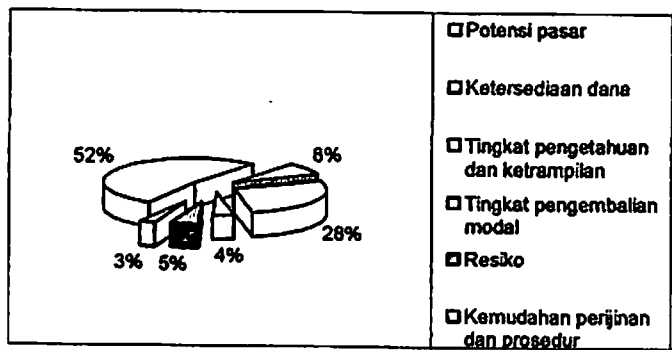
**Gambar 5.29**  
**Investasi Kedepan Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengusaha di dalam memilih peluang investasi kedepan antara lain seperti terlihat pada gambar 5.30

**Gambar 5.30**  
**Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Investasi Industri kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Gambar 5.30 menunjukkan sebagian besar industri kecil didalam berinvestasi selalu mempertimbangkan indikator potensi pasar, kemudian tingkat pengetahuan dan ketrampilan serta ketersediaan dana yang dimiliki.

## 5.2.2. Industri Menengah

### A. Produksi

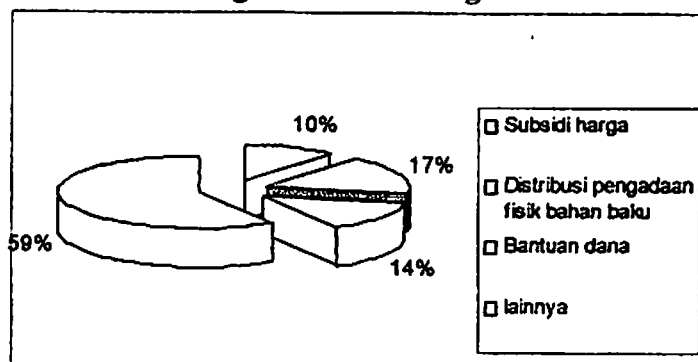
Aspek produksi yang akan dideskripsikan meliputi: (1) Bahan baku untuk produksi, yang meliputi: ketersediaan bahan baku, harga bahan baku, ketersediaan bahan pengganti, peran pemerintah dalam membantu ketersediaan bahan baku. (2) proses produksi, meliputi: penggunaan kapasitas produksi, kesesuaian jumlah produksi dengan permintaan dan teknik proses produksi. (3) *quality control* yang meliputi: kemauan dan kemampuan untuk memantau perkembangan inovasi-inovasi baru, dan kemampuan melakukan inovasi secara tepat

#### a. Bahan Baku

Bahan baku industri merupakan salah satu faktor produksi dalam industri menengah. Industri menengah tidak mengalami kesulitan untuk mendapatkan bahan baku, dari 170 sampel industri kecil 98,8% usaha bahan baku-nya telah tercukupi.

Peran pemerintah dalam pengembangan industri menengah menurut 92,9 % pengusaha tidak membantu didalam pengadaan bahan baku. Hanya 7,1 % responden .Peran pemerintah diantaranya: Subsidi harga, dalam distribusi pengadaan fisik bahan baku, dan bantuan dana. Namun hanya 12 industri yang pernah mendapat bantuan tersebut, seperti terlihat pada gambar 5.31

**Gambar 5.31**  
**Bentuk Bantuan Pemerintah Dalam Penyediaan Bahan Baku**  
**Bagi Industri Menengah**



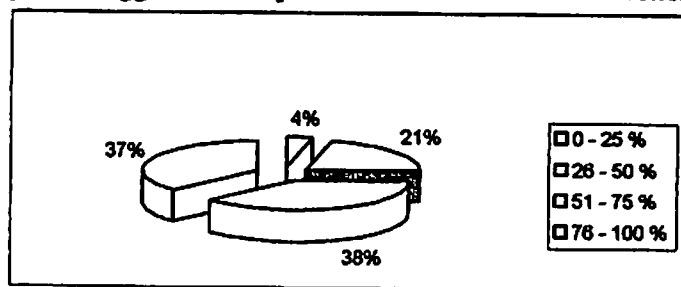
Sumber: data hasil survey, diolah

Bantuan pemerintah belum membawa pengaruh yang cukup bermanfaat bagi perkembangan industri menengah, padahal gambar 5.41 menunjukkan 17% bantuan pemerintah adalah pada distribusi pengadaan fisik bahan baku. Akan tetapi yang merasakan bantuan tersebut hanya sejumlah 12 industri menengah sangat jauh jumlahnya jika dibandingkan dengan sampel sejumlah 170 usaha industri.

#### b. Tingkat Penggunaan Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi industri menengah lebih banyak diantara 51-75 % dari kapasitas normal (38% industri menengah), seperti terlihat pada gambar 5.32.

**Gambar 5.32**  
**Tingkat Penggunaan Kapasitas Produksi Industri Menengah**



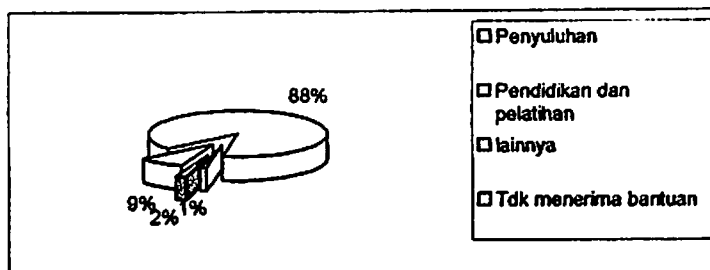
Sumber: data hasil survey, diolah

Dalam proses produksi perusahaan dari 83,6% pengusaha sudah menggunakan standar produksi, dan hampir tidak mengalami penumpukan produksi (71,8% industri menengah).

#### c. Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Proses Produksi

Bagi pengusaha industri menengah peran pemerintah dalam meningkatkan hasil proses produksi, dari 170 responden hasil survey beranggapan tidak penting dan tidak membantu industri kecil. Peran pemerintah dalam membantu meningkatkan hasil proses produksi diantaranya adalah penyuluhan, pendidikan dan pelatihan, seperti terlihat pada gambar 5.33

**Gambar 5.33**  
**Bentuk Bantuan Pemerintah Dalam Peningkatan Proses Produksi**



Sumber: data hasil survey, diolah

Terjadi kesenjangan diantara penerima bantuan dan yang tidak menerima bantuan dari pemerintah, mayoritas industri kecil sejumlah 150 usaha tidak mendapatkan atau merasakan bantuan yang diberikan pemerintah.

## B. Pemasaran

Aspek pemasaran yang akan dideskripsikan meliputi: perencanaan dan penyusunan strategi pemasaran, tingkat pengusaa pasar, kemampuan melakukan promosi, dasar penetapan harga, tingkat kepekaan harga dan kemampuan bersaing.

### a. Perencanaan Pemasaran

Pemasaran produk membutuhkan perencanaan yang matang. Perencanaan yang berisi strategi dan program-program yang disusun secara baik. Dari 170 sampel industri kecil baru 71,2% pengusaha yang mampu membuat program perencanaan pemasaran.

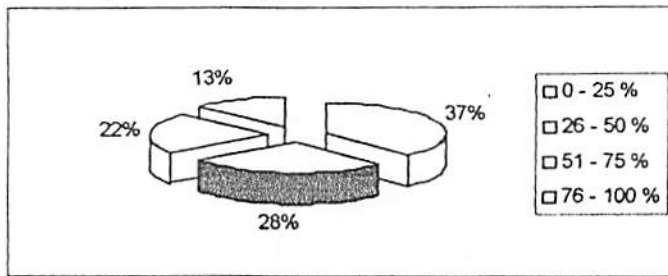
### b. Akses Informasi Pasar

Pemasaran menuntut kemampuan industri menengah dalam membaca peluang-peluang pasar atas produk yang dihasilkannya. Ketrampilan dan pengetahuan yang memadai dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis peluang-peluang pasar.

### c. Penguasaan Pasar

Rata-rata pengusaha industri menengah menilai perkembangan pangsa pasar (*market share*) dari perusahaannya selama tiga tahun berkisar 0-25%, seperti terlihat pada gambar 5.34

**Gambar 5.34**  
**Penguasaan Pangsa Pasar Industri Menengah**



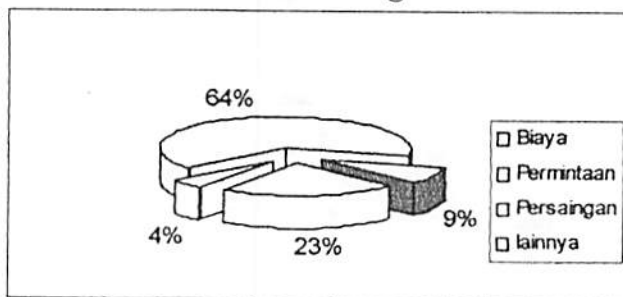
Sumber: data hasil survey, diolah

Gambar 5.34 menunjukkan kemampuan penguasaan pasar industri menengah masih sangat kecil antara 0-25% dari pangsa pasar keseluruhan.

**d. Pertimbangan Dalam Penentuan Harga**

Hal-hal yang dipertimbangkan pengusaha dalam menetapkan harga jual produk antara lain : biaya produksi, besarnya permintaan, dan tingkat persaingan. Gambar 5.35 menunjukkan mayoritas pengusaha menetapkan harga berdasarkan biaya produksi barang sejumlah 64% pengusaha.

**Gambar 5.35**  
**Pertimbangan Dalam Menentukan Harga Jual Produk Industri Menengah**



Sumber: data hasil survey, diolah

**e. Penggunaan Merek Sendiri**

Penggunaan merek dari 170 pengusaha 44,1 % yang menjadi responden menggunakan merek sendiri, sedangkan 55,9 % pengusaha belum menggunakan merek sendiri. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa alasan antara lain: lihat tabel. 5.16



**Tabel 5.16**  
**Alasan Tidak Menggunakan Merek Sendiri**  
**(Industri Menengah) n=103**

No.	Alasan tidak menggunakan merek sendiri	Frekuensi	Persen
1.	Tidak perlu	78	75,7
2.	Menggunakan merk yang sudah dikenal	12	11,7
3.	Kesulitan perijinan	1	1
4.	Lainnya	12	11,6
	Total	103	100

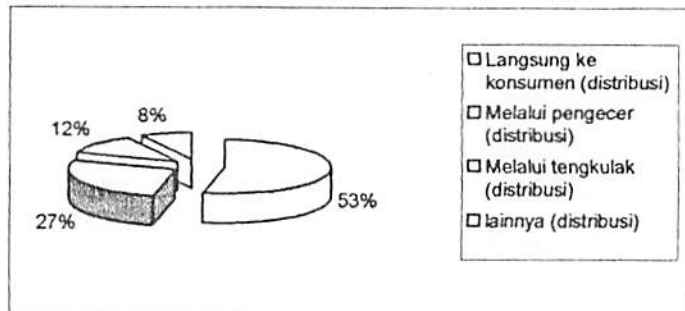
Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.16 menunjukkan mayoritas industri menengah sejumlah 78 responden pengusaha merasa tidak perlu membuat merek sendiri, selain beberapa diantaranya telah menggunakan merek yang sudah dikenal.

#### f. Distribusi Produk

Pengusaha didalam menjual produknya menggunakan beberapa cara, diantaranya: menjual langsung ke konsumen 53 %, menjual sendiri ke pengecer 27 %, menjual ke tengkulak 12 %, dan lainnya 8 %, seperti terlihat pada gambar 5.36

**Gambar 5.36**  
**Distribusi Produk Industri Menengah**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan para pengusaha dalam mendistribusikan produk disebabkan beberapa faktor, antara lain: kesulitan sarana dan prasarana, tidak mengerti jalur distribusi, dan persaingan yang tinggi. Lihat tabel. 5.17

**Tabel 5.17**  
**Penyebab Kesulitan Dalam Pendistribusian Produk**  
**Industri Menengah**

No.	Penyebab Kesulitan Distribusi	Frekuensi	Persen
1.	Tidak mengerti jalur distribusi	1	4,5
2.	Persaingan tinggi	3	13,6
3.	Kesulitan sarana dan prasarana	3	13,6
4.	Lainnya	15	68,2
	<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.17. menunjukkan faktor terbesar yang menyebabkan distribusi terganggu adalah masalah ketersediaan sarana dan prasarana, diikuti faktor pengusaha yang tidak begitu mengerti jalur-jalur distribusi.

**g. Promosi**

Untuk memasarkan produk mereka 67,7 % (n=170) responden pengusaha belum melakukan promosi. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor, lihat tabel 5.18

**Tabel 5.18**  
**Faktor Penyebab Tidak Melakukan Promosi.**  
**Industri Menengah**

No.	Alasan Tidak Berpromosi	Frekuensi	Persen
1.	Biaya tidak sebanding dengan manfaat	21	18,9
2.	Tidak mengetahui cara berpromosi	5	4,5
3.	Kesulitan dalam perijinan	1	0,9
4.	Belum perlu	71	64
5.	Lainnya	13	11,7
	<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100</b>

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.18. menunjukkan sebagian besar responden pengusaha industri menengah beranggapan tidak memerlukan promosi (64%), sejumlah 18,9% pengusaha beranggapan faktor biaya tidak sebanding dengan manfaat menjadi penyebab pengusaha tidak melakukan promosi. Faktor lainnya 4,5% diantaranya karena tidak mengetahui cara berpromosi dan karena mengalami kesulitan perijinan sebanyak 0,9% responden pengusaha. Bentuk promosi yang digunakan antara lain: lihat tabel 5.19

**Tabel 5.19**  
**Sarana Promosi Industri Menengah**

No.	Media yang digunakan	Frekuensi	Persen
1.	Brosur/leaflet	30	47,6
2.	Koran/majalah	14	22,2
3.	Televisi	2	3,2
4.	Lainnya	17	27
	Total	63	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.19. menunjukkan mayoritas industri menengah menggunakan media brosur/leaflet sebagai sarana promosi produknya (47,6%), menggunakan koran/majalah (22,2%), menggunakan televisi (3,2%) dan media lainnya (27%)

#### **h. Pendirian Sentra Industri**

Untuk lokasi industri menengah 63,5% (n=170) responden pengusaha mengharapkan pemerintah membangun sentra industri, yang berguna untuk membantu industri menengah dalam pengadaan bahan baku, tenaga kerja dan pemasarannya.

Pemerintah telah membantu penyediaan fisik, dan bentuk-bentuk bantuan lainnya industri. Lihat tabel. 5. 20

**Tabel 5.20**  
**Peran Pemerintah Dalam Pendirian Sentra Industri Menengah**

No.	Bantuan Pemerintah	Frekuensi	Persen
1.	Penyediaan fisik saja	3	15,8
2.	Lainnya	16	84,2
	Total	19	100

Sumber: data hasil survey, diolah

#### **i. Penjualan Proaktif**

Dari 52,9% (n=170) responden pengusaha melakukan penjualan secara pro-aktif. Dan 47,1% responden pengusaha tidak melakukan penjualan secara pro-aktif.

Dari 98 industri menengah melakukan: pengadaan/penambahan armada penjualan keliling (jemput bola) , dan aktif melakukan pendekatan-pendekatan strategis dalam pemasaran. Lihat tabel. 5. 21

**Tabel 5.21**  
**Penjualan Pro-Aktif Industri Menengah**

No.	Bentuk Penjualan	Frekuensi	Persen
1.	Pengadaan/penambahan armada penjualan keliling (jemput bola)	20	20,4
2.	Aktif melakukan pendekatan-pendekatan strategis dalam pemasaran	64	65,3
3.	Lainnya	14	14,3
	<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100</b>

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.21. menunjukkan salah satu bentuk penjualan pro-aktif industri kecil adalah dengan melakukan dan menggunakan pendekatan-pendekatan strategis dalam pemasaran sejumlah 65,3% usaha.

**j. Stabilitas Penjualan**

Penurunan penjualan dialami 43,51% dari 170 responden pengusaha. Penurunan penjualan disebabkan oleh kualitas produk kalah bersaing ada 6 usaha, persaingan harga 19 usaha, kurang menguasai jalur distribusi 2 usaha, musim 15 usaha, dan karena permintaan yang rendah 2 usaha.

**Tabel 5.22**  
**Penyebab Penurunan Penjualan Industri Menengah**

No.	Faktor Penyebab	Frekuensi	Persen
1.	Kualitas produk kalah bersaing	6	10,2
2.	Persaingan harga	19	32,2
3.	Kurang menguasai jalur distribusi	2	3,4
4.	Musim	15	25,4
5.	Permintaan rendah	2	3,4
6.	Lainnya	14	25,4
	<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.22 menunjukkan faktor utama yang menyebabkan penurunan penjualan industri menengah adalah adanya persaingan harga sejumlah 32,2% diikuti perubahan musim 25,4% dan karena kualitas produk kalah bersaing 10,2%.

### k. Persaingan

Menurut 170 responden 92,4% menyatakan kompetitor terbesar berasal dari dalam negeri. Kompetitor dalam negeri memiliki keunggulan relatif, diantaranya adalah kualitas yang lebih bagus, harga yang lebih murah. Lihat tabel 5.23

**Tabel 5.23**  
**Keunggulan Relatif Kompetitor Dalam Negeri**  
**Industri Menengah**

No.	Keunggulan relatif kompetitor DN	Frekuensi	Persen
1.	Kualitas yang lebih bagus	44	25,9
2.	Harga yang lebih murah	110	64,7
3.	Lainnya	16	9,4
	Total	170	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.23 menunjukkan keunggulan relatif kompetitor dalam negeri menurut responden pengusaha industri menengah adalah kemampuan kompetitor untuk memberikan harga yang lebih murah sebanyak 64,7% responden serta kualitas barang kompetitor yang lebih bagus sebanyak 25,9% responden.

### C. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia yang akan dideskripsikan meliputi: produktivitas tenaga kerja, pendelegasian wewenang dan pelatihan baik bagi pemilik maupun karyawan..

#### a. Pendelegasian Wewenang

Dari hasil pengumpulan data 29,5% pengusaha cenderung *One Man Show*. Hal ini tidak lepas dari deskripsi pekerjaan dalam pekerjaan dan konsentrasi pengusaha pada hal-hal teknis daripada strategis.

#### b. Produktivitas Tenaga Kerja

Rendahnya produktivitas tenaga kerja menurut 25 responden disebabkan faktor tingkat pendidikan yang rendah, kurang adanya motivasi, dan tingkat kedisiplinan rendah. Lihat tabel. 5. 24.

**Tabel 5.24**  
**Faktor Penyebab Rendahnya Produktivitas Pekerja**  
**Industri Menengah**

No.	Faktor Penyebab	Frekuensi	Persen
1.	Tingkat kedisiplinan rendah	1	5,6
2.	Lainnya	17	94,4
Total		18	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.24 menunjukkan begitu banyak faktor yang dapat menyebabkan rendahnya produktivitas pekerja industri menengah seperti yang diungkapkan 94,4% responden pengusaha industri menengah yang memberikan jawaban berbeda-beda.

**c. Pelatihan**

Peran pemerintah dalam membantu meningkatkan kualitas tenaga kerja antara lain lihat tabel 5.25:

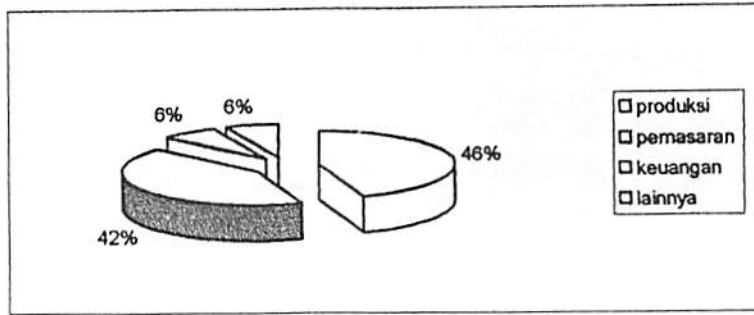
**Tabel 5.25**  
**Peran Pemerintah Dalam Peningkatan Kualitas Pekerja**  
**Industri Menengah**

No.	Peran Pemerintah	Frekuensi	Persen
1.	Penyediaan sarana pelatihan	7	70
2.	Penyuluhan	3	30
Total		10	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Salah satu upaya pemerintah untuk meningkatkan kualitas dan kinerja tenaga kerja adalah dengan menyediakan sarana pelatihan. Sebagian besar dari 87,1% industri menengah tidak pernah mengikuti pelatihan. Hal ini disebabkan karena menurut mereka materi pelatihan tidak sesuai kebutuhan, sulit dipahami, dan pelatihan tidak berkelanjutan, seperti terlihat pada gambar 5.37

**Gambar 5.37**  
**Materi Pelatihan Yang Diinginkan**  
**Industri Menengah**



Sumber: data hasil survey, diolah

Materi pelatihan yang paling dibutuhkan antara lain: materi produksi 46 %, pemasaran 42 %, dan keuangan 6 %.

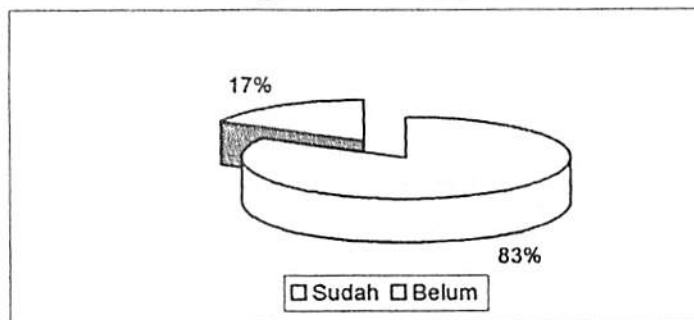
#### D. Keuangan

Hal-hal yang dibahas dalam aspek keuangan meliputi administrasi keuangan (catatan keuangan), modal usaha, profitabilitas, likuiditas, kolektibilitas dan solvabilitas.

##### a. Administrasi Keuangan

Data dari 170 responden 82,9% diantaranya telah menerapkan administrasi yang terpisah antara keuangan bisnis dan keuangan pribadi/ rumah tangga, seperti terlihat pada gambar 5.38

**Gambar 5.38**  
**Proporsi Industri Menengah Yang Melakukan Pemisahan**  
**Keuangan Bisnis - Pribadi**



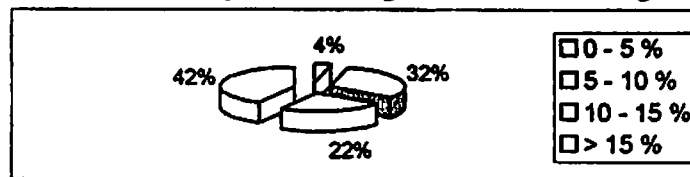
Sumber: data hasil survey, diolah

Walaupun demikian baru 65,4% pengusaha melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan dalam usaha mereka tersusun dengan baik dan sesuai dengan sistem pencatatan.

#### b. Marjin Keuntungan

Hasil survey dari 170 responden rata-rata marjin keuntungan yang diperoleh industri menengah diantaranya 42 % berada dikisaran > 15%, dikisaran 5-10% ada 32%, 22 % responden dikisaran 10-15%, 4 % responden dikisaran 0-5%, seperti terlihat pada gambar 5.39

**Gambar 5.39**  
**Rata-rata Marjin Keuntungan Industri Menengah**

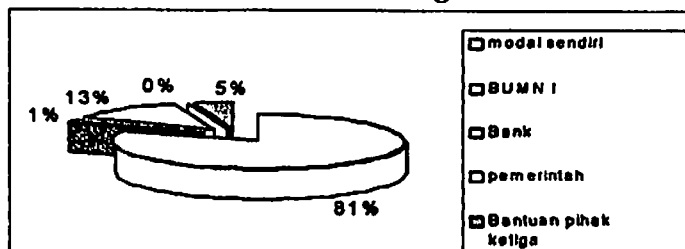


Sumber: data hasil survey, diolah

#### c. Modal Kerja

Modal kerja banyak diperoleh dari modal sendiri 81%, BUMN 1%, Bank 13%, dan 5% pihak ketiga, seperti terlihat pada gambar 5.40

**Gambar 5.40**  
**Proporsi Sumber Modal Kerja Industri Menengah**



Sumber: data hasil survey, diolah

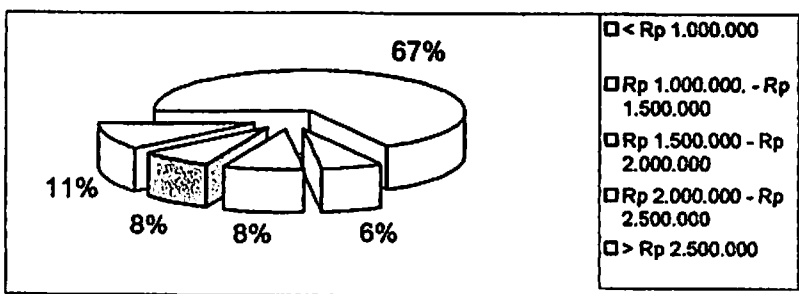
#### d. Likuiditas

Sebagian besar industri menengah memiliki jumlah kas rata-rata yang tersedia per-bulan diantaranya memiliki jumlah kas rata-rata



diatas Rp 2.500.000, 67 % responden memiliki jumlah kas dibawah Rp 1.000.000, 8 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000, 6 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000, 8 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000, seperti terlihat pada gambar 5.41

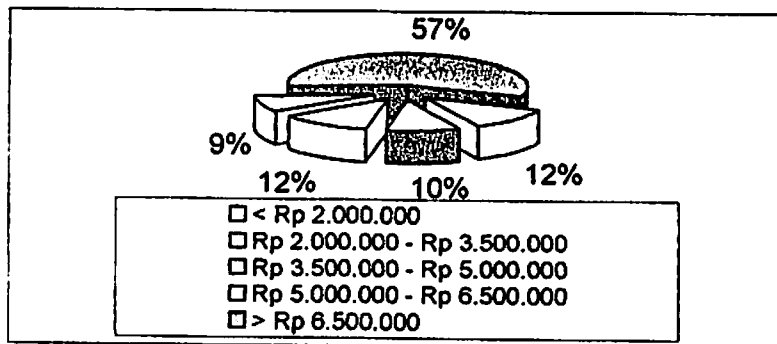
**Gambar 5.41**  
**Jumlah Kas Rata-rata Per-bulan**



Sumber: data hasil survey, diolah

Nilai persediaan rata-rata perbulan dari barang dagangan mereka diantaranya 39 % responden memiliki jumlah kas dibawah Rp 2.000.000, diatas Rp 6.000.000 ada 25%, 16 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 2.000.000 – Rp 3.500.000, 15 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 3.500.000 – Rp 5.000.000, 5 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 5.000.000 – Rp 6.500.000 seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.42

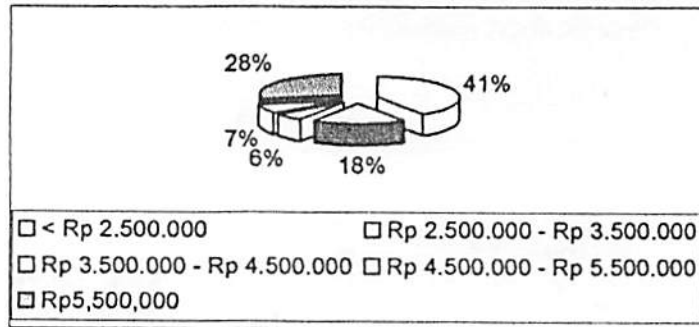
**Gambar 5.42**  
**Rata-rata Nilai Persediaan Perbulan Dari Produksi**



Sumber: data hasil survey, diolah

Sedangkan rata-rata jumlah utang dagang perbulan yang dimiliki diantaranya 41 % responden memiliki jumlah kas dibawah Rp 2.000.000, Rp 5.500.000 ada 28%, 18% responden memiliki jumlah kas antara Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000, 6 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000, 7 % responden memiliki jumlah kas antara Rp 4.500.000 – Rp 5.500.000, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.43

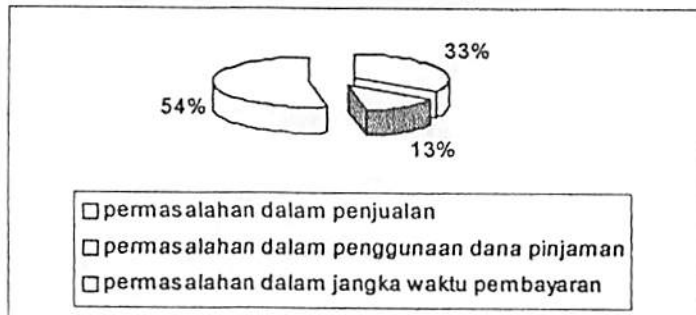
**Gambar 5. 43**  
**Rata-rata Jumlah Utang Dagang Perbulan Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan pengusaha industri menengah dalam membayar kewajiban jangka pendek (misalnya: utang dagang) lebih banyak disebabkan oleh permasalahan dalam penjualan 2,7%, permasalahan dalam penggunaan dana pinjaman 0,5%, permasalahan dalam jangka waktu pembayaran 5,9%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.44

**Gambar 5.44**  
**Faktor Yang Menyebabkan Industri Menengah Sulit Membayar Pinjaman**

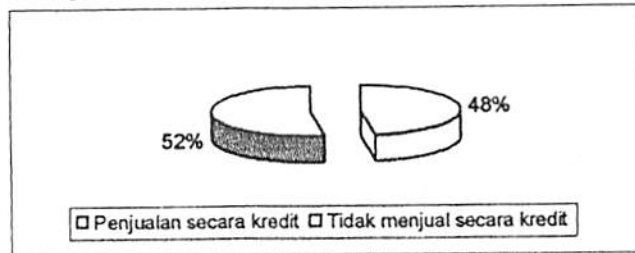


Sumber: data hasil survey, diolah

### e. Penjualan Kredit Dan Kolektibilitas Piutang

Survei terhadap 170 pengusaha industri menengah menunjukkan bahwa 52 % responden tidak melakukan penjualan secara kredit, dan 48 % sisanya melakukan penjualan secara kredit. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.45

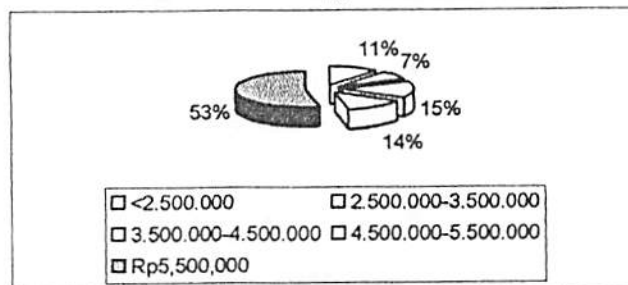
**Gambar 5. 45**  
**Proporsi Bentuk Penjualan Industri Menengah**



Sumber: data hasil survey, diolah

Nilai rata-rata piutang industri menengah diantaranya 53% responden diatas Rp 5.500.000, 15% responden berada dikisaran Rp 3.500.000-Rp 4.500.000, 14% responden berada dikisaran Rp 4.500.000-Rp 5.500.000, 11% responden dibawah 2.500.000, dan 7% responden diantara 2.500.000-3.500.000, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.46

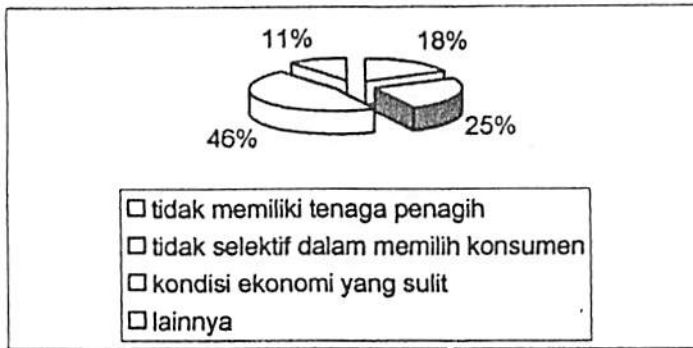
**Gambar 5.46**  
**Nilai rata-rata Piutang Industri Menengah**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan yang dialami dalam menagih piutang lebih disebabkan oleh kondisi ekonomi yang sulit 46%, tidak selektif dalam memilih konsumen 25%, tidak memiliki tenaga penagih 18%, lainnya 11%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.547

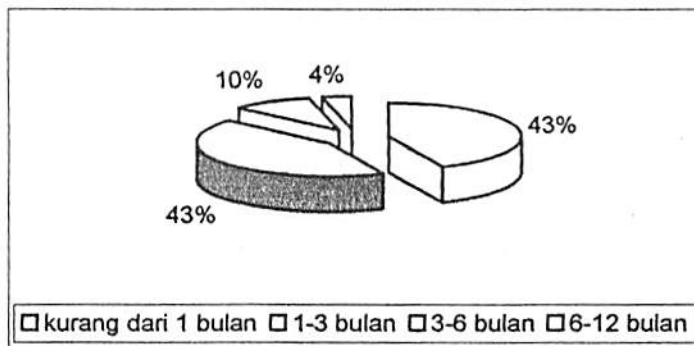
**Gambar 5. 47**  
**Faktor Yang Menyebabkan Industri Menengah Kesulitan Dalam Menagih Piutang**



Sumber: data hasil survey, diolah

Rata-rata jangka waktu kredit yang ditetapkan, antara lain: kurang dari 1 bulan 43%, 1-3 bulan 43, 3-6 bulan 10%, 6-12 bulan 4%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.48

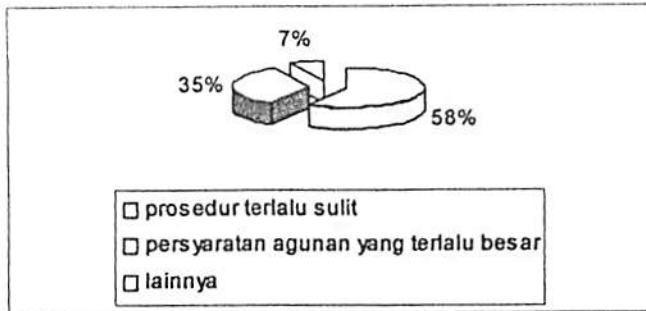
**Gambar. 5.48**  
**Rata-rata Jangka Waktu Kredit Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan yang sering dialami dalam memperoleh pinjaman dari pihak ketiga (misalnya: Bank) lebih banyak disebabkan oleh prosedur terlalu sulit 58%, persyaratan agunan yang terlalu besar 35%, lainnya 7%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.49

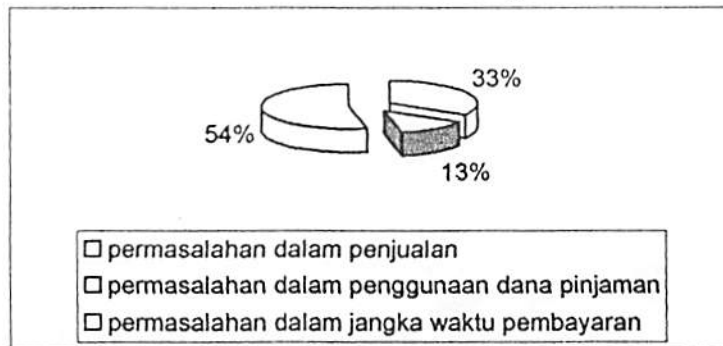
**Gambar 5.49**  
**Faktor Yang Menyebabkan Sulitnya Memperoleh Pinjaman**  
**Dari Pihak Ketiga**



Sumber: data hasil survey, diolah

Dalam membayar pinjaman pengusaha kebanyakan tidak mengalami kesulitan, kesulitan yang mungkin muncul lebih disebabkan oleh permasalahan dalam penjualan 33%, permasalahan dalam penggunaan dana pinjaman 13%, permasalahan dalam jangka waktu pembayaran 54%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.50

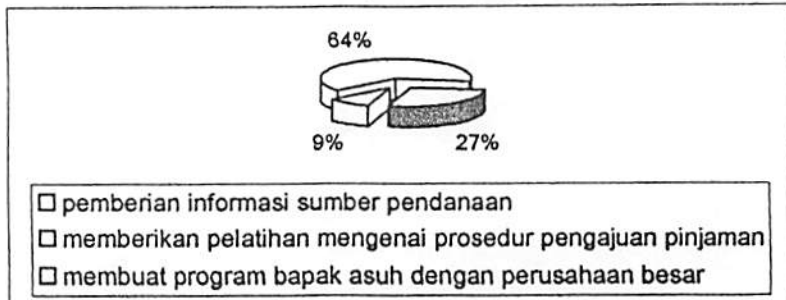
**Gambar 5.50**  
**Permasalahan Yang Mungkin Muncul Dalam Membayar Pinjaman**  
**Pada Industri Menengah**



Sumber: data hasil survey, diolah

Usaha yang telah dilakukan pemerintah dalam membantu pengusaha mengatasi kesulitan mendapatkan pinjaman jangka panjang adalah: pemberian informasi sumber pendanaan pihak ketiga 64%, memberikan pelatihan mengenai prosedur pengajuan pinjaman pihak ketiga 27%, membuat program bapak asuh dengan perusahaan besar 9%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.51

**Gambar 5.51**  
**Peran Pemerintah Dalam Membantu Mengatasi Kesulitan Mendapatkan Pinjaman Jangka Panjang**

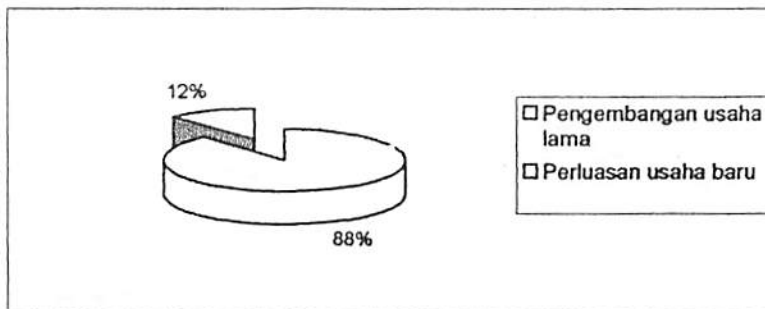


Sumber: data hasil survey, diolah

**E. Aspek Investasi**

Dari aspek investasi menurut 88% pengusaha memilih investasi bagi pengembangan usaha yang lama (*Growth*), dan 12% lainnya lebih memilih investasi pada perluasan kejenis usaha yang lain (*expansion*), seperti terlihat pada gambar 5.52

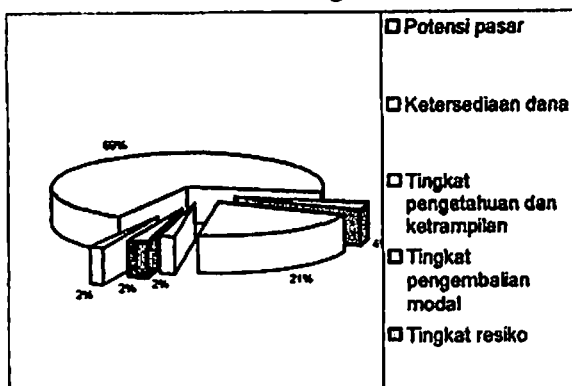
**Gambar 5.52**  
**Investasi Kedepan Industri Menengah**



Sumber: data hasil survey, diolah

Faktor yang mendukung industri menengah memilih investasi antara lain seperti yang terdapat pada gambar 5.53

**Gambar 5.53**  
**Faktor Pertimbangan Investasi**



Sumber: data hasil survey, diolah

Gambar 5.53 menunjukkan 3 faktor terpenting yang menjadi pertimbangan investasi yaitu: potensi pasar, tingkat pengetahuan dan ketrampilan, dan ketersediaan dana.

**5.2.3. Perdagangan**

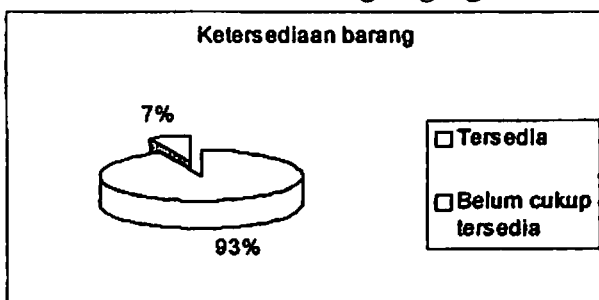
**A. Barang Dagangan**

Aspek barang dagangan yang akan dideskripsikan meliputi: ketersediaan barang dagangan, perencanaan pembelian, persediaan barang dagangan dan kualitas layanan.

**a. Ketersediaan Barang Dagangan**

Dari 150 pengusaha, 93% pengusaha tidak mengalami masalah dengan ketersediaan barang. Sedangkan 7% pengusaha beranggapan ketersediaan barang dagangan masih langka, seperti ditunjukkan pada gambar 5. 54

**Gambar 5. 54**  
**Ketersediaan Barang Dagangan**



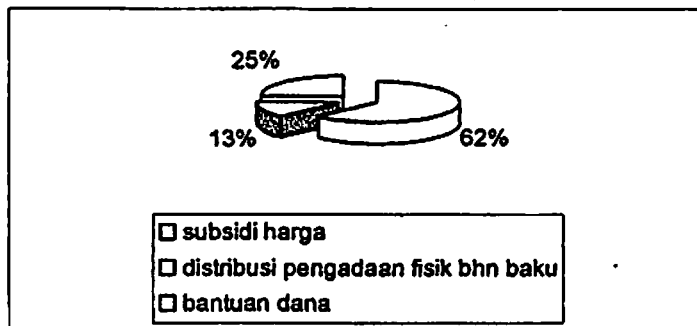
Sumber: data hasil survey, diolah

Hasil survey menunjukkan jika pengusaha mengalami kesulitan dalam memperoleh suatu barang, ketersediaan barang substitusi/sejenisnya bagi 22% pengusaha cukup tersedia, sedangkan sisanya tidak tersedia sebanyak 74%.

#### b. Peran Pemerintah Dalam Membantu Ketersediaan Barang Dagangan

Dari 150 sampel, 44% pengusaha beranggapan peran pemerintah tidak penting, penting dalam membantu kelancaran pasokan barang dagangan. Dan 95% pengusaha bahkan merasa peran pemerintah tidak membantu dalam kelancaran pasokan barang dagangan. Upaya-upaya pemerintah dalam membantu pengadaan bahan baku, antara lain: 62% untuk subsidi harga, 13% untuk distribusi pengadaan fisik bahan baku, dan 25% untuk bantuan dana, seperti yang terlihat pada gambar 5.55

**Gambar 5. 55**  
**Upaya Pemerintah Dalam Membantu Pengadaan Bahan Baku Bagi Usaha Perdagangan**



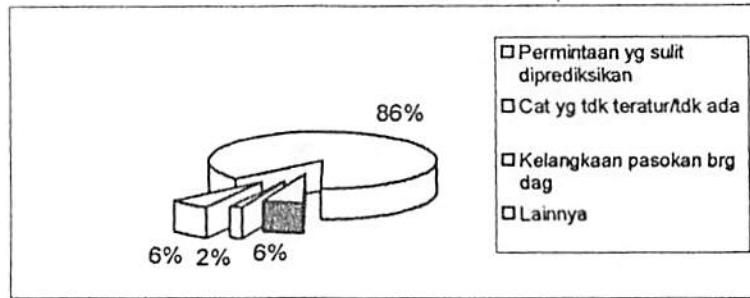
Sumber: data hasil survey, diolah

#### c. Persediaan Barang Dagangan

Berdasarkan data yang diperoleh ternyata ada sekitar 15% pedagang tidak memiliki persediaan barang dagangan. Bagi pedagang yang mengalami penumpukan/kekurangan persediaan, penyebabnya adalah 86% permintaan yang sulit diprediksi, 6% catatan yang tidak teratur/tidak ada, 2% kelangkaan pasokan barang dagangan, dan 6% lainnya, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.56



**Gambar 5. 56**  
**Faktor Penumpukan/Ketersediaan Barang**  
**Dalam Perdagangan**

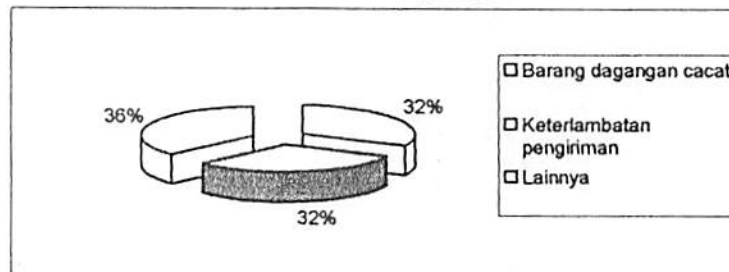


Sumber: data hasil survey, diolah

#### d. Kualitas Layanan

Kualitas layanan menurut pedagang yang mendapat keluhan para pelanggan disebabkan oleh 32% pedagang karena barang cacat, 32% pedagang karena barang dagangan terlambat dalam pengiriman, dan 36% lainnya, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.57

**Gambar 5.57**  
**Faktor Yang Menyebabkan Keluhan Pelanggan**  
**Dalam Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

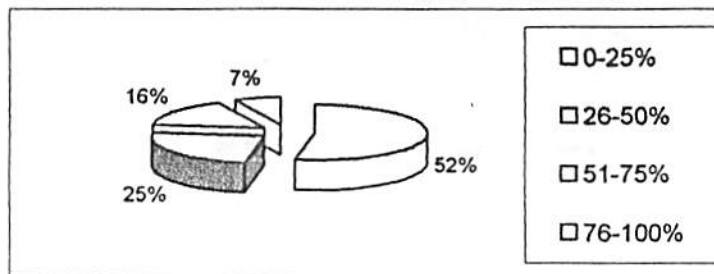
#### B. Pemasaran

Aspek pemasaran yang akan dideskripsikan meliputi: perencanaan dan penyusunan strategi pemasaran, tingkat penguasaan pasar, kemampuan melakukan promosi, dasar penetapan harga, tingkat kepekaan harga dan kemampuan bersaing.

### a. Penguasaan Pasar

Menurut para pedagang perkembangan persentase pangsa pasar (*market share*) dari penjualan barang dagangan mereka selama tiga tahun terakhir: 0-25% sebesar 52%, 26-50% sebesar 25%, 51-75% sebesar 16%, dan 76-100% sebesar 7%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.58.

**Gambar 5.58**  
Penguasaan Pangsa Pasar Industri Perdagangan

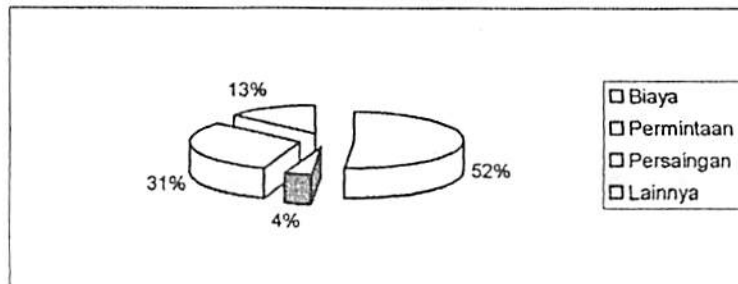


Sumber: data hasil survey, diolah

### b. Dasar Penetapan Harga

Dasar pertimbangan pedagang dalam menetapkan harga jual produk adalah: 52% pedagang berdasarkan biaya, 4% pedagang berdasarkan permintaan, 31% pedagang berdasarkan persaingan, dan 13% pedagang berdasarkan pertimbangan lainnya, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.59.

**Gambar 5.59**  
Pertimbangan Dalam Menentukan Harga Jual Barang Dagangan

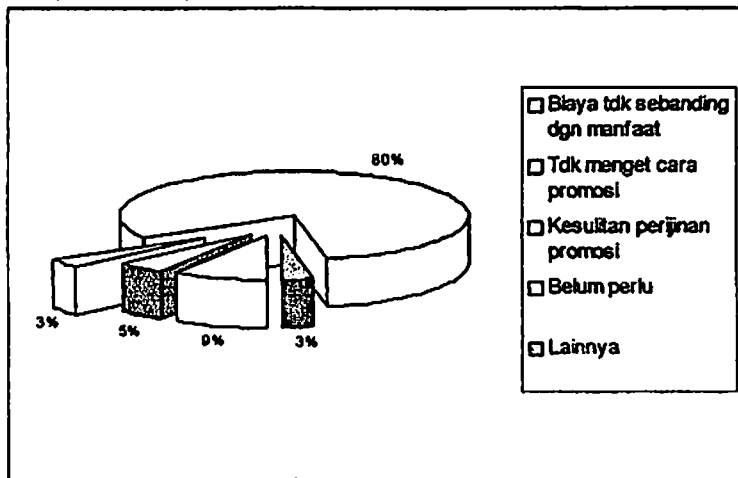


Sumber: data hasil survey, diolah

**c. Promosi**

Para pedagang yang sering melakukan promosi untuk memasarkan barang dagangan mereka sebanyak 33%, sedangkan sisanya sebesar 67% dari 150 pedagang belum melakukan promosi, disebabkan oleh : biaya tidak sebanding dengan manfaat (9%), tidak mengetahui cara promosi (5%), kesulitan ijin promosi (3%), belum perlu (81%), dan lainnya (2%), seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.60

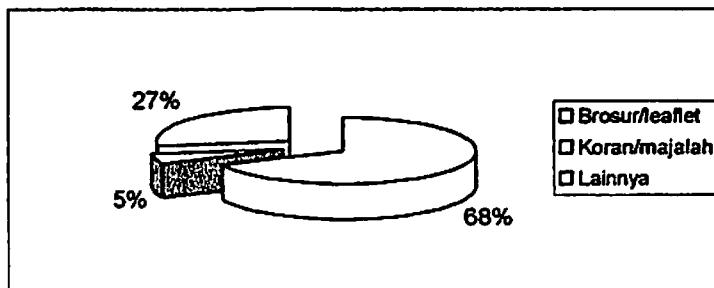
**Gambar 5.60**  
**Faktor yang Menyebabkan Pedagang Tidak Melakukan Promosi**



Sumber: data hasil survey, diolah

Beberapa media yang sering digunakan para pedagang yang melakukan promosi adalah : brosur/leaflet 68%, koran/majalah 5%, radio dan lainnya 27%. seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.61

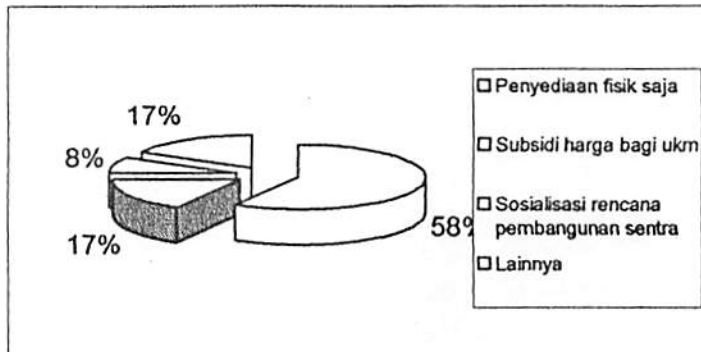
**Gambar 5.61**  
**Media yang Sering Digunakan Dalam Promosi Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

Peranan pemerintah dalam membantu pedagang berlokasi di sentra penjualan antara lain dilakukan dengan : penyediaan fisik saja (58%), subsidi harga bagi pedagang kecil (17%), sosialisasi rencana pembangunan sentra (8%), dan lainnya (17%). seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.62

**Gambar 5.62**  
**Peran Pemerintah Dalam Membantu Pedagang Berlokasi di Sentra Industri Penjualan**

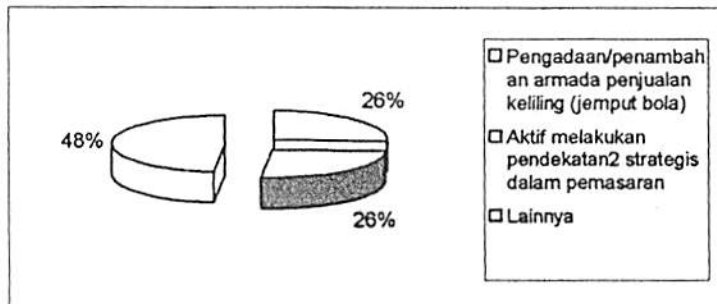


Sumber: data hasil survey, diolah

**e. Penjualan Proaktif**

Pengusaha yang tidak sering melakukan penjualan secara proaktif sebanyak 27%, sedangkan pengusaha yang melakukan penjualan secara pro-aktif sebanyak 73% diantaranya lebih banyak melakukan : pengadaan/penambahan armada penjualan keliling (jemput bola) 26%, aktif melakukan pendekatan-pendekatan strategis dalam pemasaran 26%, dan lainnya 48%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.63

**Gambar 5.63**  
**Wujud Penjualan Secara Pro-aktif Pedagang**

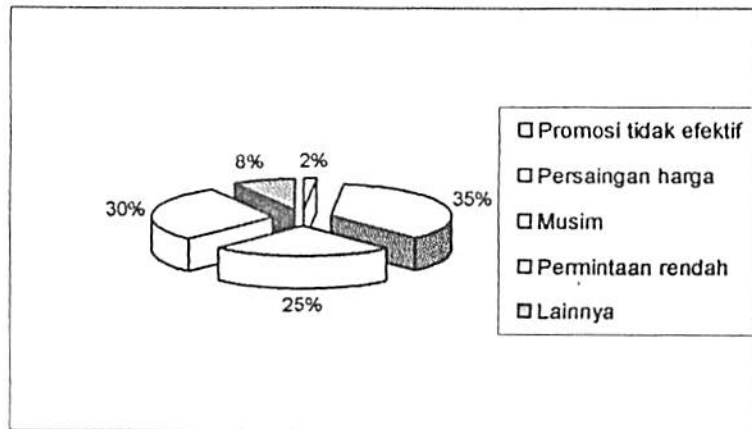


Sumber: data hasil survey, diolah

#### f. Stabilitas Penjualan

Dari 150 pengusaha 27% diantaranya sering mengalami penurunan penjualan. Hal ini lebih sering disebabkan oleh : promosi tidak efektif 2%, persaingan harga 35%, musim 25%, permintaan rendah 30%, dan lainnya 8%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.64.

**Gambar 5.64**  
**Faktor yang Menyebabkan Penurunan Penjualan**  
**Dalam Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

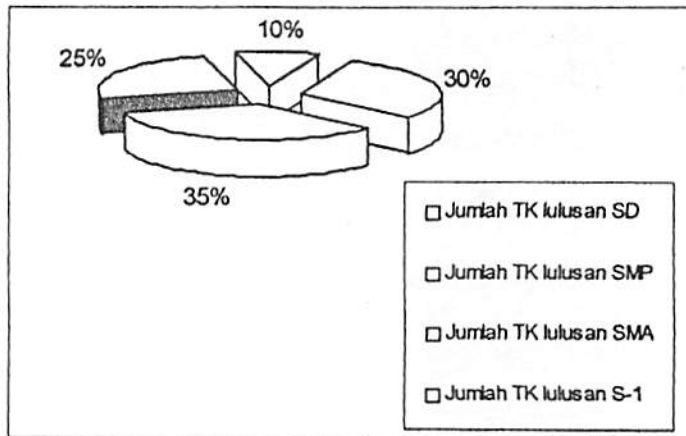
#### C. Aspek Sumber Daya Manusia

Aspek sumber daya manusia yang akan dideskripsikan meliputi: Tingkat pendidikan tenaga kerja, pendelegasian wewenang dan pelatihan baik bagi pemilik maupun karyawan.

##### a. Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja

Dari perspektif tingkat pendidikan tenaga kerja, rata-rata tenaga kerja di industri perdagangan yang telah menempuh pendidikan SD 35%, SMP/ sederajat 25%, SMA/ sederajat 10% dan lulusan sarjana 30%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.65

**Gambar 5.65**  
**Persentase Jumlah & Tingkat Pendidikan Tenaga Kerja**

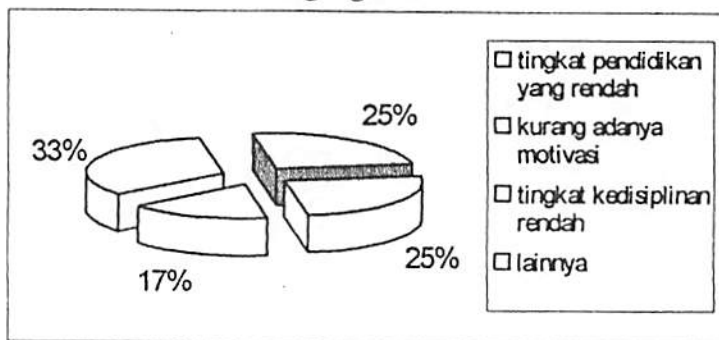


Sumber: data hasil survey, diolah

**b. Produktivitas Tenaga Kerja**

Sumber daya manusia dalam perdagangan mencakup para karyawan dan pengusaha (pemilik usaha). 27% perusahaan memiliki tingkat produktivitas tenaga kerja rendah, yang lebih banyak disebabkan oleh : tingkat pendidikan yang rendah 33%, kurang adanya motivasi 25%, tingkat kedisiplinan rendah 25%, dan lainnya 17%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.66.

**Gambar 5.66**  
**Faktor Yang Menyebabkan Produktivitas Tenaga Kerja Perdagangan Rendah**



Sumber: data hasil survey, diolah

### c. Pelatihan

Banyak karyawan perusahaan yang tidak pernah mengikuti pelatihan yang diadakan pihak luar, hal ini disebabkan oleh : materi pelatihan yang tidak sesuai 50%, dan materi pelatihan sulit dipahami 50%.

Materi pelatihan yang paling dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja diantaranya: materi pemasaran 57,3%, produksi 8%, keuangan 25,3%, dan materi lainnya 9,3%.

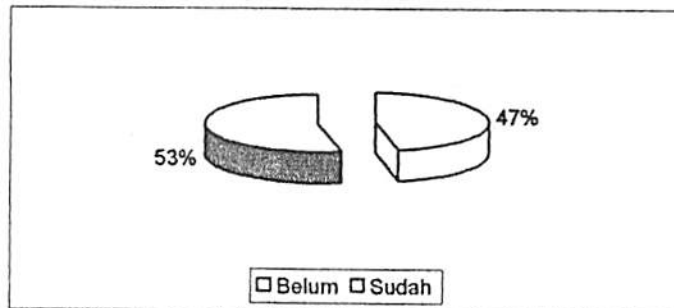
## D. Keuangan

Hal-hal yang dibahas dalam aspek keuangan meliputi administrasi keuangan (catatan keuangan), modal usaha, profitabilitas, likuiditas, kolektibilitas dan solvabilitas.

### a. Administrasi Keuangan

Hasil dari survey 150 responden diperoleh 46,7% responden industri perdagangan belum menerapkan administrasi yang terpisah antara keuangan bisnis dan keuangan pribadi/ rumah tangga, seperti yang terlihat pada gambar 5.67

**Gambar 5.67**  
**Proporsi Industri Perdagangan Dalam**  
**Pemisahan Administrasi**

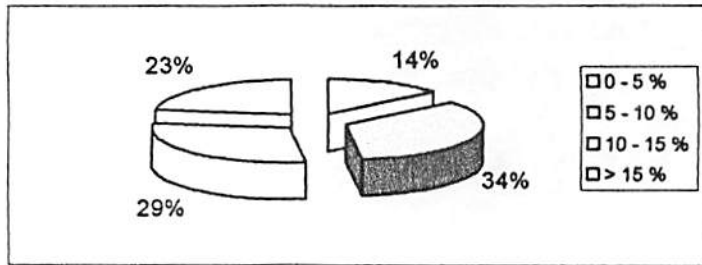


Sumber: data hasil survey, diolah

### b. Marjin Keuntungan

Rata-rata marjin keuntungan yang mereka peroleh 0-5% ada 14% koperasi, 5-10% ada 34% koperasi, 10-15% ada 29% koperasi, dan >15% ada 23% koperasi, seperti yang terlihat pada gambar 5.68.

**Gambar 5.68**  
**Rata-rata Marjin Keuntungan Industri Perdagangan**

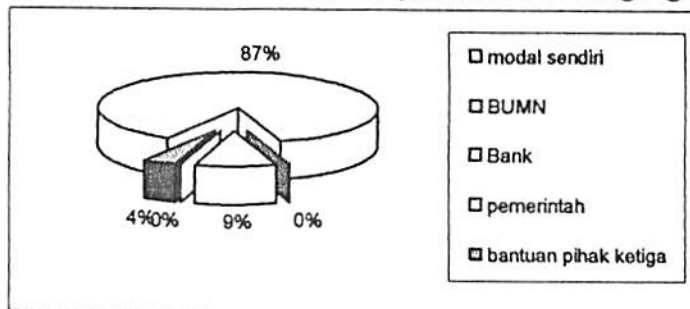


Sumber: data hasil survey, diolah

**c. Modal Kerja**

Rata-rata sumber modal kerja industri perdagangan diperoleh dari modal sendiri 87%, Bank 9%, dan dari pihak ketiga lainnya 4,24%, seperti yang terlihat pada gambar 5.69

**Gambar 5.69**  
**Proporsi Sumber Modal Kerja Industri Perdagang**



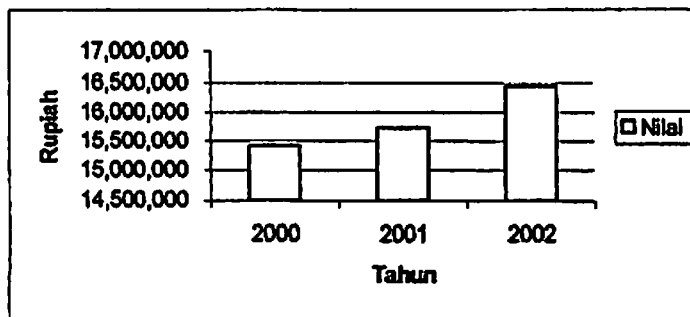
Sumber: data hasil survey, diolah

**d. Likuiditas**

Tingkat penjualan rata-rata per-bulan kelompok responden usaha perdagangan dua tahun terakhir masing-masing sebesar antara Rp 15.422.379, Rp 15.731.299 dan Rp 16.437.121. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.70 berikut ini.



**Gambar 5.70**  
**Rata-Rata Penjualan Per Bulan Usaha Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

Usaha perdagangan didalam memenuhi kewajiban membayar utang jangka pendek tidak mengalami kesulitan, hanya delapan responden yang menyatakan masih sering mengalami kesulitan dalam membayar utang dagangnya. Kesulitan tersebut disebabkan oleh: lihat tabel. 5.26

**Tabel 5.26**  
**Faktor Penyebab Kesulitan Pembayaran Utang Dagang Perdagangan**

No.	Faktor Penyebab	Frekuensi
1.	Permasalahan dalam penjualan	2
2.	Permasalahan dalam penggunaan pinjaman	2
3.	Permasalahan dalam jangka waktu pembayaran	2
4.	Lainnya	9
Total		15

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.26 menunjukkan faktor yang menyebabkan usaha perdagangan mengalami kesulitan dalam membayar utang dagang adalah adanya permasalahan penjualan, penggunaan pinjaman, jangka waktu pembayaran dan permasalahan lainnya.

#### e. Penjualan Kredit Dan Kolektibilitas

Sebagian besar industri perdagangan tidak melakukan penjualan secara kredit (80,7% pengusaha), hanya 28 (18,3%, n=150) yang menggunakan kredit.

Nilai piutang rata-rata perbulan selama tahun 2000, 2001, dan 2002 masing-masing adalah Rp 1.680.000,00 ; Rp 1.750.000,00 ; dan Rp 1.710.000,00. Kesulitan yang dialami dalam menagih piutang lebih disebabkan oleh beberapa faktor yaitu (Tabel. 5.27).

**Tabel 5.27**  
**Faktor Penyebab Kesulitan Dalam Menagih Piutang Perdagangan**

No.	Faktor Penyebab	Frekuensi
1.	Tidak memiliki tenaga penagih	2
2.	Tidak selektif dalam memilih konsumen	3
3.	Kondisi ekonomi yang sulit	5
4.	Lainnya	1
	Total	11

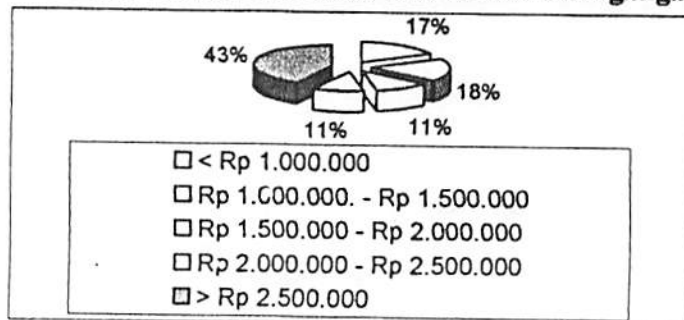
Sumber: data hasil survey, diolah

#### f. Likuiditas

Likuiditas menunjukkan kemampuan pengusaha dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya. Komponen likuiditas antara lain: kas dan persediaan.

Gambar 5. 72 menunjukkan jumlah kas rata-rata per bulan industri Perdagangan diantaranya memiliki jumlah kas rata-rata 43% responden memiliki jumlah kas diatas Rp 2.500.000, 18% responden memiliki jumlah kas diantara Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000, 17 % responden memiliki jumlah kas dibawah Rp 1.000.000, 11% responden memiliki jumlah kas antara Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.71.

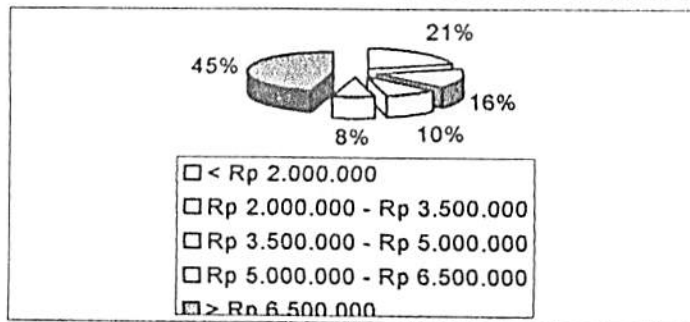
**Gambar 5. 71**  
**Persentase Jumlah Kas Rata-rata Usaha Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

Nilai persediaan rata-rata perbulan dari barang dagangan diantaranya 45% responden memiliki jumlah persediaan diatas Rp 6.500.000, 21% responden memiliki jumlah persediaan kurang dari Rp 2.000.000, 16 % responden memiliki jumlah persediaan antara Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000, 10 % responden memiliki jumlah persediaan antara Rp3.500.000 – Rp 5.000.000 seperti ditunjukkan gambar 5.72.

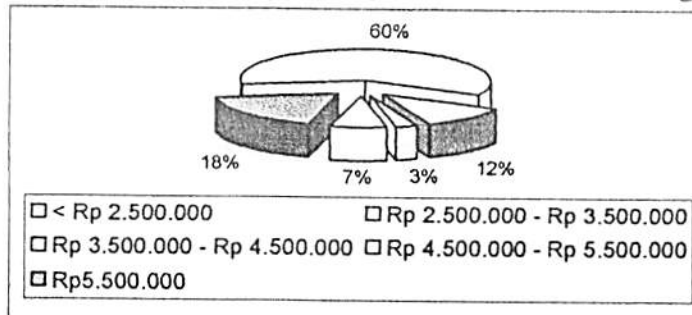
**Gambar 5.72**  
**Rata-rata Nilai Persediaan Perbulan Dari Produksi**



Sumber: data hasil survey, diolah

Sedangkan rata-rata jumlah utang dagang perbulan yang dimiliki diantaranya 60 % responden memiliki jumlah kas dibawah Rp 2.500.000, Rp 5.500.000 ada 18%, 12 % responden memiliki jumlah utang dagangan antara Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000, 7% responden memiliki jumlah utang dagang antara Rp 4.500.000 – Rp 5.500.000, 3 % responden memiliki jumlah utang dagang antara Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000 , seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.73.

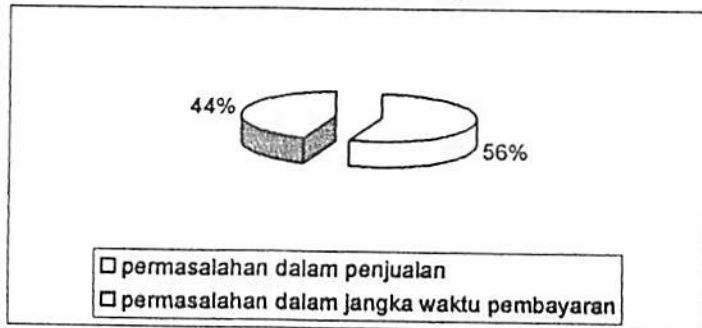
**Gambar 5. 73**  
**Rata-rata Jumlah Utang Dagang Perbulan Usaha Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan pengusaha industri kecil dalam membayar kewajiban jangka pendek (misalnya: utang dagang) lebih banyak disebabkan oleh permasalahan dalam penjualan 56%, permasalahan dalam jangka waktu pembayaran 44%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.74

**Gambar 5.74**  
**Faktor Yang Menyebabkan Usaha Perdagangan Sulit Membayar Pinjaman**

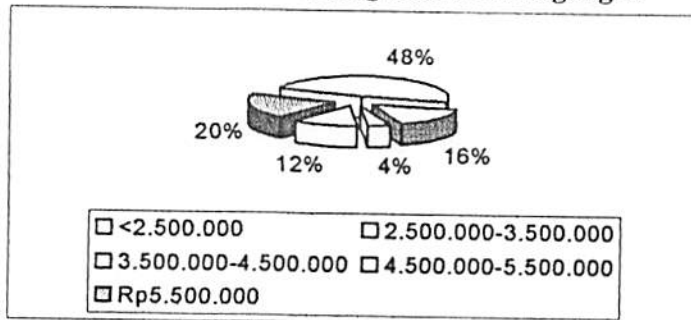


Sumber: data hasil survey, diolah

#### e. Penjualan Kredit Dan Kolektibilitas Piutang

Nilai piutang rata-rata perbulan antara lain: 48% responden memiliki rata-rata piutang ada dibawah Rp 2.500.000, Rp 5.500.000 ada 20% responden, 16% responden memiliki rata-rata piutang antara Rp 2.500.000 – Rp 3.500.000, 12% responden memiliki rata-rata piutang antara Rp 4.500.000 – Rp 5.500.000, dan 4% responden memiliki rata-rata piutang antara Rp 3.500.000 – Rp 4.500.000, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.75

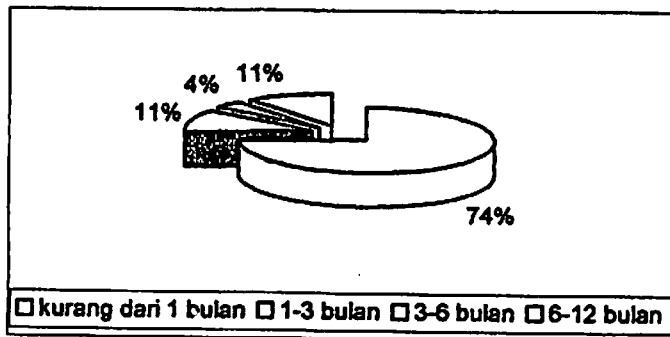
**Gambar 5.75**  
**Nilai Rata-rata Piutang Usaha Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

Rata-rata jangka waktu kredit yang ditetapkan, antara lain: kurang dari 1 bulan 74%, 1-3 bulan 11%, 3-6 bulan 4%, 6-12 bulan 11%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.76

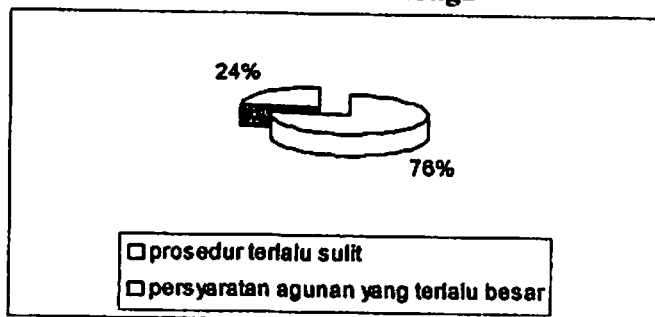
**Gambar. 5.76**  
**Rata-rata Jangka Waktu Kredit Industri Kecil**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesulitan yang sering dialami dalam memperoleh pinjaman dari pihak ketiga (misalnya: Bank) lebih banyak disebabkan oleh prosedur terlalu sulit 76%, persyaratan agunan yang terlalu besar 24%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.77

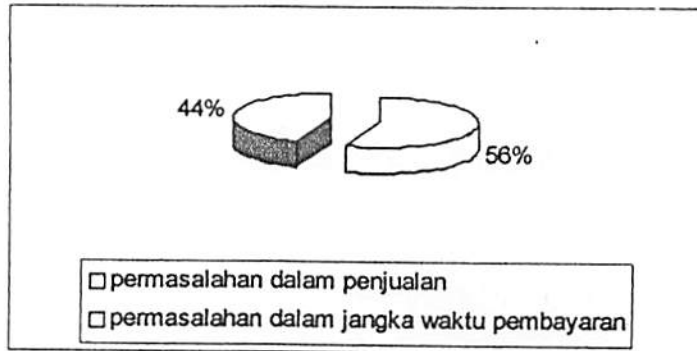
**Gambar 5.77**  
**Faktor Yang Menyebabkan Sulitnya Memperoleh Pinjaman Dari Pihak Ketiga**



Sumber: data hasil survey, diolah

Dalam membayar pinjaman pengusaha kebanyakan tidak mengalami kesulitan, kesulitan yang mungkin muncul lebih disebabkan oleh permasalahan dalam penjualan 56%, permasalahan dalam jangka waktu pembayaran 44%, seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.78

**Gambar 5.78**  
**Permasalahan Yang Mungkin Muncul Dalam Membayar Pinjaman**  
**Pada Usaha Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

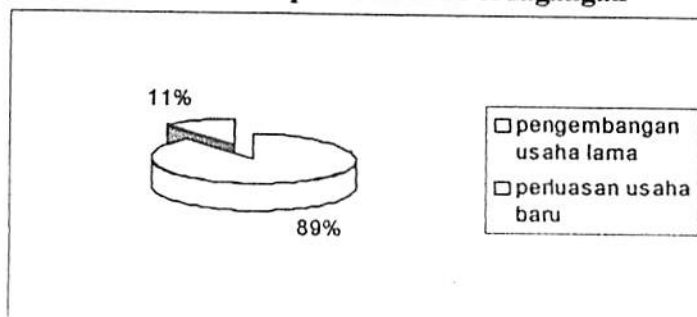
**f. Peran Pemerintah Dalam Membantu Pendanaan**

Peran pemerintah dalam membantu mengatasi kesulitan mendapatkan pinjaman dari pihak ketiga menurut 87,4% pengusaha tidak begitu membantu. Adapun usaha yang telah dilakukan pemerintah dalam membantu pedagang mengatasi kesulitan mendapatkan pinjaman jangka panjang adalah pemberian informasi sumber pendanaan pihak ketiga 28,6%.

**E. Investasi**

Dari aspek investasi menurut 89% pedagang memilih investasi bagi pengembangan usaha yang lama (*Growth*), dan 11% lainnya lebih memilih investasi pada perluasan kejenis usaha yang lain (*expansion*), seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.79

**Gambar 5.79**  
**Investasi Kedepan Industri Perdagangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

Pilihan tersebut berdasarkan beberapa faktor dapat diurut, sebagai berikut: potensi pasar (usaha lama/usaha baru) masih besar, ketersediaan dana, tingkat pengetahuan dan ketrampilan, tingkat pengembalian modal yang cepat, tingkat resiko lebih kecil dan kemudahan perijinan dan prosedur (tabel.5.28.)

**Tabel 5.28**  
**Faktor Pilihan Investasi Industri Perdagangan**

No.	Faktor pendukung dalam peluang investasi	Frekuensi
1.	Potensi pasar	83
2.	Ketersediaan dana	27
3.	Tingkat pengetahuan dan ketrampilan	15
4.	Tingkat pengembalian modal	16
5.	Tingkat resiko	5
6.	Kemudahan perijinan dan prosedur	4
Total		150

Sumber: data hasil survey, diolah

#### 5.2.4. Koperasi

##### 5.2.4.1. Unit Serba Usaha

##### A. Aspek Barang Dagangan

Ketersediaan barang dagangan menjadi aspek penting di dalam operasi perdagangan. Hasil survey lapangan ditunjukkan dalam tabel berikut :

**Tabel 5.29**  
**Peran Pemerintah Dalam Pengadaan Barang Dagangan**  
**Unit Serba Usaha (n=13)**

No	PP membantu pengadaan barang dagangan	Frekuensi	Persen
1	Distribusi pengadaan fisik bahan baku	5	38.5
2	Subsidi harga	1	7.7
3	Bimbingan teknis	3	23.1
4	Bantuan dan dana	1	7.7
5	Lainnya	3	23.1
Total		13	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Dari hasil survey di lapangan dari 60 responden menyatakan ketersediaan barang dagangan bagi koperasi unit serba usaha sangat tinggi. Sedangkan untuk kebutuhan terhadap barang dagangan koperasi 21.7%

sangat tergantung kepada pemasok dan sisanya yaitu 78.35 tidak tergantung. Sebanyak 80% unit serba usaha beranggapan bahwa pemerintah tidak membantu dalam pengadaan barang dagangan. Peran pemerintah dalam membantu pengadaan barang dagangan ditunjukkan dalam tabel berikut:

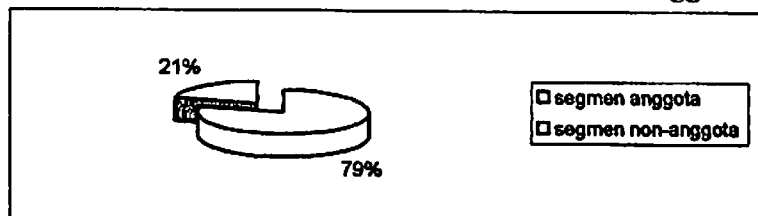
Berdasarkan tabel di atas beberapa peran pemerintah yang pernah dirasakan oleh unit serba usaha, antara lain: subsidi harga 7.7%, bimbingan teknis 23.1%, distribusi pengadaan fisik bahan baku 38.5%, bantuan dana 7.7% dan lainnya 23.1%.

Pada umumnya unit serba usaha memiliki persediaan barang dagangan, hal ini dinyatakan oleh 95% dari 60 responden. Sedangkan 21.1% atau 57 responden lainnya dari unit serba usaha sangat sering mengalami penumpukan atau kekurangan persediaan. Hal ini disebabkan karena permintaan yang tidak stabil (46.2%), 7.7% karena perencanaan kebutuhan barang dagangan yang tidak tepat dan 7.7% disebabkan oleh faktor lainnya.

## B. Pemasaran

Aspek pemasaran mencakup pasar, harga jual barang dagangan, promosi, dan penjualan.

**Gambar 5.80**  
**Segmen Pasar Unit Serba Usaha Berdasarkan Keanggotaan**



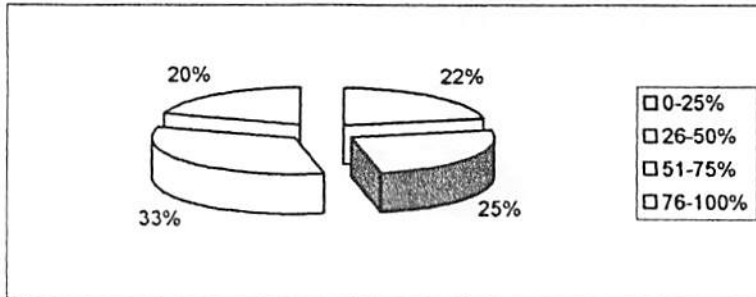
Sumber: data hasil survey, diolah

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa segmen pasar dominan unit serba usaha adalah anggota yaitu 82.08% dan non-anggota 21.8%. Segmen pasar berdasarkan tingkat pendapatan terdiri dari 48 unit serba usaha melayani pasar untuk tingkat pendapatan bawah, 55 unit serba usaha melayani pasar dengan tingkat pendapatan menengah sedangkan pasar dengan tingkat pendapatan atas dilayani oleh 41 unit serba usaha.



Sedangkan segmen pasar berdasarkan wilayah terbagi atas 57 unit serba usaha melayani pasar lokal, 32 koperasi untuk pasar nasional dan 32 koperasi untuk pasar ekspor.

**Gambar 5.81**  
**Penguasaan Pangsa Pasar Unit Serba Usaha**



Sumber: data hasil survey, diolah

Berdasarkan gambar di atas diperoleh proporsi persentase pangsa pasar yang dimiliki koperasi adalah: 0-25% menurut 13 koperasi, 26-50% menurut 15 koperasi, 51-75% menurut 20 koperasi, 76-100% menurut 20 koperasi.

Sejumlah 85% responden menyatakan bahwa pemerintah tidak membantu dalam pengembangan pasar. Peran pemerintah membantu pengembangan pasar yang telah dilakukan dalam bentuk penyelenggaraan pameran dinyatakan oleh 4% dari 12 responden koperasi, dalam bentuk pemberian informasi pasar dinyatakan oleh 2% koperasi dan peran dalam bentuk lainnya dinyatakan oleh 1% koperasi.

**Tabel 5.30**  
**Dasar Penetapan Harga Jual**  
**Unit Serba Usaha**

No	Dasar penetapan harga jual	Frekuensi	Persen
1	Biaya	32	53.3
2	Kondisi persaingan	13	21.7
3	Permintaan	11	18.3
4	Lainnya	4	6.7
	Total	60	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Tabel 5.45 di atas menunjukkan dasar penetapan harga jual barang dagangan koperasi yaitu biaya yang dinyatakan oleh 53,3% koperasi,

kondisi persaingan yang dinyatakan oleh 21,7% koperasi, berdasarkan permintaan dinyatakan oleh 18,3%, dan berdasarkan hal lainnya dinyatakan oleh 6,7% koperasi. Faktor penyebab adanya keluhan dari pelanggan unit serba usaha adalah barang dagangan cacat sebesar 33,3%, keterlambatan pengiriman 22,2% dan faktor lainnya 44,4%.

Unit serba usaha yang tidak melakukan promosi disebabkan oleh belum diperlukannya promosi dinyatakan oleh 45 responden sedangkan 3 responden menyatakan alasan mahal biaya promosi. Sedangkan yang telah melakukan promosi lebih sering menggunakan media brosur/leaflet 11,7% (n=20), koran/majalah 6,7%, dan media lainnya 1,7%.

Koperasi tidak melakukan promosi dikarenakan sebagian besar atau 61,7% responden, merasa bahwa promosi belum terlalu diperlukan. Lihat tabel 5.46 :

**Tabel 5.31**  
**Alasan Tidak Melakukan Promosi**  
**Unit Serba Usaha (n=48)**

No	Alasan tidak melakukan promosi	Frekuensi	Persen
1	Promosi belum diperlukan	45	93,8
2	Biaya promosi terlalu mahal	3	6,3
	Total	48	100

Sumber : data hasil survey, diolah.

Sedangkan untuk sebagian kecil koperasi konsumsi (38,3%) yang melakukan promosi, menggunakan media brosur/leaflet (58,3%), koran/majalah (33,3%) dan media lainnya (8,3%). Lihat tabel 5.32 :

**Tabel 5.32**  
**Media Promosi Yang Sering Digunakan**  
**Unit Serba Usaha (n=12)**

No	Media promosi yang sering digunakan	Frekuensi	Persen
1	Brosur/leaflet	7	58,3
2	Koran/majalah	4	33,3
3	Lainnya	1	8,3
	Total	12	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Unit serba usaha (20%) yang sering mengalami penurunan penjualan sebagian besar disebabkan oleh persaingan harga dan hal lainnya seperti faktor permintaan pasar yang menurun. Lihat tabel 5.33

**Tabel 5.33**  
**Faktor Penyebab Penurunan Penjualan**  
**Unit Serba Usaha (n=20)**

No	Faktor penyebab penurunan penjualan	Frekuensi	Persentase
1	Persaingan harga	8	40
2	Kualitas prod krg baik	1	5
3	Lainnya	11	55
	Total	20	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Dua puluh persen (20%) koperasi dalam hal penjualan sangat sering mengalami penurunan penjualan, yang disebabkan oleh: 40% koperasi karena persaingan harga, 5% koperasi karena kualitas produk kurang baik, dan 55% koperasi karena sebab lainnya. Dan 80% koperasi tidak pernah mengalami penurunan penjualan.

### C. Organisasi Dan Sumber Daya Manusia

Aspek organisasi dan sumber daya manusia mencakup organisasi, dan sumber daya manusia. Dalam organisasi unit serba usaha 93,2 % koperasi pengurusnya secara rutin membuat rencana kerja sebelum memulai pekerjaan.

Hal-hal yang sering diperhatikan pengurus dalam menyusun rencana kerja, antara lain: 1. peluang bisnis; 2. kelemahan yang menghambat dalam pengembangan koperasi; 3. keunggulan yang dimiliki koperasi; dan 4. ancaman yang menghalangi perkembangan koperasi. Sedangkan 6,8% koperasi tidak pernah membuat rencana kerja, yang disebabkan oleh faktor: a. Belum memerlukan (25%); c. Pengurus tidak memiliki keahlian dalam menyusun rencana kerja (12,5%); d. Lainnya (62,5%) ,contohnya : masih adanya konsolidasi di antara pengurus Lihat tabel 5.34

**Tabel 5.34**  
**Susunan Rencana Kerja Unit Serba Usaha**  
**(n=8)**

No	Susunan Rencana Kerja	Frekuensi	Persen
1	Belum memerlukan	2	25
2	pengurus tdk memiliki keahlian dlm menyusun renc kerja	1	12,5
3	Lainnya	5	62,5
	Total	8	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Sumber daya manusia, 23,3 % koperasi memiliki jumlah karyawan yang tidak sesuai dengan beban kerja yang ada. Hal ini disebabkan oleh: a. Beban kerja yang lebih besar bila dibandingkan dengan jumlah karyawan; b. Beban kerja lebih kecil bila dibandingkan dengan jumlah karyawan; c. Lainnya. Dari 60 unit serba usaha 76,7% koperasi memiliki karyawan yang (tidak sesuai, sangat sesuai) dengan kualifikasi pekerjaan.

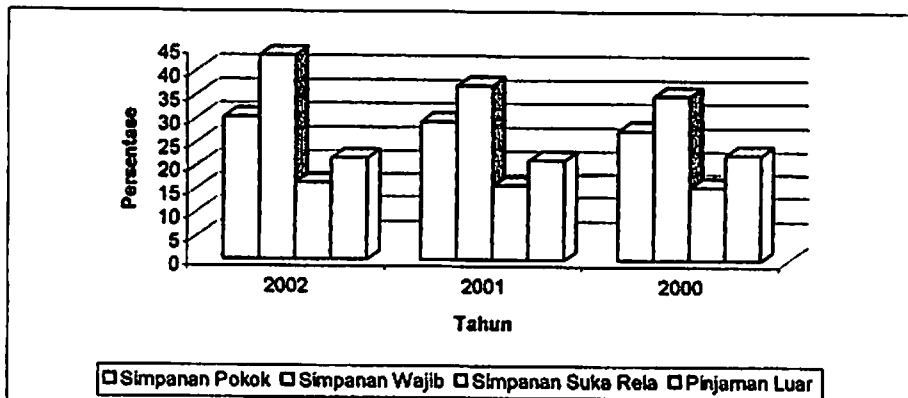
#### D. Keuangan

Aspek keuangan mencakup administrasi keuangan, modal usaha, profitabilitas, likuiditas, kolektibilitas, dan solvabilitas.

Sebanyak 98,4 % dari 60 sampel unit serba usaha melakukan pencatatan keuangan secara rutin.

Komposisi modal usaha unit serba usaha selama tiga tahun terakhir adalah, sbb:

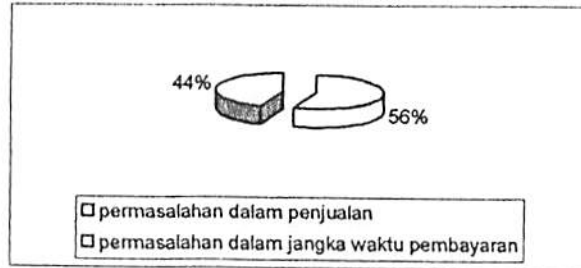
**Gambar 5.82**  
**Komposisi Modal Usaha Unit Serba Usaha**



Sumber: data hasil survey, diolah

Unit serba usaha dalam melunasi pinjaman jangka panjangnya tidak mengalami kesulitan atau dari 75%, sedangkan 25% koperasi masih sering mengalami kesulitan. Kesulitan untuk melunasi pinjaman tersebut disebabkan oleh pengelolaan pinjaman yang tidak tepat, seperti yang terlihat pada gambar 5.83

**Gambar 5.83**  
**Faktor Yang Menyebabkan Koperasi Serba Usaha Kesulitan Dalam Melunasi Pinjaman**

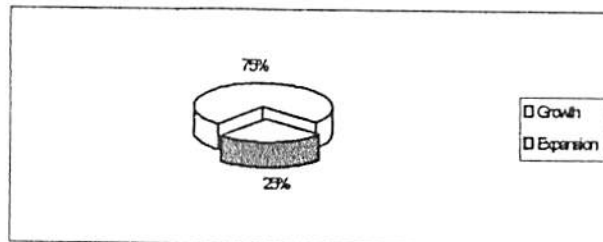


Sumber: data hasil survey, diolah

#### E. Investasi

Pengembangan investasi yang diminati koperasi simpan pinjam dari 75% koperasi memilih investasi bagi pengembangan usaha yang lama (*Growth*), dan 25% lainnya lebih memilih investasi pada perluasan kejenis usaha yang lain (*expansion*). Lihat gambar 5.84

**Gambar 5.84**  
**Investasi Kedepan Unit Serba Usaha**



Sumber: data hasil survey, diolah

Pilihan tersebut berdasarkan beberapa faktor yang dapat diurutkan, sebagai berikut: potensi pasar (usaha lama/usaha baru) masih besar, ketersediaan dana, tingkat pengetahuan dan ketrampilan, tingkat pengembalian modal yang cepat, tingkat resiko lebih kecil dan kemudahan perijinan dan prosedur.

### 5.2.4.2. Unit Simpan Pinjam

#### A. Penghimpunan Dana

Secara garis besar unit simpan pinjam memiliki dua jenis sumber dana, yakni sumber dana internal (simpanan anggota dan laba ditahan) dan sumber dana eksternal (pinjaman bank dan pihak ketiga lainnya). Data Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 21,3 % responden menyatakan tidak memiliki dana yang cukup untuk memenuhi kebutuhan kredit yang diajukan. Faktor yang menyebabkan ketidacukupan tersebut di karenakan 75 % koperasi mengalami kesulitan dalam memperoleh tambahan dana dari pihak luar, 25 % koperasi mengalami kesulitan dalam memperoleh tambahan dana dari sumber internal. Uraian yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.35 dibawah ini.

**Tabel 5.35**  
**Kesulitan Permodalan Koperasi Unit Simpan Pinjam (n=8)**

No	Kesulitan Permodalan	Frekuensi	Persen
1	Kesulitan memperoleh tambahan dana dari luar	6	75
2	Kesulitan memperoleh tambahan dana internal	2	25
	Total	8	100

Sumber : data hasil survey, diolah.

Jaringan kerja dengan berbagai sumber dana merupakan hal yang penting bagi eksistensi dan pengembangan unit usaha simpan pinjam, terutama berkaitan dengan ketersediaan dana. Unit usaha simpan pinjam yang menjadi responden menyatakan bahwa 23,4 % koperasi ternyata tidak memiliki jaringan kerja yang cukup dengan berbagai sumber dana. Apabila ditelusuri lebih jauh, Hal tersebut disebabkan karena minimnya informasi yang dimiliki koperasi mengenai sumber dana (50 %), tenaga-tenaga yang dimiliki koperasi tidak mempunyai keahlian dalam membangun jaringan dengan sumber dana (20 %) dan faktor lainnya (30 %). Uraian yang lebih lengkap dapat dilihat pada 5.36 dibawah ini.

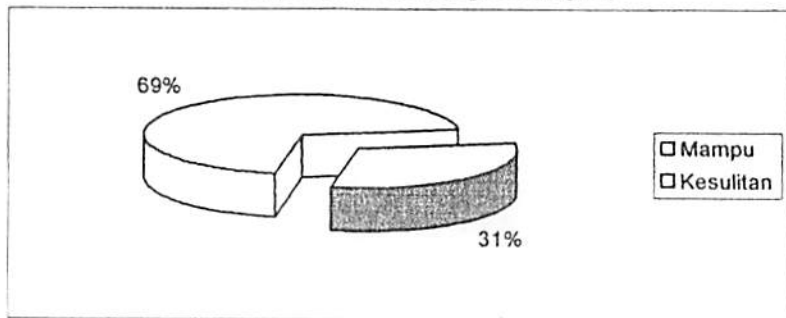
**Tabel 5.36**  
**Faktor Penyebab Kurangnya Jaringan Kerja**  
**Dengan Berbagai Sumber Dana**

No	Faktor Penyebab	Frekuensi	Persen
1	Minimnya informasi sumber dana	5	50
2	Tidak bisa membangun jaringan kerja dg sumber dana	2	20
3	Lainnya	3	30
Total		10	100

Sumber : data hasil survey, diolah.

Kemampuan dalam memahami prosedur pengajuan kredit merupakan hal penting dalam pengajuan tambahan dana ke sumber eksternal. Kemampuan ini meliputi: penyusunan proposal, pemenuhan persyaratan dan tahapan pengurusan pinjaman. Data hasil survei menunjukkan bahwa unit simpan pinjam yang telah memahami prosedur pengajuan dana sebanyak 69 % dan kelompok yang tidak memahami prosedur pengajuan dana sebanyak 31 % responden. Secara grafik, hal ini dapat dilihat pada gambar 5. 85 berikut ini.

**Gambar 5. 85**  
**Kemampuan Dalam Mengajukan Pinjaman Ke Pihak Ketiga**  
**Koperasi Unit Simpan Pinjam**



Sumber: data hasil survey, diolah

Ada beberapa faktor yang menyebabkan ketidakmampuan tersebut, antara lain: unit simpan pinjam belum memerlukan tambahan dana dari pihak luar (16,7 % responden), prosedur dan syarat pengajuan dana terlalu sulit dan berat (50 %) dan faktor lainnya (33,3 %). Uraian yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.37 berikut ini.

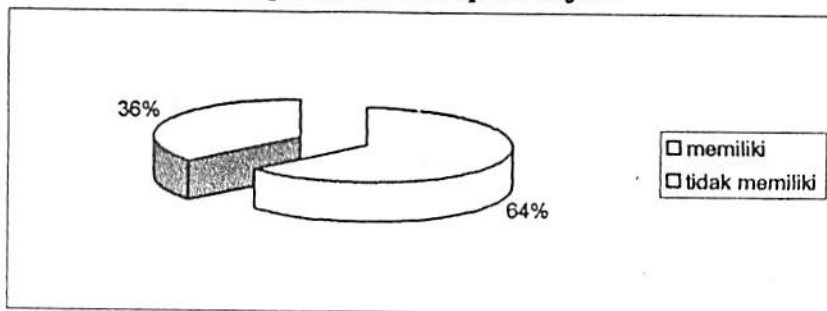
**Tabel 5.37**  
**Alasan Tidak Melakukan Pengajuan Dana**  
**Koperasi Unit Simpan Pinjam**

No	Alasan Tidak Melakukan Pengajuan Dana	Frekuensi	Persen
1	Belum memerlukan tambahan dana dari luar	1	16,7
2	Syarat pengajuan terlalu berat	3	50
3	Lainnya	2	33,3
Total		6	100

Sumber : data hasil survey, diolah.

Kepemilikan aset dengan nilai yang bisa diagunkan merupakan faktor penting ketika unit simpan pinjam akan mengajukan pinjaman kepihak ketiga, terutama pengajuan dana dengan pihak bank. Data hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 64 % responden memiliki aset yang bisa dijaminkan dan 36 % responden tidak memiliki aset yang dapat dijaminkan apabila membutuhkan dana dari sumber eksternal. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5. 86 berikut ini.

**Gambar 5. 86**  
**Kepemilikan Aset Yang Bisa Dijaminkan**  
**Koperasi Unit Simpan Pinjam**



Sumber: data hasil survey, diolah

Ada beberapa faktor yang menyebabkan mengapa beberapa kelompok unit simpan pinjam tidak memiliki aset yang bisa dijaminkan, antara lain: aset koperasi merupakan milik anggota secara bersama-sama sehingga tidak bisa dijaminkan (64,7 % responden), nilai aset terlalu kecil (29,4 % responden), dan faktor lainnya (5,9 % responden ). Uraian yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.38 berikut ini.



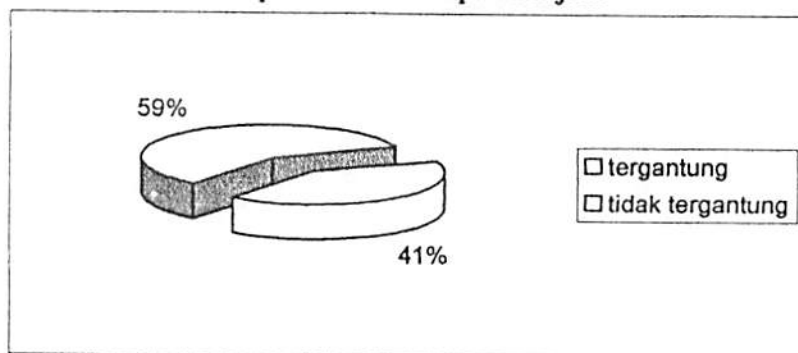
**Tabel 5.38**  
**Kepemilikan Aset Koperasi Unit Simpan Pinjam**  
**(n=17)**

No	Kepemilikan Aset	Frekuensi	Persen
1	Aset merupakan milik bersama	11	64,7
2	Nilai aset terlalu kecil	5	29,4
3	Lainnya	1	5,9
	Total	17	100

Sumber : data hasil survey, diolah.

Ketidakbergantungan pada salah satu sumber dana akan memudahkan koperasi dalam melakukan efisiensi biaya modal. Data hasil survei menunjukkan Sebanyak 59 % kelompok responden memiliki ketidakbergantungan pada salah satu sumber dana dan 41 % lainnya memiliki ketergantungan yang tinggi pada salah satu sumber dana. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5. 87 berikut ini.

**Gambar 5. 87**  
**Kebergantungan Pada Salah Satu Sumber Dana**  
**Koperasi Unit Simpan Pinjam**



Sumber: data hasil survey, diolah

Penelusuran lebih lanjut menunjukkan bahwa ketergantungan tersebut antara lain pada: sumber dana internal (42,9 % responden ), sumber dana eksternal non-pemerintah (35,7 % responden) dan sumber dana eksternal yang berasal dari bantuan pemerintah (21,4 % responden). Uraian yang lebih lengkap dapat dilihat pada tabel 5.39 berikut ini.

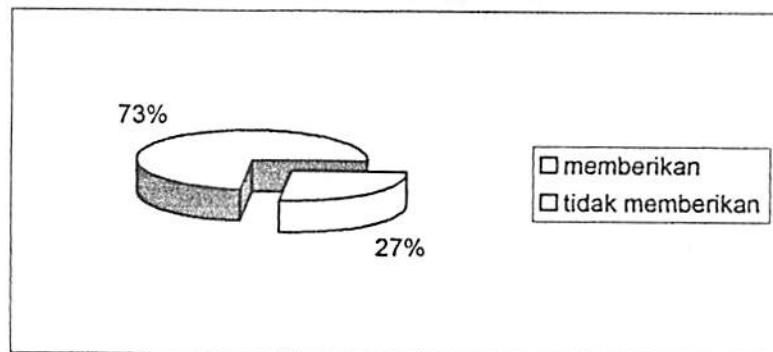
**Tabel 5.39**  
**Sumber Dana Koperasi Unit Simpan Pinjam**

No	Sumber Dana	Frekuensi	Persen
1	Sumber internal	6	42,9
2	Sumber eksternal non-pemerintah	5	35,7
3	Bantuan pemerintah	3	21,4
	Total	14	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Hal yang sangat diharapkan responden unit simpan pinjam adalah peran pemerintah dalam memberikan bantuan informasi sumber dana. Data hasil survei menunjukkan bahwa 73 % responden belum merasakan bantuan pemerintah dan 27 % lainnya telah merasakan bantuan pemerintah. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5. 88 berikut ini.

**Gambar 5. 88**  
**Peran Pemerintah Dalam Memberikan Informasi Sumber Dana**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kelompok responden yang telah menerima bantuan pemerintah (27 %) menyatakan bahwa bantuan yang telah mereka terima antara lain: membuat program bapak-anak asuh dengan perusahaan besar (23,5 % responden), kebijakan kredit yang khusus diperuntukkan bagi koperasi (70,6 % responden) dan bantuan lainnya (5,9 % responden).

### B. Penyaluran Dana

Penyaluran dana merupakan faktor penting bagi profitabilitas unit simpan pinjam. Sebab, dari penyaluran dana koperasi akan memperoleh pendapatan dan keuntungan, sedangkan dari sisi pencarian sumber dana

koperasi harus melakukan efisiensi biaya modal. Aspek penyaluran dana di dalam unit simpan pinjam mencakup biaya bunga, dan penyaluran kredit.

Sebagai unit ekonomi yang membantu perkembangan sektor ekonomi rakyat, unit simpan pinjam dituntut untuk fleksibel dalam membebaskan biaya pinjaman pada nasabah. Ada beberapa sistem cara yang dapat digunakan dalam membebaskan biaya pinjaman, antara lain: sistem yang digunakan koperasi simpan pinjam dalam membebaskan biaya atas pinjaman, antara lain sistem bunga (87,2 % responden), sistem bagi hasil (10,6 % responden) dan cara lainnya (2,1 % responden). Uraian yang lebih rinci dapat dilihat pada tabel 5.40 berikut ini.

**Tabel 5.40**

**Sistem Yang Digunakan Dalam Membebaskan Biaya Pinjaman**

No	Jenis Biaya Pinjaman	Frekuensi	Persen
1	Sistem Bunga	41	87,2
2	Sistem Bagi Hasil	5	10,6
3	Lainnya	1	2,1
	Total	47	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Ada beberapa faktor yang digunakan sebagai dasar penetapan biaya kredit, antara lain: Jangka waktu kredit (85,1 % responden), tujuan penggunaan kredit (8,5 % responden) dan dan pertimbangan lainnya (6,4 % responden). Uraian yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.41 berikut :

**Tabel 5.41**

**Dasar Penetapan Biaya Kredit  
Koperasi Unit Simpan Pinjam**

No	Dasar penetapan biaya kredit	Frekuensi	Persen
1	Jangka waktu kredit	40	85,1
2	Tujuan kredit	4	8,5
3	Lainnya	3	6,4
	Total	47	100

Sumber : data hasil survey, diolah.

Berdasarkan jenis penggunaan kredit ke responden, penyaluran kredit koperasi dapat dibagi menjadi: pembiayaan investasi baru (23,4 % responden), perluasan usaha (27,7 % responden), penggantian fasilitas produksi (2,1 % responden), tambahan modal kerja (40,4 % responden) dan penggunaan lainnya (6,4 % responden). Uraian yang lebih jelas dapat dilihat pada tabel 5.42 dibawah ini.

**Tabel 5.42**  
**Penggunaan Kredit Produktif**  
**Unit Simpan Pinjam**

No	Penggunaan Kredit Produktif	Frekuensi	Persen
1	Investasi baru	11	23,4
2	Perluasan usaha	13	27,7
3	Penggantian fasilitas produksi	1	2,1
4	Tambahan modal kerja	19	40,4
5	Lainnya	3	6,4
Total		47	100

Sumber: data hasil survey, diolah

### C. Pemasaran

Promosi merupakan hal penting dalam pemasaran. Data hasil survey menunjukkan bahwa: 70,2 % responden belum melakukan promosi dan 29,8 % sisanya sudah melakukan promosi. Adapun faktor penyebab mengapa responden belum melakukan promosi adalah: biaya promosi terlalu mahal (11,8 % responden), promosi belum diperlukan (76,5 % responden), tidak mengetahui cara berpromosi (2,9 % responden) dan faktor lainnya (8,8 % responden). Hal ini dapat dilihat pada tabel 5.43

**Tabel 5.43**  
**Penyebab Koperasi Tidak Melakukan Promosi**  
**Koperasi Unit Simpan Pinjam (n=34)**

No	Penyebab tidak melakukan promosi	Frekuensi	Persen
1	Biaya promosi terlalu mahal	4	11,8
2	Promosi belum diperlukan	26	76,5
3	Tidak mengetahui cara promosi	1	2,9
4	Lainnya	3	8,8
Total		34	100

Sumber: data hasil survey, diolah

Kelompok responden yang telah melakukan promosi menyatakan bahwa promosi mereka lakukan melalui berbagai media, antara lain: brosur/leaflet (17 % responden) dan media lainnya (10,6 % responden). Tabel 5.44 dibawah akan menjelaskan media promosi yang digunakan.

**Tabel 5.44**  
**Media Promosi Yang Sering Digunakan**  
**Koperasi Simpan Pinjam (n=13)**

No	Media promosi	Frekuensi	Persen
1	Brosur/booklet	8	17
2	Lainnya	5	10,6
Total		13	27,7

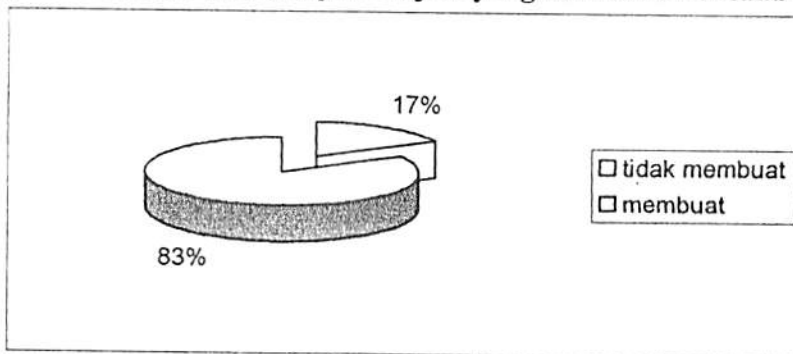
Sumber: data hasil survey, diolah

#### D. Organisasi Dan Sumber Daya Manusia

Aspek Organisasi meliputi: penyusunan rencana kerja, pengawasan pengurus oleh pengawas, pelaksanaan rapat anggota dan hal-hal yang diputuskan dalam rapat anggota. Aspek sumber daya manusia mencakup: pelatihan bagi pengurus dan pengawas.

Rencana kerja merupakan hal penting bagi kelancaran usaha koperasi. Data hasil survey menunjukkan bahwa: 83 % responden telah membuat rencana kerja secara rutin dan 17 % sisanya belum membuat rencana kerja uraian yang lebih lengkap dapat dilihat pada gambar 5. 99

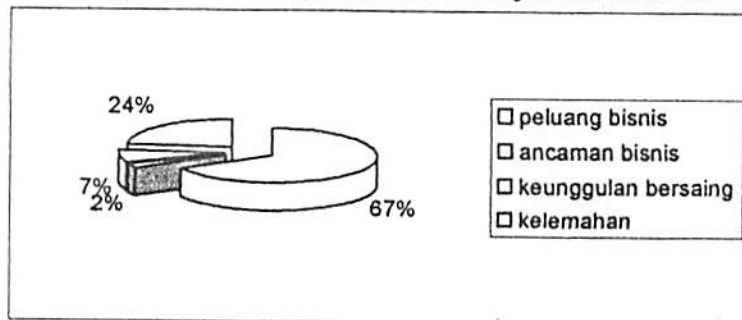
**Gambar 5.89**  
**Proporsi Koperasi Unit Simpan Pinjam yang Membuat Rencana Kerja**



Sumber: data hasil survey, diolah

Faktor-faktor SWOT (strength, weakness, opportunity dan threatness) merupakan hal-hal yang sering diperhatikan pengurus dalam menyusun rencana kerja. Data hasil survei menunjukkan bahwa pertimbangan yang digunakan responden dalam menyusun rencana kerja adalah: peluang bisnis (67 % responden), ancaman bisnis (2 % responden), keunggulan bersaing (7 % responden) dan kelemahan (24 % responden). Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5. 90 berikut ini.

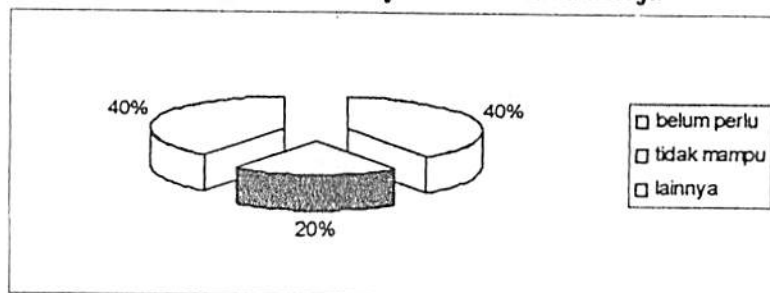
**Gambar 5. 90**  
**Hal-Hal Yang Dipertimbangkan Dalam Penyusunan Rencana Kerja**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kelompok responden yang belum menyusun rencana kerja, menjelaskan bahwa alasan yang menyebabkan mengapa mereka belum menyusun rencana kerja adalah: penyusunan rencana kerja belum diperlukan (40 % responden), pengurus tidak memiliki keahlian/kemampuan untuk menyusun rencana kerja (20 % responden) dan faktor lainnya (40 % responden). Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5. 91 berikut ini.

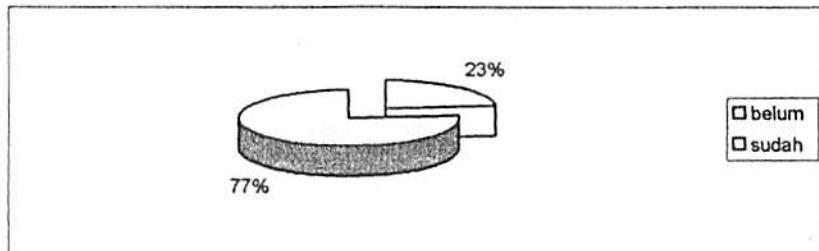
**Gambar 5. 91**  
**Alasan Belum Menyusun Rencana Kerja**



Sumber: data hasil survey, diolah

Pengawasan merupakan salah satu prinsip organisasi, yang harus ada agar arah perkembangan organisasi sesuai dengan visi dan misinya. Agar perkembangan koperasi sesuai dengan misinya sebagai soko guru perekonomian rakyat tanpa mengabaikan profitabilitasnya, maka koperasi harus memiliki unsur pengawasan. Hasil survei menunjukkan 77 % responden menyatakan telah melaksanakan prinsip pengawasan dan 23 % sisanya belum melakukan pengawasan. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5. 92 berikut ini.

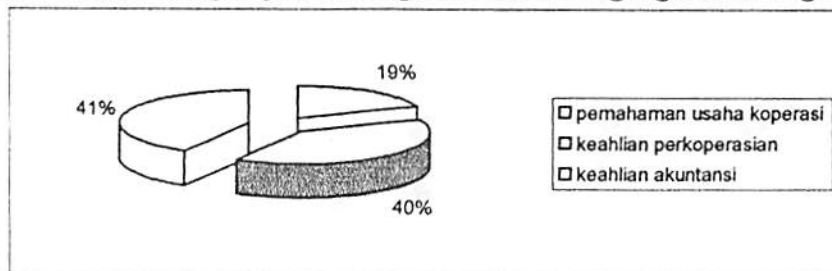
**Gambar 5. 92**  
**Pelaksanaan Kontrol Pengawas Terhadap Pengurus**



Sumber: data hasil survey, diolah

Agar kontrol pengawas terhadap pengurus dapat berjalan efektif, maka ada pertimbangan keahlian dalam pengangkatan pengawas. Data yang diperoleh dari hasil survei menunjukkan pertimbangan yang digunakan dalam pengangkatan pengawas adalah: keahlian akuntansi (41 % responden), keahlian perkoperasian (40 % responden) dan pemahaman usaha koperasi (19 % responden). Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5. 93 dibawah ini.

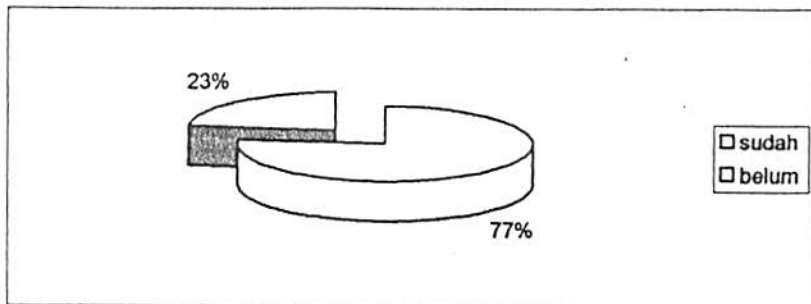
**Gambar 5.93**  
**Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Pengangkatan Pengawas**



Sumber: data hasil survey, diolah

Agar pelaksanaan pekerjaan dapat berjalan efektif, maka salah satu syaratnya adalah pembagian kerja. Prinsip pembagian kerja adalah menempatkan orang yang tepat pada bagian yang tepat. Data yang diperoleh dari survei lapangan menunjukkan bahwa 77 % responden telah melakukan pembagian kerja dan 23 % sisanya belum melaksanakannya. Hal ini dapat dilihat pada gambar 5.94 dibawah ini.

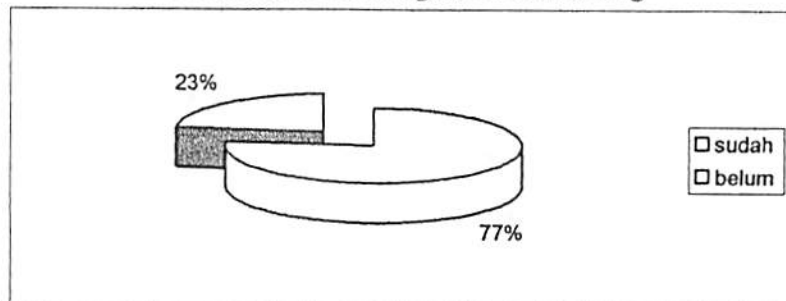
**Gambar 5.94**  
**Pelaksanaan Pembagian Kerja**



Sumber: data hasil survey, diolah

Pemimpin tidak selamanya akan mampu menangani semua hal, oleh karena itu muncul prinsip pendelegasian wewenang oleh pemimpin kepada bawahan. Berikut ini gambaran pelaksanaan pendelegasian wewenang pada koperasi unit simpan pinjam, lihat gambar 5.95

**Gambar 5.95**  
**Pelaksanaan Pendelegasian Wewenang**



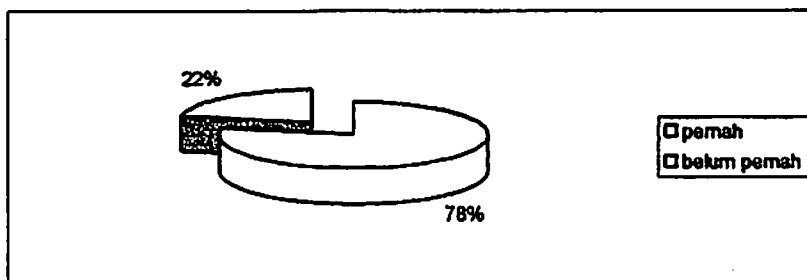
Sumber: data hasil survey, diolah

Dari gambar diatas terlihat bahwa 77 % responden telah melaksanakan pendelegasian wewenang dan 23 % sisanya belum melaksanakannya.



Pelatihan merupakan faktor penting dalam mempertahankan dan meningkatkan kemampuan kerja. Data hasil survei menunjukkan bahwa 78 % responden menyatakan pernah mengikuti pelatihan dan 22 % sisanya belum pernah mengikuti pelatihan. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.96 berikut ini.

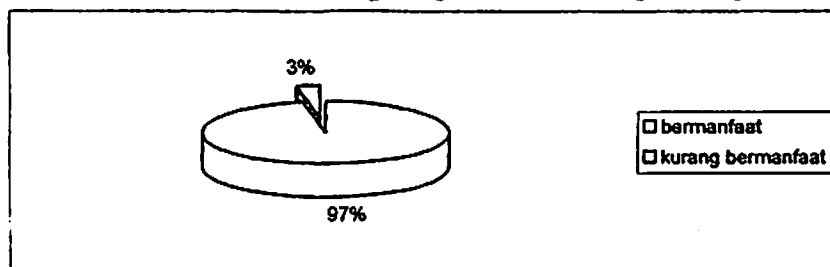
**Gambar 5.96**  
**Keikutsertaan Dalam Pelatihan**



Sumber: data hasil survey, diolah

Pemberian pelatihan yang berhasil guna dan bermanfaat akan sangat berguna bagi perkembangan usaha simpan pinjam. Data hasil survei menunjukkan bahwa 97 % responden menyatakan pelatihan yang mereka peroleh bermanfaat bagi perkembangan usaha dan 3 % sisanya mengatakan kurang bermanfaat. Kelompok yang menyatakan pelatihan kurang bermanfaat beralasan bahwa pelatihan yang diberikan tidak berkesinambungan. Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5.97

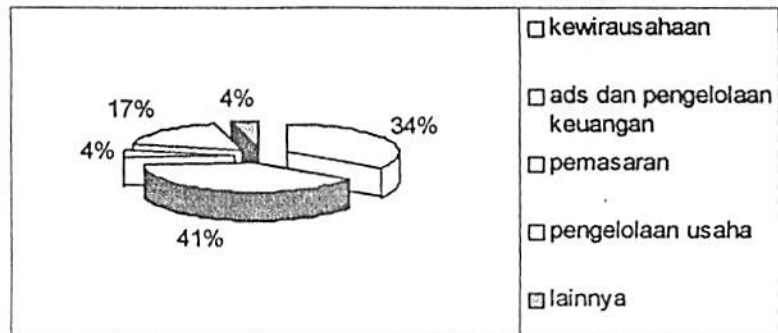
**Gambar 5.97**  
**Manfaat Pelatihan Bagi Koperasi Unit Simpan Pinjam**



Sumber: data hasil survey, diolah

Kesesuaian materi pelatihan dengan permasalahan dilapangan merupakan faktor yang harus diperhatikan agar pelatihan yang diberikan dapat memberikan manfaat. Oleh karena itu pemberi pelatihan harus selalu meminta pendapat pelaku unit simpan pinjam mengenai materi pelatihan apa yang dibutuhkan. Data hasil survey menunjukkan bahwa responden menginginkan pelatihan: administrasi dan pengelolaan keuangan (41 %), kewirausahaan (34 %), pengelolaan usaha (17 %), pemasaran (4 %) dan materi lainnya (4 %). Gambaran yang lebih jelas dapat dilihat pada gambar 5. 98 berikut ini.

**Gambar 5. 98**  
**Materi Pelatihan Yang Diharapkan**



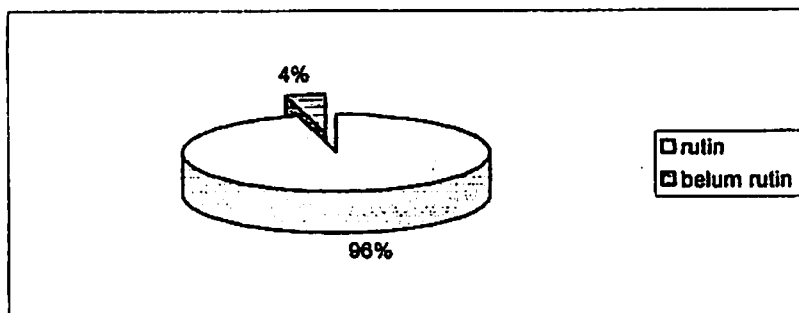
Sumber: data hasil survey, diolah

#### E. Keuangan

Aspek keuangan mencakup administrasi keuangan, komposisi modal usaha, kemampuan menyalurkan kredit dan memperoleh keuntungan (profitabilitas), kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek (likuiditas), kemampuan menagih kredit (kolektibilitas) dan kemampuan melunasi pinjaman jangka panjang (solvabilitas).

Pengelolaan keuangan yang bagus berawal dari ketertiban dalam pencatatan keuangan. Sebab, pengelolaan keuangan yang bagus mensyaratkan ketepatan informasi keuangan yang hanya terpenuhi bila pencatatan keuangan dilakukan secara tertib. Data hasil survey dilapangan menunjukkan 96 % responden menyatakan mereka telah melakukan pencatatan keuangan secara rutin dan 4 % sisanya belum melaksanakan pencatatan keuangan secara ruitn. Hal ini dapat dilihat pada gambar 5.99 berikut ini.

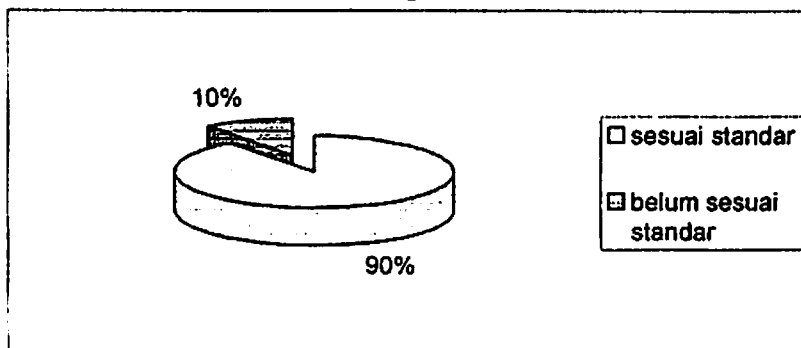
**Gambar 5.99**  
**Pelaksanaan Pencatatan Keuangan**



Sumber: data hasil survey, diolah

Informasi keuangan akan dapat terbaca oleh semua kalangan tanpa menimbulkan *misleading information* apabila laporan keuangan disusun sesuai standar. Data hasil survei menunjukkan 90 % responden telah melaksanakan pencatatan keuangan sesuai standar dan 10 % sisanya belum melaksanakan.

**Gambar 5.100**  
**Pencatatan Keuangan Sesuai Standar**



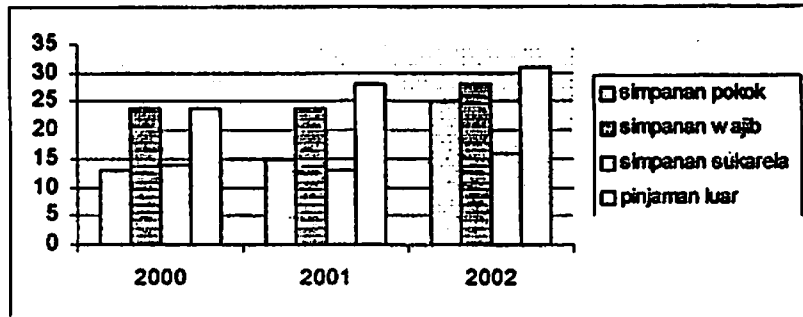
Sumber: data hasil survey, diolah

Administrasi keuangan dari 95,7 % koperasi simpan pinjam selalu melakukan pencatatan keuangan secara rutin. 93,7 % koperasi melakukan pencatatan dan pelaporan keuangan dalam usaha koperasi sangat baik dan tersusun dengan baik, sesuai dengan standar sistem pencatatan.

Komposisi modal menunjukkan persentase beberapa sumber dana yang digunakan oleh unit simpan pinjam dalam mendanai operasinya. Gambar 5.101 menunjukkan rata-rata komposisi modal responden unit simpan pinjam. Terlihat rata-rata simpanan pokok sebesar 25 %, simpanan

wajib sebesar 27 %, simpanan sukarela sebesar 16 % dan pinjaman luar 31 %. Komposisi modal usaha unit serba usaha selama tiga tahun terakhir adalah, sebagai berikut :

**Gambar 5. 101**  
**Komposisi Modal Koperasi Unit Simpan Pinjam**



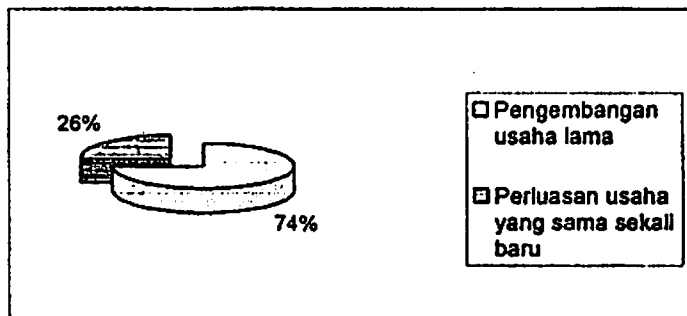
Sumber: data hasil survey, diolah

Koperasi simpan pinjam dalam melunasi pinjaman jangka panjangnya dari 47 responden 70,2% diantaranya tidak mengalami kesulitan, sedangkan 29,8% koperasi masih sering mengalami kesulitan. Kesulitan untuk melunasi pinjaman tersebut disebabkan oleh pengelolaan pinjaman yang tidak tepat.

**F. Investasi**

Pengembangan investasi yang diminati koperasi simpan pinjam dari 74% koperasi memilih investasi bagi pengembangan usaha yang lama (*growth*), dan 26% lainnya lebih memilih investasi pada perluasan kejenis usaha yang lain (*expansion*). Lihat gambar 5.102

**Gambar 5.102**  
**Investasi Kedepan Koperasi Unit Simpan Pinjam**



Sumber: data hasil survey, diolah

### 5.3. Analisis Hasil Survey

#### 5.3.1. Analisis Faktor

Hasil penyederhanaan faktor dalam matrik faktor memperlihatkan hubungan antara faktor dengan indikator individual. Di dalam faktor-faktor tersebut terdapat banyak indikator yang berkorelasi hingga sulit diinterpretasikan. Dengan menggunakan rotasi matrik, matrik faktor ditransformasikan menjadi matrik yang lebih sederhana, sehingga mudah diinterpretasikan. Rotasi yang digunakan adalah rotasi varimax yang dipilih karena hasil pengelompokan mudah dianalisis dan bersifat orthogonal yaitu faktor satu dengan yang lain diharapkan tidak berkorelasi.

##### 5.3.1.1 Analisis Faktor Industri Kecil

###### A. Hasil Analisis Rotasi Faktor Industri Kecil

Tabel 5.45 menggambarkan pengelompokan indikator-indikator perkembangan industri kecil ke dalam 6 faktor bentukan hasil analisis faktor. Keenam faktor tersebut dapat dijelaskan oleh indikator yang mendasari sebagai berikut:

**TABEL 5.45**  
**Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax**  
**Industri Kecil**

Nama Faktor % of Variance	Cum % of Var	Atribut yang masuk dalam faktor	Faktor Loading	Eigen Value
Faktor 1 12,151	12,151	Mengetahui peluang pasar	0,741	6,926
		Pemisahan keuangan pribadi-bisnis	0,696	
		Akses informasi pasar	0,670	
		Deskripsi pekerjaan	0,657	
		Ketertiban administrasi keuangan	0,645	
		Pengawasan kualitas bahan baku dan produksi	0,620	
		Produktifitas tenaga kerja	0,608	
		Pemantauan harga pesaing	0,566	
		Aktifitas promosi	0,553	
		Penjualan pro aktif	0,535	
Faktor 2 8,182	20,333	Pelaksanaan inovasi	0,503	4,664
		Konsisten melaksanakan rencana, strategi, program pemasaran	0,706	
		Lokasi mendukung perolehan tenaga kerja	0,602	
		Kemampuan menganalisis informasi pasar	0,589	
		Mampu membuat rencana, strategi, program pemasaran	0,569	

		Pemantauan preferensi dan selera konsumen	0,546	
		Lokasi mendukung perolehan bahan baku	0,502	
Faktor 3	28,043	Peran pemerintah dalam menyediakan sarana, prasarana, dan infrastruktur investasi	0,726	4,395
7,710		Peran pemerintah dalam meningkatkan hasil proses produksi	0,709	
		Peran pemerintah dalam membantu ekspor	0,666	
		Peran pemerintah dalam membantu pemasaran produk	0,610	
		Peran pemerintah dalam mendirikan sentra industri	0,590	
		Peran pemerintah dalam membantu kesulitan memperoleh pinjaman jangka panjang	0,550	
		Peran pemerintah dalam memberikan peluang investasi baru	0,542	
		Peran pemerintah dalam membantu pengawasan kualitas	0,537	
Faktor 4	35,295	Peran pemerintah dalam memperoleh kepemilikan merk sendiri	0,786	4,133
7,252		Peran pemerintah dalam membantu penguasaan pasar	0,667	
		Pemerintah dalam membantu inovasi	0,653	
		Pendelegasian wewenang	0,559	
		Turn over tenaga kerja	-0,530	
Faktor 5	41,930	Kemampuan mengembalikan utang jangka pendek	0,704	3,782
6,635		Kemampuan membayar pinjaman jangka panjang	0,612	
		Ketersediaan bahan baku	0,573	
		Penyimpangan standar produksi	0,524	
		Peran pemerintah dalam membantu promosi	-0,564	
		Peran pemerintah dalam mengenalkan bahan baku alternatif	-0,575	
Faktor 6	46,904	Ketersediaan bahan pengganti	0,618	2,836
4,975		Sarana, prasarana, dan infrastruktur investasi	0,597	

a. Faktor 1

Faktor 1 merupakan faktor dominan yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri kecil. Dari tabel 6.1 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 6,926 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 12,151. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 11 indikator.

**b. Faktor 2**

Faktor 2 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri kecil. Dari tabel 6.1 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 4,664 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 8,182%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 6 indikator.

**c. Faktor 3**

Faktor 3 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri kecil. Dari tabel 5.45 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 4,395 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 7,710%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 8 indikator.

**d. Faktor 4**

Faktor 4 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri kecil. Dari tabel 5.45 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 4,133 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 7,252%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 5 indikator.

**e. Faktor 5**

Faktor 5 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri kecil. Dari tabel 5.45 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 3,782 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 6,635%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 6 faktor.

**f. Faktor 6**

Faktor 6 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri kecil. Dari tabel 5.45 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 2,836 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 4,975%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 6 faktor.

### 5.3.1.2. Analisis Faktor Industri Menengah

#### A. Hasil Analisis Rotasi Faktor Industri Menengah

Tabel 5.46 menggambarkan pengelompokan indikator-indikator perkembangan industri menengah ke dalam 6 faktor bentukan hasil analisis faktor. Keenam faktor tersebut dapat dijelaskan oleh indikator yang mendasari sebagai berikut:

**TABEL 5.46**  
**Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax**  
**Industri Menengah**

Nama Faktor % of Variance	Cum % of Var	Atribut yang masuk dalam faktor	Faktor Loading	Eigen Value
Faktor 1  27,104	27,104	Ancaman kompetitor luar	0,951	16,804
		Ketergantungan pemasok bahan baku negeri		
		Kemampuan membayar utang jangka pendek	0,948	
		Kesulitan dalam distribusi produk	0,936	
		Lokasi mendukung perolehan bahan	0,932	
		Kemampuan menganalisis informasi pasar	0,894	
		Mampu membuat rencana, strategi, dan program pemasaran	0,889	
		Pengawasan kualitas bahan baku dan produksi	0,873	
		Pemantauan preferensi dan selera konsumen	0,857	
		Kemampuan membayar pinjaman jangka panjang	0,830	
		Akses informasi pasar	0,808	
		Pelaksanaan inovasi	0,780	
		Aktifitas promosi	0,718	
		Sarana, prasarana, dan infrastruktur investasi	0,699	
		Ketertiban administrasi keuangan	0,690	
		Pemisahan keuangan pribadi-bisnis	0,690	
		Ancaman kompetitor dalam negeri	0,670	
		Mengetahui peluang pasar	0,612	
		Lokasi mendukung perolehan tenaga kerja	0,607	
		Kaji ulang proses produksi	-0,508	
Peran pemerintah dalam mengenalkan bahan baku alternatif	-0,538			
Pendelegasian wewenang	-0,984			
Faktor 2  19,915	47,019	Peran pemerintah dalam menyediakan sarana, prasarana, & infrastruktur investasi	0,931	12,347
		Peran pemerintah dalam membantu ekspor	0,872	
		Peran pemerintah dalam membantu	0,839	



		kesulitan memperoleh pinjaman jangka panjang		
		Peran pemerintah dalam mendirikan sentra industri	0,798	
		Manfaat pelatihan kewirausahaan	0,737	
		Peran pemerintah dalam memberikan peluang investasi baru	0,725	
		Keikutsertaan pelatihan bagi pemilik	0,722	
		Peran pemerintah dalam membantu ketersediaan bahan baku	0,665	
		Peran pemerintah dalam membantu meningkatkan kualitas tenaga kerja	0,641	
		Peran pemerintah dalam membantu pemasaran produk	0,585	
		Peran pemerintah dalam membantu promosi	0,525	
		Kemampuan menagih piutang	-0,720	
		Peran pemerintah dalam membantu penguasaan pasar	-0,793	
		Ketersediaan bahan baku	-0,860	
		Peran pemerintah dalam mengenalkan bahan baku alternatif	-0,575	
<b>Faktor 3</b>	64,551	Perencanaan strategi dan program pemasaran	0,974	10,869
17,531		Standarisasi penyusunan laporan keuangan	0,921	
		Kekerapan penurunan penjualan	0,914	
		Ketergantungan pemasok bahan baku	0,859	
		Penjualan pro aktif	0,850	
		Kekerapan penumpukan produksi	0,842	
		Penyimpangan standar produksi	0,829	
		Kesesuaian teknologi dengan proses produksi	0,657	
		Pemantauan harga pesaing	0,570	
		Keikutsertaan pelatihan bagi tenaga kerja	0,553	
		Lokasi mendukung pemasaran	0,517	
<b>Faktor 4</b>	77,978	Pengamatan inovasi baru	0,794	8,325
13,427		Deskripsi pekerjaan	0,740	
		Peran pemerintah dalam membantu kepemilikan merk sendiri	0,717	
		Manfaat pelatihan	0,617	
		Produktifitas tenaga kerja	0,503	
		Turn over tenaga kerja	-0,767	
		Kemampuan memperoleh pinjaman	-0,850	
		Elastisitas harga	-0,852	
<b>Faktor 5</b>	89,161	Ketersediaan bahan pengganti	0,953	6,934
11,184		Konsisten melaksanakan rencana, strategi, dan program pemasaran	0,808	

		Standar produksi	0,681	
		Perhatian teknis-strategis	-0,610	
		Peran pemerintah dalam membantu inovasi	-0,886	
Faktor 6 10,839	100,000	Stabilitas harga	0,650	6,720
		Peran pemerintah dalam peningkatan hasil proses produksi	-0,899	
		Peran pemerintah dalam membantu pengawasan kualitas	-0,921	

### B. Interpretasi Faktor Untuk Industri Menengah

Dari hasil rotasi faktor dapat diperoleh 62 atribut yang tercakup ke dalam 6 faktor dimana kesemuanya mempunyai faktor *loading* lebih besar dari 0,50. Interpretasi faktor dilakukan dengan mengelompokkan indikator yang mempunyai faktor *loading* minimal 0,50.

Dari tabel 5.46 di atas, dapat dilihat 62 atribut semuanya mempunyai faktor *loading* > 0,50 yang tersebar pada 6 faktor dengan persentase varian 100%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa hasil analisis ini mampu menjelaskan faktor-faktor yang digunakan untuk mengukur indikator perkembangan industri menengah sebesar 100%. Ini berarti tidak ada faktor lain yang tidak termasuk dalam model. Interpretasi hasil berdasarkan *eigen value* dari setiap faktor dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Faktor 1

Faktor 1 merupakan faktor dominan yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri menengah. Dari tabel 5.46 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 16,804 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 27,104%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 21 indikator.

#### b. Faktor 2

Faktor 2 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri menengah. Dari tabel 5.46 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 12,347 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 17,531%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 15 indikator.

**c. Faktor 3**

Faktor 3 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri menengah. Dari tabel 5.46 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 10.869 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 17,531%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 11 indikator.

**d. Faktor 4**

Faktor 4 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri menengah. Dari tabel 5.46 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 8,325 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 13,427%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 8 indikator.

**e. Faktor 5**

Faktor 5 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri menengah. Dari tabel 5.46 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 6,934 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 11,184%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 5 indikator.

**f. Faktor 6**

Faktor 6 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya industri menengah. Dari tabel 5.46 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 6,720 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 10,834%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 3 indikator

### **5.3.1.3. Analisis Faktor Perdagangan**

#### **A. Hasil Analisis Rotasi Faktor Perdagangan**

Tabel 5.47 menggambarkan pengelompokan indikator-indikator perkembangan perdagangan ke dalam 5 faktor bentuk hasil analisis faktor. Kelima faktor tersebut dapat dijelaskan oleh indikator yang mendasari sebagai berikut:

**TABEL 5.47**  
**Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax**  
**Perdagangan**

Nama Faktor % of Variance	Cum % of Var	Atribut yang masuk dalam faktor	Faktor Loading	Eigen Value
Faktor 1 14,688	14,688	Kemampuan membayar pinjaman jangka panjang	0,839	4,553
		Ketertahuan permintaan pasar atas barang dagang	0,803	
		Turn over tenaga kerja	0,764	
		Kemudahan memperoleh pinjaman	0,703	
		Kekerapan penumpukan/kekurangan persediaan	0,698	
		Produktifitas tenaga kerja	0,673	
		kekerapan penurunan penjualan	0,563	
		Ketersediaan bahan pengganti	0,551	
Faktor 2 13,853	28,541	Peran pemerintah dalam membantu meningkatkan kualitas tenaga kerja	0,744	4,294
		Peran pemerintah dalam memberikan peluang investasi baru	0,688	
		Peran pemerintah dalam membantu ketersediaan pasokan barang dagang	0,670	
		Peran pemerintah dalam membantu kesulitan memperoleh pinjaman jangka pendek	0,659	
		Peran pemerintah dalam membantu promosi	0,641	
		Peran pemerintah dalam mendirikan sentra industri	0,627	
		Peran pemerintah dalam menyediakan sarana, prasarana, dan infrastruktur investasi	0,543	
		Kekerapan mendapat komplain	-0,565	
Faktor 3 10,193	38,734	Penjualan pro aktif	0,691	3,160
		Ketertiban administrasi keuangan	0,672	
		Pemisahan keuangan pribadi-bisnis	0,654	
		Lokasi mendukung pemasaran	0,500	
Faktor 4 8,311	47,045	Ketergantungan pemasok barang dagangan	0,857	2,576
		Ketersediaan barang dagangan	0,605	
Faktor 5 8,080	55,125	Keikutsertaan pelatihan bagi tenaga kerja	0,704	2,505
		Keikutsertaan pelatihan bagi pemilik	0,689	
		Aktifitas promosi	0,613	

### B. Interpretasi Faktor Untuk Perdagangan

Dari hasil rotasi faktor dapat diperoleh 25 atribut yang tercakup ke dalam 5 faktor dimana kesemuanya mempunyai faktor *loading* lebih besar dari 0,50. Interpretasi faktor dilakukan dengan mengelompokkan indikator yang mempunyai faktor *loading* minimal 0,50.

Dari tabel 5.47 di atas, dapat dilihat 25 atribut semuanya mempunyai faktor *loading* > 0,50 yang tersebar pada 5 faktor dengan persentase varian

100%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa hasil analisis ini mampu menjelaskan faktor-faktor yang digunakan untuk mengukur indikator perkembangan perdagangan sebesar 55,125%. Ini berarti tidak ada faktor lain yang tidak termasuk dalam model. Interpretasi hasil berdasarkan *eigen value* dari setiap faktor dapat dijelaskan sebagai berikut:

**a. Faktor 1**

Faktor 1 merupakan faktor dominan yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya perdagangan. Dari tabel 5.47 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 4,553 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 14,688%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 8 indikator.

**b. Faktor 2**

Faktor 2 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya perdagangan. Dari tabel 5.47 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 4,294 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 13,853%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 8 indikator.

**c. Faktor 3**

Faktor 3 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya perdagangan. Dari tabel 5.47 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 3,160 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 10,193%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 4 indikator.

**d. Faktor 4**

Faktor 4 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya perdagangan. Dari tabel 5.47 di atas, dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 2,576 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 18,311%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 2 indikator.

#### e. Faktor 5

Faktor 5 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya perdagangan. Dari tabel 5.47 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 2,505 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 8,080%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 3 indikator.

#### 5.3.1.4. Hasil Analisis Faktor Koperasi

Koperasi merupakan salah satu bentuk badan usaha yang memiliki beragam unit usaha. Secara garis besar, unit-unit usaha tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu: unit usaha yang bergerak di bidang perdagangan dan simpan pinjam. Kedua unit usaha tersebut (bidang perdagangan dan simpan pinjam) memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga indikator perkembangan yang menyusunnya pun juga berbeda. Oleh karena itu indikator perkembangan koperasi perlu dibedakan berdasarkan unit usahanya. Pada studi ini, unit usaha koperasi dibedakan menjadi dua yaitu unit usaha serba usaha (bergerak di bidang perdagangan) dan unit usaha simpan pinjam (bergerak di bidang penghimpunan dan penyaluran dana).

#### A. Unit Usaha Serba Usaha

##### a. Hasil Analisis

Tabel 5.48 menggambarkan pengelompokan indikator-indikator perkembangan koperasi unit usaha serba usaha ke dalam 5 faktor bentuk hasil analisis faktor. Kelima faktor tersebut dapat dijelaskan oleh indikator yang mendasari sebagai berikut.

**TABEL 5.48**  
**Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax**  
**Koperasi Unit Usaha Serba Usaha**

Nama Faktor % of Variance	Cum % of Var	Atribut yang masuk dalam faktor	Faktor Loading	Eigen Value
Faktor 1 24,897	24,897	Kontrol pengawas terhadap pengurus	0,769	7,121
		Pelatihan bagi karyawan koperasi	0,718	
		Manfaat pelatihan	0,717	
		Independensi pengawas	0,664	
		Penyusunan rencana kerja	0,584	

		Pencatatan keuangan secara rutin	0,568	
		Pelaksanaan rapat anggota secara rutin	0,541	
Faktor 2	43,750	Kesulitan dalam membayar kewajiban jangka pendek	0,725	5,510
18,853		Ketersediaan barang dagangan	0,606	
		Kesesuaian ketrampilan karyawan dengan kualifikasi pekerjaan	0,587	
		Kemudahan dalam memperoleh pinjaman jangka panjang	0,585	
		Pemasok kebutuhan barang dagangan	0,584	
		Kesesuaian jumlah karyawan dengan beban kerja	0,574	
		PP membantu mengatasi penurunan penjualan	-0,681	
Faktor 3	52,861	PP menyediakan sarana, prasarana dan infrastruktur investasi	0,766	4,568
9,111		PP membantu pengembangan pasar	0,694	
		PP membantu promosi	0,681	
		Kemampuan dalam menagih piutang penjualan	0,595	
		Penyusunan catatan keuangan sesuai standar	575	
		PP mendirikan sentra perdagangan	558	
Faktor 4	60,712	Aktivitas promosi	0,758	3,485
7,851		Kemampuan menghitung potensi pasar sasaran	0,727	
		Kepuasan pelanggan	0,721	
		Kemampuan melunasi pinjaman jangka panjang	0,601	
		PP membantu pengadaan barang dagangan	-0,572	
		Kepekaan permintaan terhadap perubahan harga	-0,671	
Faktor 5	66,808	Pembagian kerja	0,597	2,699
6,096		Pendelegasian wewenang	0,521	
		Stabilitas harga beli barang dagangan	-0,720	

#### b. Interpretasi Analisis

Dari hasil rotasi faktor dapat diperoleh 29 atribut yang tercakup ke dalam 5 Faktor dimana kesemuanya mempunyai faktor *loading* lebih besar dari 0,50. Interpretasi faktor dilakukan dengan mengelompokkan indikator yang mempunyai faktor *loading* minimal 0,50.

Dari tabel 5.48 di atas, dapat dilihat 29 atribut semuanya mempunyai faktor *loading*  $> 0,50$  yang tersebar pada 5 faktor dengan persentase varian 66,808%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa hasil analisis ini mampu menjelaskan faktor-faktor yang digunakan untuk mengukur indikator perkembangan koperasi unit serba usaha sebesar 66,808% sedangkan sisanya 33,192% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model. Interpretasi hasil berdasarkan *eigen value* dari setiap faktor dapat dijelaskan sebagai berikut:

**a. Faktor 1**

Faktor 1 merupakan faktor dominan yang digunakan sebagai indikator perkembangan koperasi, khususnya unit serba usaha. Dari tabel 5.48 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 7,121 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 24,897 %. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 7 indikator.

**b. Faktor 2**

Faktor 2 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan koperasi, khususnya unit usaha serba usaha. Dari tabel 5.48 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 5,510 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 18,853%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 7 indikator.

**c. Faktor 3**

Faktor 3 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan koperasi, khususnya unit usaha serba usaha. Dari tabel 5.48 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 4,485 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 9,111 %. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 6 indikator.

**d. Faktor 4**

Faktor 4 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan koperasi, khususnya unit usaha serba usaha. Dari tabel 5.48 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 3,485 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 7,851 %. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 6 indikator.



e. **Faktor 5**

Faktor 5 merupakan faktor yang digunakan sebagai indikator perkembangan koperasi, khususnya unit usaha serba usaha. Dari tabel 5.48 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* sebesar 2,699 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 6,096 %. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 3 indikator.

**B. Koperasi Unit Usaha Simpan Pinjam**

a. **Hasil Analisis**

Tabel 5.49 menggambarkan pengelompokan indikator-indikator perkembangan koperasi simpan pinjam ke dalam 5 faktor bentukan hasil analisis faktor. Kelima faktor tersebut dapat dijelaskan oleh indikator yang mendasari sebagai berikut:

**TABEL 5.49**  
**Hasil Analisis Faktor Dengan Rotasi Varimax**  
**Koperasi Unit Usaha Simpan Pinjam**

Nama Faktor % of Variance	Cum % of Var	Atribut yang masuk dalam faktor	Faktor Loading	Eigen Value
<b>Faktor 1</b> 24,897	24,897	Biaya pinjaman yang lebih murah	0,863	6,649
		Kesesuaian ketrampilan	0,855	
		Kontrol oleh pengawas	0,838	
		Independensi pengawas	0,829	
		Manfaat pelatihan	0,816	
		Kesulitan dalam menagih pinjaman	0,791	
		Kesesuaian jumlah karyawan dengan beban kerja	0,595	
<b>Faktor 2</b> 18,853	43,750	Jaringan kerja dengan sumber dana	0,831	5,303
		Ketersediaan dana	0,794	
		Ketergantungan pada sumber dana	0,635	
		Susunan laporan keuangan sesuai standar	0,628	
		Pencatatan keuangan secara rutin	0,624	
		Memahami cara pengajuan kredit	0,618	
		Kesederhanaan prosedur pengajuan kredit	0,591	
		Penyusunan rencana kerja	0,577	
<b>Faktor 3</b> 9,111	52,861	Peran pemerintah dalam memberi informasi peluang investasi baru	0,797	5,053
		Peran pemerintah dalam menyediakan	0,768	

		sarana, prasarana, dan infrastruktur investasi		
		Peran pemerintah dalam memberi informasi sumber dana	0,623	
		Memiliki asset yang bisa dijaminkan	0,619	
		Pembagian kerja	0,611	
		Kesulitan dalam membayar kewajiban jangka pendek	-0,658	
Faktor 4 7,851	60,712	Program kredit yang menarik	0,827	3,478
		Kekerapan promosi	0,683	
		Angsuran yang fleksibel	0,534	
		Kemudahan dalam memperoleh pinjaman	0,504	
		Pendelegasian wewenang	-0,784	
Faktor 5 6,096	66,808	Kesulitan dalam melunasi pinjaman jangka panjang	0,815	3,194
		Kepekaan biaya kredit	0,787	
		Penguasaan penyaluran kredit	0,690	

#### b. Interpretasi Hasil Analisis

Dari hasil rotasi faktor dapat diperoleh 30 atribut yang tercakup ke dalam 5 faktor dimana kesemuanya mempunyai faktor *loading* lebih besar dari 0,50. Interpretasi faktor dilakukan dengan mengelompokkan indikator yang mempunyai faktor *loading* minimal 0,50.

Dari tabel 5.49 di atas, dapat dilihat 30 atribut semuanya mempunyai faktor *loading* > 0,50 yang tersebar pada 5 faktor dengan persentase varian 71,747%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa hasil analisis ini mampu menjelaskan faktor-faktor yang digunakan untuk mengukur indikator perkembangan koperasi simpan pinjam sebesar 71,747% sedangkan sisanya 28,253% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model. Interpretasi hasil berdasarkan *eigen value* dari setiap faktor dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### a. Faktor 1

Faktor 1 merupakan faktor dominan yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya koperasi simpan pinjam. Dari tabel 5.49 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 6,649 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar

20,148%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 7 indikator.

**b. Faktor 2**

Faktor 2 merupakan faktor dominan yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya koperasi simpan pinjam. Dari tabel 5.49 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 5,303 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 16,070%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 9 indikator.

**c. Faktor 3**

Faktor 3 merupakan faktor dominan yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya koperasi simpan pinjam. Dari tabel 5.49 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 5,053 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 15,311%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 6 indikator.

**d. Faktor 4**

Faktor 4 merupakan faktor dominan yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya koperasi simpan pinjam. Dari tabel 5.49 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 3,478 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 10,538%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 5 indikator.

**e. Faktor 5**

Faktor 5 merupakan faktor dominan yang digunakan sebagai indikator perkembangan UKM, khususnya koperasi simpan pinjam. Dari tabel 5.49 dapat dilihat faktor ini memiliki *eigen value* terbesar yaitu sebesar 3,194 dan mampu menjelaskan keragaman total sebesar 9,680%. Indikator-indikator yang termasuk dalam faktor ini ada 3 indikator.

### 5.3.2. Analisis Regresi

#### 5.3.2.1. Analisis Regresi Linier Berganda Industri Kecil

Dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri kecil, variabel-variabel yang dimasukkan sebagai variabel bebas adalah faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4, faktor 5 dan faktor 6 sebagai variabel bebas. Perkembangan / pertumbuhan usaha diberlakukan sebagai variabel tergantung dengan menggunakan pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan sebagai proksinya.

**TABEL 5.50**  
**HASIL PERHITUNGAN REGRESI LINIER BERGANDA**  
**PERKEMBANGAN INDUSTRI KECIL**  
**SEBAGAI VARIABEL BERGANTUNG**

Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	Signifikansi	r <sup>2</sup>
Constant	0,152	11,692	0,000	
Faktor 1	5,209	3,914	0,000	0,067
Faktor 2	- 3,382	-0,021	0,983	0,000
Faktor 3	3,011	2.262	0,025	0,023
Faktor 4	2,904	2,148	0,033	0,021
Faktor 5	5,333	-0,402	0,688	0,000
Faktor 6	3,965	3,024	0,003	0,040
R	= 0,507		<i>standard error of estimate</i>	= 0,185
R <sup>2</sup>	= 0,257		F Hitung	= 12,321
Adjusted R <sup>2</sup>	= 0,236		Signifikansi	= 0,000

Sumber: Lampiran Regresi

Dari Tabel 5.50 dapat kita lihat hasil analisis Regresi Linier Berganda. Dari analisis ini didapatkan nilai F hitung sebesar 12,321 dengan signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05 (tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan), hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan secara bersama-sama mempengaruhi perkembangan industri kecil. Pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung adalah sebesar 0,257 %, hal ini menunjukkan variabel yang diajukan dalam model regresi dapat menjelaskan hampir seperempat dari perubahan tingkat perkembangan pelanggan, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Hasil uji statistik dalam mengukur signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap perkembangan usaha menunjukkan:

- a. Faktor 1 dengan parameter 5,209, memiliki nilai t sebesar 3,914, tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 6,7 %.
- b. Faktor 2 dengan parameter -3,382, memiliki nilai t sebesar -0,021 dan tingkat signifikansi 0,983 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 0,0 %.
- c. Faktor 3 dengan parameter -3,011, memiliki nilai t sebesar 2,262 dan tingkat signifikansi 0,025 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 2,3 %.
- d. Faktor 4 dengan parameter 2,904, memiliki nilai t sebesar 2,148 dan tingkat signifikansi 0,033 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 2,1 %.
- e. Faktor 5 dengan parameter 5,333, memiliki nilai t sebesar 0,402 dan tingkat signifikansi 0,688 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 0,0 %.
- f. Faktor 6 dengan parameter 3,965, memiliki nilai t sebesar 3,024 dan tingkat signifikansi 0,003 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 4,0 %.

Hasil uji statistik di atas menunjukkan bahwa secara individual tiap-tiap variabel bebas yang digunakan, faktor 1, faktor 3, faktor 4, dan faktor 6 berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha pada responden pelaku usaha kelompok industri kecil. Hal ini menjelaskan bahwa, jika keempat faktor tersebut dirubah maka tingkat perkembangan usaha kelompok industri kecil akan mengalami perubahan secara signifikan. Diantara keempat variabel bebas tersebut, yang memiliki pengaruh dominan terhadap perkembangan usaha adalah faktor 1 yaitu sebesar 6,7 %.

### 5.3.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda Industri Menengah

Dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri menengah, variabel-variabel yang dimasukkan sebagai variabel bebas adalah faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4, faktor 5 dan faktor 6 sebagai variabel bebas. Perkembangan / pertumbuhan usaha diberlakukan sebagai variabel tergantung dengan menggunakan pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan sebagai proksinya.

**TABEL 5.51**  
**HASIL PERHITUNGAN REGRESI LINIER BERGANDA**  
**PERKEMBANGAN INDUSTRI MENENGAH**  
**SEBAGAI VARIABEL BERGANTUNG**

Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	Signifikansi	$r^2$
Constant	0,174	15,820	0,000	
Faktor 1	2,533	1,996	0,048	0,023
Faktor 2	9,987	0,083	0,934	0,000
Faktor 3	-4,679	-0,398	0,691	0,000
Faktor 4	5,791	4,232	0,000	0,100
Faktor 5	2,861	2,545	0,012	0,038
Faktor 6	1,023	-0,932	0,353	0,010
R	= 0,463		<i>standard error of estimate</i>	= 0,140
R <sup>2</sup>	= 0,214		F Hitung	= 7,401
Adjusted R <sup>2</sup>	= 0,185		Signifikansi	= 0,000

Sumber: Lampiran Regresi

Dari Tabel 5.51 dapat kita lihat hasil analisis Regresi Linier Berganda. Dari analisis ini didapatkan nilai F hitung sebesar 7,401 dengan signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05 (tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan), hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan secara bersama-sama mempengaruhi perkembangan industri kecil. Pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung adalah sebesar 0,214 %, hal ini menunjukkan variabel yang diajukan dalam model regresi dapat menjelaskan hampir seperempat dari perubahan tingkat perkembangan pelanggan, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Hasil uji statistik dalam mengukur signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap perkembangan usaha menunjukkan:

- a. Faktor 1 dengan parameter 2,533, memiliki nilai t sebesar 1,996, tingkat signifikansi 0,048 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 2,3 %.
- b. Faktor 2 dengan parameter 9,987, memiliki nilai t sebesar 0,083 dan tingkat signifikansi 0,934 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 0,0 %.
- c. Faktor 3 dengan parameter -4,679, memiliki nilai t sebesar -0,032 dan tingkat signifikansi 0,691 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 0,0 %.
- d. Faktor 4 dengan parameter 5,791, memiliki nilai t sebesar 4,232 dan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 10,0 %.
- e. Faktor 5 dengan parameter 2,861, memiliki nilai t sebesar 2,545 dan tingkat signifikansi 0,012 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 3,8 %.
- f. Faktor 6 dengan parameter -1,023, memiliki nilai t sebesar -0,932 dan tingkat signifikansi 0,353 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 1,0 %.

Hasil uji statistik di atas menunjukkan bahwa secara individual tiap-tiap variabel bebas yang digunakan, faktor 1, faktor 4, dan faktor 5 berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha pada responden pelaku usaha kelompok industri kecil. Hal ini menjelaskan bahwa, jika ketiga faktor tersebut dirubah maka tingkat perkembangan usaha kelompok industri menengah akan mengalami perubahan secara signifikan. Diantara keempat variabel bebas tersebut, yang memiliki pengaruh dominan perkembangan usaha adalah faktor 4 yaitu sebesar 10,0%.

### 5.3.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda Perdagangan

Dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan industri menengah, variabel-variabel yang dimasukkan sebagai variabel bebas adalah faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4 dan faktor 5 sebagai variabel bebas. Perkembangan / pertumbuhan usaha diberlakukan sebagai variabel tergantung dengan menggunakan pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan sebagai proksinya.

**TABEL 5.52**  
**HASIL PERHITUNGAN REGRESI LINIER BERGANDA**  
**PERKEMBANGAN PERDAGANGAN**  
**SEBAGAI VARIABEL BERGANTUNG**

Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	Signifikansi	$r^2$
Constant	0,172	15,599	0,000	
Faktor 1	1,323	1,188	0,237	0,010
Faktor 2	-8,849	-0,078	0,938	0,000
Faktor 3	5,689	4,714	0,000	0,133
Faktor 4	4,527	4,142	0,000	0,106
Faktor 5	2,620	2,439	0,016	0,039
R	= 0,572		<i>standard error of estimate</i>	= 0,132
$R^2$	= 0,327		F Hitung	= 13,986
<i>Adjusted R<sup>2</sup></i>	= 0,304		Signifikansi	= 0,000

Sumber: Lampiran Regresi

Dari Tabel 5.52 dapat kita lihat hasil analisis Regresi Linier Berganda. Dari analisis ini didapatkan nilai F hitung sebesar 13,986 dengan signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05 (tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan), hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan secara bersama-sama mempengaruhi perkembangan usaha kelompok perdagangan. Pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung adalah sebesar 32,7 %, hal ini menunjukkan variabel yang diajukan dalam model regresi dapat menjelaskan lebih seperempat dari perkembangan usaha kelompok dagang, sedangkan setengah sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.



Hasil uji statistik dalam mengukur signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap perkembangan usaha menunjukkan:

- a. Faktor 1 dengan parameter 1,323, memiliki nilai t sebesar 1,188, tingkat signifikansi 0,237 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 1,0 %.
- b. Faktor 2 dengan parameter -8,849, memiliki nilai t sebesar -0,078 dan tingkat signifikansi 0,938 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 0,0 %.
- c. Faktor 3 dengan parameter 5,689, memiliki nilai t sebesar 4,714 dan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 13,3 %.
- d. Faktor 4 dengan parameter 4,527, memiliki nilai t sebesar 4,142 dan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 10,6 %.
- e. Faktor 5 dengan parameter 2,620, memiliki nilai t sebesar 2,439 dan tingkat signifikansi 0,016 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 3,9 %.

Hasil uji statistik di atas menunjukkan bahwa secara individual tiap-tiap variabel bebas yang digunakan, faktor 3, faktor 4 dan faktor 5 berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha pada responden pelaku usaha kelompok pedagang. Hal ini menjelaskan bahwa, jika ketiga faktor tersebut dirubah maka tingkat perkembangan usaha kelompok perdagangan akan mengalami perubahan secara signifikan. Diantara keempat variabel bebas tersebut, yang memiliki pengaruh dominan perkembangan usaha adalah faktor 3 yaitu sebesar 13,3 %.

#### 5.3.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda Koperasi

Analisis faktor membedakan koperasi berdasarkan unit usahanya, yaitu: unit serba usaha dan unit simpan pinjam. Setiap unit usaha tersusun atas 5 faktor yang dimasukkan sebagai variabel bebas, sedangkan variabel tergantungnya adalah perkembangan. Pertumbuhan aset dan penjualan

digunakan sebagai proksi variabel perkembangan bagi unit serba usaha. Pertumbuhan aset dan kredit yang disalurkan digunakan sebagai proksi variabel perkembangan bagi unit simpan pinjam. Berikut ini rincian hasil analisis regresi untuk koperasi dengan unit serba usaha dan unit simpan pinjam.

#### A. Unit Serba Usaha

Berikut ini rincian hasil regresi linear berganda untuk unit serba usaha dengan faktor perkembangan sebagai variabel bebas.

**TABEL 5.53**

**HASIL PERHITUNGAN REGRESI LINIER BERGANDA  
PERKEMBANGAN KOPERASI UNIT SERBA USAHA  
SEBAGAI VARIABEL BERGANTUNG**

Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	Signifikansi	$r^2$
Constant	0,199	23,220	0,000	
Faktor 1	-2,420	-0,263	0,793	0,001
Faktor 2	2,499	2,151	0,035	0,065
Faktor 3	4,182	0,403	0,688	0,003
Faktor 4	9,726	0,573	0,568	0,005
Faktor 5	2,732	2,727	0,008	0,101
R	= 0,517		<i>standard error of estimate</i>	= 0,066
R <sup>2</sup>	= 0,268		F Hitung	= 4,825
Adjusted R <sup>2</sup>	= 0,212		Signifikansi	= 0,001

Sumber: Lampiran Regresi

Dari Tabel 5.53 dapat kita lihat hasil analisis Regresi Linier Berganda. Dari analisis ini didapatkan nilai F hitung sebesar 4,825 dengan signifikansi 0,001 atau kurang dari 0,05 (tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan), hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan secara bersama-sama mempengaruhi perkembangan usaha kelompok koperasi konsumsi. Pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung adalah sebesar 26,8 %, hal ini menunjukkan variabel yang diajukan dalam model regresi dapat menjelaskan lebih dari seperempat dari perkembangan usaha kelompok koperasi konsumsi, sedangkan setengah sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Hasil uji statistik dalam mengukur signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap perkembangan usaha menunjukkan:

- a. Faktor 1 dengan parameter -2,420, memiliki nilai t sebesar -0,263, tingkat signifikansi 0,793 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 0,1 %.
- b. Faktor 2 dengan parameter 2,499, memiliki nilai t sebesar 2,151 dan tingkat signifikansi 0,035 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 6,5 %.
- c. Faktor 3 dengan parameter 4,182, memiliki nilai t sebesar 0,403 dan tingkat signifikansi 0,688 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 2,0 %.
- d. Faktor 4 dengan parameter 9,726, memiliki nilai t sebesar 0,573 dan tingkat signifikansi 0,568 (lebih besar dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 0,5 %.
- e. Faktor 5 dengan parameter 2,732, memiliki nilai t sebesar 2,727 dan tingkat signifikansi 0,008 (lebih kecil dari 0,05), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar 10 %.

Hasil uji statistik di atas menunjukkan bahwa secara individual tiap-tiap variabel bebas yang digunakan, hanya faktor 2 dan 5 berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha pada responden kelompok koperasi unit serba usaha. Hal ini menjelaskan bahwa, jika faktor tersebut diubah maka tingkat perkembangan usaha kelompok koperasi unit serba usaha akan mengalami perubahan secara signifikan.

## **B. Unit Simpan Pinjam**

Dalam analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan koperasi unit simpan pinjam, variabel-variabel yang dimasukkan sebagai variabel bebas adalah faktor 1, faktor 2, faktor 3, faktor 4 dan faktor 5 sebagai variabel bebas. Perkembangan / pertumbuhan usaha diberlakukan sebagai variabel tergantung dengan menggunakan pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan sebagai proksinya.

TABEL 5.54

**HASIL PERHITUNGAN REGRESI LINIER BERGANDA  
PERKEMBANGAN KOPERASI UNIT SIMPAN PINJAM  
SEBAGAI VARIABEL BERGANTUNG**

Variabel	Koefisien Regresi	T Hitung	Signifikansi	R <sup>2</sup>
Constant	0,215	15,487	0,000	
Faktor 1	-1,777	-1,086	0,284	0,027
Faktor 2	-1,301	-0,695	0,491	0,012
Faktor 3	5,863	3,132	0,003	0,189
Faktor 4	1,060	0,632	0,537	0,009
Faktor 5	3,876	2,440	0,019	0,124
R	= 0,589		<i>standard error of estimate</i>	= 0,086
R <sup>2</sup>	= 0,347		F Hitung	= 4,459
<i>Adjusted R<sup>2</sup></i>	= 0,269		Signifikansi	= 0,002

Sumber: Lampiran Regresi

Dari Tabel 5.54 dapat kita lihat hasil analisis Regresi Linier Berganda. Dari analisis ini didapatkan nilai F hitung sebesar 4,459 dengan signifikansi 0,002 atau kurang dari 0,05 (tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) yang digunakan), hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan secara bersama-sama mempengaruhi perkembangan usaha kelompok koperasi unit simpan pinjam. Pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung adalah sebesar 34,7 %, hal ini menunjukkan variabel yang diajukan dalam model regresi dapat menjelaskan lebih dari seperempat dari perkembangan usaha kelompok koperasi unit simpan pinjam, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Hasil uji statistik dalam mengukur signifikansi pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap perkembangan usaha menunjukkan:

- a. Faktor 1 dengan parameter  $-1,777$ , memiliki nilai t sebesar  $-1,086$ , tingkat signifikansi  $0,284$  (lebih besar dari  $0,05$ ), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar  $2,7\%$ .

- b. Faktor 2 dengan parameter  $-1,301$ , memiliki nilai  $t$  sebesar  $-1,086$  dan tingkat signifikansi  $0,284$  (lebih besar dari  $0,05$ ), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar  $1,2\%$ .
- c. Faktor 3 dengan parameter  $5,863$ , memiliki nilai  $t$  sebesar  $3,132$  dan tingkat signifikansi  $0,003$  (lebih kecil dari  $0,05$ ), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar  $18,9,3\%$ .
- d. Faktor 4 dengan parameter  $1,060$ , memiliki nilai  $t$  sebesar  $3,132$  dan tingkat signifikansi  $0,537$  (lebih besar dari  $0,05$ ), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar  $0,1\%$ .
- e. Faktor 5 dengan parameter  $3,876$ , memiliki nilai  $t$  sebesar  $2,44$  dan tingkat signifikansi  $0,019$  (lebih kecil dari  $0,05$ ), dan pengaruh parsial terhadap perkembangan sebesar  $12,4\%$ .

Hasil uji statistik di atas menunjukkan bahwa secara individual tiap-tiap variabel bebas yang digunakan, faktor 3 dan 5 berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan usaha pada responden pelaku usaha kelompok koperasi unit simpan pinjam. Hal ini menjelaskan bahwa, jika kedua faktor tersebut diubah maka tingkat perkembangan usaha kelompok koperasi unit simpan pinjam akan mengalami perubahan secara signifikan. Diantara kedua variabel bebas tersebut, yang memiliki pengaruh dominan perkembangan usaha adalah faktor 3 yaitu sebesar  $18,9\%$ .

#### 5.4. Pembahasan

##### 5.4.1. Pembahasan Hasil Analisis Industri Kecil

###### a. Analisis Faktor

Analisis faktor untuk industri kecil dilakukan dengan meminta pendapat para pelaku usaha kecil (dalam hal ini industri kecil) mengenai kinerja usaha mereka. Penilaian yang tersebut kemudian diterjemahkan dalam bentuk skor untuk setiap faktor kinerja usaha. Setelah hasil survei diolah, maka diperoleh enam faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian keenam atribut untuk industri kecil:

*Faktor 1* terdiri dari 11 atribut yang diranking berdasarkan nilai korelasinya dengan faktor. Atribut faktor 1 dapat dikelompokkan dalam

atribut pemasaran yang terdiri dari atribut kemampuan membaca peluang pasar, akses terhadap informasi pasar, aktivitas promosi, persaingan harga, usaha penjualan yang proaktif, dan inovasi.

Kelompok atribut kedua untuk faktor 1 ini adalah pentingnya administrasi yang terdiri dari pemisahan keuangan bisnis dan pribadi, ketertiban administrasi keuangan dan kejelasan dalam diskripsi pekerjaan. Kelompok atribut ke tiga faktor ini adalah atribut produksi yang terdiri dari kualitas bahan baku dan proses produksi serta produktivitas tenaga kerja.

*Faktor 2* terdiri dari 6 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu perencanaan pemasaran dan lokasi usaha. Kelompok perencanaan pemasaran terdiri dari kemampuan membuat rencana dan melaksanakan program pemasaran secara konsisten, kemampuan memantau dan menganalisis preferensi konsumen serta informasi pasar.

Kelompok kedua untuk faktor 2 yaitu lokasi usaha yang meliputi lokasi yang berdekatan dengan kemudahan memperoleh bahan baku dan tenaga kerja.

*Faktor 3* terdiri dari 8 atribut. Kedelapan atribut tersebut dapat dikelompokkan dalam satu kelompok peran pemerintah dalam membantu penyediaan sarana dan prasarana investasi, pembentukan sentra-sentra industri, bantuan peningkatan dan pengawasan hasil proses produksi, bantuan pemasaran khususnya ekspor, dan bantuan pinjaman keuangan khususnya pinjaman jangka panjang.

*Faktor 4* terdiri dari 5 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu bantuan pemerintah dalam penguasaan pasar, dan sumber daya manusia. Kelompok bantuan pemerintah dalam penguasaan pasar terdiri bantuan dalam kepemilikan merk sendiri dan inovasi. Kelompok sumberdaya manusia terdiri dari atribut pendelegasian wewenang dan turn over tenaga kerja.

*Faktor 5* terdiri dari 6 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu pengadaan bahan baku dan kemampuan pembayaran hutang jangka pendek. Pengadaan bahan baku terdiri dari

ketersediaan bahan baku, bantuan pemerintah dalam memperoleh bahan baku alternatif dan standar produksi. Kemampuan membayar hutang jangka pendek pada atribut ini adalah pembayaran hutang jangka pendek yang timbul sebagai akibat pembelian bahan baku secara kredit.

*Faktor 6* terdiri dari 2 atribut yaitu ketersediaan bahan baku pengganti dan sarana, prasarana dan infrastruktur investasi.

#### b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 6 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,257 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa 4 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 1, faktor 3, faktor 4, dan faktor 6*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah faktor 2 dan faktor 5 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant 5%*.

#### c. Analisis Gabungan Faktor Dan Regresi

Berdasarkan analisis faktor diatas dapat diketahui bahwa masing-masing faktor memiliki kelompok atribut. Perpaduan antara analisis faktor dan analisis regresi dapat dilihat sebagai berikut:

*Faktor 1* yang memiliki tiga kelompok atribut yaitu pemasaran, administrasi, dan produksi memiliki pengaruh signifikan pada rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Selanjutnya aspek pemasaran ini secara lebih spesifik merupakan kemampuan pengusaha

dalam membaca peluang pasar, akses terhadap informasi pasar, aktivitas promosi, persaingan harga, usaha penjualan yang proaktif, dan inovasi. Atribut administrasi dalam hal ini adalah administrasi keuangan khususnya dalam hal tertib administrasi dan pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan perusahaan. Kelompok atribut produksi yang secara rinci adalah atribut kualitas bahan baku dan proses produksi serta produktivitas tenaga kerja memiliki pengaruh terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

**Faktor 3** yang dikelompokkan menjadi 1 yaitu peran pemerintah berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Peran pemerintah ini secara lebih rinci terdiri dari peran pemerintah dalam membantu penyediaan sarana dan prasarana investasi, membantu pemberdayaan sentra-sentra industri, membantu peningkatan dan pengawasan hasil dan proses produksi, membantu pemasaran khususnya ekspor, dan membantu pinjaman keuangan khususnya pinjaman jangka panjang.

**Faktor 4** yang dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu bantuan pemerintah dalam penguasaan pasar, dan sumber daya manusia juga mempengaruhi secara signifikan pada rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Kelompok bantuan pemerintah dalam penguasaan pasar terdiri dari bantuan dalam kepemilikan merk sendiri dan inovasi. Kelompok sumberdaya manusia terdiri dari perlunya kemauan dan kemampuan pengusaha kecil dalam pendelegasian wewenang dan mengatasi tingkat *turn over* tenaga kerja.

**Faktor 6** terdiri dari 2 atribut yaitu ketersediaan bahan baku pengganti dan sarana, prasarana dan infrastruktur investasi ternyata berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Hal ini menunjukkan pentingnya keberadaan bahan baku pengganti pada proses produksi usaha kecil. Selain itu infrastruktur investasi yang memadai merupakan kebutuhan penting yang diperlukan pengusaha kecil dalam peningkatan aset dan penjualan.



Dari hasil analisis kuadran atau sering juga disebut "analisis kepentingan-kinerja" (*Importance-Performance Analysis*), dapat kita identifikasi hal-hal yang harus ditingkatkan kinerjanya dalam pengembangan usaha industri kecil. Ada 29 indikator dari keseluruhan (62 indikator) yang harus ditingkatkan kinerjanya pada jenis usaha industri kecil jika diharapkan perkembangannya dapat terwujud.

Peningkatan kinerja harus difokuskan pada indikator-indikator yang penting namun masih kinerjanya rendah ("Prioritas Utama"), yaitu: rendahnya intensitas pelatihan yang diikuti pengusaha industri kecil, kurangnya kesiapan bersaing di pasar dalam negeri, teknologi yang digunakan kurang sesuai dengan proses produksi, aktivitas penjualan yang kurang pro aktif, tidak adanya pencatatan laporan keuangan yang standar, dan rendahnya keahlian pengusaha dalam pendelegasian wewenang

Apabila hal-hal yang menjadi prioritas utama telah dapat diatasi, maka kita dapat mempertimbangkan untuk memperbaiki atau mengantisipasi indikator lain yang telah memiliki kinerja cukup baik tapi masih kurang dari kinerja ideal yang diharapkan ("Prioritas Sekunder"), yaitu: permintaan yang mudah berubah bila terjadi perubahan harga, harga bahan baku yang fluktuatif, pertumbuhan penjualan yang rendah, serta kurangnya pengkajian ulang atas proses produksi.

#### **5.4.2. Pembahasan Hasil Analisis Industri Menengah**

##### **a. Analisis Faktor**

Analisis faktor untuk industri menengah dengan meminta pendapat para pelaku usaha menengah (dalam hal ini industri menengah) mengenai kinerja usaha mereka. Penilaian yang tersebut kemudian diterjemahkan dalam bentuk skor untuk setiap faktor kinerja usaha. Setelah hasil survey diolah, maka diperoleh enam faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian keenam atribut untuk industri menengah:

**Faktor 1** terdiri atas 21 atribut, dimana atribut-atribut tersebut dapat dibagi kedalam kelompok-kelompok fungsional, yakni: **produksi dan pengembangan produk, perencanaan pemasaran dan daya saing, administrasi keuangan dan ketertiban organisasi, lokasi usaha, kemampuan keuangan dan kelompok peran pemerintah.** Kelompok produksi dan pengembangan produk terdiri atas atribut: pengawasan kualitas bahan baku dan produk, pengkajian ulang terhadap proses produksi dan pelaksanaan inovasi. Kelompok perencanaan pemasaran dan daya saing terdiri atas: kemampuan mendistribusikan produk, kemampuan menganalisis informasi pasar, kemampuan membuat rencana, strategi dan program pemasaran, pemantauan preferensi konsumen, kemampuan mengakses informasi pasar, kemampuan melakukan promosi efektif, daya saing terhadap kompetitor dalam negeri dan luar negeri. Kelompok administrasi keuangan dan ketertiban organisasi terdiri atas atribut: pemisahan keuangan pribadi dan bisnis serta pendelegasian wewenang. Kelompok kemampuan keuangan terdiri atas: kemampuan membayar kewajiban jangka pendek dan kewajiban jangka panjang. Kelompok lokasi usaha: lokasi usaha yang mendukung perolehan bahan baku dan tenaga kerja. Kelompok peran pemerintah terdiri atas: pengenalan bahan baku alternatif dan ketersediaan sarana, prasarana dan infrastruktur investasi.

**Faktor 2** terdiri atas 14 atribut, sebagian besar atribut tersebut berkaitan dengan peran pemerintah dalam pengembangan usaha kecil. Atribut-atribut tersebut dapat dikelompokkan menjadi: kelompok peran pemerintah dan kelompok fungsional usaha. Kelompok peran pemerintah terdiri atas: peran pemerintah dalam menyediakan sarana, prasarana dan informasi investasi, peran pemerintah membantu ekspor, peran pemerintah membantu mengatasi kesulitan dalam membayar pinjaman jangka panjang, peran pemerintah dalam membantu pendirian sentra industri, peran pemerintah dalam membantu ketersediaan bahan baku, peran pemerintah dalam membantu meningkatkan kualitas tenaga kerja, peran pemerintah dalam membantu pemasaran produk, peran pemerintah dalam membantu promosi dan peran pemerintah membantu

penguasaan pasar. Kelompok pengembangan usaha yang terdiri atas: manfaat pelatihan kewirausahaan, kemampuan menagih piutang dan ketersediaan bahan baku.

*Faktor 3* terdiri atas 11 atribut, yang dapat dikelompokkan berdasarkan aspek fungsional usaha, yakni: kelompok produksi dan teknologi, kelompok pasar dan kelompok administrasi dan sumber daya manusia. Kelompok produksi terdiri atas: ketidakbergantungan pada pemasok bahan baku, kesesuaian jumlah yang diproduksi dengan permintaan, pemenuhan standar produksi dan kesesuaian teknologi. Kelompok pasar terdiri atas: penyusunan perencanaan, strategi dan program pemasaran, stabilitas penjualan, penjualan pro aktif, pemantauan harga pesaing dan lokasi yang mendukung pemasaran. Kelompok administrasi dan sumber daya manusia terdiri atas: standarisasi penyusunan laporan keuangan dan keikutsertaan pelatihan bagi tenaga kerja.

*Faktor 4* terdiri atas 8 atribut yang dapat dibagi menjadi: kelompok pengembangan pasar dan harga, dan kelompok sumber daya manusia. Kelompok pengembangan dan harga terdiri atas: pengamatan inovasi baru, kemampuan memperoleh pinjaman, bantuan pemerintah dalam kepemilikan merk sendiri dan stabilitas harga (elastisitas). Kelompok sumber daya manusia terdiri atas: deskripsi pekerjaan, pemberian pelatihan yang bermanfaat, produktivitas tenaga kerja dan stabilitas (*turn over*) tenaga kerja.

*Faktor 5* terdiri atas 5 atribut yang dibagi menjadi dua kelompok, yaitu: kelompok stabilitas produksi dan kelompok pengembangan usaha. Kelompok stabilitas produksi terdiri atas ketersediaan bahan pengganti dan kepemilikan standar produksi. Kelompok pengembangan usaha terdiri atas: konsistensi dalam melaksanakan rencana, strategi dan program pemasaran, perhatian pemilik terhadap aspek teknis-strategis, dan peran pemerintah dalam membantu inovasi.

*Faktor 6* terdiri atas 3 atribut yang dapat diringkas menjadi satu kelompok, yakni kelompok peran pemerintah. Kelompok ini terdiri

atas stabilitas harga di pasaran, bantuan pemerintah dalam meningkatkan hasil proses produksi dan bantuan pemerintah dalam pengawasan kualitas.

#### b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 6 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,214 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa 3 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 1, faktor 4, dan faktor 5*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah faktor 2, faktor 3, faktor 5 dan faktor 6 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant 5%*.

#### c. Analisis Gabungan Faktor Dan Regresi

Berdasarkan analisis faktor diatas dapat diketahui bahwa masing-masing faktor memiliki kelompok atribut yang membentuknya. Analisis regresi menghasilkan informasi untuk mengetahui bagaimana arah hubungan dan seberapa besar signifikansi setiap faktor (faktor 1,2,3,4,5 dan 6) terhadap perkembangan usaha (pertumbuhan aset dan penjualan). Perpaduan antara analisis faktor dan analisis regresi menghasilkan informasi faktor mana yang memiliki pengaruh signifikan terhadap aspek pengembangan usaha. Setelah faktor-faktor tersebut diketahui, maka dapat dirinci atribut-atribut apa yang menyusun setiap faktor. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa

faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap pengembangan usaha adalah faktor 1, faktor 4 dan faktor 5. Uraian yang lebih jelas dapat dilihat sebagai berikut.

*Faktor 1* terdiri atas lima kelompok atribut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan, yakni: aspek produksi dan pengembangan produk, perencanaan pemasaran dan daya saing, administrasi keuangan dan ketertiban organisasi, lokasi usaha, kemampuan keuangan dan kelompok peran pemerintah

Secara lebih spesifik, aspek produksi dan pengembangan produk berkaitan dengan: pengawasan kualitas bahan baku dan produk, pengkajian ulang terhadap proses produksi dan pelaksanaan inovasi. aspek perencanaan pemasaran dan daya saing terdiri atas: kemampuan mendistribusikan produk, kemampuan menganalisis informasi pasar, kemampuan membuat rencana, strategi dan program pemasaran, pemantauan preferensi konsumen, kemampuan mengakses informasi pasar, kemampuan melakukan promosi efektif, daya saing terhadap kompetitor dalam negeri dan luar negeri. Aspek administrasi dan efektifitas organisasi secara lebih rinci terdiri atas: pemisahan keuangan pribadi dan bisnis serta pendelegasian wewenang. Aspek kemampuan keuangan terdiri atas: kemampuan membayar kewajiban jangka pendek dan kewajiban jangka panjang. Aspek lokasi usaha: lokasi usaha yang mendukung perolehan bahan baku dan tenaga kerja. Aspek peran pemerintah terdiri atas: pengenalan bahan baku alternatif dan ketersediaan sarana, prasarana dan infrastruktur investasi.

*Faktor 4* memiliki tingkat signifikansi tertinggi (0,000) diantara ketiga faktor yang signifikan secara parsial dalam mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan. Faktor ini terdiri atas dua kelompok, yaitu: aspek pengembangan dan harga, dan aspek sumber daya manusia. Aspek pengembangan dan harga terdiri atas: pengamatan inovasi baru, kemampuan memperoleh pinjaman, bantuan pemerintah dalam kepemilikan merk sendiri dan stabilitas harga (elastisitas). Aspek sumber daya manusia terdiri atas: deskripsi pekerjaan, pemberian

pelatihan yang bermanfaat, produktivitas tenaga kerja dan stabilitas (*turn over*) tenaga kerja.

*Faktor 5* memiliki nilai signifikansi parsial sebesar 0,012 terdiri atas 5 atribut yang dibagi menjadi dua kelompok, yaitu: kelompok stabilitas produksi dan kelompok pengembangan usaha. Kelompok stabilitas produksi terdiri atas ketersediaan bahan pengganti dan kepemilikan standar produksi. Stabilitas produksi berkaitan dengan kemampuan untuk memenuhi permintaan, sehingga faktor ini memiliki pengaruh yang efektif terhadap penjualan. Begitupun ketersediaan bahan baku pengganti juga memiliki pengaruh terhadap pemenuhan permintaan ketika bahan baku utama mengalami kelangkaan di pasaran.

Kelompok pengembangan usaha terdiri atas: konsistensi dalam melaksanakan rencana, strategi dan program pemasaran, perhatian pemilik terhadap aspek teknis-strategis, dan peran pemerintah dalam membantu inovasi. Penjualan merupakan sebagian dari pekerjaan pemasaran, oleh karena itu stabilitas ataupun peningkatan penjualan dipengaruhi oleh kemampuan dan konsistensi dalam menyusun dan melaksanakan rencana, strategi, dan program pemasaran. Selain itu keseimbangan perhatian pemilik terhadap aspek teknis-produktif serta pelaksanaan inovasi juga merupakan hal penting bagi stabilitas penjualan.

Dari hasil analisis kuadran atau sering juga disebut "analisis kepentingan-kinerja" (*Importance-Performance Analysis*), dapat kita identifikasi hal-hal yang harus ditingkatkan kinerjanya dalam pengembangan usaha industri menengah. Ada 28 indikator dari keseluruhan (62 indikator) yang harus ditingkatkan pada jenis usaha industri menengah, agar dapat terwujud perkembangannya.

Peningkatan kinerja harus difokuskan pada indikator-indikator yang penting namun masih memiliki kinerja yang rendah ("Prioritas Utama"), yaitu: rendahnya kesiapan dalam bersaing di pasar dalam negeri, rendahnya keahlian pengusaha dalam pendelegasian wewenang, harga bahan baku yang kurang stabil, sensitivitas permintaan yang

tinggi, dan teknologi yang digunakan dalam proses produksi masih kurang memadai.

Apabila hal-hal yang menjadi prioritas utama telah dapat diatasi, maka kita dapat mempertimbangkan untuk memperbaiki atau mengantisipasi indikator lain yang telah memiliki kinerja cukup baik tapi masih kurang dari kinerja ideal yang diharapkan ("Prioritas Sekunder"), yaitu: masih kurangnya keikutsertaan para tenaga kerja dalam pelatihan-pelatihan tenaga kerja, kurangnya keikutsertaan pengusaha dalam pelatihan-pelatihan kewirausahaan, intensitas promosi yang masih kurang, evaluasi proses produksi, pertumbuhan penjualan yang relatif rendah, penjualan yang pro aktif, serta perhatian pengusaha yang masih terfokus pada hal-hal teknis bukan strategis.

### 5.4.3. Pembahasan Hasil Analisis Usaha Perdagangan

#### a. Analisis Faktor

Analisis faktor untuk usaha perdagangan dilakukan dengan meminta pendapat para pelaku usaha dagang (dalam hal ini adalah pemilik toko) mengenai kinerja usaha mereka. Penilaian tersebut kemudian diterjemahkan dalam bentuk skor untuk setiap faktor kinerja usaha. Setelah hasil survey diolah, maka diperoleh enam faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian keenam atribut untuk usaha perdagangan.

*Faktor 1* terdiri atas 8 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 3, yaitu: aspek pendanaan, aspek pasar dan aspek sumber daya manusia. Aspek pendanaan terdiri atas: kemudahan memperoleh pinjaman dan kemampuan membayar pinjaman. Aspek pasar meliputi: kemampuan mengetahui permintaan pasar atas barang dagangan, kesesuaian persediaan dengan permintaan pasar, stabilitas penjualan dan ketersediaan barang pengganti di pasaran. Aspek sumber daya manusia terdiri atas stabilitas (*turn over*) tenaga kerja dan produktivitas tenaga kerja.

**Faktor 2** terdiri atas 8 atribut yang dapat dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu: aspek peran pemerintah dan aspek kepuasan pelanggan. Aspek peran pemerintah terdiri atas: peran pemerintah dalam membantu meningkatkan kualitas tenaga kerja, memberikan peluang investasi baru, membantu menyediakan sarana, prasarana dan informasi investasi, membantu kelancaran pasokan barang dagangan, membantu mempromosikan barang dagangan, membantu mendirikan sentra industri, membantu mengatasi kesulitan dalam membayar pinjaman jangka panjang. Aspek kepuasan pelanggan yang dimaksud disini adalah kemampuan mengurangi keluhan dari pelanggan.

**Faktor 3** terdiri atas 4 atribut yang dapat dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu: aspek pasar dan aspek administrasi. Aspek pasar terdiri atas: penjualan pro aktif dan lokasi yang mendukung pemasaran. Aspek administrasi terdiri atas: ketertiban administrasi keuangan dan pemisahan keuangan pribadi dengan bisnis.

**Faktor 4** terdiri atas 2 atribut yang dimasukkan dalam satu kelompok, yaitu aspek barang dagangan, yang terdiri atas ketergantungan pemasok pada barang dagangan dan ketersediaan barang dagangan.

**Faktor 5** terdiri atas 3 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: aspek pelatihan dan pengembangan pasar. Aspek pelatihan meliputi: keikutsertaan pelatihan bagi tenaga kerja dan keikutsertaan pelatihan bagi pemilik. Aspek pengembangan pasar yang dimaksud disini adalah pelaksanaan promosi secara efektif.

#### b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 5 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,327 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,000.



Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa 3 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 3, faktor 4, dan faktor 5*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah faktor 1 dan faktor 2 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant 5%*.

### c. Analisis Gabungan.

Berdasarkan analisis faktor diatas dapat diketahui bahwa masing-masing faktor memiliki kelompok atribut. Perpaduan antara analisis faktor dan analisis regresi dapat dilihat sebagai berikut:

*Faktor 3* yang memiliki dua kelompok atribut yaitu pasar dan administrasi berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Aspek pasar terdiri atas: penjualan pro aktif dan lokasi yang mendukung pemasaran. Aspek administrasi terdiri atas: ketertiban administrasi keuangan dan pemisahan keuangan pribadi dengan bisnis.

*Faktor 4* yang memiliki satu kelompok atribut yaitu aspek barang dagangan berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan, yang terdiri atas ketergantungan pemasok pada barang dagangan dan ketersediaan barang dagangan.

*Faktor 5* yang memiliki dua kelompok atribut yaitu aspek pelatihan dan pengembangan pasar berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan, yaitu: aspek pelatihan dan pengembangan pasar. Aspek pelatihan meliputi: keikutsertaan pelatihan bagi tenaga kerja dan keikutsertaan pelatihan bagi pemilik. Aspek pengembangan pasar yang dimaksud disini adalah pelaksanaan promosi secara efektif.

Analisis faktor untuk industri menengah dengan meminta pendapat para pelaku usaha kecil (dalam hal ini industri menengah) mengenai kinerja usaha mereka. Penilaian tersebut kemudian diterjemahkan dalam bentuk skor untuk setiap faktor kinerja usaha. Setelah hasil survey diolah, maka diperoleh enam faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian keenam atribut untuk industri menengah:

Dari hasil analisis kuadran, dapat kita identifikasi hal-hal yang harus ditingkatkan kinerjanya dalam pengembangan usaha perdagangan. Ada 20 indikator dari keseluruhan (35 indikator) yang harus ditingkatkan pada jenis usaha perdagangan, agar dapat terwujud perkembangannya.

Prioritas peningkatan kinerja harus difokuskan pada indikator-indikator yang penting namun masih memiliki kinerja yang rendah ("Prioritas Utama"), yaitu: rendahnya kemampuan dalam menagih piutang, rendahnya persepsi atas manfaat pelatihan kewirausahaan. Tingginya sensitivitas permintaan atas produk yang dihasilkan.

Apabila hal-hal yang menjadi prioritas utama telah dapat diatasi, maka kita dapat mempertimbangkan untuk memperbaiki atau mengantisipasi indikator lain yang telah memiliki kinerja cukup baik tapi masih kurang dari kinerja ideal yang diharapkan ("Prioritas Sekunder"), yaitu: cukup seringnya mengalami penurunan penjualan, cukup seringnya terjadi penumpukan persediaan, tingkat harga yang kurang stabil, serta penyusunan laporan keuangan yang masih kurang sesuai standar yang berlaku umum.

#### **5.4.4. Pembahasan Hasil Analisis Koperasi**

##### **A. Unit Serba Usaha**

###### **a. Analisis Faktor**

Analisis faktor untuk usaha koperasi unit serba usaha dilakukan dengan meminta pendapat para pelaku usaha koperasi (dalam hal ini adalah koperasi unit serba usaha) mengenai kinerja usaha mereka.

Penilaian yang tersebut kemudian diterjemahkan dalam bentuk skor untuk setiap faktor kinerja usaha. Setelah hasil survey diolah, maka diperoleh lima faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian kelima atribut untuk usaha.

*Faktor 1* terdiri atas 7 atribut, dimana atribut-atribut tersebut dapat dibagi ke dalam kelompok-kelompok, yakni: **pengawasan, pelatihan dan tertib administrasi**. Aspek pengawasan terdiri atas: kontrol pengawas terhadap pengurus dan independensi pengawas. Aspek pelatihan terdiri atas: pelatihan bagi karyawan koperasi dan pelatihan yang bermanfaat. Aspek tertib administrasi terdiri atas: penyusunan rencana kerja, pencatatan keuangan secara rutin dan pelaksanaan rapat anggota secara rutin.

*Faktor 2* terdiri atas 7 atribut yang terbagi menjadi 3 kelompok yaitu: **aspek barang dagangan, aspek kemampuan keuangan dan aspek kuantitas dan kualitas karyawan**. Aspek barang dagangan terdiri atas: ketersediaan barang dagangan dan ketidakbergantungan pada pemasok barang dagangan. Aspek kemampuan keuangan terdiri atas kemampuan dalam membayar pinjaman jangka pendek dan kemudahan dalam memperoleh pinjaman jangka panjang. Aspek kuantitas dan kualitas karyawan yang terdiri atas: kesesuaian ketrampilan karyawan dengan kualifikasi pekerjaan dan kesesuaian jumlah karyawan dengan beban kerja.

*Faktor 3* terdiri atas 6 atribut, sebagian besar atribut tersebut berkaitan dengan **peran pemerintah dalam pengembangan usaha kecil**. Atribut-atribut tersebut dapat dikelompokkan menjadi: kelompok peran pemerintah, piutang dan standardisasi pencatatan keuangan. Kelompok peran pemerintah terdiri dalam: penyediaan sarana, prasarana dan infrastruktur investasi, membantu mengembangkan pasar, membantu promosi dan pendirian sentra perdagangan. Aspek piutang dan pencatatan keuangan yang dimaksud adalah kemampuan dalam menagih piutang penjualan, dan penyusunan catatan keuangan yang sesuai standar.

*Faktor 4* terdiri atas 6 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu: aspek pemasaran, aspek peran pemerintah dan aspek solvabilitas. Aspek pemasaran terdiri atas aktivitas promosi, pengetahuan potensi pasar sasaran dan kepuasan pelanggan. Aspek peran pemerintah yang dimaksud disini adalah bantuan pengadaan barang dagangan. Aspek solvabilitas adalah kemampuan dalam melunasi pinjaman jangka panjang.

*Faktor 5* terdiri atas 3 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: efektivitas organisasi dan harga beli barang dagangan. aspek efektivitas organisasi terdiri atas: pembagian kerja dan pendelegasian wewenang. Aspek harga beli barang dagangan yang dimaksud adalah stabilitas harga beli barang dagangan.

#### b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 5 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,268 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa 2 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 2*, dan *faktor 5*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah faktor 1, faktor 3, dan faktor 4 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant 5%*.

### c. Analisis Gabungan.

Berdasarkan analisis faktor di atas dapat diketahui bahwa masing-masing faktor memiliki kelompok atribut yang membentuknya. Analisis regresi menghasilkan informasi untuk mengetahui bagaimana arah hubungan dan seberapa besar signifikansi setiap faktor (faktor 1,2,3,4,5 dan 6) terhadap perkembangan usaha (pertumbuhan aset dan penjualan). Perpaduan antara analisis faktor dan analisis regresi menghasilkan informasi faktor mana yang memiliki pengaruh signifikan terhadap aspek pengembangan usaha. Setelah faktor-faktor tersebut diketahui, maka dapat dirinci atribut-atribut apa yang menyusun setiap faktor. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap pengembangan usaha adalah faktor 2 dan faktor 5.

*Faktor 2* terdiri atas tiga kelompok atribut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan, yakni: aspek pengawasan, aspek pelatihan, dan aspek ketertiban administrasi.

Secara lebih spesifik, aspek pengawasan berkaitan dengan: kontrol pengawas terhadap pengurus dan independensi pengawas. Aspek pelatihan terdiri atas: pemberian pelatihan bagi pengurus dan pelatihan yang bermanfaat. Aspek ketertiban administrasi secara lebih rinci terdiri atas: penyusunan rencana kerja, pencatatan keuangan secara rutin dan pelaksanaan rapat anggota secara rutin.

*Faktor 5* terdiri atas 3 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: efektivitas organisasi dan harga beli barang dagangan. Aspek efektivitas organisasi terdiri atas: pembagian kerja dan pendelegasian wewenang. Aspek harga beli barang dagangan yang dimaksud adalah stabilitas harga beli barang dagangan.

## B. Unit Simpan Pinjam

### a. Analisis Faktor

Analisis faktor untuk usaha koperasi unit simpan pinjam dilakukan dengan meminta pendapat para pelaku usaha koperasi (dalam hal ini adalah koperasi unit simpan pinjam) mengenai kinerja usaha mereka. Penilaian yang tersebut kemudian diterjemahkan dalam bentuk skor untuk setiap faktor kinerja usaha. Setelah hasil survey diolah, maka diperoleh enam faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian keenam atribut untuk usaha koperasi.

*Faktor 1* terdiri atas 7 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian, yaitu: aspek penyaluran kredit dan aspek efektifitas organisasi. Aspek penyaluran kredit terdiri atas biaya pinjaman yang lebih murah dan kesulitan dalam menagih pinjaman. Aspek efektifitas organisasi meliputi: kesesuaian ketrampilan yang dimiliki karyawan dengan kualifikasi pekerjaan, kontrol oleh pengawas terhadap pengurus, independensi pengawas, pelatihan yang bermanfaat dan kesesuaian jumlah karyawan dengan beban kerja.

*Faktor 2* terdiri atas 9 atribut yang terbagi dalam 3 faktor, yaitu: aspek pendanaan, aspek ketertiban administrasi dan aspek keunggulan kredit. Aspek pendanaan meliputi: kemampuan membangun jaringan kerja dengan sumber dana, ketersediaan dana, ketidakbergantungan pada sumber dana dan pemahaman tata cara pengajuan kredit. Aspek ketertiban administrasi terdiri atas penyusunan laporan keuangan yang sesuai standar dan pencatatan keuangan secara rutin. Aspek keunggulan kredit meliputi: kesederhanaan prosedur pengajuan kredit dan rentang waktu kredit yang ringan.

*Faktor 3* terdiri atas 6 atribut yang terbagi kedalam dua kelompok, yaitu: aspek pengembangan usaha dan aspek kemampuan keuangan. Aspek pengembangan usaha terdiri atas pembagian kerja, peran pemerintah dalam membantu memberikan informasi peluang investasi baru, membantu menyediakan sarana, prasarana dan infrastruktur investasi dan pemberian informasi sumber dana. Aspek

keuangan terdiri atas kepemilikan aset yang bisa dijamin dan kemampuan membayar kewajiban jangka pendek.

*Faktor 4* terdiri atas 5 atribut yang terbagi dalam dua kelompok yaitu: aspek pendanaan dan penyaluran kredit, dan aspek pasar dan aspek pengembangan. Aspek pendanaan dan penyaluran kredit terdiri atas: kemudahan memperoleh pinjaman, penyusunan program kredit yang menarik dan jumlah angsuran fleksibel. Aspek pengembangan terdiri atas pelaksanaan promosi dan pendelegasian wewenang.

*Faktor 5* terdiri atas 3 atribut yang dapat dimasukkan dalam dua kelompok yaitu aspek penyaluran kredit dan aspek kemampuan keuangan. Aspek penyaluran kredit terdiri atas kepekaan biaya kredit dan penguasaan penyaluran kredit.

#### b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 5 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan kredit yang disalurkan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,347 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa ada 2 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 3 dan faktor 5*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan faktor 1, faktor 2 dan faktor 4 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant 5%*.

### c. Analisis Gabungan.

Berdasarkan analisis faktor di atas dapat diketahui bahwa masing-masing faktor memiliki kelompok atribut. Perpaduan antara analisis faktor dan analisis regresi dapat dilihat sebagai berikut.

*Faktor 3* terdiri atas dua kelompok atribut yaitu: aspek efektifitas organisasi, aspek ketertiban administrasi dan aspek permintaan dan pemasok memiliki berpengaruh signifikan pada rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan kredit yang disalurkan. Aspek pengembangan usaha terdiri atas pembagian kerja, peran pemerintah dalam membantu memberikan informasi peluang investasi baru, membantu menyediakan sarana, prasarana dan infrastruktur investasi dan pemberian informasi sumber dana. Aspek keuangan terdiri atas kepemilikan aset yang bisa dijamin dan kemampuan membayar kewajiban jangka pendek.

*Faktor 5* terdiri atas dua kelompok atribut yaitu: aspek penyaluran kredit dan aspek kemampuan keuangan yang berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan kredit yang disalurkan. Aspek penyaluran kredit terdiri atas kepekaan biaya kredit dan penguasaan penyaluran kredit. Aspek kemampuan keuangan terdiri atas kemampuan dalam melunasi pinjaman jangka panjang.



## BAB VI

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 6.1. Simpulan

##### 6.1.1. Simpulan Hasil Analisis Industri Kecil

###### a. Analisis Faktor

Dari hasil survei yang diolah, maka diperoleh enam faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian keenam atribut untuk industri kecil:

*Faktor 1* terdiri dari 11 atribut, yang dapat dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu: pemasaran, administrasi dan produksi.

*Faktor 2* terdiri dari 6 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu perencanaan pemasaran dan lokasi usaha.

*Faktor 3* terdiri dari 8 atribut. Kedelapan atribut tersebut dapat dikelompokkan dalam satu kelompok peran pemerintah.

*Faktor 4* terdiri dari 5 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu bantuan pemerintah dalam penguasaan pasar, dan sumber daya manusia.

*Faktor 5* terdiri dari 6 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu pengadaan bahan baku dan kemampuan pembayaran hutang jangka pendek.

*Faktor 6* terdiri dari 2 atribut yaitu ketersediaan bahan baku pengganti dan sarana, prasarana dan infrastruktur investasi.

###### b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 6 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,257 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama

berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa 4 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 1, faktor 3, faktor 4, dan faktor 6*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah faktor 2 dan faktor 5 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant 5%*.

## 6.1.2. Simpulan Hasil Analisis Industri Menengah

### a. Analisis Faktor

Hasil analisis faktor untuk industri menengah dilakukan dengan meminta pendapat para pelaku usaha menengah (dalam hal ini industri menengah) mengenai kinerja usaha mereka, menunjukkan bahwa:

*Faktor 1* terdiri atas 21 atribut, dimana atribut-atribut tersebut dapat dibagi kedalam kelompok-kelompok fungsional, yakni: produksi dan pengembangan produk, perencanaan pemasaran dan daya saing, administrasi keuangan dan ketertiban organisasi, lokasi usaha, kemampuan keuangan dan kelompok peran pemerintah.

*Faktor 2* terdiri atas 14 atribut, sebagian besar atribut tersebut berkaitan dengan peran pemerintah dalam pengembangan usaha kecil.

*Faktor 3* terdiri atas 11 atribut, yang dapat dikelompokkan berdasarkan aspek fungsional usaha, yakni: kelompok produksi dan teknologi, kelompok pasar dan kelompok administrasi dan sumber daya manusia.

*Faktor 4* terdiri atas 8 atribut yang dapat dibagi menjadi: kelompok pengembangan pasar dan harga, dan kelompok sumber daya manusia.

*Faktor 5* terdiri atas 5 atribut yang dibagi menjadi dua kelompok, yaitu: kelompok stabilitas produksi dan kelompok pengembangan usaha.

*Faktor 6* terdiri atas 3 atribut yang dapat diringkas menjadi satu kelompok, yakni kelompok peran pemerintah.

## b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 6 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,214 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa 3 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 1, faktor 4, dan faktor 5*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah faktor 2, faktor 3, faktor 5 dan faktor 6 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant* 5%.

### 6.1.3. Simpulan Hasil Analisis Perdagangan

#### a. Analisis Faktor

Setelah hasil survey diolah, maka diperoleh enam faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian keenam atribut untuk usaha perdagangan:

*Faktor 1* terdiri atas 8 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 3, yaitu: aspek pendanaan, aspek pasar dan aspek sumber daya manusia.

*Faktor 2* terdiri atas 8 atribut yang dapat dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu: aspek peran pemerintah dan aspek kepuasan pelanggan.

*Faktor 3* terdiri atas 4 atribut yang dapat dibagi menjadi 2 kelompok, yaitu: aspek pasar dan aspek administrasi.

*Faktor 4* terdiri atas 2 atribut yang dimasukkan dalam satu kelompok, yaitu aspek barang dagangan.

*Faktor 5* terdiri atas 3 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: aspek pelatihan dan pengembangan pasar.

#### b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 5 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,327 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa 3 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 3, faktor 4, dan faktor 5*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah faktor 1 dan faktor 2 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant 5%*.

#### 6.1.4. Simpulan Hasil Analisis Koperasi

##### 1. Unit Serba Usaha

###### a. Analisis Faktor

Setelah hasil survey diolah, maka diperoleh lima faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian kelima atribut untuk usaha:

*Faktor 1* terdiri atas 7 atribut, dimana atribut-atribut tersebut dapat dibagi ke dalam kelompok-kelompok, yakni: pengawasan, pelatihan dan tertib administrasi.

*Faktor 2* terdiri atas 7 atribut yang terbagi menjadi 3 kelompok yaitu: aspek barang dagangan, aspek kemampuan keuangan dan aspek kuantitas dan kualitas karyawan.

*Faktor 3* terdiri atas 6 atribut, sebagian besar atribut tersebut berkaitan dengan peran pemerintah dalam pengembangan usaha kecil.

*Faktor 4* terdiri atas 6 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu: aspek pemasaran, aspek peran pemerintah dan aspek solvabilitas.

*Faktor 5* terdiri atas 3 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: efektivitas organisasi dan harga beli barang dagangan.

#### b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 5 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,268 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa 2 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 2*, dan *faktor 5*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah faktor 1, faktor 3, dan faktor 4 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant 5%*.

## 2. Unit Simpan Pinjam

### a. Analisis Faktor

Setelah hasil survey diolah, maka diperoleh enam faktor yang mampu merangkum atribut-atribut kinerja. Berikut ini rincian keenam atribut untuk unit usaha simpan pinjam:

*Faktor 1* terdiri atas 7 atribut yang dapat dikelompokkan menjadi 2 bagian, yaitu: aspek penyaluran kredit dan aspek efektivitas organisasi.

*Faktor 2* terdiri atas 9 atribut yang terbagi dalam 3 faktor, yaitu: aspek pendanaan, aspek ketertiban administrasi dan aspek keunggulan kredit.

*Faktor 3* terdiri atas 6 atribut yang terbagi kedalam dua kelompok, yaitu: aspek pengembangan usaha dan aspek kemampuan keuangan.

*Faktor 4* terdiri atas 5 atribut yang terbagi dalam dua kelompok yaitu: aspek pendanaan dan penyaluran kredit, dan aspek pasar dan aspek pengembangan.

*Faktor 5* terdiri atas 3 atribut yang dapat dimasukkan dalam dua kelompok yaitu aspek penyaluran kredit dan aspek kemampuan keuangan.

#### b. Analisis Regresi

Analisis regresi dilakukan dengan menggunakan model regresi guna menentukan pengaruh faktor 1 sampai dengan 5 terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan kredit yang disalurkan. Uji F menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi rata-rata pertumbuhan aset dan penjualan dengan nilai *R Square* sebesar 0,347 dan tingkat signifikansi perubahan sebesar 0,002. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan.

Uji parsial yang dilakukan guna mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing faktor terhadap variabel rata-rata pertumbuhan aset dan pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa ada 2 faktor berpengaruh signifikan. Faktor-faktor tersebut adalah *faktor 3 dan faktor 5*. Sementara faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan faktor 1, faktor 2 dan faktor 4 dimana nilai signifikansinya lebih dari *level of significant 5%*.

#### 6.2. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan maka dapat diajukan beberapa saran yang diharapkan relevan dan berdampak signifikan terhadap

perkembangan industri kecil, industri menengah, koperasi, perdagangan dan investasi kota Surabaya.

Kebijakan pengembangan IKM dan koperasi hendaknya diambil dengan menggariskan prioritas indikator perkembangan melalui pemilihan indikator-indikator untuk dijadikan fokus pengembangan bagi instansi/dinas pembina secara terpadu/lintas instansi (antar dinas yang relevan. Saran bagu kebijakan pengembangan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pemberdayaan agar pelaku IKM, perdagangan dan koperasi:
  - a. Mempunyai jiwa wirausaha yang ulet dan profesional.
  - b. Mampu mengidentifikasi, mengembangkan ataupun memanfaatkan peluang usaha.
  - c. Mampu mendayagunakan sumber daya produktif dan mengakses pasar (lokal, dalam negeri maupun ekspor).
  - d. Mempunyai kemampuan manajemen usaha, keahlian dan keterampilan teknis.
  - e. Mampu membangun daya saing (berwawasan efisiensi, produktifitas dan mutu, proaktif-kreatif-inovatif).
2. Melakukan pemberdayaan terhadap dinas yang berkaitan dengan pengembangan IKM, koperasi dan perdagangan agar:
  - a. Mempunyai komitmen kuat untuk memajukan IKM, perdagangan dan koperasi dalam bentuk pemberian perhatian dan alokasi sumber daya/dana.
  - b. Mempunyai wawasan konseptual untuk membuat program pengembangan IKM, perdagangan dan koperasi yang berhasil guna.
3. Mengembangkan iklim usaha yang lebih mendorong, melindungi dan memberikan keleluasaan lebih besar kepada para pelaku IKM, perdagangan dan koperasi untuk tumbuh berkembang. Komponen iklim usaha yang bersifat teknis utamanya adalah:
  - a. Kepastian hukum dan kejelasan / kesederhanaan ketentuan peraturan yang kondusif dan tidak membebani kegiatan ekonomi

skala kecil. Misalnya: pengaturan lokasi usaha kecil berkaitan dengan tata ruang kota, aturan hukum yang jelas bagi penimbun dan peraturan yang melindungi usaha kecil dalam bersaing dengan usaha besar.

- b. Terjaminnya kondisi pasar yang sehat, meliputi: ketersediaan dan stabilitas harga bahan baku, stabilitas permintaan.
  - c. Kebijakan makro ekonomi yang menunjang, khususnya dari segi ketersediaan dan kemudahan akses permodalan.
  - d. Tersedianya prasarana dan sarana penunjang kegiatan ekonomi khususnya investasi. Termasuk pemerataan investasi dan pengembangan usaha di marginal area dikaitkan dengan tata ruang pengembangan kota.
4. Meningkatkan pemberian layanan prima kepada pelaku IKM, perdagangan dan koperasi baik layanan administratif (perijinan / pencatatan / legalisasi / ketetapan fasilitas / rekomendasi, informasi kebijakan, dan sebagainya) maupun layanan bisnis berupa informasi bisnis yang diperlukan (pasar, peluang usaha, teknologi, permodalan dan mitra-usaha) maupun sistem dan sarana penunjang yang dapat mendinamisasi dan memajukan daya saingnya.
5. Mengembangkan program yang inovatif, realistik dan membumi (menyentuh kepentingan pelaku) serta mampu menjawab masalah aktual yang dihadapi sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Misalnya:
- a. Pemberdayaan sentra industri kecil
  - b. Lomba inovasi desain dan produk IKM

Secara umum, kebijakan pengembangan diatas dapat digolongkan berdasarkan fungsi usaha dan peran pemerintah. Berdasarkan fungsi usaha, kebijakan pengembangan dapat dibagi menjadi beberapa kelompok, yakni: pengadaan bahan baku / barang dagangan, produksi, pemasaran, organisasi dan sumber daya manusia, administrasi dan pengelolaan keuangan.



## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_, *Rencana Strategis Pembangunan KUKM (Draft Awal-3)*, Departemen Koperasi dan UKM, 24 Agustus 2004, download <http://www.depkop.go.id>.
- \_\_\_\_\_, *Rencana Induk Pengembangan Industri Kecil Menengah 2002 - 2004, Program Pengembangan Industri Kecil Menengah*, Departemen Perindustrian dan Perdagangan, 2003
- \_\_\_\_\_, *Indikator Ekonomi Kota Surabaya*, 2001
- \_\_\_\_\_, *Profil Industri Kecil dan Kerajinan Rumah tangga, Badan Pusat Statistik (BPS)*. Jakarta. 1998
- Anderson, Dennis. *Small Scale Industry in Developing Countries: A Discussion of The Issues*, World Development. 1982
- Bianchi, Carmine. *Fostering Small Business Growth and Entrepreneurial Learning Through Accounting and System Dynamics Models*, Paper posted in [www.mba.com](http://www.mba.com), download tanggal 01-02-2005
- Bianchi, Carmine., Bivona, Enzo. *Commercial & Financial Policies In Small and Micro Family Firms: The Small Business Growth Management Flight Simulator*. Sage Publication. 1999
- Bradley III D., *The "Why" of Small Business Bankruptcy*, Proceedings of the Small Business Institute Director's Association Conference, Orlando, 1997
- Festervand, T.A., *Forrest J. Small Business Failures: A Framework for Analysis*, Electronic Proceedings of the Small Business Institute Director's Association Conference. Orlando. 1991
- Jhingan, M.L. *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*,. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta. 2002

- Lussier, R., Corman, J. *There are Few Differences Between Successful and Failed Small Business*, Electronic Proceedings of the Small Business Institute Director's Association Conference. 1995
- Muhandri, Tjahja. *Strategi Penciptaan Wirausaha (Pengusaha) Kecil Menengah yang Tangguh*. Makalah Falsafah Sains, Program Pasca Sarjana/S3, Institut Pertanian Bogor. 2002
- Nazir, Moh., *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta. 1999
- O'Neil H., Duker, J., *Survival and Failure in Small Business*, Journal of Small Business Management, Volume 21. 1986
- Olivera H., Martin C. *Accounting Problems Encountered in Small Business Failures*. Electronic Proceedings of the Southwest Small Business Institute Association, Annual Conference, New Orleans, March. 1993
- Partowidagdo, Widjajono. *Memahami Analisis Kebijakan : Kasus Reformasi Indonesia*. Program Studi Pembangunan Program Pascasarjana ITB. Bandung. 1999
- Tambunan, Tulus T.H. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Salemba Empat. 2002
- Yoon, Heon Deok. *The Role of Small Business in 21<sup>st</sup> Century*, Department of Entrepreneurship and Small Business, Soongsil University, South Korea.
- Peraturan Daerah Kota Surabaya No. 3 tahun 2002 tentang Retribusi Pelayanan di Bidang Perindustrian, Perdagangan dan Penanaman Modal.
- Undang-undang No. 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil
- Undang-undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah.
- Undang-undang No. 25. tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah

**Curriculum Vitae**

1. Nama : **Drs. Djoni Budiardjo, MSi.**
2. Tempat, Tgl Lahir : **Kediri, 10 Maret 1949**
3. Kebangsaan : **Indonesia**
4. Alamat : **Jl. Palem Utara II/MD-19 Pondok Candra Indah, Surabaya Telp. (031) 8663440**
5. Tempat Kerja : **Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga Jalan Airlangga 4, Surabaya**
6. Lama Bekerja : **25 (dua puluh lima) Tahun**
7. Jabatan : **Staf Pengajar/Dosen Tetap FE UNAIR**
8. Profesi : **Dosen, Peneliti dan Konsultan**
9. Bidang Keahlian : **Ekonomi dan Manajemen Keuangan**
10. Kualifikasi Umum :

**10.1 Latar Belakang Pendidikan**

- 1998 : **Magister Sains (MSi), bidang ilmu Manajemen, Universitas Indonesia.**
- 1977 : **Sarjana Ekonomi, Jurusan Manajemen, Universitas Airlangga.**

**10.2. Pengalaman Kerja**

- 1999 - sekarang : **Direktur Pusat Pengkajian dan Pengembangan Manajemen (P3M) Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga**
- 1996-1998 : **PT. Kharisma Tridaya Appraiser, Jakarta**
- 1993-1996 : **Staf Konsultan Pusat Manajemen dan Pengembangan Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga**
- 1990-1993 : **Konsultan di PT. Optima Efforta Consultant, Surabaya**
- 1985-1990 : **Konsultan di KAP Drs. Wiyoko S, dan Rekan, Surabaya**
- 1984-1985 : **Local Consultant PT. Reka Reksa Consultant, Surabaya untuk Proyek Air Bersih bantuan Bank Dunia**
- 1978-1984 : **Konsultan di PT. Versluis Consultant**

**10.3. Pengalaman Proyek/Penelitian yang pernah ditangani, antara lain :**

- 2000 : **Penyusunan RENSTRA Kabupaten Tingkat II Sidoarjo, Bappeda Tingkat II Sidoarjo**

- 1996-1998 : Penyusunan studi kelayakan proyek manufaktur dan real estate di PT. Kharisma Tridaya Appraiser, Jakarta
- 1993-1996 : Program Pelatihan Manajemen di Pusat Manajemen dan Pengembangan Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga
- 1980-1993 : Studi Kelayakan Proyek Perusahaan Manufaktur dan Perkebunan tanaman keras, Rescheduling Pinjaman bank, dan penyusunan Proposal Kredit

**10.4. Bahasa Dan Tingkat Penguasaan**

Inggris : Baik  
Indonesia : Baik

Surabaya,



Drs. Djoni Budiardjo, MSI.

