

**Profil Kinerja Keunggulan Bersaing
Industri Manufaktur Kecil dan Menengah di Jawa Barat dan
Banten Dalam Era Pelaksanaan CHINA-ASEAN Free Trade Area**



Tim Peneliti :

Gandhi Pawitan, PhD (Ketua)
Arie Indra Chandra, M.Si. (Anggota)
Dr. Atom Ginting Munthe (anggota)

Pusat Kajian Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

2010/11

Ringkasan Eksekutif

Globalisasi dan terbukanya pasar nasional dari pemain-pemain global membuat kondisi persaingan usaha yang semakin ketat. Free Trade Area (FTA) menjadi sebuah model perdagangan regional, termasuk ASEAN. ASEAN merupakan salah satu regional yang strategis dalam kajian ekonomi internasional, seperti dalam Ariyasajakorn, Gander, Ratanakomut, & Reynolds (2009). Situasi tentu mendorong pelaku usaha nasional untuk selalu mengukur kinerjanya dan mendapatkan informasi secara cepat.

Dengan berlakunya perjanjian CAFTA pada tahun 2010, maka produk-produk RRC, akan dengan bebasnya masuk ke pasaran di Indonesia. Industri-industri di RRC saat ini dikenal memiliki tingkat efisiensi yang sangat tinggi di satu pihak dan tingkat produktivitas yang tinggi di lain pihak. Hal ini tentunya mempengaruhi daya saing dan dorongan ekspansi yang cukup tinggi untuk masuk ke pasar di luar RRC dengan harga yang jauh lebih murah. Industri domestik Indonesia menjadi kehilangan daya saingnya terutama dari sisi harga bila dibandingkan dengan produk-produk RRC. Hal ini berimbas juga kepada industri-industri kecil dan menengah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh perjanjian CAFTA terhadap tingkat pertumbuhan IMKM di Jawa Barat, penyusunan kluster IMKM di Jawa Barat berdasarkan kinerja, merumuskan ukuran kinerja IMKM di Jawa Barat..

Penelitian ini akan memberikan kontribusi yang signifikan dalam merumuskan kinerja IMKM secara khusus, dan UMKM secara umum. Selain itu juga berkontribusi dalam menyusun kajian faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hasil yang dicapai ini diharapkan bermanfaat bagi pelaku IMKM, pemerintah, dan sektor industri pada umumnya untuk menyusun strategi bersaing dalam menghadapi ACFTA.

Dalam masa krisis ternyata yang bertahan bukan Usaha Besar melainkan Usaha Kecil dan Menengah. Demikian juga bila dikalkulasi dari sisi untung rugi, macetnya pinjaman satu unit Usaha Besar yang sekian triliun rupiah jumlahnya sama setara dengan pinjaman beratus Unit UKM. Padahal dari pengalaman UKM yang 'ngemplang' hutangnya tidak sebanyak Usaha Besar. Katakanlah dari seratus UKM yang 'ngemplang' sebanyak 25 % tetap saja masih di bawah UB yang 'ngemplang'. Di sisi lain penyerapan tenaga kerja dan efek turunan dari bisnis UKM kiranya akan menggerakkan roda ekonomi di lokal. Apalagi saat ini gerusan terhadap daya tahan ekonomi kita terutama terhadap Industri Manufaktur Kecil dan Menengah – IMKM, yang menghadapi gempuran barang-barang Cina yang membanjiri pasar Indonesia karena pelaksanaan ASEAN-CHINA Free Trade Area sungguh menarik untuk disimak. Hanya dengan penelitian ke lapangan maka akan dapat diperoleh informasi yang berharga.

Pemahaman yang seksama terhadap profil kinerja keunggulan bersaing IMKM melalui riset akan sangat bermanfaat terutama bagi landasan pengembangan menghadapi

globalisasi. Hanya dengan melakukan riset-riset yang nyata maka pengembangan dan kontribusi terhadap dunia IMKM akan benar-benar nyata dan bermanfaat.

Adapun 3 (tiga) profil utama yang perlu mendapat perhatian (masih lemah/kurang) dari industri manufaktur kecil dan menengah di Kota Bandung dapat disusun sebagai berikut:

1. kategori 1 mempunyai profil sebagai berikut :
 - a. pembelian barang-barang dari perusahaan Bapa/Ibu tidak dilakukan secara tunai/tidak dibayar saat itu (=mundur sekian bulan)
 - b. Biaya untuk membuat barang dan biaya lainnya dalam usaha ini terasa berat saat ini
 - c. suplai/pasokan bahan baku untuk pembuatan barang selama ini lancar
 - d. Bapa/Ibu suka melakukan inovasi (pembaharuan) terhadap barang yang dihasilkan (bentuknya, atau lainnya)
2. kategori 2 mempunyai profil sebagai berikut :
 - a. Kekurangan modal merupakan kesulitan utama dalam menjamin supaya usaha Bapa/Ibu tetap berjalan
 - b. Apabila ada lonjakan peningkatan pembelian terhadap barang Bapa/Ibu (lagi rame) maka untuk menambah pembuatan barang selalu terjadi kekurangan modal
 - c. Modal yang sekarang digunakan untuk usaha sebagian besar (lebih dari 50%) berasal dari pinjaman (bukan modal sendiri)
3. Kategori 3 mempunyai profil sebagai berikut :
 - a. Pembayaran bahan baku harus tunai/ lunas/cash
 - b. Apabila Bahan baku yang sekarang digunakan untuk membuat barang dalam usaha Bapa/Ibu tidak ada maka akan ada penggantinya
 - c. Bahan baku pengganti sulit didapat
 - d. Biaya pengiriman barang ditanggung oleh Bapa/Ibu

Bab 1

Pendahuluan

Sebagai salah satu pilar dan kekuatan perekonomian bangsa, kontribusi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) tidak diragukan lagi. Hal ini terbukti dengan kokohnya UKM pada saat krisis moneter melanda Indonesia. Bahkan, ketika sektor-sektor perekonomian lain sedang menataulang fondasi usaha mereka pasca krisis, UKM justru telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian bangsa. Berdasarkan data makro UKM yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UKM dalam penciptaan nilai tambah nasional pada tahun 2006 adalah sebesar 1,778,75 triliun rupiah atau 53,3 persen dari Produk Domestik Bruto Nasional. Nilai ini lebih besar dibandingkan tahun 2005 (meningkatkan sebesar 19,3 persen dari 1,491, 06 triliun rupiah)¹. Potensi yang sama dinyatakan oleh laporan Bank Dunia, bahwa sektor ini paling tidak menyumbang sebesar 50 persen PDB dan 10 persen terhadap nilai ekspor².

Prestasi tersebut bukan hanya dicapai oleh UKM pada tahun 2006, namun sejak 2001 pasca krisis UKM telah menunjukkan kemampuannya untuk menjadi salah satu kekuatan ekonomi nasional. Sebagaimana dilaporkan oleh Harian Umum Kompasⁱ berdasarkan data Survei Business Intelligence Report (BIRO) tentang prospek UKM Nasional yang dilaksanakan Februari-April 2001 di wilayah Jabotabek menunjukkan, 80 persen dari UKM memiliki investasi di bawah 1 juta dollar AS, lalu 72,5 persen omzetnya di bawah 1 juta dollar AS. Data tersebut merupakan data strata UKM berdasarkan modal. Namun yang lebih menakjubkan adalah, di saat badai krisis menghantam sejak pertengahan tahun 1997 hingga awal tahun 2001, malah muncul 99 UKM yang berorientasi ekspor. Padahal, di lain sisi banyak perusahaan afiliasi konglomerat yang

¹ ¹ Data Indikator Makro UKM, diterbitkan oleh Sekretariat Kementerian Koperasi dan UKM bekerjasama dengan Badan Pusat Statistik, 16 Maret 2007. Dalam laporan tersebut dituliskan pula berbagai kontribusi UKM pada perekonomian nasional, seperti kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja, investasi dan lain sebagainya.

² HU Kompas, Senin 3 Desember 2001

harus dilikuidasi karena tak mampu lagi bertahan. Fakta itu semakin menguatkan dugaan berbagai pihak bahwa sektor ini memang kuat dan fleksibel, jika kita cuplik kembali data BIRO. Menurut survei BIRO diketahui 60 persen UKM memiliki rasio penjualan ekspor lebih dari 40 persen, bahkan 29 persen diantaranya rasio ekspornya diatas 86 persen.

Namun, dibalik potensinya tersebut, sebenarnya UKM masih menghadapi berbagai masalah. Wiloejo (2005) menuliskan terdapat tiga masalah yang sedang dihadapi oleh UKM yaitu sulitnya akses pada pasar produk yang dihasilkan, masih lemahnya pengembangan dan penguatan usaha dan keterbatasan akses pada sumber-sumber pembiayaan dari lembaga keuangan formal khususnya dari perbankan. Kalaupun dirancang berbagai strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut, fokus lebih banyak ditujukan dalam mengatasi problem pembiayaan semata. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman yang benar mengenai karakter UKM.

Kurangnya pemahaman terhadap karakter UKM telah membuat persepsi pemerintah meleset dalam melihat UKM. Hingga menjelang berakhirnya tahun 2001, program LKM menjadi satu-satunya program "unggulan" untuk memberdayakan UKMⁱⁱ, karena tampaknya pemerintah hanya melihat persoalan pendanaan yang menjadi hambatan bagi UKM. Padahal, bagi sebagian besar UKM yang banyak terdapat di daerah lemahnya manajemen dan penerapan teknologi menjadi kendala untuk berkembang lebih lanjut. Selain ketidakmampuan menjaga konsistensi mutu, juga tidak mampu secara cepat menyesuaikan diri dengan tuntutan perubahan mode di masyarakat.

Riset ini dengan demikian, ingin mencoba memberikan kontribusi dalam hal **membangun ketangguhan dan kekuatan usaha UKM**, secara khusus berkaitan dengan *sustainable competitive advantage*-nya (Porter, 1980). Keberlanjutan usaha UKM sangat penting untuk menjamin kontribusinya pada perekonomian nasional dan mempertahankan kinerja produksinya. Secara khusus, riset ini mencoba (1) mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *sustainable competitive advantage* dan mengukur pengaruhnya terhadap kinerja sebuah perusahaan; serta (2)

mencari format yang *fit* bagi UKM dalam membangun *sustainable competitive advantage*.

Tercapainya posisi keunggulan bersaing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*) tidak saja berarti perusahaan mampu menawarkan produk atau jasa lebih baik daripada para pesaingnya akan tetapi juga akan mempengaruhi keberlanjutan aktivitas usaha atau organisasinya. Secara spesifik, perusahaan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan apabila perusahaan dapat melaksanakan *value creating strategy* yang tidak dilaksanakan secara bersamaan oleh pesaing yang ada atau pesaing potensial serta bila perusahaan lain tidak mampu meniru keunggulan dari strategi perusahaan tersebut (Barney, 1991). Barney lebih lanjut menggarisbawahi bahwa untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, perusahaan tergantung pada sumberdaya strategis (*strategic resources/strategic assets*) yang bercirikan: bernilai (**Valuable**), langka (**Rare**), tidak dapat ditiru (**Imperfectly imitable**) dan tidak tergantikan (**Non-substitutable**) – yang dikenal dengan **the VRIN conditions** (Barney, 1991 dalam Sampurno, 2006). Kerangka VRIN ini akan digunakan sebagai salah satu faktor hipotetik dalam penelitian ini.

Sementara itu, keberlanjutan sebuah perusahaan secara organisasi dipengaruhi oleh faktor eksternal maupun internal. Secara eksternal, faktor yang dapat mempengaruhi adalah lingkungan tugas – *task environment* – perusahaan tersebut, meliputi pemasok, distributor, pesaing, konsumen, pegawai dan pemerintah. Selain itu, juga dipengaruhi oleh lingkungan makro, meliputi sosial, ekonomi dan politik. Dalam riset ini, perhatian diutamakan hanya pada pengaruh lingkungan terhadap kekuatan dan ketangguhan UKM. Sementara itu, secara internal, faktor yang dapat mempengaruhi keberlanjutan sebuah usaha adalah budaya perusahaan (Schein, 1992), kapabilitasnya (Barney, 2005; Teece et al, 1997), kemampuan melakukan inovasi (Meyer and Garg, 2005). Pada riset ini pendalaman akan difokuskan pada ketiga faktor tersebut.

Permasalahan

Dengan berlakunya perjanjian CAFTA pada tahun 2010, maka produk-produk RRC, akan dengan bebasnya masuk ke pasaran di Indonesia. Industri-industri di RRC saat ini dikenal memiliki tingkat efisiensi yang sangat tinggi di satu pihak dan tingkat produktivitas yang tinggi di lain pihak. Hal ini tentunya mempengaruhi daya saing dan dorongan ekspansi yang cukup tinggi untuk masuk ke pasar di luar RRC dengan harga yang jauh lebih murah. Industri domestik Indonesia menjadi kehilangan daya saingnya terutama dari sisi harga bila dibandingkan dengan produk-produk RRC. Barang-barang dari RRC ini berimbas juga kepada industri-industri kecil dan menengah. Daya saing tidak hanya berkorelasi dengan aspek ekonomi dan sosial saja sebenarnya. Tapi juga tergantung pada kemampuan perusahaan meningkatkan performa dari dimensi strategi unggulan seperti biaya (cost), kualitas (quality), pengiriman (delivery dependantly), kecepatan (speed), inovasi dan keluwesan (flexibility) (Platts & Gregory:1991)

Tujuan

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak berlakunya perjanjian CAFTA terhadap kinerja industri kecil dan menengah di Kota Bandung. Target yang akan dicapai adalah mendeskripsikan Profil kinerja IMKM di Bandung pada masa berlakunya CAFTA.

Cakupan

Untuk mencapai tujuan tersebut, tentu saja dibatasi oleh cakupan geografis. Untuk itu diambil sebagai studi kasus adalah IMKM di Bandung .

Keutamaan penelitian

Penelitian ini memberikan pemahaman beberapa kondisi saat ini, yaitu bahwa

- Kajian kritis mengenai pengaruh dan dampak dari pemberlakuan perjanjian CAFTA bagi perkembangan / pertumbuhan IMKM di Bandung.

- Kajian kritis mengenai profil kinerja IMKM di Bandung berdasarkan kluster industri.

Pemahaman kondisi tersebut akan memberikan beberapa manfaat yaitu pada aspek

- Penyusunan strategi bersaing bagi pelaku IMKM di Bandung dalam menghadapi berlakunya perjanjian CAFTA.
- Evaluasi terhadap kinerja IMKM di Bandung , yang bermanfaat sebagai alat dalam meningkatkan daya saing dalam pasar CAFTA.

Studi Pustaka

Pemerintah menaruh perhatian yang besar terhadap sektor usaha kecil dan menengah ini. Informasi yang disajikan oleh BPS menunjukkan bahwa sektor ini menyerap tenaga kerja yang besar (41% per 2008 dari perkiraan total penduduk sebanyak 200 juta jiwa). Selain itu juga sektor UKM ini juga mempunyai kontribusi yang dominan terhadap ekspor non miga Indonesia.

Definisi ukm

Usaha kecil dan menengah ini didefinisikan dalam UU No. 9/1995 dan Instruksi Presiden No. 11/1999. Dalam UU No. 9/1995 tentang usaha kecil ini dirumuskan bahwa sebuah usaha kecil bukan merupakan cabang usaha besar dan memiliki penjualan di bawah Rp.1 milyar setahun dan aset di luar tanah dan bangunan dibawah Rp. 200 juta,-. Sedangkan usaha menengah dirumuskan berdasarkan Instruksi Presiden No. 11/1999 yang menggolongkan usaha menengah hanya atas dasar kriteria aset di luar tanah dan bangunan antara Rp. 200 juta,- hingga Rp. 10 milyar. Sedangkan BPS yang melakukan pengumpulan data secara periodik, membedakan ukuran sektor usaha ini berdasarkan jumlah tenaganya, yaitu untuk usaha mikro adalah 1-4 orang tenaga kerja, usaha kecil adalah 5-19 tenaga kerja, dan menengah adalah 20-99 tenaga kerja.

Pada saat ini terdapat empat Free Trade Area (FTA) yang hangat didiskusikan ataupun dikaji, yaitu East Asian FTA (termasuk ASEAN), ASEAN-China, ASEAN-Japan, and ASEAN-Korea. Dalam sebuah kajian disimpulkan bahwa East Asian FTA mempunyai potensi yang besar untuk memberikan peningkatan kesejahteraan bagi ekonomi

regional (Kitwiwattanachai, Nelson, & Reed, 2010). Pada kajian yang sama, disebutkan bahwa ASEAN-China FTA merupakan suatu inisiatif yang paling ambisius pada saat ini.

Zhang, Cooper, Deng, Parker, & Ruefli (2010) menyebutkan bahwa pesatnya ekonomi RRC dimotori oleh keberhasilan wirausaha. Dalam artikelnya disebutkan 3 hal yang mendorong kemajuan industri di RRC, yaitu petani yang menjadi wirausaha, pegawai negeri yang menjadi wirausaha, dan perantau yang kembali dan menjadi wirausaha. Walaupun pada awalnya RRC dikategorikan sebagai pengikut ataupun pendatang yang terlambat, namun ada beberapa faktor yang mendorong pesatnya industri RRC, yaitu faktor inovasi dan kemampuan pemasarannya (lihat di Eng & Spickett-Jones, 2009; Guan, Yam, Tang, & Lau, 2009).

Keh, Nguyen, & Ng (2007) melakukan studi terhadap orientasi wirausaha dan informasi pemasaran terhadap kinerja dari UKM di Singapura. Mereka merumuskan kinerja UKM menjadi dua macam yaitu kinerja keuangan dan non keuangan. Hasil yang diperoleh menunjukkan peran dari orientasi wirausaha dalam memperoleh informasi pemasaran dan juga pengaruh langsung terhadap kinerja perusahaan secara umum.

Sedangkan Wilkinson & Brouters (2006) memfokuskan pada UKM yang berorientasi ekspor, dengan meneliti efektifitas layanan promosi ekspor, seperti pameran dagang. Berdasarkan studi empiris terhadap UKM di AS, diperoleh bahwa layanan promosi ekspor tersebut mempunyai kontribusi yang positif terhadap kinerja ekspor dari UKM. Studi empiris yang dilakukan oleh Wincent, Anokhin, & Örtqvist (2010) dalam meneliti mengenai pengaruh faktor jejaring (*network*) menunjukkan kontribusi yang positive dalam memperbaiki kinerja inovasi dari UKM. Dalam studi yang sejenis Zeng, Xie, & Tam (2010) memberikan konfirmasi mengenai pentingnya jejaring dalam meningkatkan kinerja UKM. Jejaring ini didefinisikan baik secara vertikal maupun horizontal, yaitu dengan pelanggan, pemasok, perusahaan lain, institusi penelitian, universitas, dan pemerintah. Jejaring dengan pelanggan, pemasok, dan perusahaan lain memberikan peran yang lebih penting dalam kinerja proses inovasi UKM, dibandingkan dengan institusi penelitian, universitas, dan pemerintah.

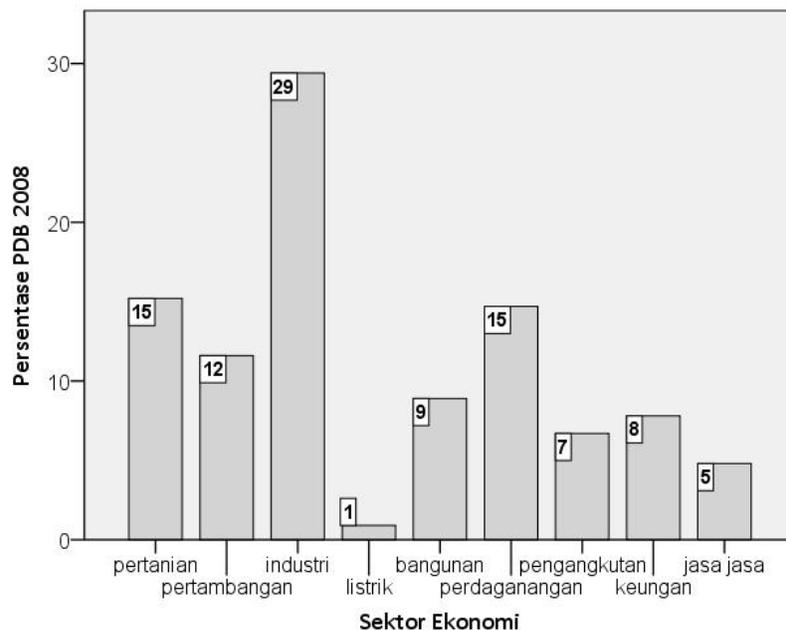
Industri manufaktur

Definisi industri manufaktur

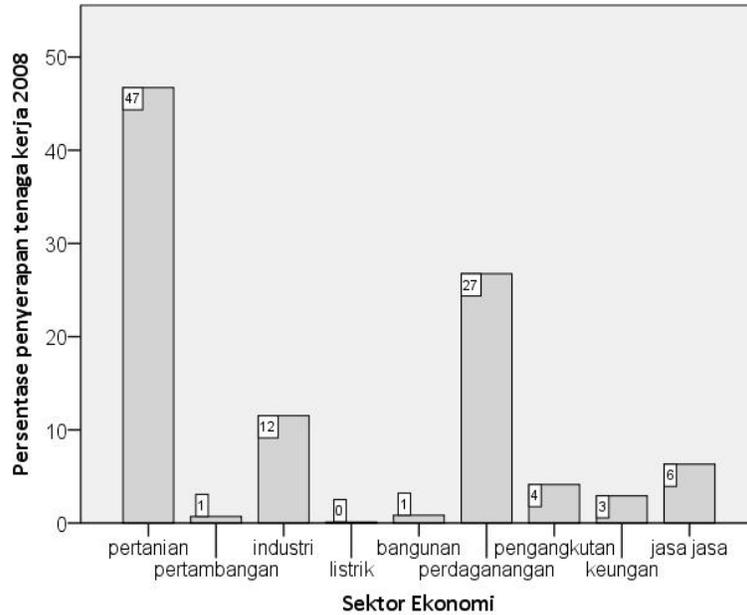
BPS (2008) mendefinisikan industri manufaktur sebagai industri pengolahan, yaitu suatu usaha dalam pengubahan bahan mentah) menjadi barang jadi ataupun setengah yang mempunyai nilai tambah, baik secara mekanis, kimiawi, dengan mesin, ataupun tanpa mesin (manual). Informasi yang dipublikasikan oleh BPS pada tahun 2008, diperoleh bahwa kontribusi sektor industri manufaktur terhadap PDB adalah mencapai kl 29.4%. Dengan peningkatan pada tahun 2007-2008 adalah 2.7%.

Statistik industri manufaktur

Industri pengolahan, yang juga dikenal sebagai industri manufaktur mempunyai kekhususan dalam perekonomian nasional, yaitu karena kontribusinya yang terbesar terhadap PDB nasional (29%), dibandingkan sektor UMKM lainnya, seperti tampak dalam Gambar 2. berikut. Penanganan kebijakan dan evaluasi pertumbuhan sektor industri manufaktur oleh karena itu mempunyai arti strategis.



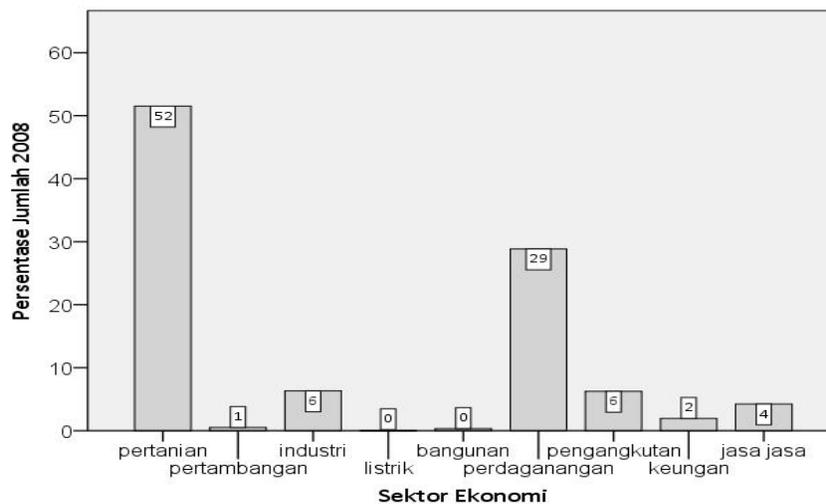
Gambar 2. Persentase sumbangan PDB sektor UMKM tahun 2008 (data BPS)



Gambar 3. Persentase penyerapan tenaga kerja per sektor UMKM (data BPS)

Gambar 3 di atas menunjukkan bahwa sektor pertanian menempati urutan pertama dalam hal penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 47%, kemudian diikuti oleh sektor perdagangan (27%), dan sektor industri (12%).

Jumlah industri dibandingkan sektor lain



Gambar 4. Persentase jumlah unit usaha per sektor UMKM

Gambar 4 menunjukkan proporsi unit usaha per sektor UMKM untuk sektor pertanian menempati proporsi yang terbesar, yaitu mencapai 52%, kemudian sektor perdagangan sebesar 29%, dan sektor industri mencapai 6%.

Kontribusi ekspor

Berdasarkan data BPS 2008, UMKM yang berorientasi ekspor hanya pada sektor pertanian, pertambangan dan penggalian, dan industri pengolahan saja. Untuk ini industri pengolahan mempunyai kontribusi yang signifikan, yaitu mencapai 88.8%, kemudian sektor pertanian 10.3%, dan pertambangan dan penggalian sebesar 0.9%.

Perjanjian CAFTA

Definisi dan cakupan

Pergerakan atau peredaran uang, investasi dan actor non negara melahirkan interaksi ekonomi yang intens diantara negara. Interaksi ekonomi akibat globalisasi itu mendorong negara kearah terciptanya hubungan interdependensi diantara satu negara dengan yanglainnya. Hubungan interdependensi inilah yang mendorong negara untuk membina hubungan kerja sama untuk memperoleh keuntungan maksimal. Selain dari pada itu negara tidak dapat memenuhi kebutuhannya secara sendirian. Mereka harus dibantu oleh negara lain dalam lingkup internasional. Berdasarkan kondisi tersebut serta dipicu oleh globalisasi ekonomi maka negara harus bekerja sama untuk mencapai tujuannya.

Pemenuhan kebutuhan tersebut mendorong negara untuk berinteraksi satu sama lain, terutama dalam bidang ekonomi. Berbagai kerjasama digalang untuk memperlancar arus perdagangan barang dan jasa antar negara. Salah satu sistem yang muncul adalah perdagangan bebas atau free trade. Hal itu mendorong negara-negara untuk melakukan perdagangan internasional daripada menutup perdagangan dengan negara lain. Konsep paling utama dari free trade adalah membebasakan atau memperlancar perdagangan akan mendorong produksi barang ke tingkat efisiensi yang paling tinggi dan Negara yang bersangkutan akan mendapatkan keuntungan (Lairson & Skidmore, 1997). Kerjasama serta perpindahan investasi, barang dan jasa melalui free

trade, menumbuhkan kesadaran untuk meningkatkan kerjasama ekonomi dengan Negara-negara di sekitar kawasan geografis ketimbang area di luar kawasan dan wilayah internasional (Fawcett & Hurrell, 1995).

Isi perjanjian dan implementasi

Kerjasama antara Cina dan ASEAN sudah dimulai sejak tahun 1996 dengan disyiahkannya Cina sebagai mitra wicara dalam pertemuan ASEAN Ministerial Meeting (AMM) ke 20 di Jakarta (Oratmangun, 2000). Sejak saat itu hubungan Cina dan ASEAN terus meningkat. Peningkatan kerjasama ASEAN dan Cina terlihat lebih dalam ketika Cina bergabung dengan ASEAN dalam kerjasama ASEAN+1 dan kerjasama ASEAN+3 yang terdiri dari Negara Asia Timur, yaitu Korea Selatan, Jepang dan Cina. Kerjasama tersebut mencakup kerjasama dalam bidang ekonomi, politik, telekomunikasi, terutama bidang ekonomi.

Keseriusan Cina dalam bekerjasama dengan ASEAN terlihat pada penandatanganan Treaty of Amity and Cooperation pada tahun 2003 yang lalu. Dengan peristiwa itu peran Cina dalam ASEAN tidak lagi terbatas pada berbagai bidang, tetapi meningkat menjadi sebuah komitmen untuk memperdalam hubungan dengan ASEAN menghormati prinsip-prinsip ASEAN dalam menjaga stabilitas regional di wilayah Asia. Pada bulan Nopember 2002 Cina dan ASEAN membentuk perjanjian awal untuk melaksanakan perdagangan bebas (Marcello, 2009). Kesepakatan kerjasama tersebut diteruskan dengan ditandatanganinya Framework Agreement on comprehensive Economic Cooperation Between The Association of Southeast Asian Nations and The People's Republic of China (CAFTA) di Kamboja pada tahun 2004 (Direktorat Pemasaran Internasional, 2006). Kerjasama tersebut bertujuan untuk mempererat kerjasama ASEAN dan Cina serta menerapkan liberalisasi perdagangan dengan penghapusan tariff dan bea masuk. Penandatanganan inilah yang menjadi cikal bakal penerapan perdagangan bebas antara Indonesia dan Cina yang akan berlak sejak bulan Januari 2010.

Ukuran kinerja

Pengukuran terhadap kinerja perusahaan mempunyai peranan yang penting dalam *aligning* tujuan strategis dalam mencapai misi dan visi perusahaan. Ukuran kinerja dapat dilakukan berdasarkan aspek finansial ataupun non-finansial. Ukuran kinerja finansial sudah umum dilakukan, namun banyak kritik terhadap ukuran kinerja ini (Bourne, Mills, Wilcox, Neely, & Platts, 2000). Sehingga kemudian berkembang suatu ukuran kinerja yang berimbang, yaitu ukuran finansial dan non finansial, ataupun ukuran internal dan eksternal. Salah satu ukuran kinerja ini yang populer adalah dikenal sebagai *balance score card*.

Ukuran kinerja yang umum dijumpai dalam literatur, seperti *balance score card*, *pyramid performance*, etc., memang dirancang untuk perusahaan besar (Hudson, Smart, & Bourne, 2001). Sedangkan untuk perusahaan kecil menengah mempunyai karakteristik yang berbeda, sehingga ukuran kinerja tersebut tidak dapat diterapkan secara langsung.

Hudson, et al. (2001) melakukan evaluasi terhadap pengukuran kinerja tersebut untuk usaha kecil dan menengah. Ada sepuluh macam ukuran kinerja, yaitu Hasil evaluasinya mereka menyarankan beberapa dimensi kunci dalam pengukuran kinerja, seperti yang tampak dalam Tabel 1.

Tabel 1. Dimensi pengukuran kinerja (Hudson, et al., 2001)

<i>Kualitas</i>	<i>Time</i>	<i>Fleksibilitas</i>	<i>Keuangan</i>	<i>Kepuasan pelanggan</i>	<i>Sumber daya manusia</i>
Tampilan produk	Waktu tunggu	Efektifitas pabrikasi	Arus kas	Pangsa pasar	Hubungan antar manusia
Keandalan pengiriman	Keandalan pengiriman	Pemanfaatan sumber daya	Pangsa pasar	layanan	Keterlibatan karyawan
Produk cacat/limbah	Waktu penyelesaian proses	Fleksibilitas volume	Pengurangan biaya tetap	citra	Tenaga kerja
Dependability	Waktu proses	Pengenalan produk baru	Kinerja inventori	Integrasi dengan pelanggan	Keahlian tenaga kerja
inovasi	Produktifitas	Sistem komputerisasi	Pengendalian biaya	kemampuan bersaing	pelatihan
	Waktu siklus	Pertumbuhan masa mendatang	penjualan	inovasi	Efisiensi tenaga kerja
	Kecepatan pengiriman	Inovasi produk	laba	Keterandalan pengiriman	Quality of work life

	Efisiensi karyawan		efisiensi		Pemanfaatan sumber daya
	Pemanfaatan sumber daya		Pengurangan biaya produksi		produktifitas

Metode Penelitian

Tipe penelitian, populasi dan target populasi

Penelitian ini merupakan penelitian korelasional yang melakukan investigasi faktor-faktor dalam mengukur kinerja IMKM. Pelaku industri manufaktur kecil dan menengah di Jawa Barat diambil sebagai populasi. Sedangkan target populasi yang akan diteliti adalah mencakup kluster industri yang bergerak dalam bidang non-migas, yaitu

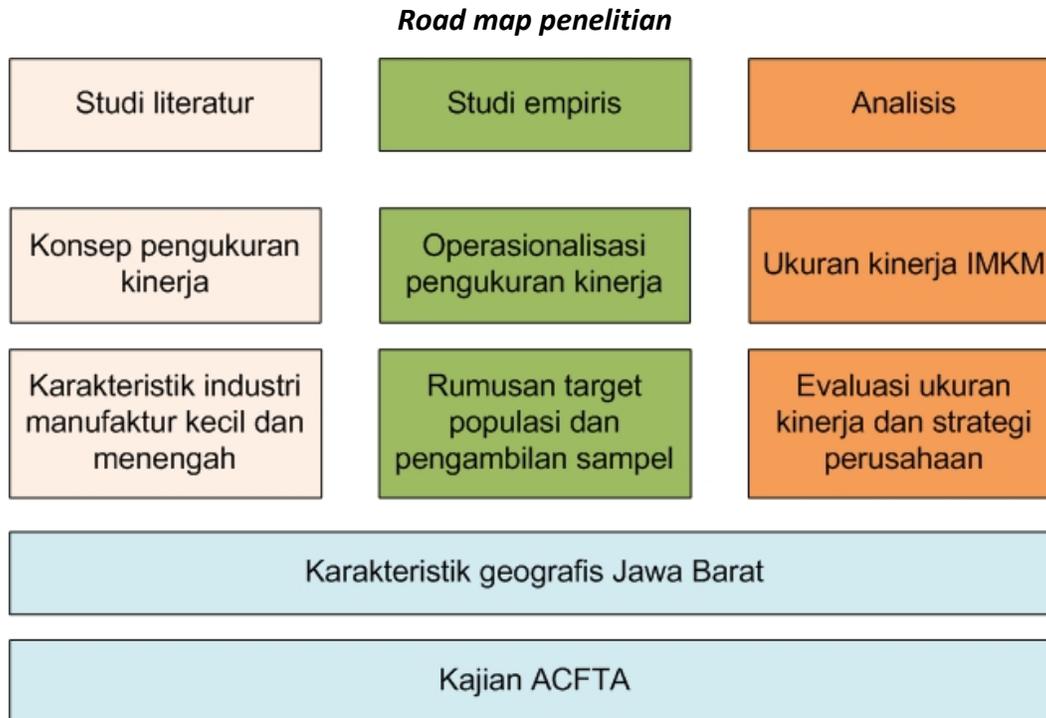
- industri tekstil, barang kulit & alas kaki,
- barang kayu & hasil hutan lainnya;
- kertas dan barang cetakan;
- logam dasar besi dan baja;
- semen & barang galian bukan logam
- alat angkutan, mesin & peralatannya.

Kerangka konseptual

Dalam memetakan kinerja dari IMKM diperlukan sejumlah indikator kinerja. Tambunan (2002) menyebutkan beberapa faktor keunggulan kompetitif yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan untuk dapat bertahan diantaranya adalah penguasaan teknologi, keunggulan sumber daya manusia yang dimilikinya, tingkat efisiensi dan efektifitas, mutu produk yang dihasilkan, promosi, skala ekonomi yang rasional, jaringan bisnis dan modal serta sarana.

Vickery, Droge, & Markland (1993) melakukan penelitian dengan menggunakan sejumlah item kinerja kepada sejumlah perusahaan. Dari hasil penelitiannya diperoleh bahwa untuk unggul diperoleh sejumlah indikator untuk menilai kinerja perusahaan dengan kategori unggul. Indikator tersebut adalah (diungkapkan juga dalam Vanany (2002):

- 1) Biaya, yaitu kemampuan perusahaan mengontrol biaya produksi baik langsung maupun tidak langsung dalam tingkatan yang efisien
- 2) Kualitas, yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk yang berkualitas melalui suatu proses produksi yang baik.
- 3) Keluwesan, yaitu kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dalam menghadapi lingkungan bisnis eksternal;
 - a. Pengiriman, yaitu kemampuan perusahaan dalam menyediakan produk yang siap dikirim kepada konsumen;
 - b. Kecepatan, yaitu kemampuan perusahaan dalam mengirim ataupun memiliki sistem pengiriman yang dapat diandalkan.
 - c. Positioning di dalam pasar, yaitu kemampuan perusahaan mempertahankan pelanggan lama dan menambah pelanggan baru
 - d. Penguasaan Bahan Baku, yaitu kemampuan perusahaan mendapatkan bahan baku dengan mudah dan dengan harga yang wajar



Gambar 5. *Road map* penelitian.

Road map penelitian terdiri dari tiga bagian utama yaitu studi literatur, studi empiris, dan analisis, di tambah dengan 2 kajian yaitu mengenai karakteristik geografis Jawa Barat dan peran CAFTA dalam perkembangan industri manufaktur kecil dan menengah di Jawa Barat. Studi literatur akan memfokuskan pada konsep pengukuran kinerja dan karakteristik industri manufaktur kecil dan menengah di Bandung .. Studi empiris adalah langkah implementasi dari hasil studi literatur tersebut dalam mengukur kinerja IMKM, dan tahap analisis merupakan integrasi 2 kajian tersebut dengan hasil pengukuran kinerja IMKM.

Model penelitian dan hipotesis

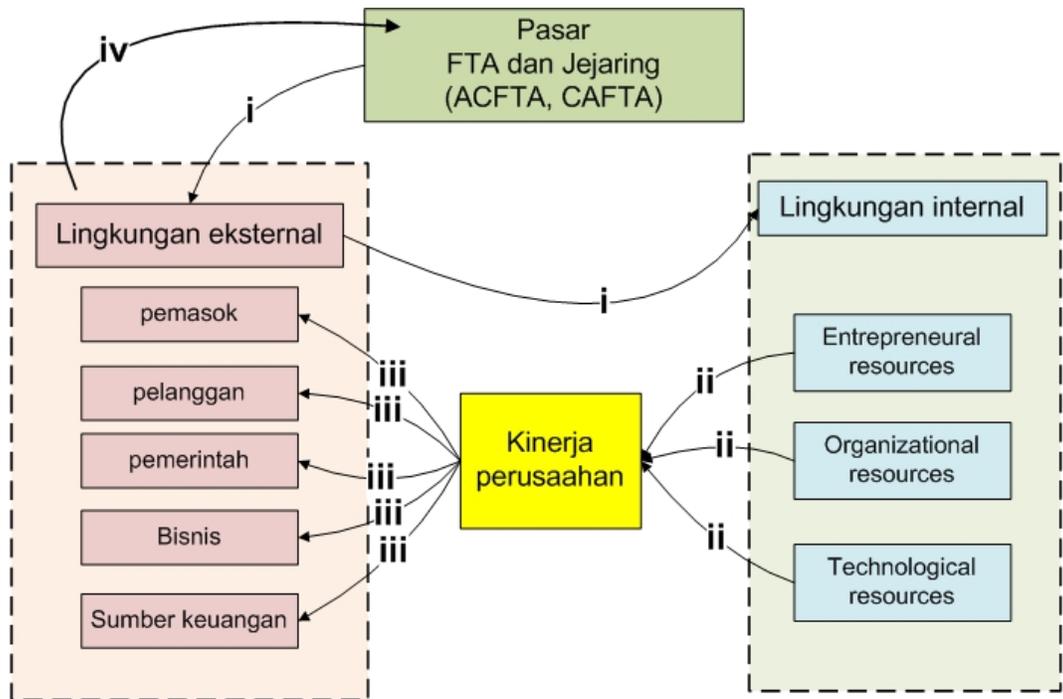
Penelitian ini bertujuan untuk melakukan investigasi terhadap faktor-faktor yang mempunyai kontribusi terhadap kinerja IMKM pada masa berlakunya CAFTA. Vikery et al (1993) melakukan penelitian dengan menggunakan sejumlah item kinerja kepada sejumlah perusahaan. Dari hasil penelitiannya diperoleh bahwa untuk unggul diperoleh

sejumlah indikator untuk menilai kinerja perusahaan dengan kategori unggul. Indikator tersebut adalah (diungkapkan juga dalam Vanany (2002)) :

Tabel 2 indikator keunggulan

Dimensi/va riabel	indikator	deskripsi
Biaya	Biaya produksi	kemampuan perusahaan mengontrol biaya produksi baik langsung maupun tidak langsung dalam tingkatan yang efisien
Kualitas	Spesifikasi	kemampuan perusahaan membuat produk sesuai dengan order dari pelanggan
	Reliabilitas	kemampuan perusahaan membuat produk dengan kualitas yang handal
	Durabilitas	kemampuan perusahaan membuat produk yang kerusakannya melampaui jangka waktu tertentu
Keluwesan	Volume	kemampuan perusahaan mengubah tingkatan dari proses manufaktur
	Proses	kemampuan sistem mengakomodasi perubahan dari proses manufaktur
	Variasi	kemampuan sistem manufaktur memproduksi sejumlah produk yang berbeda
Pengiriman	Perpindahan bahan	kemampuan proses menangani keefektifitasan pengiriman material
	Reliabilitas	kemampuan perusahaan mengirim barang ke tujuan tanpa salah
	dependabilitas	kemampuan perusahaan untuk menyediakan produk yang telah siap kirim
Kecepatan	Kecepatan pengiriman	kemampuan perusahaan mencipta-kan sistem / mekanisme pengiriman yang cepat
	Waktu siklus produk	kemampuan perusahaan meningkatkan kecepatan pemunculan produk baru

Positioning di dalam pasar	Positioning	kemampuan perusahaan mempertahankan pelanggan lama dan menambah pelanggan baru
Penguasaan bahan baku	penguasaan	kemampuan perusahaan mendapatkan bahan baku dengan mudah dan dengan harga yang wajar



Gambar 6. Model penelitian

Beberapa hipotesis dirumuskan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut

- i. Adanya FTA, seperti CAFTA atau CAFTA secara khusus, akan berdampak pada kinerja perusahaan;
- ii. Kinerja perusahaan akan dipengaruhi oleh faktor-faktor dalam lingkungan internal seperti entrepreneural resources, organizational resources, dan technological resources;
- iii. Kinerja perusahaan akan berdampak pada hubungannya dengan faktor-faktor dalam lingkungan eksternal, seperti dengan pemasok, pelanggan, pemerintah, sektor bisnis lainnya, dan sumber keuangan;

Teknik pengambilan data

Sumber data dalam penelitian ini dapat berupa data sekunder maupun data primer. Untuk data sekunder diperoleh melalui studi dokumen terhadap perusahaan yang menjadi target analisis, ataupun instansi pemerintah yang terkait, seperti Pemda, Departement KUKM, Departement Perdagangan, dan Kantor Perwakilan KADIN.

Sedangkan untuk data primer, pengambilan data akan dilakukan melalui survei. Adapun survei ini digunakan untuk mendapatkan pengukuran yang berkaitan dengan kinerja perusahaan, faktor internal perusahaan, dan beberapa faktor eksternal yang relevan. Adapun target populasi adalah industri IMKM disejumlah kluster di Bandung, Metode sampling yang digunakan adalah sampel acak

Analisis data

Analisis data dilakukan dalam tiga tahap, yaitu *preliminary* survei, eksplorasi, dan konfirmasi. Tahap *preliminary* survei dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menggali sebanyak mungkin fakta-fakta yang berkaitan dengan dampak CAFTA terhadap perkembangan IMKM, faktor-faktor internal, faktor-faktor eksternal, dan konseptual pengukuran kinerja perusahaan. Hasil dari tahap ini adalah sebuah model teoritis yang menjelaskan hubungan antar faktor dalam menentukan perkembangan IMKM. Serta seperangkat indikator yang menerangkan mengenai pengukuran kinerja IMKM.

Tahap eksplorasi adalah dilakukan untuk mengenal dan mengelompokkan sekelompok indikator menjadi faktor. Teknik yang digunakan dalam tahap ini adalah dengan analisis faktor. Hasil dari tahap ini adalah seperangkat faktor yang tersusun dari sekelompok indikator-indikator yang tersusun dari tahap sebelumnya.

Tahapan kerja

Tahapan kerja dan keluaran yang diharapkan dari setiap tahapan kerja adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Tahapan kerja tahun ke – I, semester pertama dan kedua.

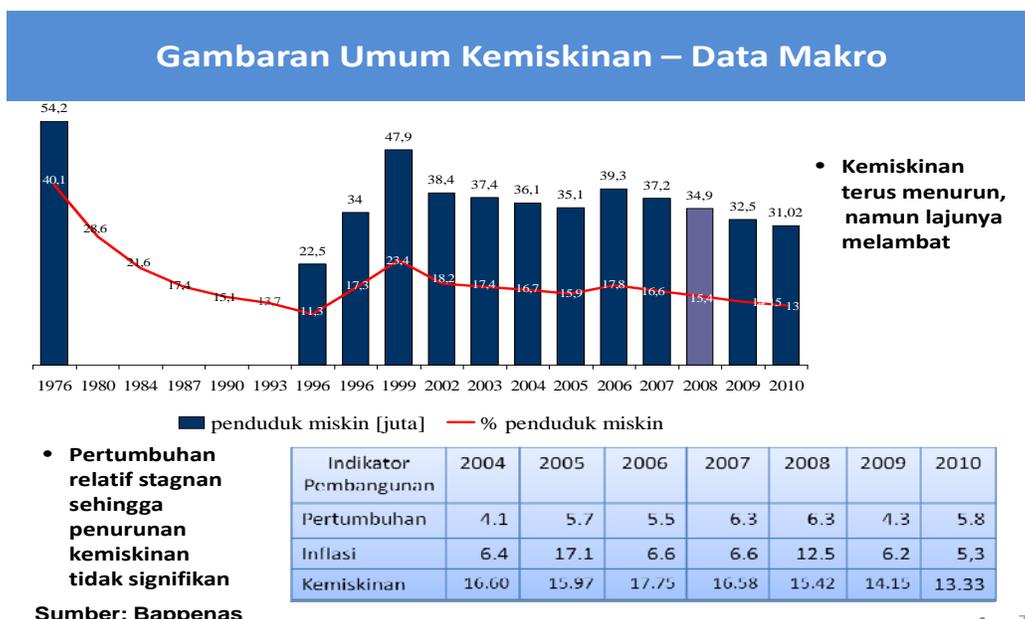
Kegiatan penelitian	Metode	Keluaran
Kajian dampak CAFTA terhadap perkembangan IMKM di Bandung Kajian konseptual pengukuran kinerja IMKM di Bandung	Kualitatif dan survei Analisis data secara kualitatif dan eksplorasi	Indikator yang mendeskripsikan peran CAFTA dalam perkembangan IMKM, dan ukuran kinerjanya.
Kajian empiris : Pengukuran kinerja IMKM dan faktor internal Penyusunan kluster IMKM dan pengaruh faktor-faktor internal IMKM	Kuantitatif dan survey Analisis kuantitatif ukuran kinerja dan faktor internal	Kluster IMKM berdasarkan ukuran kinerja Kajian pengaruh faktor-faktor internal terhadap ukuran kinerja IMKM.

Bab 2

Tinjauan Umum : Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Dalam dinamika kehidupan ekonomi dan politik, bangsa Indonesia mengalami berbagai tantangan dan sejauh ini berhasil melakukan solusi atasnya meskipun tidak menyeluruh dan belum tuntas. Dari sisi ini Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mungkin merupakan satu alternatif juga dalam melakukan solusi ketika menghadapi krisis. Setelah krisis ekonomi tahun 1996an yang menyebabkan terjadinya perubahan politik yang sangat signifikan yaitu turunnya pemerintahan Orde Baru, terjadi pula lonjakan kemiskinan dari 22,5 juta penduduk menjadi 47,9 juta penduduk yang miskin artinya dari 11,3% menjadi 23,4%. Berbagai usaha dilakukan oleh pemerintah hasil reformasi nasional pada waktu itu salah satu hasilnya adalah terjadi penurunan meskipun sangat lambat. Dimulai dari tahun 2002 jumlah orang yang miskin turun menjadi 38,4 juta terus perlahan menurun sampai dengan tahun 2010 sebanyak 31,02 juta. Namun demikian pertumbuhan relatif tetap dari tahun 2004 sebesar 4.1% dengan inflasi sebesar 6.4% sampai ke tahun 2010 menjadi sebesar 5.8% dengan inflasi 5.3 % seperti yang ditampilkan dalam tabel berikut:

Gambar 4



Dengan kecenderungan seperti itu maka masalah kemiskinan sebenarnya tidak terselesaikan sehingga seyogyanya akan selalu menjadi perhatian pemerintah. Berbagai langkah telah dilakukan untuk mengurangi angka kemiskinan. Dalam rangka melakukan perbaikan ini, perhatian perlu diarahkan pada dinamika Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang dalam banyak hal sangat independen dari ketergantungan terhadap pemerintah dan cukup luwes menghadapi krisis ekonomi. Krisis ekonomi yang menyebabkan banyak perusahaan besar yang pailit dan tutup sehingga para karyawan kehilangan pekerjaannya. Ini mungkin salah satu yang menyebabkan terjadinya perkembangan UMKM. Dalam menghadapi krisis, UMKM dapat bertahan salahsatunya dengan berpindah bisnis intinya atau melakukan diversifikasi usaha, hal yang terkadang sulit dilakukan oleh Usaha Besar karena mengandung banyak konsekuensi baik ekonomis maupun politis. Dengan banyaknya Usaha Besar yang tutup/'gulung tikar' maka banyak karyawannya yang menjadi penganggur. Krisis juga menyebabkan berkurangnya pertumbuhan kalau tidak dikatakan berhentinya pertumbuhan. Salah satu indikatornya adalah selain matinya usaha yang sedang berjalan juga tiadanya usaha baru yang berdiri. Hal ini berarti menciutnya lapangan pekerjaan yang baru, sehingga daya serap dunia industri terhadap angkatan kerja jelas mendekati nol. Dari yang menganggur ini sebagian darinya tetap kesulitan untuk mendapatkan nafkah tapi sebagian nampaknya beralih menjadi pengusaha UMKM. Dari data yang dilaporkan oleh ISEI dalam sidang Sidang Pleno ISEI XIV "Revitalisasi UMKM untuk Menggerakkan Perekonomian Nasional" Hotel Savoy Homan, Bandung 20 Juli 2010 dapat dikemukakan bahwa perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah menunjukkan kecenderungan yang meningkat seperti yang dikemukakan dalam tabel berikut

Tabel 5

Perkembangan UMKM

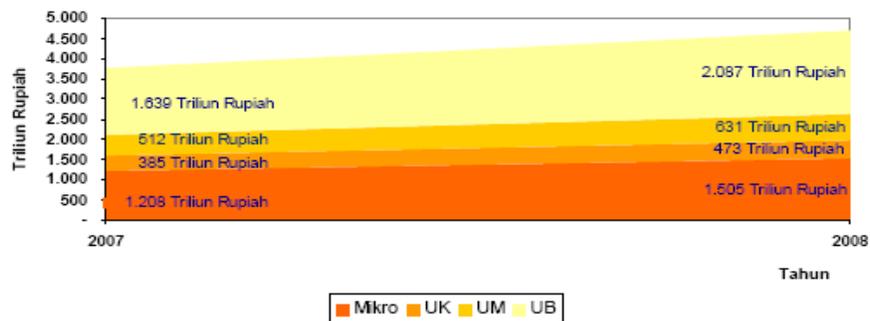
Uraian	Satuan	Tahun		
		2006	2007	2008
Jumlah Unit Usaha UMKM	Juta Unit	48.611	49.824	51.257
Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Juta Unit	86.834	88.739	90.896
Produktivitas UMKM per unit	Rp Juta	21,3	22,1	22,7
Produktivitas UMKM per Tenaga Kerja	Rp. Juta	11,9	12,4	12,8
Investasi UMKM Atas Dasar Harga Berlaku	Rp. Miliar	370.087	461.101	640.357
PDB UMKM Tanpa Migas	Rp. Miliar	1.780.119,6	2.101.281,5	2.604.694,0
Ekspor UMKM Tanpa Migas	Rp. Juta	121.950.799	143.012.332	183.759.076

Sumber :BPS 2008

3

Bila dilihat dari kuantitas orang yang terlibat dalam usaha setingkat UMKM ini kiranya cukup meyakinkan karena terdapat sebanyak 90.896 juta orang dalam 51.257 juta UMKM. Malahan kalau dibandingkan dengan Usaha Besar, kontribusi dari UMKM sebenarnya lebih besar . UB menyumbang sebesar 2.987 triliun rupiah sedangkan UMKM menyumbang 2.609 triliun rupiah , artinya dari sisi kuantitas maupun kualitas UMKM merupakan variabel yang cukup dominan dalam kehidupan ekonomi Indonesia. UMKM menjadi salah satu katup pelepas membengkaknya pengangguran yang terjadi akibat krisis ekonomi di tahun 1996an. Berikut ini adalah tabel kontribusi UMKM dan UB

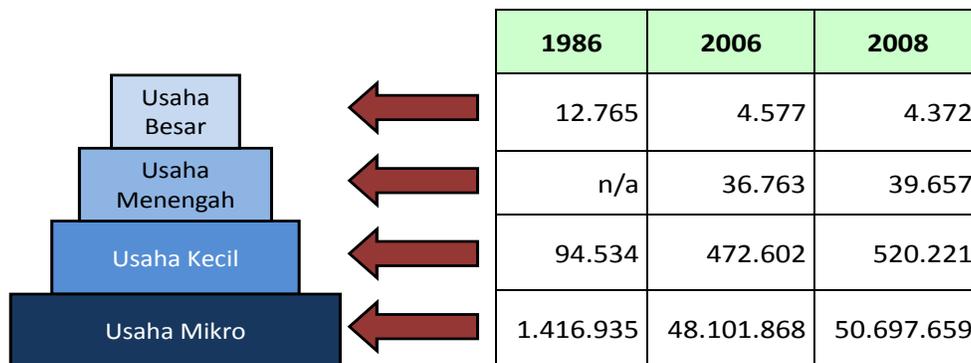
Tabel 6. Kontribusi UMKM dan Usaha Besar (UB) terhadap PDB Nasional Tahun 2007 – 2008 Menurut Harga Berlaku (Sumber : Kementrian KUKM, 2008)



Pada masa keemasan pemerintahan Orde Baru yang sangat mengedepankan pembangunan ekonomi, pemerintah sangat menaruh perhatian yang sangat besar dalam menggerakkan perekonomian melalui Usaha-usaha Besar baik dalam bentuk swasta maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Diharapkan dengan Bergeraknya roda ekonomi melalui Usaha Besar ini kemudian akan terjadi *“trickle down effect”* kepada UMKM. Pada waktu itu jumlah UB sungguh luar biasa yaitu sebanyak 12.765 unit sedangkan Usaha Kecil terdapat sebanyak 94.534 unit dan Usaha Mikro sebanyak 1.416.935 unit. Dua puluh tahun kemudian terjadi lonjakan yang signifikan. Untuk Usaha Besar terjadi lonjakan penurunan menjadi hanya sepertiga dari masa keemasan pemerintahan Orde Baru, sedangkan Usaha Kecil mengalami pelonjakan kenaikan sebanyak 400% apalagi Usaha Mikro melonjak naik sebesar 4000% seperti yang disajikan di dalam tabel berikut.

Tabel 7

**Piramida Struktur Dunia Usaha di Indonesia,
Tahun 1986 dan 2008***



Pengelompokan pada tahun 1986 berdasarkan omset per tahun: Usaha Mikro (< Rp 50 juta), Usaha Kecil (Rp 50 juta s/d Rp 1 milyar), Usaha Menengah (>Rp 1 milyar s/d Rp 3 milyar), dan Usaha Besar (>Rp 3 milyar). Pengelompokan pada tahun 2006 dan 2008 berdasarkan omset per tahun: Usaha Mikro (≤ Rp 300 juta), Usaha Kecil (>Rp 300 juta s/d Rp 2,5 milyar), Usaha Menengah (lebih dari Rp 2,5 milyar s/d Rp 50 milyar), dan Usaha Besar (>Rp 50 milyar).

* Data merupakan modifikasi dari Tambunan, Suryanto dan Agriva (2008, hal. 20), dan BPS dan Kementerian Negara KUKM (2008).

• 22

Bila diamati jenis atau bidang UMKM adalah sangat beragam. Dari keragaman usaha tersebut terdapat sektor industri pengolahan yang memberikan value added pada

bahan baku yang dijualnya dengan mengolahnya terlebih dahulu. Sektor industri pengolahan yang memberikan sumbangan tinggi terhadap pembentukan PDB adalah³:

- Industri makanan, minuman dan tembakau (29,79 %)
- Industri alat angkut, mesin dan peralatannya (28,70 %)
- Industri pupuk, kimia dan barang dari karet (12,49 %)
- Industri tekstil, barang kulit dan alas kaki (10,56 %)
- Industri lainnya di bawah 10 persen.

Industri pengolahan ini menjadi penting karena perubahan dari suatu masyarakat agraris menjadi masyarakat industri ditandai oleh adanya industri pengolahan ini. Industri pengolahan menyebabkan terjadinya pengembangan sektor industri turunan lainnya. Karena satu industri tidak mungkin berdiri sendiri sehingga ini akan menggerakkan kehidupan ekonomi yang lebih luas lagi. Apalagi bila kemudian sektor industri ini diarahkan untuk menjadi tulang punggung dari ekspor. Dari data BPS dalam tabel 2 tampak meskipun lambat terjadi peningkatan ekspor dari sektor UMKM ini dari tahun ke tahun. Tahun 2006 terdapat ekspor sebanyak 121.950.799 (juta rupiah) menjadi 183.759.076 (juta rupiah) pada tahun 2008. Memang hubungan ekonomi antarnegara memberi peluang untuk terjadinya peningkatan ekonomi masing-masing negara. Akan tetapi hubungan ekonomi antarnegara juga meningkatkan kerentanan ekonomi dan masyarakat miskin karena:

- 1) Hubungan ekonomi dengan dasar pasar bebas berarti menyebabkan terjadinya keterbukaan pasar dan hal ini dengan sendirinya akan meningkatkan persaingan. Karena pada dasarnya semua pelaku usaha/bisnis akan berupaya mendapatkan sebesar-besarnya omzet bisnisnya. Ini berarti yang bersangkutan harus mengupayakan banyak hal yang pada intinya memperkuat modal dan efisiensi dan produktivitas manajerial. Sehingga dapat melakukan penetrasi pada pasar dimanapun dengan keunggulan inovasi produk dan harga yang bersaing. Keterbukaan pasar dapat dipahami sebagai salah satu unsur yang mendorong

³ Ina Primiana pada Sidang Pleno ISEI ke XIV, Bandung 20 -22 Juli 2010

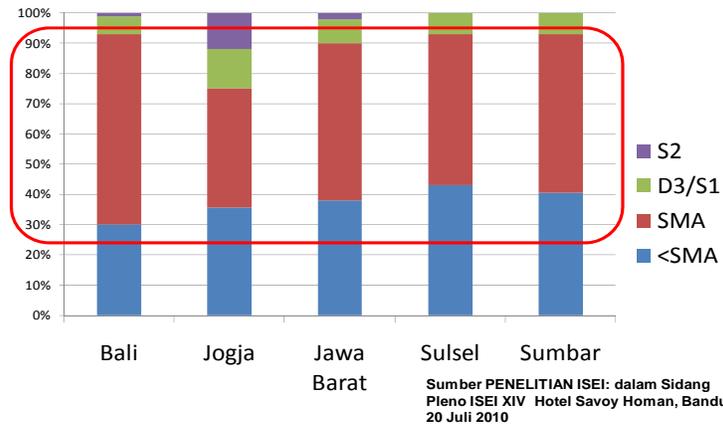
terjadinya kerentanan pasar domestik. Mau tidak mau akan terjadi persaingan yang cukup ketat dalam hal kualitas dan harga antara produk-produk domestik dengan produk dari luar

- 2) Dikarenakan terjadi perlombaan efisiensi maka akan terjadi penekanan biaya produksi yang cukup signifikan. Hal ini dapat dilakukan dengan dua cara yaitu pemakaian teknologi tinggi dan efisiensi buruh. Kedua-duanya mempunyai akibat langsung maupun tidak langsung terhadap semakin sulitnya bagi masyarakat miskin untuk meningkatkan pendapatan; dan. yang juga mengakibatkan masyarakat miskin semakin terekspos pada fluktuasi harga yang meningkatkan biaya hidup – mempengaruhi daya beli dan tingkat kesejahteraan masyarakat

Dari Ringkasan Eksekutif PENELITIAN ISEI:“STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM DI INDONESIA” yang disampaikan dalam Sidang Pleno ISEI XIV “Revitalisasi UMKM untuk Menggerakkan Perekonomian Nasional” Hotel Savoy Homan, Bandung 20 Juli 2010 dapat dikemukakan deskripsi umum para pelaku UMKM sebagai berikut :

- i. mayoritas pekerja yang terlibat di dalam UMKM adalah berpendidikan sederajat SMA dan dibawah itu seperti yang dapat dilihat dalam tabel berikut. Meskipun tidak selalu pendidikan mempunyai signifikansi dengan kualitas produktivitas karena dipengaruhi pula oleh banyak variabel seperti kurikulum pendidikan, teknologi yang dipakai, jenis usahanya dan lainnya. Namun dapat diasumsikan bahwa pendidikan merupakan salah satu dasar dari kesiapan karyawan yang bersangkutan dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis berskala global. Karyawan menjadi siap latih dan siap terampil. Dalam tabel dapat dilihat perbandingan beberapa kota sebagai berikut

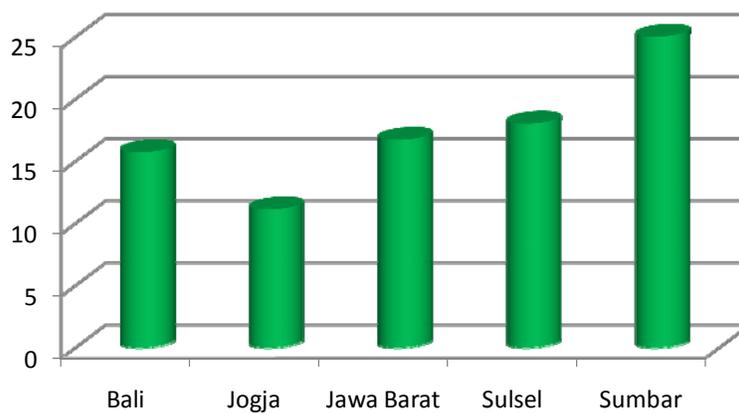
Tabel 8
Pendidikan Karyawan UMKM



- ii. Dalam perjalanan waktu, omset pelaku UMKM secara rata-rata mengalami kenaikan beragam mulai dari rata-rata 10% hingga lebih dari 20% selama tiga tahun dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2009 seperti yang ditampilkan dalam tabel 6 berikut ini

Tabel 9
Kenaikan Omset UMKM bervariasi antar daerah...

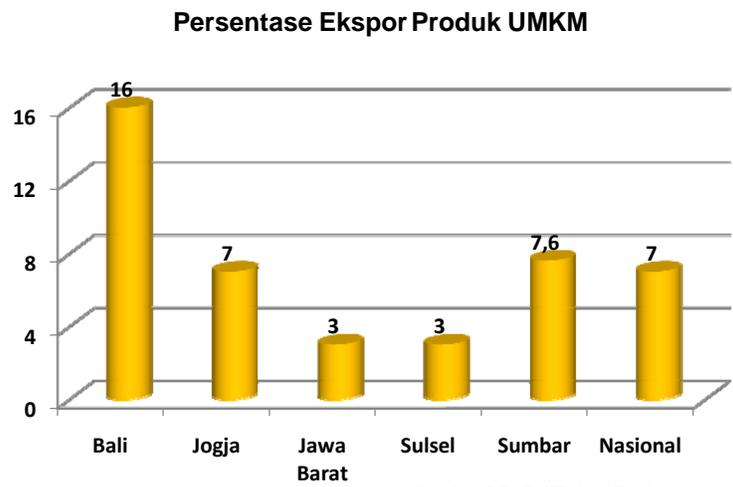
Kenaikan Nilai Penjualan 2007-2009 (%)



Sumber PENELITIAN ISEI: dalam Sidang Pleno ISEI XIV Hotel Savoy Homan, Bandung 20 Juli 2010

3. Dalam perdagangan internasional kemampuan ekspor suatu negara menjadi penting dalam meningkatkan perekonomian nasionalnya. Disebabkan setelah krisis, dominasi UMKM dalam perekonomian nasional meningkat maka kemampuan UMKM menembus ekspor menjadi sangat relevan. Secara umum kemampuan UMKM Indonesia ternyata rendah karena kecuali Bali semua berada di bawah 7.6% sebagaimana ditampilkan dalam tabel berikut

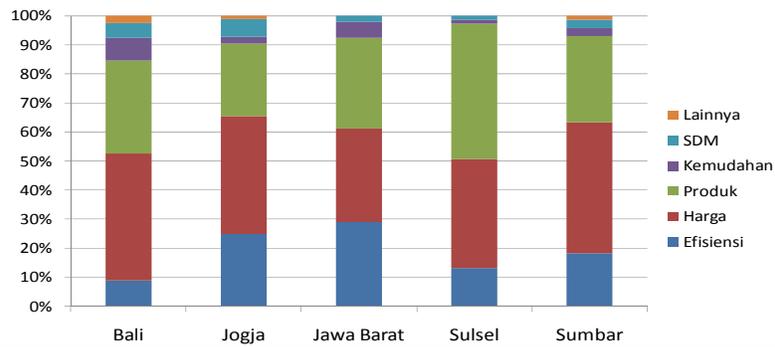
Tabel 10
Kemampuan UMKM menembus Ekspor, RENDAH



Sumber PENELITIAN ISEI: dalam Sidang Pleno ISEI XIV Hotel Savoy Homan, Bandung 20 Juli 2010

4. Dalam globalisasi ekonomi penting untuk memahami bagaimana UMKM ini menghadapinya, bagaimana misalnya strategi penjualan yang ditetapkannya. Ternyata UMKM di Indonesia menerapkan strategi Penyesuaian Harga disertai dengan Diversifikasi Produk dalam meningkatkan kinerjanya sebagaimana yang ditampilkan di dalam tabel berikut ini

Tabel 11
Strategi Peningkatan Penjualan (%)



Penyesuaian harga jual dan diversifikasi produk menjadi andalan utama meningkatkan kinerja UMKM

Sumber PENELITIAN ISEI: dalam Sidang Pleno ISEI
 XIV Hotel Savoy Homan, Bandung 20 Juli 2010

Bab 3

ASEAN-CHINA FREE TRADE AGREEMENT DAN DAYA SAING INDUSTRI INDONESIA

Sejak berakhirnya perang dingin, hubungan antarnegara tidak lagi didasarkan pada persaingan ideologis. Yang ada adalah hubungan-hubungan yang lebih mendasarkan diri pada kepentingan ekonomi. Menjadi hal yang fenomenal pula kebangkitan RRC bukan sebagai negara yang powerful dalam bidang politik tetapi lebih sebagai raksasa ekonomi baru di Asia bahkan perlahan menjadi raksasa ekonomi dunia. Pertumbuhan yang menakjubkan dan penetrasi serta ekspansi pasar yang sangat agresif ke berbagai belahan dunia. Salah satu yang menjadi perhatian utama RRC adalah pasar ASEAN termasuk di dalamnya adalah pasar Indonesia yang sangat menjanjikan.

Sejak tahun 1996 telah dibangun suatu kerjasama antara Cina dan ASEAN yaitu ketika terjadi pengesyahan RRC sebagai mitra wicara dalam pertemuan ASEAN Ministerial Meeting (AMM) ke 20 di Jakarta (Oratmangun, 2000). Intensitas hubungan RRC dan ASEAN menjadi meningkat cukup tajam. Peningkatan kerjasama ASEAN dan RRC terlihat lebih dalam ketika pada KTT ASEAN-RRC tahun 2000 para kepala negara menyepakati gagasan ASEAN-China Free Trade Agreement. RRC bergabung dengan ASEAN dalam kerjasama ASEAN+1 dan kerjasama ASEAN+3 yang terdiri dari Negara Asia Timur, yaitu Korea Selatan, Jepang dan Cina. Kerjasama tersebut mencakup kerjasama dalam bidang ekonomi, politik, telekomunikasi, terutama bidang ekonomi.

Tahun 2001, dibentuklah Economic Expert Group yang terdiri dari unsur ASEAN-RRC. Pada bulan Nopember 2002 RRC dan ASEAN membentuk perjanjian awal untuk melaksanakan perdagangan bebas (pembentukan AC-FTA). (Marcello, 2009).Keinginan RRC untuk masuk kedalam pasar ASEAN semakin mulus dan terakomodasi ketika akhirnya ASEAN bersedia melakukan kerjasama yang diikat dalam penandatanganan Treaty of Amity and Cooperation pada tahun 2003 yang lalu. Dengan adanya ratifikasi perjanjian ini RRC tidak hanya bekerjasama dalam beberapa bidang secara lepas antara yang satu dengan lainnya tetapi menjadi suatu komitmen bersama antara RRC dengan

ASEAN. Kedua pihak bersepakat akan memperdalam hubungan dengan ketentuan RRC akan menghormati prinsip-prinsip ASEAN dalam menjaga stabilitas regional di wilayah Asia.

Kesepakatan kerjasama tersebut diteruskan dengan ditandatanganinya Framework Agreement on Comprehensive Economic Cooperation Between The Association of Southeast Asian Nations and The People's Republic of China (CAFTA) di Kamboja pada tahun 2004 (Direktorat Pemasaran Internasional, 2006). Kerjasama tersebut bertujuan untuk mempererat kerjasama ASEAN dan RRC serta menerapkan liberalisasi perdagangan dengan penghapusan tariff dan bea masuk. Penandatanganan inilah yang menjadi cikal bakal penerapan perdagangan bebas antara Indonesia dan RRC yang akan berlaku sejak bulan Januari 2010.

Pada tahun 2005 dimulailah penurunan tarif untuk program Normal Track dan pada tahun 2006 penurunan tarif 0% untuk program Early Harvest Program (EHP) diselesaikan. Pada tahun 2010 program Normal Track tahap 1 dengan perihal penurunan tarif 0% diselesaikan. Kemudian agendanya untuk tahun 2012 harus terselesaikan tarif 0% untuk Program Normal Track tahap II dan Tarif maksimum untuk Sensitive List adalah 20%. Pada akhir 2015 tarif maksimum untuk High Sensitive List adalah 50% dan pada tahun 2018 tarif maksimum untuk Sensitive List adalah 0-5%. (Sekretaris Jenderal Kementrian Perindustrian, 2010)

Tahapan Pelaksanaan Penurunan Tarif Bea Masuk AC-FTA

a) Tahap: Early Harvest Program (EHP)

-Chapter 01 sampai dengan Chapter 08 yaitu binatang hidup, ikan, dairy product, tumbuhan, sayuran dan buah-buahan . -Kesepakatan Bilateral (produk specific) antara lain kopi, minyak sawit /CPO, coklat, barang dari karet dan perabotan

-tarif menjadi 0% pada tahun 2006

- Disepakati tahap Normal Track 1 menjadi 0% pada tahun 2010

- Disepakati tahap Normal Track 2 menjadi 0% pada tahun 2012

b) Tahap: Sensitive /Highly Sensitive List, yaitu meliputi

High sensitive list :

- i. tahun 2012 diselesaikannya maksimum 20%
- ii. Pengurangan menjadi 0-5% pada tahun 2018 dengan 304 produk antara lain : Barang jadi kulit: tas, dompet; Alas kaki: sepatu, casual, kulit; Kacamata; Alat Musik: tiup, petik, gesek; Mainan :boneka; Alat Olah Raga; Alat Tulis; Besi dan Baja; Spare Parts; Alat Angkut; Glokasida dan Alkaloid Nabati; Senyawa Organik; Antibiotika;Kaca dan Barang-barang Plastik

Highly Sensitive List :

Tahun 2015 tarif Maksimum yang diperkenankan hanya 50% .Dengan 47 produk yang antara lain terdiri dari Produk Pertanian seperti Beras, Gula, Jagung dan Kedelai; Produk Industri Tekstil dan Produk Tekstil , Produk Otomotif dan Produk Ceramic Tableware.

Sejumlah sektor industri yang diwakili oleh sebanyak 30 asosiasi menyatakan bahwa terdapat lebih dari 600 Highly Sensitive yang belum siap dan meminta Pemerintah c.q Kementerian Perindustrian untuk meninjau lagi. Berdasarkan perihal itu, Kementerian Perindustrian melaksanakan kajian bersama asosiasi dan KADIN sehingga akhirnya disepakati terdapat sebanyak 228 pos tarif yang belum siap karena berdaya saing lemah. (Sekretaris Jenderal Kementerian Perindustrian,2010) Butir-butirnya adalah sebagai berikut:

Tabel 12

228 Pos Tarif Yang di renegotiasi

No	Kategori Produk	Jumlah Produk
1	Besi dan Baja	114
2	Tekstil dan Produk Tekstil	53
3	Permesinan	10
4	Elektronik	7
5	Kimia Anorganik dasar	7
6	Petrokimia	2

7	Furniture	5
8	Kosmetik	1
9	Jamu	1
10	Alas Kaki	5
11	Produk Industri kecil	1
12	Maritim	22
	Jumlah keseluruhan	228

Sumber: Sekretaris Jenderal Kementerian Perindustrian,2010

Dalam perkembangannya kemudian negosiasi antara RI-RRC menghasilkan Surat Keputusan Bersama ke-10 tanggal 3 April 2010 sebagai berikut:

- RI-RRC sepakat akan tetap memberlakukan CAFTA secara menyeluruh dan bermanfaat bagi kedua pihak
- Kedua pihak sepakat membentuk kelompok kerja untuk melakukan analisis data dan informasi perdagangan dua arah
- kedua pihak menyepakati pembangunan infrastruktur di Indonesia melalui berbagai skema
- kedua pihak menyepakati dukungan pendanaan kredit untuk revitalisasi industri dan pengembangan lebih lanjut
- RRC bersedia membantu peningkatan daya saing industri Indonesia melalui capacity building dan penawaran mesin peralatan buatan RRC untuk restrukturisasi industri

Komposisi Impor dari RRC

-komposisi nilai impor produk konsumsi yang dikuatirkan akan membanjiri Indonesia saat ini relatif masih lebih sedikit daripada produk lainnya. Sedangkan yang dimaksud dengan produk lainnya, mayoritas terdiri dari barang modal dan barang baku (bahan baku) yang digunakan untuk menggerakkan industri dalam negeri. Adapun impor dari RRC adalah mainan anak sebanyak 0.36%, makanan dan minuman sebanyak 0.33%,

pakaian jadi sebanyak 0.59%, alas kaki sebanyak 0.3%, besi baja sebanyak 9.39% dan eletronika sebanyak 10,25%.

Sehubungan dengan kekuatiran akan terjadinya pelanggaran terhadap SKB terhadap 228 butir pos tarif maka dilakukan sejumlah langkah sebagai berikut:

- 1) melakukan monitoring terhadap transaksi impor dari RRC yang dilakukan secara bersama antara Kementerian Perindustrian , Kementerian Keuangan dan Kementerian Perdagangan dengan membuat Early Warning System (EWS) untuk 228 pos tarif yang rencananya ditunda implementasinya.
- 2) Memperluas pemberlakuan Standar Nasional Indonesia (SNI). Untuk memperketat pengawasan terhadap 228 butir tersebut , Kementerian Perindustrian meningkatkan kapasitas Balai Balai Besar dan Balai Riset dan Standarisasi Industri dengan menambah jumlah dan jenis peralatan yang ada.
- 3) Untuk mendorong diterapkannya penggunaan produk dalam negeri secara optimal sebagaimana diamanatkan Keppres 80/2003 dan Inpres 2/2009 Kementerian Perindustrian melalui SK Menperin no 49,50 dan 102 tahun2009 melakukan :
 - i. perumusan kebijakan, strategi dan program Penggunaan Produk Dalam Negeri (P3DN)
 - ii. sosialisasi menyeluruh mengenai P3DN,dan
 - iii. monitoring, evaluasi dan penyelesaian masalah P3DN.

Ketiga butir tersebut dalam pelaksanaannya dikoordinasikan oleh SekJen Kemenperin.

Membanjirnya produk impor RRC ke pasar domestik sebenarnya masih dapat diatasi bila saja rumah tangga biasa (=masyarakat), dunia usaha dan pemerintah secara bersama-sama sengaja menggunakan produk domestik seperti yang dilakukan oleh masyarakat, pemerintah dan dunia usaha pada kurun waktu tahun 1960-1980an. Secara strategi P3DN termasuk sudah benar hanya saja tidak menyelesaikan masalah pokok dari lemahnya daya saing industri nasional. Secara umum kelemahan yang utama adalah karena iklim usaha yang tidak kondusif. Dimulai dari ekonomi biaya tinggi (akibat

kesalahkelolaan : antara lain pungutan liar dan perijinan yang berbiaya), lemahnya infrastruktur sampai dengan bunga perbankan yang tinggi. Inilah sebenarnya yang menyebabkan harga produk domestik di Indonesia lebih mahal daripada produk RRC di Indonesia. P3DN dalam pelaksanaannya hanya mempunyai daya dorong yang kuat di pemerintah saja, akan tetapi lemah pada sektor Rumah Tangga biasa (masyarakat) dan juga pengusaha. Himbauan untuk membeli produk domestik tidak sertamerta diikuti oleh Rumah Tangga manakala produk domestik yang ada tidak masuk kedalam preferensi mereka, baik dalam hal harga, citra maupun kualitas. Hal yang sama akan terjadi juga untuk sektor dunia usaha. Bagaimanapun dunia usaha akan lebih ketat mempertimbangkan biaya, sehingga tidak akan membeli barang hanya karena mencintai produk domestik. Sehingga efisiensi adalah salah satu ukuran penentuan membeli atau tidaknya bukan asal barang tersebut diproduksi. Seandainya dari domestik ada produk yang memenuhi kriteria tersebut maka perusahaan niscaya akan membelinya. Hal ini berbeda jauh dengan pemerintah. Sebagai eskutor dari legislasi yang dibuat olehnya sendiri tentunya pemerintah akan memaksa atau sekurangnya menggiring semua instansi di pemerintahan untuk memprioritaskan pembelian produk domestik.

Meskipun demikian bila tidak diiringi oleh peningkatan kualitas dan spesifikasi lain yang diperlukan maka akibat lainnya akan lebih membahayakan. Pemakaian produk yang tidak berkualitas dalam jangka panjang dan untuk keperluan yang juga besar akan menyebabkan gagalnya target pembangunan. Untuk mendukung pelaksanaan P3DN yang juga sudah masuk dalam Program Legislasi Nasional 2010 (artinya tahun depan bisa menjadi Undang Undang) Kementerian Perindustrian sudah menerbitkan buku daftar produk yang memenuhi /mempunyai tingkat komponen produk dalam negeri (TKPDN) Terdapat sebanyak 471 jenis produk dari 21 subsektor industri. Secara berkala isinya akan diperbaharui yaitu setiap tiga bulan.(Pikiran Rakyat:2 Desember 2010:hal25). Di atur pula bila tender mencapai angka 5 milyar rupiah maka kandungan unsur lokalnya harus mencapai minimal 40 % dari nilai proyeknya. Untuk itu pasti akan ada sanksi bagi pelanggarnya. Bila ini dilakukan dengan konsisten dan didukung oleh semangat peningkatan industri dalam negeri maka dapat diharapkan akibat positifnya pada

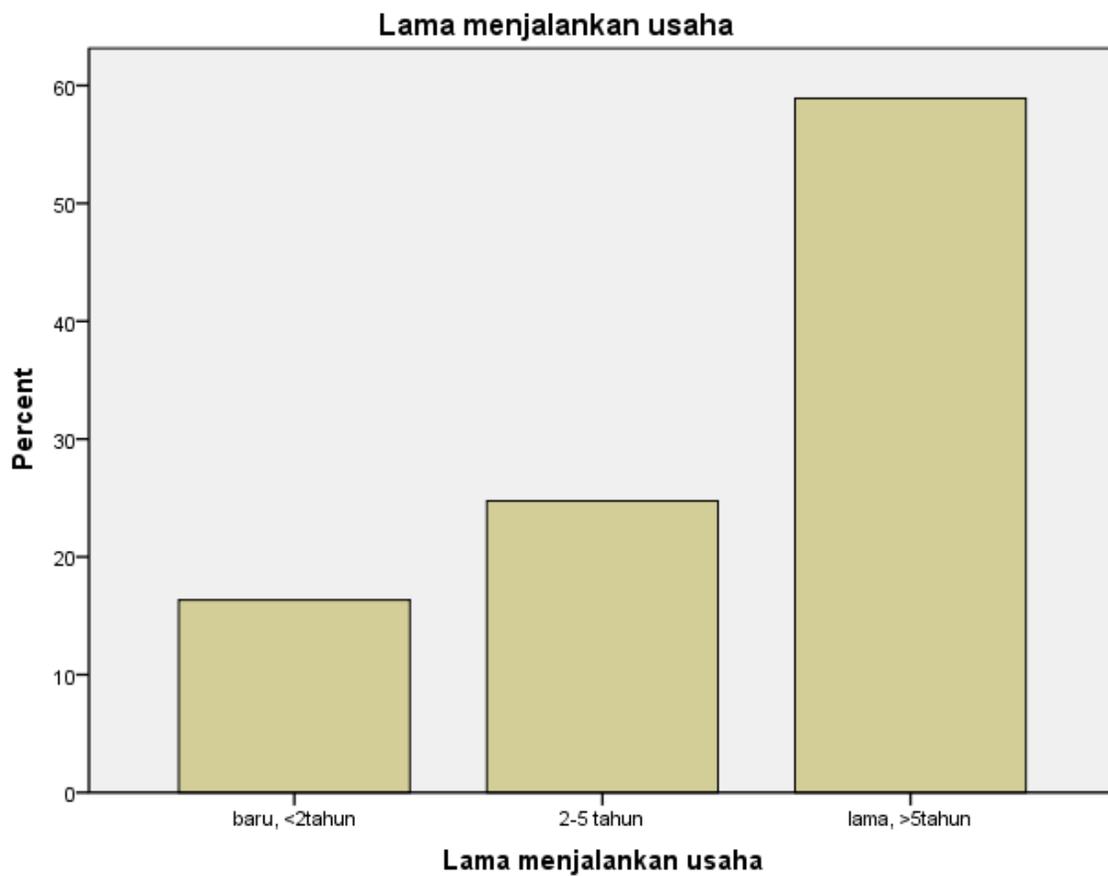
perindustrian nasional dan selanjutnya pada perekonomian nasional. Sebab pengeluaran pemerintah cukup besar untuk pembangunan. Tahun 2010 saja APBN 2010 telah menetapkan belanja barang mencapai Rp.112 triliun dan belanja modal sebesar Rp 75 triliun. Belanja daerah sebesar Rp 344,6 triliun sedangkan BUMN sebanyak 167 triliun. Jika ditotal jumlahnya mencapai hampir 700 triliun rupiah (Pikiran Rakyat: 2 Desember 2010: hal 25)

Program P3DN ini dalam kenyataannya sangat didukung oleh beragam asosiasi yang berkepentingan. Di Jawa Barat asosiasi pengusaha membuat komunikasi bersama untuk melaksanakan P3DN ini. Asosiasi yang terlibat di level Jawa Barat ini adalah: Kadin Jabar, API Jabar, Asmindo Jabar, Hipmi Jabar, Komunitas Sentra Rajutan Binong Jati dan lainnya. Menurut para pelaku usaha kecil, pemberlakuan CAFTA telah menyebabkan tutupnya usaha sekitar 50% pengusaha rajutan di Binong Jati. Ini bermakna telah ada reaksi positif dari pengusaha terutama yang terkait dengan persaingan bebas dengan produk RRC. Bila ini bergulir menjadi kesatuan pandangan dapat saja di kemudian hari menjadi suatu gerakan sosial yang benar-benar dijalankan. Dalam kenyataan penguasaan pasar Indonesia oleh jaringan bisnis asal RRC sudah menggurita hingga tingkat konsumen akhir. Distribusi barang impor RRC hanya memerlukan waktu dua jam mulai dari bongkar muat di pelabuhan hingga diperdagangkan di pasar induk yang ada di Jakarta demikian dinyatakan oleh Deputi Koordinasi Bidang Perdagangan dan Industri Kementerian Koordinator Perekonomian Edy Putra Irawadi (Kompas, 15 Maret 2010, hal 18) Yang mengkhawatirkan adalah banyak pelaku bisnis yang meminta fasilitas dan setelah mendapatkan mesin produksi dan memproduksi satu hingga tiga tahun kemudian malahan mengimpor barang jadi. Berdasarkan Badan Pusat Statistik selama Januari-November 2009, ekspor Indonesia ke RRC tercatat sebanyak 7,71 miliar dollar AS sedangkan impor dari RRC tercatat sebanyak 12,01 miliar dollar AS. Ini menunjukkan bahwa barang RRC memang diminati oleh masyarakat Indonesia.

Bab 4.
Profil Industri Manufactur Kecil dan Menengah Jawa Barat dan Banten

4.2 Profil umum

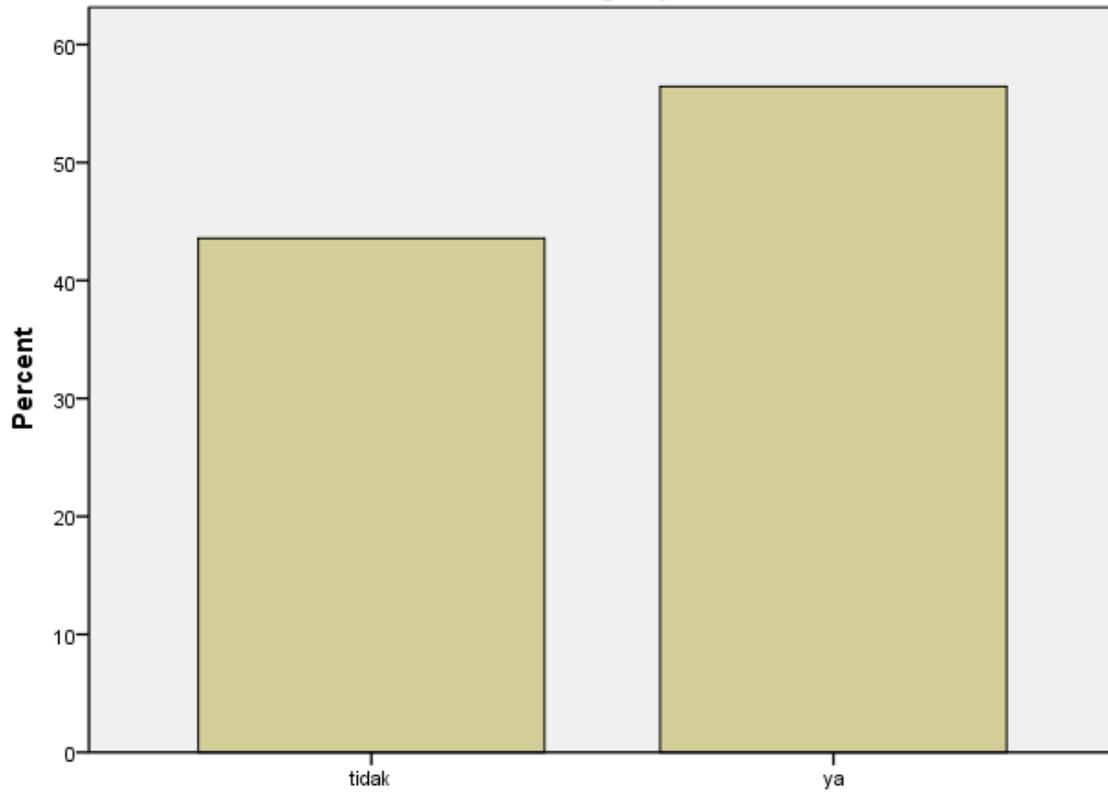
		Lama menjalankan usaha			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	baru, <2tahun	33	16.3	16.3	16.3
	2-5 tahun	50	24.8	24.8	41.1
	lama, >5tahun	119	58.9	58.9	100.0
Total		202	100.0	100.0	



Usaha bersama dengan pihak lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak	88	43.6	43.6	43.6
	ya	114	56.4	56.4	100.0
Total		202	100.0	100.0	

Usaha bersama dengan pihak lain



Usaha bersama dengan pihak lain

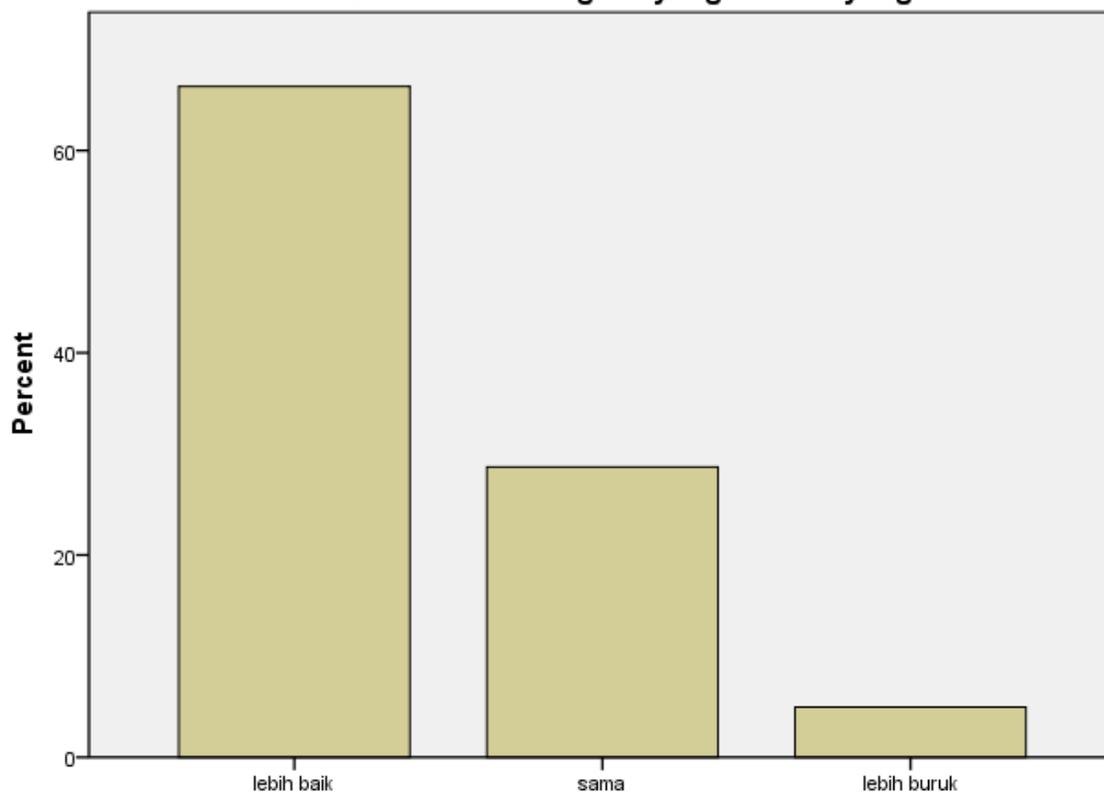
Pihak kongsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	100	49.5	49.5	49.5
	teman	31	15.3	15.3	64.9
	saudara	71	35.1	35.1	100.0
Total		202	100.0	100.0	

Kondisi omset saat ini dibandingkan yang lalu - 3 t yang lalu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	lebih baik	134	66.3	66.3	66.3
	sama	58	28.7	28.7	95.0
	lebih buruk	10	5.0	5.0	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

Konsisi omset saat ini dibandingkan yang lalu - 3 t yang lalu

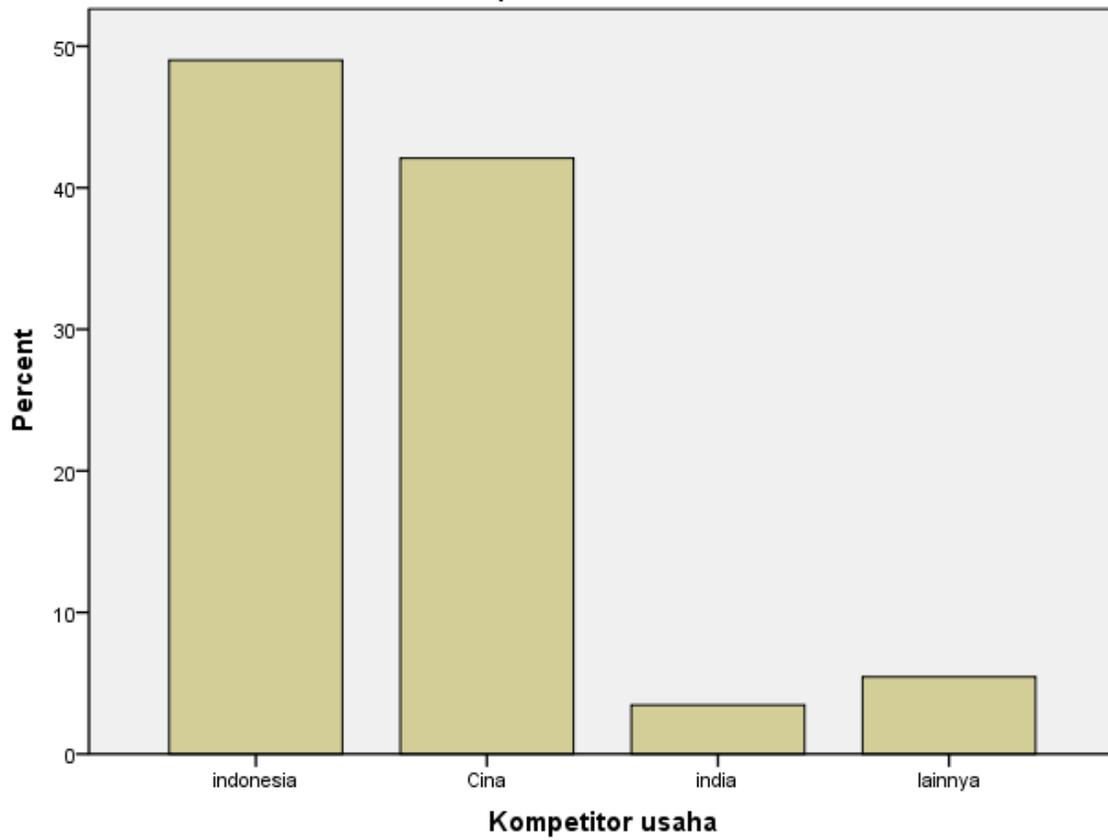


Konsisi omset saat ini dibandingkan yang lalu - 3 t yang lalu

Kompetitor usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	indonesia	99	49.0	49.0	49.0
	Cina	85	42.1	42.1	91.1
	india	7	3.5	3.5	94.6
	lainnya	11	5.4	5.4	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

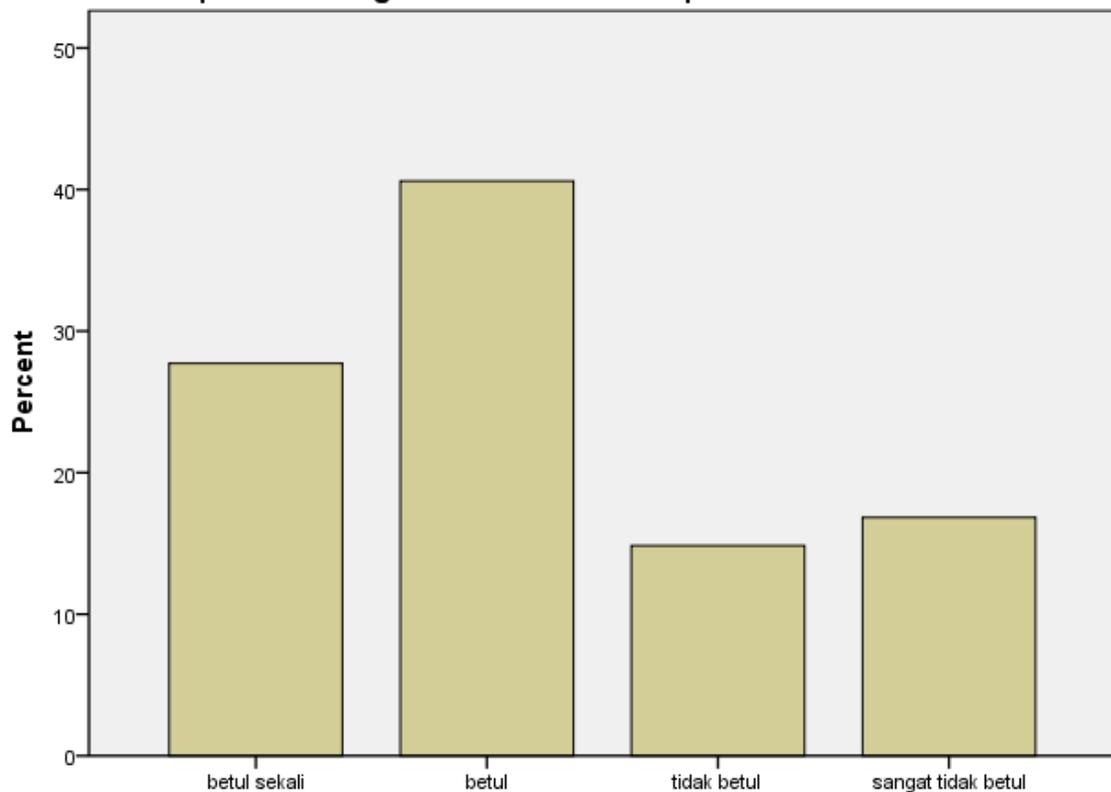
Kompetitor usaha



Apakah barang Cina atau India merupakan ancaman ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	betul sekali	56	27.7	27.7	27.7
	betul	82	40.6	40.6	68.3
	tidak betul	30	14.9	14.9	83.2
	sangat tidak betul	34	16.8	16.8	100.0
Total		202	100.0	100.0	

Apakah barang Cina atau India merupakan ancaman ?

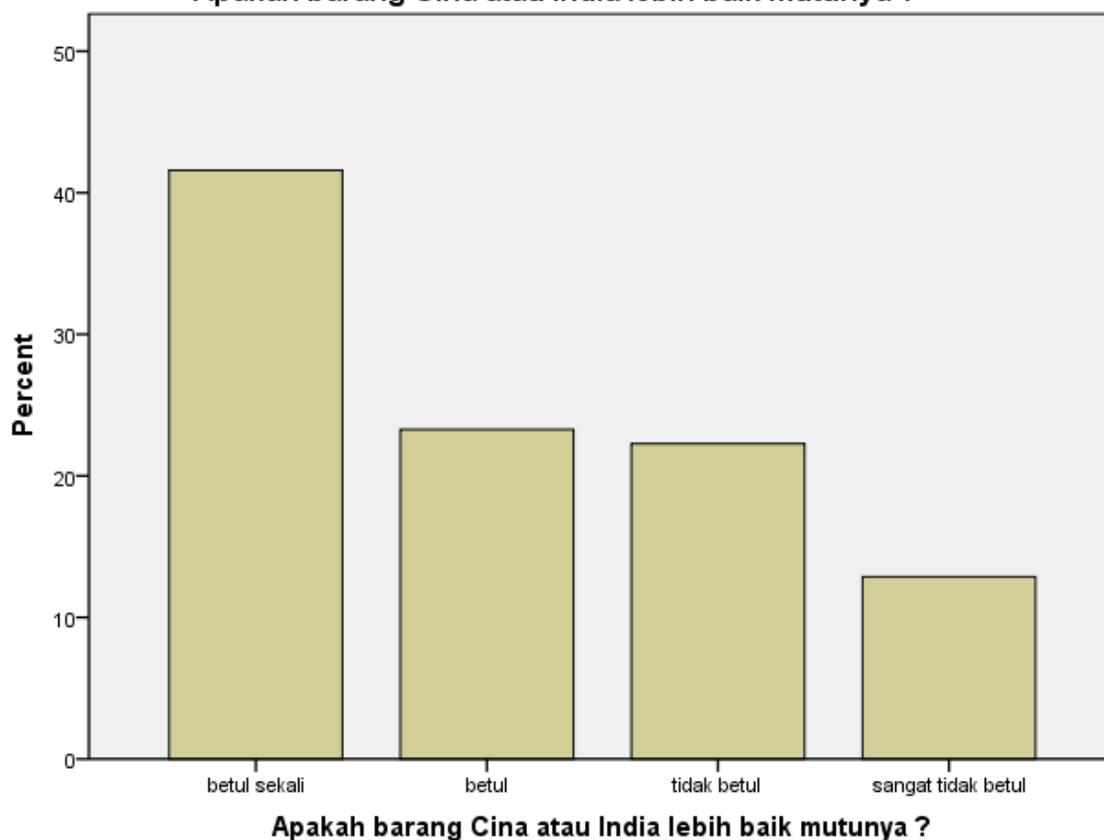


Apakah barang Cina atau India merupakan ancaman ?

Apakah barang Cina atau India lebih baik mutunya ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	betul sekali	84	41.6	41.6	41.6
	betul	47	23.3	23.3	64.9
	tidak betul	45	22.3	22.3	87.1
	sangat tidak betul	26	12.9	12.9	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

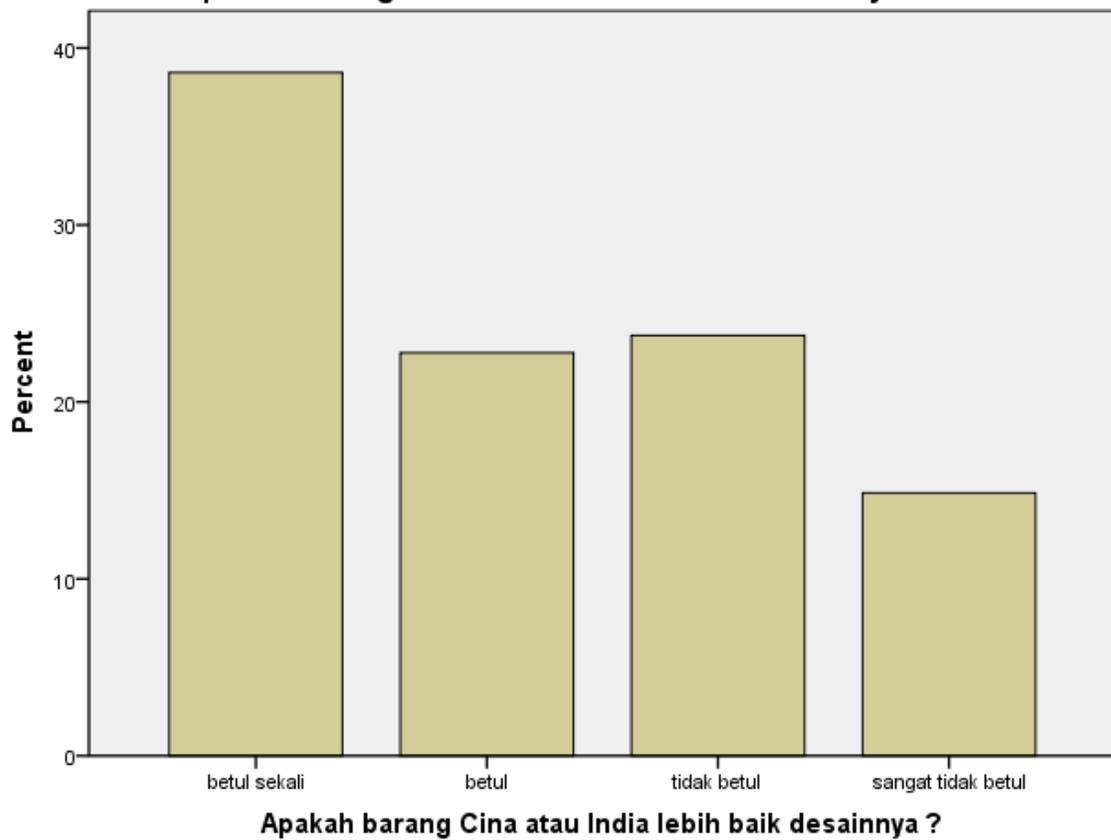
Apakah barang Cina atau India lebih baik mutunya ?



Apakah barang Cina atau India lebih baik desainnya ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	betul sekali	78	38.6	38.6	38.6
	betul	46	22.8	22.8	61.4
	tidak betul	48	23.8	23.8	85.1
	sangat tidak betul	30	14.9	14.9	100.0
Total		202	100.0	100.0	

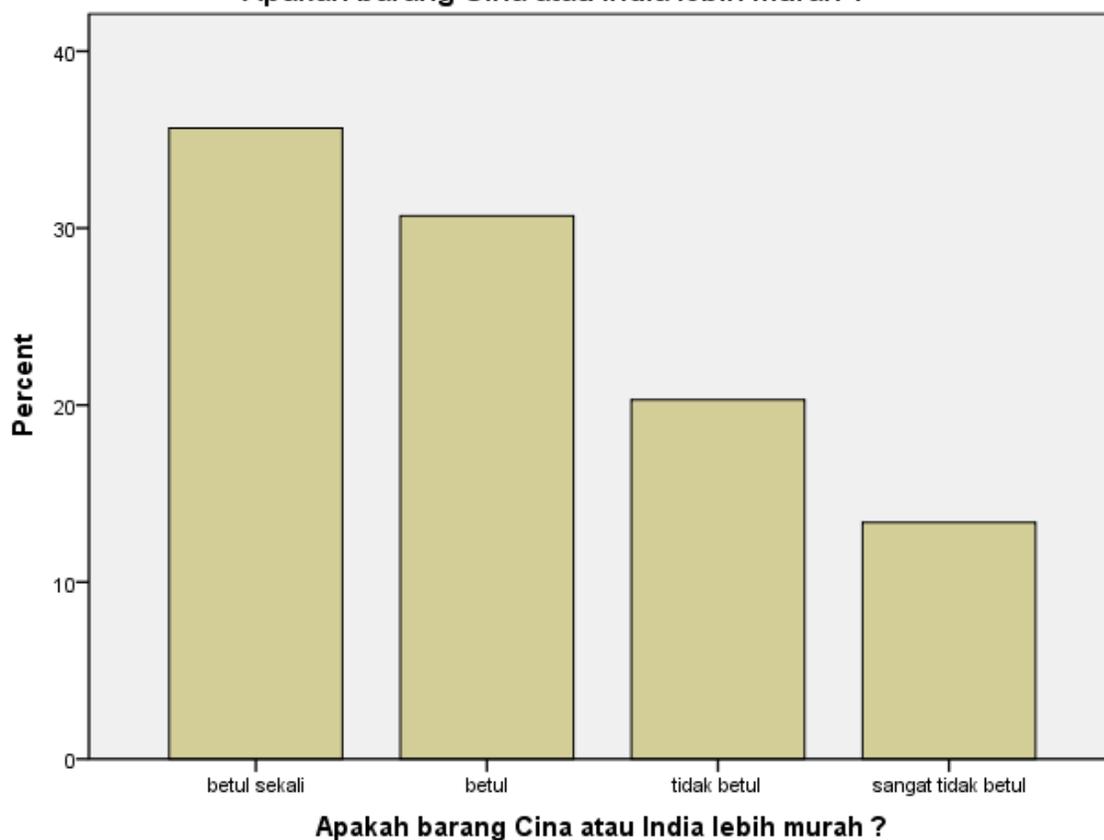
Apakah barang Cina atau India lebih baik desainnya ?



Apakah barang Cina atau India lebih murah ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	betul sekali	72	35.6	35.6	35.6
	betul	62	30.7	30.7	66.3
	tidak betul	41	20.3	20.3	86.6
	sangat tidak betul	27	13.4	13.4	100.0
	Total	202	100.0	100.0	

Apakah barang Cina atau India lebih murah ?



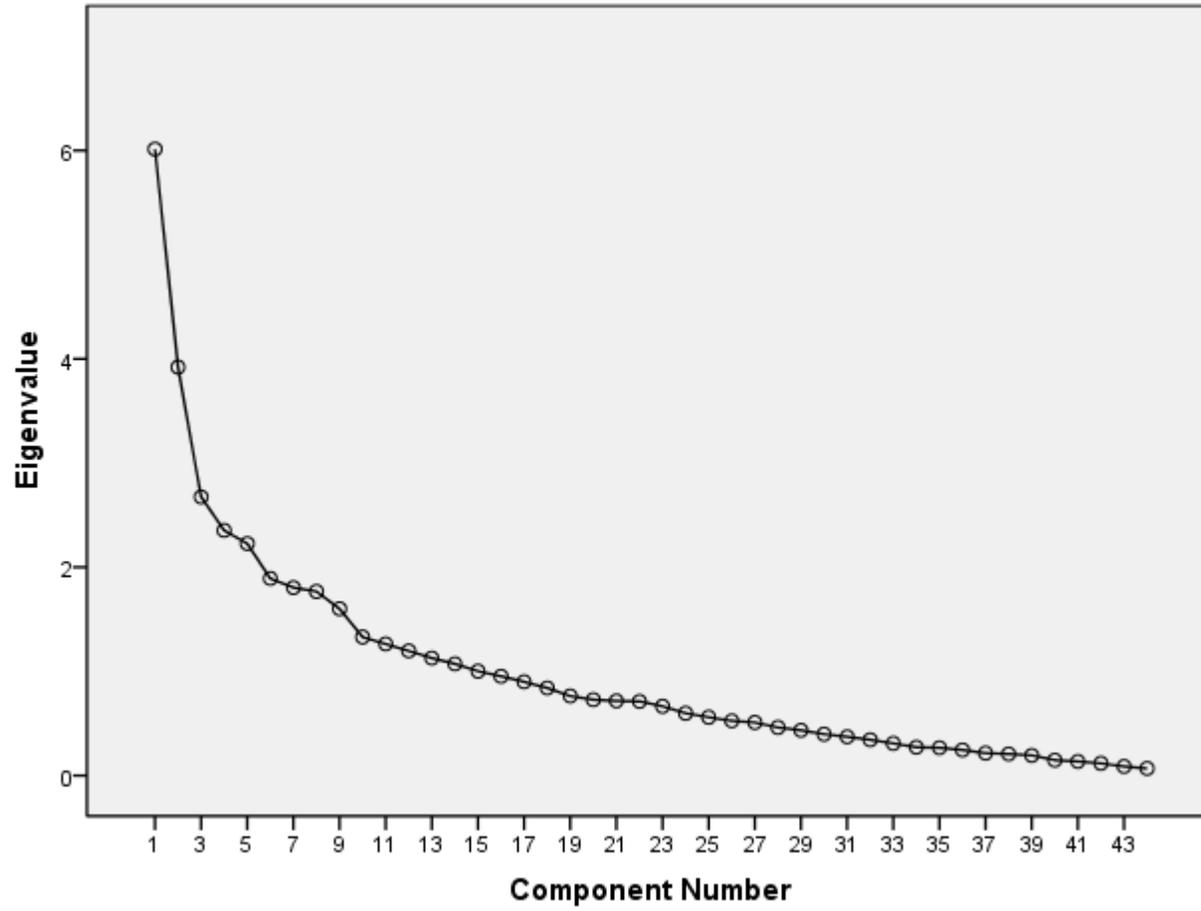
4.3 Profil dalam bersaing.

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	6.014	13.668	13.668	6.014	13.668	13.668	2.407	5.470	5.470
2	3.920	8.910	22.577	3.920	8.910	22.577	2.295	5.216	10.686
3	2.674	6.078	28.656	2.674	6.078	28.656	2.266	5.150	15.836
4	2.353	5.348	34.004	2.353	5.348	34.004	2.203	5.006	20.842
5	2.227	5.062	39.066	2.227	5.062	39.066	2.179	4.953	25.794
6	1.892	4.300	43.366	1.892	4.300	43.366	2.177	4.948	30.742
7	1.804	4.101	47.467	1.804	4.101	47.467	2.142	4.869	35.611
8	1.767	4.017	51.483	1.767	4.017	51.483	2.115	4.806	40.417
9	1.601	3.640	55.123	1.601	3.640	55.123	2.032	4.618	45.035
10	1.330	3.022	58.144	1.330	3.022	58.144	2.002	4.550	49.585
11	1.264	2.872	61.016	1.264	2.872	61.016	1.982	4.505	54.090
12	1.196	2.719	63.736	1.196	2.719	63.736	1.963	4.462	58.552
13	1.128	2.563	66.299	1.128	2.563	66.299	1.948	4.426	62.978
14	1.073	2.438	68.736	1.073	2.438	68.736	1.833	4.165	67.143
15	1.002	2.278	71.014	1.002	2.278	71.014	1.703	3.871	71.014
16	.953	2.166	73.180						
17	.901	2.047	75.227						
18	.841	1.911	77.138						
19	.764	1.735	78.874						
20	.728	1.655	80.529						
21	.717	1.629	82.158						

22	.712	1.619	83.777					
23	.665	1.511	85.288					
24	.598	1.359	86.647					
25	.560	1.273	87.920					
26	.525	1.193	89.113					
27	.510	1.159	90.271					
28	.462	1.050	91.322					
29	.435	.988	92.309					
30	.397	.903	93.213					
31	.372	.846	94.059					
32	.344	.782	94.841					
33	.309	.702	95.542					
34	.272	.619	96.161					
35	.267	.607	96.768					
36	.246	.559	97.328					
37	.216	.490	97.818					
38	.208	.472	98.291					
39	.194	.441	98.731					
40	.148	.337	99.068					
41	.136	.310	99.378					
42	.118	.268	99.645					
43	.087	.198	99.844					
44	.069	.156	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Rotated Component Matrix^a

	Component													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Kekurangan modal merupakan kesulitan utama dalam menjamin supaya usaha Baba/Ibu tetap berjalan	.407	.537	.179	-.305	.174	.184	-.152	-.080	.152	-.102	.033	-.116	-.123	-.066
Apabila ada lonjakan peningkatan pembelian terhadap barang Baba/Ibu (lagi rame) maka untuk menambah pembuatan barang selalu terjadi kekurangan modal	.209	.669	.090	-.102	.329	.068	-.084	-.042	.196	-.074	.046	-.102	-.104	.131
Modal yang sekarang digunakan untuk usaha sebagian besar (lebih dari 50%) berasal dari pinjaman (bukan modal sendiri)	.123	.827	-.037	.054	.007	-.131	-.157	.174	.052	.127	.045	.013	-.034	.068
Selama ini bila Baba/Ibu meminjam uang untuk modal , besarnya bunga pinjaman adalah di bawah 1,5 % perbulannya	.070	.170	.205	-.017	.056	-.368	-.449	-.118	.200	-.061	.166	-.283	.206	.061
pembelian barang-barang dari perusahaan Baba/Ibu tidak dilakukan secara tunai/tidak dibayar saat itu (=mundur sekian bulan)	.711	.154	.194	.135	.113	.042	-.078	.112	.009	.188	.024	-.073	-.143	-.089
Sistem pembayaran bahan baku yang dibeli tunai, memberatkan usaha Baba/Ibu	.416	.166	-.027	.097	.442	.073	-.133	.031	.429	-.005	-.064	-.097	.019	.106
Biaya untuk membuat barang dan biaya lainnya dalam usaha ini terasa berat saat ini	.738	.292	.015	-.031	.195	-.009	.116	-.028	.117	-.105	-.031	.005	.115	.007
Biaya untuk angkutan barang memberatkan usaha Baba/Ibu	.102	.134	.068	-.048	.028	.198	.019	.331	.465	.108	-.186	.070	.012	.000
dengan adanya kenaikan harga listrik dan BBM berakibat memberatkan usaha Baba/Ibu saat ini	.076	.177	.088	.099	-.071	.018	.001	.811	-.077	.121	-.046	.012	.023	-.042
baba/ibu mengalami kesulitan untuk mendapatkan tambahan modal bagi usaha di saat memerlukannya	.121	.209	.127	.151	.703	.033	.056	-.008	.123	-.101	-.017	.132	.116	-.022
Ketersediaan bahan Baku menjadi masalah utama dalam menjamin kelancaran pembuatan barang dalam usaha Baba/Ibu	.176	.220	.215	-.020	.384	.040	-.428	.010	.001	-.036	.177	-.032	.051	.035
Baba/Ibu tidak mempunyai persediaan bahan baku apabila ada lonjakan peningkatan permintaan/pembelian barang	.183	.272	.227	.179	.471	-.215	-.095	-.078	.158	-.166	.052	.150	.330	.121
suplai/pasokan bahan baku untuk pembuatan barang selama ini lancar	.503	.000	.191	.229	.140	.302	-.029	.066	.112	.117	.018	.172	.332	.076
Harga bahan baku yang dipakai dalam pembuatan barang di usaha Baba/Ibu termasuk murah	.192	-.322	.077	.658	.291	.085	-.096	.112	.129	.107	-.030	.179	.128	.023

Ketersediaan bahan baku untuk pembuatan barang pada usaha Bapa/Ibu terbatas hanya di satu/dua supplier (toko/pemasok)	.046	.032	.070	.738	.036	.147	.070	.111	.226	-.034	.146	.141	.210	-.044
Kualitas/mutu bahan baku untuk pembuatan barang pada usaha Bapa/Ibu tidak selalu sama dari waktu ke waktu(kadang baik kadang jelek)	-.060	.137	.157	.295	.120	.027	-.072	-.011	.763	.023	.069	-.103	.141	-.104
Pembayaran bahan baku harus tunai/ lunas/cash	-.075	.128	.680	.002	.145	.095	.007	.000	.039	.064	-.200	.137	.074	.108
Apabila Bahan baku yang sekarang digunakan untuk membuat barang dalam usaha Bapa/Ibu tidak ada maka akan ada penggantinya	.136	-.224	.476	.059	.412	.061	-.179	.244	.094	.151	.113	.076	-.135	.215
Bahan baku pengganti sulit didapat	.145	.041	.801	.051	.046	.144	.091	-.068	.090	-.059	-.003	-.027	.007	-.051
Dalam usaha Bapa/Ibu disain barang (bentuk/model) mengalami masalah seperti : tidak bisa memenuhi selera pembeli, kalah dengan barang orang lain dan lainnya	-.098	.138	.103	-.182	-.063	.129	-.007	-.078	.034	.034	-.094	.088	.033	.253
Peralatan (mesin) penghasil barang tidak akan mampu memenuhi lonjakan permintaan/pembelian barang	.221	-.063	.087	.041	.026	.724	.002	.020	.253	.049	-.130	.104	.202	.147
dalam menghasilkan barang, usaha Bapa/Ibu tidak menggunakan mesin	-.050	-.055	.036	.064	.219	.267	-.157	-.146	-.261	-.164	.009	.044	.260	.651
Bapa/Ibu selalu mempunyai persediaan barang guna bersiap-siap dalam menghadapi lonjakan permintaan/pembelian	.150	.145	.223	.237	.178	.597	.211	.026	.099	.041	.003	.126	.064	.150
Bapa/Ibu sering mendapat penolakan dari pihak pembeli karena barangnya jelek kualitasnya	.043	.186	-.194	.051	.277	.087	.246	.267	.050	-.068	.114	-.102	-.413	-.144
Bapa/Ibu suka melakukan inovasi (pembaharuan) terhadap barang yang dihasilkan (bentuknya, atau lainnya)	.421	.108	-.272	-.015	-.165	.257	.110	.059	.365	-.224	.106	.355	.007	.078
Bapa/Ibu selalu membuat barang baru yang berbeda : jenisnya, bentuknya dan lainnya.	.020	-.039	.044	.019	.263	.249	.031	.442	.220	-.027	.309	.173	-.051	.275
Bapa/Ibu mempunyai strategi dalam menghadapi pesaing	.153	-.091	-.168	-.010	.371	.084	-.042	.006	.359	.118	.267	.176	-.357	.219
Bapa/Ibu mempunyai strategi bila tiba-tiba terjadi lonjakan ataupun penurunan permintaan/pembelian barang bapa/ibu	-.124	-.106	-.358	-.045	.043	-.104	.158	.623	.138	-.028	.029	-.172	.089	.100
Bapa/Ibu mempunyai rencana/strategi untuk mempromosikan barang	.126	.156	.052	-.362	.042	-.060	.041	.335	.347	-.147	.081	.014	-.083	.530
bahwa Bapa/Ibu selalu aktif memberitahukan kepada orang lain bahwa Bapa/Ibu memproduksi barang agar mereka membeli	-.074	.079	-.009	.049	-.098	-.051	.064	.053	.000	.049	.116	-.056	-.207	.738

Bapa/Ibu sudah mengiklankan barang jualan ke koran/radio	-.095	-.046	.164	.000	.066	.143	.782	-.036	.018	.166	.096	-.278	.092	.051
Bapa/ Ibu sudah mengiklankan barang jualan melalui selebaran / spanduk	.177	-.106	.000	.000	-.038	-.157	.771	.121	-.065	-.039	-.119	.190	.098	-.027
Bapa/ Ibu sudah pernah ikut dalam pameran untuk memasarkan barang jualan Bapa/Ibu	-.133	-.059	.151	-.131	.061	.285	.276	-.104	.056	.066	.037	.627	.079	-.137
Betulkah Bapa/Ibu pernah mengikuti pameran berskala / tingkat daerah	-.004	-.010	.009	.234	.102	-.009	-.158	.004	-.092	.123	.069	.812	-.006	.070
Betulkah Bapa/Ibu pernah mengikuti pameran berskala /tingkat nasional	-.130	-.083	-.065	-.143	.170	.180	.000	.191	-.034	.672	.032	.134	.230	-.148
Betulkah Bapa/Ibu pernah mengikuti pameran berskala /tingkat internasional	-.073	-.040	-.085	.067	.105	.151	.044	-.060	.108	.414	.025	.065	.668	-.137
Peredaran produk/barang Bapa/Ibu berskala daerah (pembelinya di daerah)	.063	-.021	.034	.279	-.053	.044	.002	-.169	.046	.675	-.198	.267	-.082	.087
Peredaran produk/barang Bapa/Ibu berskala nasional (pembelinya dari luar daerah juga)	.113	.111	.056	-.012	-.208	-.058	.112	.106	.017	.706	.092	-.092	.089	-.021
Peredaran produk/barang Bapa/Ibu berskala internasional	.093	-.116	-.011	.238	.050	.032	.175	.209	.046	.013	.260	-.058	.679	-.073
Pembeli selalu datang sendiri (kalau menjawab setuju/sangat setuju; maka pertanyaannya selesai, berhenti sampai disini)	.181	.061	-.100	-.149	.168	-.583	.237	.088	.203	-.118	.040	-.048	.081	.204
Biaya pengiriman barang ditanggung oleh Bapa/Ibu	.136	-.197	.417	.311	-.123	-.122	-.053	.455	.332	.174	.003	.106	.094	.105
Jadual pengiriman barang selalu mengikuti keinginan pembeli	-.130	.234	-.056	.480	.044	.153	.001	-.114	.020	.016	-.400	-.352	.043	.107
Pembeli sering mengeluh karena ketidakberesan dalam pengiriman barang	.079	.082	.044	.214	-.165	-.195	-.028	-.022	-.053	.020	.783	-.021	.105	.146
Jasa pengiriman barang selama ini tidak dapat diandalkan, karena sering bermasalah	-.120	.045	-.133	-.125	.143	.064	-.070	-.006	.068	-.012	.796	.077	.070	.046

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Equamax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 24 iterations.

Profil bersaing dari industri manufaktur kecil dan menengah di Jawa Barat dan Banten, dapat dibagi menjadi 13 kategori sebagai berikut :

4. kategori 1 mempunyai profil sebagai berikut :
 - a. pembelian barang-barang dari perusahaan Bapa/Ibu tidak dilakukan secara tunai/tidak dibayar saat itu (=mundur sekian bulan)
 - b. Biaya untuk membuat barang dan biaya lainnya dalam usaha ini terasa berat saat ini
 - c. suplai/pasokan bahan baku untuk pembuatan barang selama ini lancar
 - d. Bapa/Ibu suka melakukan inovasi (pembaharuan) terhadap barang yang dihasilkan (bentuknya, atau lainnya)
5. kategori 2 mempunyai profil sebagai berikut :
 - a. Kekurangan modal merupakan kesulitan utama dalam menjamin supaya usaha Bapa/Ibu tetap berjalan
 - b. Apabila ada lonjakan peningkatan pembelian terhadap barang Bapa/Ibu (lagi rame) maka untuk menambah pembuatan barang selalu terjadi kekurangan modal
 - c. Modal yang sekarang digunakan untuk usaha sebagian besar (lebih dari 50%) berasal dari pinjaman (bukan modal sendiri)
6. Kategori 3 mempunyai profil sebagai berikut :
 - a. Pembayaran bahan baku harus tunai/ lunas/cash
 - b. Apabila Bahan baku yang sekarang digunakan untuk membuat barang dalam usaha Bapa/Ibu tidak ada maka akan ada penggantinya
 - c. Bahan baku pengganti sulit didapat
 - d. Biaya pengiriman barang ditanggung oleh Bapa/Ibu
7. Kategori 4 mempunyai profil sebagai berikut :
 - a. Harga bahan baku yang dipakai dalam pembuatan barang di usaha Bapa/Ibu termasuk murah
 - b. Ketersediaan bahan baku untuk pembuatan barang pada usaha Bapa/Ibu terbatas hanya di satu/dua supplier (toko/pemasok)
 - c. Peredaran produk/barang Bapa/Ibu berskala daerah (pembelinya di daerah)
 - d. Jadwal pengiriman barang selalu mengikuti keinginan pembeli
8. Kategori 5 mempunyai profil sebagai berikut :
 - a. Sistem pembayaran bahan baku yang dibeli tunai, memberatkan usaha Bapa/Ibu
 - b. bapa/ibu mengalami kesulitan untuk mendapatkan tambahan modal bagi usaha di saat memerlukannya
 - c. Bapa/Ibu tidak mempunyai persediaan bahan baku apabila ada lonjakan peningkatan permintaan/pembelian barang
 - d. Bapa/Ibu mempunyai strategi dalam menghadapi pesaing
9. Kategori 6 mempunyai profil sebagai berikut :
 - a. Peralatan (mesin) penghasil barang tidak akan mampu memenuhi lonjakan permintaan/pembelian barang

- b. Bapa/Ibu selalu mempunyai persediaan barang guna bersiap-siap dalam menghadapi lonjakan permintaan/pembelian
 - c. Pembeli selalu datang sendiri (kalau menjawab setuju/sangat setuju; maka pertanyaannya selesai, berhenti sampai disini)
10. Kategori 7 mempunyai profil sebagai berikut :
- a. Selama ini bila Bapa/Ibu meminjam uang untuk modal , besarnya bunga pinjaman adalah di bawah 1,5 % perbulannya
 - b. Ketersediaan bahan Baku menjadi masalah utama dalam menjamin kelancaran pembuatan barang dalam usaha Bapa/Ibu
 - c. Bapa/Ibu sudah mengiklankan barang jualan ke koran/radio
 - d. Bapa/ Ibu sudah mengiklankan barang jualan melalui selebaran / spanduk
11. Kategori 8
- a. dengan adanya kenaikan harga listrik dan BBM berakibat memberatkan usaha Bapa/Ibu saat ini
 - b. Bapa/Ibu sering mendapat penolakan dari pihak pembeli karena barangnya jelek kualitasnya
 - c. Bapa/Ibu selalu membuat barang baru yang berbeda : jenisnya, bentuknya dan lainnya.
 - d. Bapa/Ibu mempunyai strategi bila tiba-tiba terjadi lonjakan ataupun penurunan permintaan/pembelian barang bapa/ibu
 - e. Bapa/Ibu mempunyai rencana/strategi untuk mempromosikan barang
12. Kategori 9
- a. Biaya untuk angkutan barang memberatkan usaha Bapa/Ibu
 - b. Kualitas/mutu bahan baku untuk pembuatan barang pada usaha Bapa/Ibu tidak selalu sama dari waktu ke waktu(kadang baik kadang jelek)
13. Kategori 10
- a. Betulkah Bapa/Ibu pernah mengikuti pameran berskala /tingkat nasional
 - b. Peredaran produk/barang Bapa/Ibu berskala nasional (pembelinya dari luar daerah juga)
14. Kategori 11
- a. Pembeli sering mengeluh karena ketidakberesan dalam pengiriman barang
 - b. Jasa pengiriman barang selama ini tidak dapat diandalkan, karena sering bermasalah
15. Kategori 12
- a. Bapa/ Ibu sudah pernah ikut dalam pameran untuk memasarkan barang jualan Bapa/Ibu
 - b. Betulkah Bapa/Ibu pernah mengikuti pameran berskala / tingkat daerah
16. Kategori 13
- a. Betulkah Bapa/Ibu pernah mengikuti pameran berskala /tingkat internasional
 - b. Peredaran produk/barang Bapa/Ibu berskala internasional
17. Kategori 14

- a. Dalam usaha Bapa/Ibu disain barang (bentuk/model) mengalami masalah seperti : tidak bisa memenuhi selera pembeli, kalah dengan barang orang lain dan lainnya
- b. dalam menghasilkan barang, usaha Bapa/Ibu tidak menggunakan mesin
- c. bahwa Bapa/Ibu selalu aktif memberitahukan kepada orang lain bahwa Bapa/Ibu memproduksi barang agar mereka membeli

Daftar Pustaka

- Ariyasajakorn, D., Gander, J. P., Ratanakomut, S., & Reynolds, S. E. (2009). ASEAN FTA, distribution of income, and globalization. *Journal of Asian Economics*, 20(3), 327-335. doi: DOI: 10.1016/j.asieco.2009.02.009
- Bourne, M., Mills, J., Wilcox, M., Neely, A., & Platts, K. (2000). Designing, implementing and updating performance measurement systems. *International Journal of Operations & Production Management*, 20(7), 754 - 771.
- Eng, T.-Y., & Spickett-Jones, J. G. (2009). An investigation of marketing capabilities and upgrading performance of manufacturers in mainland China and Hong Kong. *Journal of World Business*, 44(4), 463-475. doi: DOI: 10.1016/j.jwb.2009.01.002
- Fawcett, L., & Hurrell, A. (1995). *Regionalism in the World Politics, Regional Organizations and International Order*. New York: Oxford University Press.
- Guan, J. C., Yam, R. C. M., Tang, E. P. Y., & Lau, A. K. W. (2009). Innovation strategy and performance during economic transition: Evidences in Beijing, China. *Research Policy*, 38(5), 802-812. doi: DOI: 10.1016/j.respol.2008.12.009
- Hudson, M., Smart, A., & Bourne, M. (2001). Theory and practice in SME performance measurement systems. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(8), 1096 - 1115.
- Internasional, D. P. (2006). Perkembangan Implementasi ASEAN-China Free Trade Area. Retrieved from <http://agribisnis.net/Pustaka/BAHAN WEB CAFTA.htm>
- Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., & Ng, H. P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 592-611. doi: DOI: 10.1016/j.jbusvent.2006.05.003
- Kitwiwattanachai, A., Nelson, D., & Reed, G. (2010). Quantitative impacts of alternative East Asia Free Trade Areas: A Computable General Equilibrium (CGE) assessment.

Journal of Policy Modeling, 32(2), 286-301. doi: DOI: 10.1016/j.jpolmod.2009.07.002

Lairson, T. D., & Skidmore, D. (1997). *International Political Economy, The Struggle for Power and Wealth*: Harcourt Brace College Publisher, USA.

Marcello. (2009). China Perlukan FTA dengan ASEAN. *Media Indonesia*. Retrieved from <http://www.mediamIndonesia.com/red/2009/12/12/114157/4/2/China-Perlukan-FTA-dengan-ASEAN>

Oratmangun, D. (2000). Kerjasama ASEAN-Cina dan Stabilitas Kawasan Asia Timur. *Tabloid Diplomasi*. Retrieved from <http://tabloiddiplomasi.com/Index.php/privious/36-juni-2009/106-kerjasama-asean-china-dan-stabilitas-kawasan-asia-timur.html>

Tambunan, T. (2000). The Performance of Small Enterprises during Economic Crisis: Evidence from Indonesia. *Journal of Small Business Management*(October 1).

Tambunan, T. (2002). Peranan UKM bagi Perekonomian Indonesia dan prospeknya. *Usahawan*, XXXI(07), hal. 3 & 7.

Vanany, I. (2002). Pilihan Strategi Unggulan Perusahaan Industri Manufaktur kecil dan menengah (IMKM) (Studi kasus : beberapa perusahaan IMKM di Jawa Timur). *Usahawan*, XXXI(07), hal. 23.

Vickery, S. K., Droge, C., & Markland, R. E. (1993). Production Competence & Business strategy : Do They Affect Business Performance ? *Decision Science*, 24(2), 435 - 455.

Wilkinson, T., & Brouthers, L. E. (2006). Trade promotion and SME export performance. *International Business Review*, 15(3), 233-252. doi: DOI: 10.1016/j.ibusrev.2006.03.001

Wincent, J., Anokhin, S., & Örtqvist, D. (2010). Does network board capital matter? A study of innovative performance in strategic SME networks. *Journal of Business Research*, 63(3), 265-275. doi: DOI: 10.1016/j.jbusres.2009.03.012

Zeng, S. X., Xie, X. M., & Tam, C. M. (2010). Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs. *Technovation*, 30(3), 181-194. doi: DOI: 10.1016/j.technovation.2009.08.003

Zhang, W., Cooper, W. W., Deng, H., Parker, B. R., & Ruefli, T. W. (2010). Entrepreneurial talent and economic development in China. *Socio-Economic Planning Sciences*, In Press, Corrected Proof. doi: DOI: 10.1016/j.seps.2010.04.003



Survey : Profil UKM di Bandung & sekitarnya

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu guna mengisi kuesioner di bawah ini untuk keperluan penelitian guna mengeksplorasi Profil UKM di Bandung & sekitarnya untuk kepentingan ilmu pengetahuan dan pembinaan UKM.

Atas perhatian dan kerjasamanya kami haturkan terimakasih

Hormat kami

MOHON DIBERI TANDA SILANG (x) DI KOLOM YANG DISEDIAKAN, TERIMAKASIH.

1. Berapa lama bapa/ibu sudah menjalankan usaha :
 baru, < 2 tahun
 antara 2 – 5 tahun
 lama, > 5 tahun
2. Apakah usaha yang dijalankan sekarang ini merupakan usaha bersama (kongsi) dengan orang lain
 tidak
 ya , dengan siapa : teman
 saudara (kakak, adik, paman, dll).
3. Omset usaha Bapa/Ibu per bulan rata-rata:
_____ rupiah
4. Omset usaha anda saat ini dibandingkan dengan beberapa tahun lalu (tiga tahun lalu) :
 Lebih baik
 Sama
 Lebih buruk
5. Saingan produk(barang-barang) perusahaan Bapa/Ibu saat ini adalah dari :
 Indonesia

- () RRC (Cina)
- () India
- () Lainnya, sebutkan :

6. Betulkah: Pada saat ini barang-barang sejenis yang berasal dari RRC (Cina) / India merupakan **ancaman** bagi kelangsungan penjualan produk (barang-barang) perusahaan bapa/ibu?

- () Betul sekali
- () Betul
- () Tidak betul
- () Sangat tidak betul

7. Betulkah : Apabila dibandingkan, **mutu/kualitas** barang-barang sejenis yang berasal dari RRC (Cina)/India **lebih baik** daripada mutu barang-barang produksi usaha Bapa/Ibu:

- () Betul sekali
- () Betul
- () Tidak betul
- () Sangat tidak betul

8. Betulkah : Apabila dibandingkan, **tampilan (bentuk/disain)** barang-barang sejenis yang berasal dari RRC (Cina)/India **lebih baik** daripada tampilan (bentuk/disain) barang-barang perusahaan bapa/ibu.

- () Betul sekali
- () Betul
- () Tidak betul
- () Sangat tidak betul

9. Betulkah : Apabila dibandingkan, **harga jual** barang-barang sejenis yang berasal dari RRC (Cina)/India **lebih rendah/ lebih murah** daripada harga jual barang-barang perusahaan bapa/ibu.

- () Betul sekali
- () Betul
- () Tidak betul
- () Sangat tidak betul

10. Dalam menjalankan usaha bapa/ibu, bagaimana **dengan aspek keuangan /permodalan** .

	Apakah.....	Betul sekali	Betul	Tidak betul	Sangat tidak betul
a	Betulkah : Kekurangan modal merupakan kesulitan utama dalam menjamin supaya usaha Bapa/Ibu tetap berjalan				
b	Betulkah : Apabila ada lonjakan peningkatan pembelian terhadap barang Bapa/Ibu (lagi rame) maka untuk menambah pembuatan barang selalu terjadi kekurangan modal				
c	Betulkah : Modal yang sekarang digunakan untuk usaha sebagian besar (lebih dari 50%)				

	berasal dari pinjaman (bukan modal sendiri)				
--	---	--	--	--	--

	Apakah.....	Betul sekali	Betul	Tidak betul	Sangat tidak betul
d	Betulkah : selama ini bila Bapa/Ibu meminjam uang untuk modal , besarnya bunga pinjaman adalah di bawah 1,5 % perbulannya				
e	Betulkah : pembelian barang-barang dari perusahaan Bapa/Ibu tidak dilakukan secara tunai/tidak dibayar saat itu (=mundur sekian bulan)				
f	Betulkah : Sistem pembayaran bahan baku yang dibeli tunai, memberatkan usaha Bapa/Ibu				
g	Betulkah : Biaya untuk membuat barang dan biaya lainnya dalam usaha ini terasa berat saat ini				
h	Betulkah : Biaya untuk angkutan barang memberatkan usaha Bapa/Ibu				
I	Betulkah : dengan adanya kenaikan harga listrik dan BBM berakibat memberatkan usaha Bapa/Ibu saat ini				
j	Betulkah : bapa/ibu mengalami kesulitan untuk mendapatkan tambahan modal bagi usaha di saat memerlukannya				

11. Dalam menjalankan usaha Bapa/Ibu, bagaimana **dengan aspek bahan baku** ?

no	Apakah.....	Betul sekali	betul	Tidak betul	Sangat tidak betul
a	Betulkah: Ketersediaan bahan Baku menjadi masalah utama dalam menjamin kelancaran pembuatan barang dalam usaha Bapa/Ibu				
b	Betulkah : Bapa/Ibu tidak mempunyai persediaan bahan baku apabila ada lonjakan peningkatan permintaan/pembelian barang				
c	Betulkah : suplai/pasokan bahan baku untuk pembuatan barang selama ini lancar				
d	Betulkah : Harga bahan baku yang dipakai dalam pembuatan barang di usaha Bapa/Ibu termasuk murah				

e	Betulkah : Ketersediaan bahan baku untuk pembuatan barang pada usaha Bapa/Ibu terbatas hanya di satu/dua supplier (toko/pemasok)				
f	Betulkah: Kualitas/mutu bahan baku untuk pembuatan barang pada usaha Bapa/Ibu tidak selalu sama dari waktu ke waktu(kadang baik kadang jelek)				

	Apakah.....	Betul sekali	Betul	Tidak betul	Sangat tidak betul
g	Betulkah : Pembayaran bahan baku harus tunai/ lunas/cash				
h	Betulkah : Apabila Bahan baku yang sekarang digunakan untuk membuat barang dalam usaha Bapa/Ibu tidak ada maka akan ada penggantinya				
i	Betulkah : Bahan baku pengganti sulit didapat				

12. Dalam menjalankan usaha, bagaimana **dengan aspek proses produksi/ pembuatan produk ?**

no	Apakah....	Betul sekali	betul	Tidak betul	Sangat tidak betul
a	Betulkah : Dalam usaha Bapa/Ibu disain barang (bentuk/model) mengalami masalah seperti : tidak bisa memenuhi selera pembeli, kalah dengan barang orang lain dan lainnya				
b	Betulkah : Peralatan (mesin) penghasil barang tidak akan mampu memenuhi lonjakan permintaan/pembelian barang				
c	Betulkah : dalam menghasilkan barang, usaha Bapa/Ibu tidak menggunakan mesin				
d	Betulkah: Bapa/Ibu selalu mempunyai persediaan barang guna bersiap-siap dalam menghadapi lonjakan permintaan/pembelian				
e	Betulkah: Bapa/Ibu sering mendapat penolakan dari pihak pembeli karena barangnya jelek kualitasnya				
f	Betulkah : Bapa/Ibu suka melakukan inovasi				

	(pembaharuan) terhadap barang yang dihasilkan (bentuknya, atau lainnya)				
g	Betulkah: Bapa/Ibu selalu membuat barang baru yang berbeda : jenisnya, bentuknya dan lainnya.				
h	Betulkah : Bapa/Ibu mempunyai strategi dalam menghadapi pesaing				
j	Betulkah : Bapa/Ibu mempunyai strategi bila tiba-tiba terjadi lonjakan ataupun penurunan permintaan/pembelian barang bapa/ibu				

13. Dalam menjalankan usaha, bagaimana **dengan aspek pemasaran produk ?**

no	Apakah...	Betul sekali	Betul	Tidak betul	Sangat tidak betul
a	Betulkah : Bapa/Ibu mempunyai rencana/strategi untuk mempromosikan barang				
b	Betulkah : bahwa Bapa/Ibu selalu aktif memberitahukan kepada orang lain bahwa Bapa/Ibu memproduksi barang agar mereka membeli				
c	Betulkah : Bapa/Ibu sudah mengiklankan barang jualan ke koran/radio				
d	Betulkah : Bapa/ Ibu sudah mengiklankan barang jualan melalui selebaran / spanduk				
e	Betulkah : Bapa/ Ibu sudah pernah ikut dalam pameran untuk memasarkan barang jualan Bapa/Ibu				
f	Betulkah Bapa/Ibu pernah mengikuti pameran berskala / tingkat daerah				
g	Betulkah Bapa/Ibu pernah mengikuti pameran berskala /tingkat nasional				
h	Betulkah Bapa/Ibu pernah mengikuti pameran berskala /tingkat internasional				
j	Betulkah : Peredaran produk/barang Bapa/Ibu berskala daerah (pembelinya di daerah)				
k	Betulkah: Peredaran produk/barang Bapa/Ibu berskala nasional (pembelinya dari luar daerah juga)				
l	Betulkah: Peredaran produk/barang Bapa/Ibu berskala internasional				

14. Dalam menjalankan usaha, bagaimana **dengan aspek pengiriman barang ?**

no	Apakah...	Betul sekali	Betul	Tidak betul	Sangat tidak betul
a	Betulkah :Pembeli selalu datang sendiri <i>(kalau menjawab setuju/sangat setuju; maka pertanyaannya selesai, berhenti sampai</i>				

	<i>disini</i>)				
b	Betulkah : Biaya pengiriman barang ditanggung oleh Papa/Ibu				
c	Betulkah: Jadwal pengiriman barang selalu mengikuti keinginan pembeli				
d	Betulkah :Pembeli sering mengeluh karena ketidakberesan dalam pengiriman barang				
e	Betulkah : Jasa pengiriman barang selama ini tidak dapat diandalkan, karena sering bermasalah				

TERIMAKASIH ATAS BANTUANNYA
